

E 2814  
Nr. 2  
März 2013  
Jahrgang 62

# M Menschen Machen Medien

Medienpolitische ver.di-Zeitschrift

ver di



**Brennpunkt  
Lokaljournalismus –  
alles aus einer Hand?**

Eingewickelt  
und abgewickelt

# Krokodilstränen für ZDF Kultur

**Von Tilmann P. Gangloff** | Beschließt ein öffentlich-rechtlicher Sender Sparmaßnahmen im Bereich Kultur oder Information, geht regelmäßig ein Aufschrei durchs Land. So war es auch, als das ZDF kürzlich ankündigte, seinen Spartenabnehmer ZDF Kultur einzustellen. Prompt meldeten sich vom Deutschen Kulturrat bis zum Deutschen Journalisten-Verband diverse Institutionen zu Wort und warnten vor dem Abbau von Kultur und Journalismus im öffentlich-rechtlichen Rundfunk. Das ist natürlich gut gemeint und im Prinzip ja auch nicht verkehrt, erinnert aber an die vielzitierten Krokodilstränen: Wenn alle, die in solchen Fällen umgehend und warnend den Finger heben, die entsprechenden Sendungen, Sendestrecken oder Sender regelmäßig eingeschaltet hätten, müssten diese nicht mangels Interesse abgeschaltet werden.

Und ZDF Kultur ist offenkundig ein totes Pferd: Das Experiment eines Kulturangebots für jüngere Zuschauer ist schlicht gescheitert. Mit einem Marktanteil von 0,1 Prozent bewegt sich der Sender in einem Bereich fast jenseits der Wahrnehmungsgrenze. Dieser Luxus kostet immerhin 18 Millionen Euro pro Jahr. Das mag angesichts des großzügigen ZDF-Etats von jährlich über 1,8 Milliarden Euro eine überschaubare Summe sein, aber die Kommission zur Ermittlung des Finanzbedarfs von ARD und ZDF hat die Mainzer dazu verdonnert, bis 2016 jedes Jahr 75 Millionen Euro zu sparen. Auf der anderen Seite möchte die Politik, dass ARD und ZDF einen gemeinsamen Jugendkanal ins Leben rufen. Der soll jedoch aus „Bordmitteln“ finanziert werden, die nötigen Millionen müssen also anderswo eingespart werden. Da außerdem die Zahl der Beiboote nicht erhöht werden darf, bleibt ARD und ZDF ohnehin nichts anderes übrig, als jeweils mindestens einen ihrer Minisender einzustellen.

Völlig Recht haben die Krokodilstränenvergießer allerdings mit dem Hinweis auf andere Gefilde, in denen die Mainzer deutlich großzügiger auftreten; immerhin sind sie zum Beispiel in der Lage, für die TV-Rechte an der Champions League über 50 Millionen pro Jahr zu zahlen. Es ist vor allem dieses Missverhältnis, das nun für Unmut sorgt, schließlich gilt Kultur als öffentlich-rechtliche Grundversorgung; die Fußballspiele waren bis Sommer 2012 bei Sat.1 gut aufgehoben.

Auf ein Wort

Foto: Roland Geisheimer, [M] P. Dreßler



## TITEL

- 6 **Brennpunkt Lokaljournalismus – alles aus einer Hand?**  
**Hütchenspiel auf dem Zeitungsmarkt**  
Von Horst Röper

## AKTUELL

- 4 **Nächste Tarifrunde an Tageszeitungen in Sicht**
- 4 **Sozialplan für G+J-Wirtschaftsmedien**
- 4 **Tagespauschalen bei B.Z. gekürzt**
- 4 **Tarifabschluss für UCI in Flensburg**
- 4 **Ausstellung in der MedienGalerie**
- 5 **Kittner, der Mutigste**
- 5 **Cornelsen Verlag:**  
**Start zum Personalabbau**
- 5 **Schließung Hürriyet-Redaktion**
- 5 **80 Arbeitsplätze weniger beim Handelsblatt**

## MEDIEN + WIRTSCHAFT

- 11 **Mit einem Tritt auf die Straße**  
Kollegen der Frankfurter Rundschau ringen um eine vernünftige Abfindung
- 12 **Unverschämte Schuldzuweisung**  
Berliner Nachrichtenagentur dapd erneut in Insolvenz
- 12 **Nordkurier: Vom Saulus zum Paulus?**  
„Roll-Back“ zur eigenen Mantelproduktion
- 13 **Aus für Tiefdruck in Itzehoe**
- 13 **Faire Honorare für Bildbeiträge**
- 13 **Transferagentur beim Abendblatt**

## TARIFE + BERUF

- 14 **NDR-Solidarität in Hamburg**
- 14 **Bavaria Film lässt Tarifverhandlungen scheitern**
- 14 **ver.di-Veranstaltungen und Seminare**
- 15 **Guerilla-Taktiken für ver.di-Aktive**
- 16 **Radio Bremen korrigiert seinen Outsourcing-Kurs**
- 16 **Schon entdeckt?**  
Informationsdienst Wissenschaft idw



**MEDIEN + POLITIK**

- 17 Auskunftsrechte der Presse geschwächt**  
Urteil: Landespressegesetze auf Bundesbehörden nicht anwendbar
- 17 Leistungsschutzrecht für Presseverlage beschlossen**
- 18 Enquete-Finale**  
Ständiger Ausschuss für Themen  
„Internet und digitale Gesellschaft“ empfohlen
- 19 Kein Königsweg**  
Diskussion mit SPD-Abgeordneten über Medienvielfalt

**MEDIEN + GESELLSCHAFT**

- 20 Kaum neue Ufer in Sicht**  
Eine Zeitungsdiskussion beim Mainzer MedienDisput in Berlin
- 21 Alte und neue Hüte**  
Ethik in Zeiten des Medienwandels –  
journalistische Selbstkontrolle gefordert
- 22 „Witajśo do nas“**  
60 Jahre Rundfunk für eine nationale Minderheit
- 23 Menschen machen Film**  
Berlinale 2013: ver.di FilmUnion diskutiert über  
Arbeitsbedingungen
- 24 Geburtstag auf dem Lerchenberg**  
Seit 50 Jahren behauptet sich das ZDF erfolgreich  
im Senderreigen



Karikatur: toonpool / Rabe

**MEDIEN + INTERNATIONAL**

- 26 Presseförderung in anderen Ländern:**  
Dänemark: Subventionen zukünftig auch für  
Internetmedien
- 27 Zerplatzte Seifenblasen**  
Journalisten der BBC streiken gegen geplante  
Entlassungen
- 28 Neue Freiräume für Kritik**  
Kubas Radio in der Wirtschaftskrise und Zensurvorwürfe

**SERVICE**

- 30 Leute**
- 14 ver.di-Veranstaltungen / Seminare**
- 31 Impressum**

**SERVICE  
ZUM SURFEN**

Der Service ist  
im Netz unter:  
[http://mmm.verdi.de/  
service](http://mmm.verdi.de/service)



Grafik: Hermann Haubrich



Foto: Chrv.Polentz

# Gaukelei im Lokalen

Hütchenspieler und Gaukler sind Meister der Täuschung. Auf der Festwiese mögen sie Spaß bringen. In Politik und Wirtschaft haben sie eher nichts zu suchen. Und doch begegnen sie uns zunehmend etwa auf den lokalen Medienmärkten. Zeitungen identischen Inhalts gaukeln mit unterschiedlichen Titeln Lokalkolorit vor. Gleiche Mäntel sind in. Out ist offenbar, Gesamtpolitik aus dem regionalen journalistischen Blickwinkel zu betrachten. Hunderte Print-Journalisten verloren seit Ende letzten Jahres ihre Arbeit. Die Verbliebenen knüppeln umso härter. Und doch will man Machern und Lesern weiß machen, auf die Qualität habe das keinen Einfluss. Vielfalt ist vielerorts einheitlicher Berichterstattung gewichen. In immer mehr Kreisen gibt es nur noch eine Zeitung. Unterschiedliche Printmedien, die auch online präsent sind, gehören demselben Konzern. Zudem sind dieselben Verleger an lokalen Radios und TV-Sendern beteiligt. Also alles aus einer Hand? Multimediale Konzentration einzelner Zeitungsunternehmen und regionale Meinungsführerschaft: Die lokalen Medienmärkte im Bundesland NRW und im Gebiet um Augsburg in Bayern liefern markante Beispiele dafür (S. 6–10).

„Gedruckt, online und mobil erreichen die Zeitungen aktuell ein Publikum, das so groß ist wie nie zuvor“, resümiert der Verlegerverband dieser Tage. Man sei auch davon überzeugt, dass „Print ein erfolgreiches Geschäft“ bleibe. Wer nun glaubt, daraus erwachse die Erkenntnis, dass die Medien-Produzenten gut bezahlt und mit besten Arbeitsbedingungen ausgestattet werden, könnte erneut einer Täuschung unterliegen. Die Politik wird um eine „begleitende Gesetzgebung“ zur Sicherung der Zeitungen gebeten (S.19). Das Leistungsschutzrecht scheint in diese Kerbe zu schlagen. Ungeregelt ist, wie die Urheber an den Erlösen beteiligt werden (S. 17). „Der Flächentarifvertrag steht auf der Kippe“, malt der Verlegerverband schwarz für die im Sommer bevorstehende Tarifrunde an Tageszeitungen. „Aufgabe von Tarifverträgen sei es, Mindestarbeitsbedingungen zu sichern“, wird in einer Pressemitteilung extra betont. Anerkennung von Leistung sieht anders aus! Was die dju in ver.di darunter versteht, hat die Tarifkommission am 13. März (nach Druck von M) beschlossen. <http://dju.verdi.de>

Frohe Ostern wünscht Karin Wenk,  
verantwortliche Redakteurin

## Nächste Tarifrunde an Tageszeitungen in Sicht

Mit dem Februargehalt riefen sich mit einer erfreulichen Zahl auf der Gehaltsabrechnung die Tarifabschlüsse für Redakteurinnen und Redakteure an Tageszeitungen und Zeitschriften in Erinnerung. Denn mit der Gehaltszahlung für diesen Monat wurde bei den Zeitungen die zweite Einmalzahlung in Höhe von 200 € fällig, die erste war im Oktober 2011 gezahlt worden, bei den Zeitschriften waren es 350 €. Volontärinnen und Volontäre in Zeitungsredaktionen bekamen 125 € und in Zeitschriften 175 €. Dass diese Einmalzahlungen aus der erfolgreichen Tarifrunde des Jahres 2011 resultieren, wird auf den Gehaltsabrech-



Foto: ver.di

nungen meist nicht deutlich, sondern schlicht als Sonderzahlung oder ähnlich tituliert. Aber dieses Geld hätte ohne das gewerkschaftliche Engagement von tausenden Kolleginnen und Kollegen im Jahre 2011 nicht den Weg aufs Konto der bei den Zeitungen und Zeitschriften beschäftigten Journalisten gefunden.

Im Sommer dieses Jahres steht die nächste Verhandlungsrunde um Gehaltserhöhungen an. Der Gehaltstarifvertrag für Zeitungen läuft bis Ende Juli und der für Zeitschriften bis Ende September 2013. Die dju in ver.di bereitet sich in regionalen Tarifkonferenzen schon auf die kommende Tarifaufeinandersetzung vor. Um erneut Tarifierhöhungen zu erreichen, mit denen wir leben können, werden wir sicherlich auch in diesem Jahr unseren Forderungen mit Aktionen Nachdruck verleihen müssen, da die Verleger in den letzten zwei Jahren nicht freigiebiger geworden sind. Was die dju fordern wird, entscheidet Mitte März die Tarifkommission mit Vertretern von festangestellten und freien Journalistinnen und Journalisten aus den Ländern und Zeitungen wie Zeitschriften. ■

## Sozialplan für G+J-Wirtschaftsmedien

Gruner + Jahr hat sich mit dem Betriebsrat der G+J-Wirtschaftsmedien Ende Februar auf einen Sozialplan geeinigt. Er gilt für die mehr als 300 gekündigten Mitarbeiter der *Financial Times Deutschland* sowie für die Magazine *Capital*, *Impulse*, *Business Punk* und *Börse Online*. Bei der FTD erhält jeder, der seinen Arbeitsplatz verloren hat, insgesamt ein Monatsgehalt pro Beschäftigungsjahr, wenn auf eine Kündigungsschutzklage gegen G+J verzichtet wird. Außerdem soll eine Transfergesellschaft zehn Monate lang (eventuell auch zwei mehr) interessierte Mitarbeiter weiterqualifizieren und ihnen die Wiedereingliederung in den Arbeitsmarkt erleichtern. Außerdem wird es einen Härtefonds zur Unterstützung von ehemals Beschäftigten mit einem Volumen von vier Millionen Euro geben. ■

## Tagespauschalen bei der B.Z. gekürzt

Bei der B.Z. sollen ab 1. März 2013 die Tagespauschalen für die freien Mitarbeiter (Journalisten, Fotografen, Fotoredakteure, Layouter) um 10 Prozent gekürzt werden. Diese Mitteilung verkündeten die Ressortleiter des Boulevardblattes aus dem Hause Springer nach hausinternen Informationen. „Es ist bezeichnend, wenn zur Kosteneinsparung die Entgelte der am wenig geschützten Mitarbeiter gekürzt werden sollen“, so Andreas Köhn, Landesfachbereichsleiter Medien in ver.di Berlin-Brandenburg. Köhn weiter: „Es ist schon bemerkenswert, wenn man die Stammbesellschaft der Festangestellten immer weiter reduziert und die Arbeit auf billigere Freiberufler verlagert und diesen dann auch noch ihre Honorare kürzt“. ver.di fordert von der Geschäftsführung der B.Z. die Pauschalen nicht zu kürzen, sondern sie im Gegenteil zumindest um die Inflationsrate zu erhöhen. ■

## Tarifabschluss für UCI in Flensburg

In den Verhandlungen zwischen ver.di und der UCI Kinowelt Flensburg konnte am 29. Januar 2013 ein Tarifergebnis erzielt werden. Vereinbart wurden Entgelt-erhöhungen zwischen 1,2 % und 4,8 % innerhalb der Laufzeit des Tarifvertrages sowie eine Erhöhung der Jahressonderzahlung auf 725 €. Darüber hinaus wurde die unentgeltliche Freistellung zu Ausbildungszwecken in den Tariftext aufgenommen. Mitarbeiter/-innen, die mindestens 18 Monate im Betrieb beschäftigt sind, haben nun einen einmaligen Anspruch auf eine unentgeltliche Freistellung zu Aus- und Weiterbildungszwecken (Praktika, Auslandssemester, Abschlussarbeiten, etc.) zwischen 4 und 26 Wochen. Weitere kleinere Änderungen betreffen die Flexibilität bei Feiertagszuschlägen und Arbeitszeit. Der neue Tarifvertrag tritt zum 1. April 2013 in Kraft und kann erstmals zum 31. Dezember 2015 gekündigt werden. ■

### Die Gleichschaltung der Gewerkschaftspresse

Im Rahmen des Themenjahres „Zerstörte Vielfalt – Berlin 1933–1938“

**Eine ver.di-Ausstellung in der MedienGalerie Dudenstraße 10, 10965 Berlin  
15. März – 28. Juni 2013**

**15. März** 18 Uhr Eröffnung. Es spricht Dr. Hartmut Simon, ver.di, Leiter des Archivs:  
„Die Gleichschaltung der Gewerkschaften im Spiegel der Gewerkschaftspresse“

**28. März** 18 Uhr (Achtung anderer Ort !) ver.di-Bundesverwaltung, Paula-Thiede-Ufer 10, 10179 Berlin. Buchpräsentation Es spricht: Prof. Dr. Siegfried Mielke, FU Berlin „Gewerkschaften und Widerstand“, Gunter Lange liest aus „Siegfried Aufhäuser (1884–1969) – Ein Leben für die Angestelltenbewegung“

**9. April** 17 Uhr „Gewerkschaften am Scheideweg“. Es spricht: Frank Bsirske, ver.di, Vorsitzender, Gunter Lange liest aus der Biografie: „Siegfried Aufhäuser (1884–1969) – Ein Leben für die Angestelltenbewegung“

**Öffnungszeiten: Mo und Fr 14–16 Uhr, Di 17–19 Uhr, Do 14–19 Uhr  
www.mediengalerie.org**



# Kittner, der Mutigste

In einem Buch, in dem Dietrich Kittner aus dem Alltag des Kabarettisten berichtet, dankt er denen, „die jahrelang selbstlos und unaufgefordert an diesem Buch mitgearbeitet haben: unseren friedliebenden Politikern, der liebenswerten Polizei, hart arbeitenden Fabrikbesitzern, den wahrheitsliebenden Medien, vorurteilslosen Bürgern“ und so weiter, die ihm den Stoff geliefert haben. So spricht, so schreibt kein harmloser Späßchenmacher, sondern ein scharfer Kritiker des real existierenden Kapitalismus.

Nach Kittners Tod am 15. Februar 2013 würdigte sein Kollege Dieter Hildebrandt ihn als den Mutigsten unter den deutschen Kabarettisten. Der Mut hatte seinen Preis: Die SPD schloß ihn aus, das Fernsehen boykottierte ihn. Aber die

Säle, in denen er auftrat, waren überfüllt. Alles, was er vortrug, war leider wahr, höchstens leicht übertrieben oder einfach zu Ende gedacht, etwa wenn er von einer Verordnung der Bundesregierung sprach, „wonach Firmen, die sehr viel Geld einsacken, keine Steuern zahlen dürfen“, oder wenn er feststellte: „Damit alles schön demokratisch abläuft, darf das Volk alle paar Jahre darüber abstimmen, ob es sich nun lieber von der CDU oder von der SPD die Renten streichen lassen will.“ Am schärfsten ging er mit allen ins Gericht, die immer neue Kriege propagierten, wie es Franz Josef Strauß schon 1958 getan hatte: „Die Vorstellung, daß der deutsche Bürger ruhig spazieren gehen und seinen lieb gewordenen Lebensgewohnheiten nachgehen kann, während anderswo die Völker aufeinander schlagen, gehört endgültig der Vergangenheit an.“ Ohne Scheu fragte er nach dem Unterschied zwischen dem Satz von Josef Goebbels „Unsere deutsche Heimat liegt dort, wo unsere deutschen Lebensinteressen liegen“ und dem Bundeswehr-Auftrag, „den ungehinderten Zugang zu Märkten und Rohstoffen in aller Welt aufrechtzuerhalten“. Mit Sarkasmus regte Kittner zum Nachdenken an, Zynismus war ihm fremd. Bei vielen Streiks, Demonstrationen oder den legendären hannoverschen Rote-Punkt-Aktionen war er mit der Gitarre zur Stelle. Sein ganzes Schaffen war eine Ermutigung, Untertanen-Traditionen abzuschütteln, Menschenrechte geltend zu machen (auch und gerade im Betrieb), Solidarität zu üben. Demokratie zu verwirklichen.

Aus seinen Büchern, von seinen Platten werden wir auch in Zukunft Kraft schöpfen können.

Eckart Spoo ■

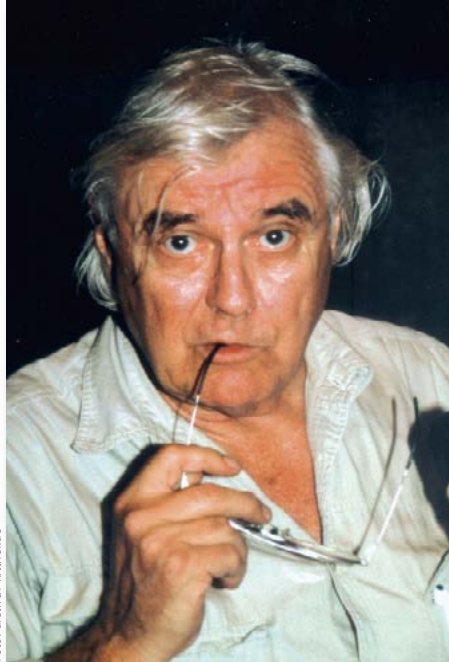


Foto: dieterich-kittner.de

## Cornelsen Verlag: Start zum Personalabbau

Auf einer Betriebsversammlung am 6. März wurden den ca. 120 Beschäftigten der Franz Cornelsen Corporate Services GmbH (FCCS) in Berlin 25 Entlassungen (20 Prozent der Belegschaft) angekündigt. Die FCCS erbringt die IT-Dienstleistungen für die Franz Cornelsen Bildungsgruppe und den Einkauf der IT. Grund, so die Arbeitgeber, sei eine Veränderung der Unternehmensstrategie und demzufolge ein Wegfall von Aufgaben. „Diese Kündigungen sind nicht alternativlos. Die Geschäftsführung hat es bisher versäumt, gemeinsam mit Betriebsrat und Gewerkschaft nach Alternativen zu suchen“, ist Jörg Reichel überzeugt. Jedoch geht der ver.di-Gewerkschaftssekretär auch davon aus, dass dies der Auftakt für eine Kündigungswelle innerhalb des Cornelsen Verlages ist. ver.di rechnet für die Cornelsen Schulverlage GmbH mit weiteren Kündigungen im dreistelligen Bereich im Laufe des 1. Halbjahres 2013. „Nach Marktberreinigung durch Zukäufe kommt jetzt der Personalabbau“, so Reichel. ■

## Schließung Hürriyet-Redaktion

ver.di kritisiert scharf den Beschluss der Dogan-Mediengruppe, die Europa-Redaktion der türkischen Zeitung *Hürriyet* in Mörfelden-Walldorf zu schließen. Über 50 Arbeitsplätze sind in Gefahr. Die offenbar kurzfristig getroffene Entscheidung sei völlig unverständlich, sagte Manfred Moos vom ver.di-Fachbereich Medien in Hessen. „Es gibt ein großes Bedürfnis gerade jüngerer Leser mit türkischem Hintergrund an einer Berichterstattung aus deutsch-türkischer Sicht. Das kann nur eine Redaktion in Deutschland leisten.“ Wenn nun wieder mehr Beiträge aus der Zentralredaktion in Istanbul geliefert würden, verliere die Deutschland-Ausgabe der *Hürriyet* ihren bisherigen Charakter. Ob dies von den Lesern mitgetragen werde, sei fraglich. Die in der *Frankfurter Allgemeinen Zeitung* geäußerte Vermutung, die Gründung eines Betriebsrats in der *Hürriyet*-Redaktion im letzten Jahr sei womöglich der Auslöser der Schließung, müsse überprüft werden. „Sollte sich das bewahrheiten, wäre es ein Fall für den Staatsanwalt“, sagte Manfred Moos. ■

## 80 Arbeitsplätze weniger beim Handelsblatt

Die Verlagsgruppe Handelsblatt streicht rund 80 der 813 Arbeitsplätze. Damit läutete die Geschäftsführung den „Neustart 2013“ für das Unternehmen ein, der einher geht mit der neuen digitalen Tageszeitung *Handelsblatt live* und der neuen Bezahl-App. Auch Führungskräfte sollen bei der Umstrukturierung die Gruppe verlassen. Insgesamt soll der Stellenabbau sozial gestaltet werden, verlautete es aus dem Hause von Verleger Dieter von Holtzbrinck. ■



Foto: screenshot itunes

Ein Blick in die App  
„Handelsblatt live“

*Der Minister war sauer und ließ seinen Zorn raus.*

*„Wenn ich morgens zum Briefkasten gehe und die Zeitung fehlt, fängt der Tag schon beschissen an“, erzählte der nordrhein-westfälische Arbeitsminister*

*Guntram Schneider den Teilnehmern einer Demonstration für den Erhalt der redaktionellen Eigenständigkeit der Westfälischen Rundschau (WR) in Dortmund.*

*Der Abonnent Schneider forderte, die Schließung sämtlicher Redaktionen zurückzunehmen. Die Bosse im Essener WAZ-Konzern hat auch er nicht umstimmen können.*

*Seit Anfang Februar wird die WR ohne eigene Redaktion produziert.*

*Der Fall wirft ein Schlaglicht auf den Lokaljournalismus im Allgemeinen und die Vielfaltsproblematik im Besonderen – der Versuch einer Bestandsaufnahme.*



Foto: Klaus Polikläsener, [M] P. Dreßler

Von Horst Röper

**Arbeitsminister  
Guntram Schneider auf der  
Demonstration am 19. Januar**

# Hütchenspiel auf dem Zeitungsmarkt

Von der einst bedeutenden WR ist nur ein verstörendes Produkt geblieben. Der Hauptteil wird von der großen Schwester WAZ zugeliefert und die Lokalteile werden von den örtlichen Konkurrenten übernommen. Wird das künftig die Vielfalt des Angebots ausmachen, identische Berichte und Fotos in unterschiedlicher Verpackung, mal rot, mal blau, mal sechs-, mal siebenspaltig umbrochen?

Der Tageszeitungsmarkt kannte auch schon in besseren Zeiten eine Vielzahl von Kuriosa: Inhaltlich identische Ausgaben mit unterschiedlichen Titeln, um den Lesern Lokalkolorit vorzugaukeln. Impresumänderungen, bei denen Verleger zu Herausgebern mutierten, um den Verlagsverkauf zu kaschieren. Und nun die WR: Eine Zeitung mit einer Auflage von über 100.000 Exemplaren und ohne Redaktion ist ein Novum. Im Verbreitungsgebiet der WR betätigt sich der WAZ-Konzern als Hütchenspieler. Der Leser hat vor Ort neben der WR noch jeweils ein Konkurrenzblatt zur Auswahl. Egal welche Zeitung er kauft, der Lokalteil ist inhaltlich identisch. Die Vielfalt ist auf der Strecke geblieben.

Der Rausschmiss der Redakteure der WR kam völlig überraschend. Dass Veränderungen anstanden, war allerdings kein Geheimnis. Die WR hatte gleich mehrere Ausgaben mit geringen Auflagen und schwachen Marktpositionen. Sie waren schon seit Jahren quersubventioniert worden. Solche Quersubventionen machen betriebswirtschaftlich oft Sinn, dürften sich aber nicht zu Gesamtverlusten entwickeln. In einem schrumpfenden Markt wird insbesondere für Zweitzeitungen mit schwacher Marktposition die wirtschaftliche Basis immer geringer. Die stetig wachsenden Kooperationen unter konkurrierenden Titeln tun ein Übriges. Der Gesamtmarkt wird auch in den

nächsten Jahren von Einstellungen geprägt sein. Das Verschwinden ganzer Titel wird die Ausnahme bleiben. Aufgegeben werden einzelne Ausgaben, vornehmlich an den Rändern von Verbreitungsgebieten, wo Überlappungen mit Nachbarzeitungen für Wettbewerb sorgen.

Das Nachsehen haben vor allem die Leser, zum Teil die Anzeigenkunden, weniger die Verlage. Die einstigen monomedialen Zeitungsverlage sind längst multimedial diversifiziert. Viele haben sich auch außerhalb der klassischen Medienindustrie engagiert, z. B. bei Postdiensten. Zumal: die größeren Unternehmen sind im Internet nicht nur mit journalistischen Angeboten unterwegs, sondern verkaufen Blumen, Tiernahrung, Schuhe, Handwerkerdienste, kurz alles was nicht niet- und nagelfest ist.

**Marktführerschaft.** Wie stark die Diversifizierung bei Zeitungsunternehmen inzwischen ausgeprägt ist, hat im letzten Jahr eine Untersuchung über „Multimediale Anbieter- und Angebotsstrukturen auf lokaler Ebene“ für den Beauftragten der Bundesregierung für Kultur und Medien gezeigt.<sup>1</sup> Auf der Basis von 49 Medienregionen, in denen 70 Prozent der Bevölkerung Deutschlands leben, wurden die lokal informierenden Medien Tageszeitung, lokale/regionale Zeitschrift, Anzeigenblatt, lokale Internet-Portale, lokaler Hörfunk und Lokal-TV untersucht. Die in den Medienregionen jeweils führenden Zeitungsunternehmen waren durchschnittlich in 4,6 der 6 Medienbranchen aktiv. Vielfach bestanden neben der führenden Marktposition im Zeitungsmarkt auch die Marktführerschaften oder gar Monopolstrukturen in anderen Branchen.

Diese Diversifizierung ist für Zeitungsunternehmen betriebswirtschaftlich alternativlos. Auf derkehr-

<sup>1</sup> Die Studie ist veröffentlicht: [www.bundesregierung.de/Content/DE/\\_Anlagen/BKM/2012-09-18-zusammenfassung-studie.pdf](http://www.bundesregierung.de/Content/DE/_Anlagen/BKM/2012-09-18-zusammenfassung-studie.pdf)



seite hat sich damit in vielen lokalen Medienmärkten aber eine multimediale Konzentration zugunsten einzelner Unternehmen entwickelt, die das Gegenteil einer vielfältigen Anbieterstruktur und einer publizistischen Machtteilung ist. Ein Musterbeispiel für solche vermachteten Strukturen ist der Regierungsbezirk Schwaben in Bayern mit seinem Zentrum Augsburg.

### Beispiel: Augsburger Allgemeine

Die Mediengruppe um die *Augsburger Allgemeine* (222.000 Exemplare) ist der Marktführer im Regierungsbezirk Schwaben. Der Norden des Regierungsbezirks mit den Kreisen Augsburg, Aichach-Friedberg, Dillingen, Donau-Ries, Günzburg, Neu-Ulm und Unterallgäu sowie dem Oberzentrum Augsburg bildet die Medienregion Augsburg. Sie hat mit rund 1,3 Mil-

ten. Vor Jahren war dort einer der letzten Expansionsversuche im westdeutschen Zeitungsmarkt gescheitert. Mit viel Aufwand hatte die *Abendzeitung* aus München eine weitere Ausgabe mit stattlicher Lokalredaktion in Augsburg aufgebaut. Bereits nach wenigen Monaten wurde der Versuch zur Erweiterung des Verbreitungsgebietes beendet. Heute dominiert *Bild* den Boulevard und hält 90 Prozent der Auflage der Kaufzeitungen in der Region. Den Rest teilen sich *tz* und *Abendzeitung*, beide aus München. Insgesamt geht knapp ein Viertel der Gesamtauflage der Tagespresse auf das Konto der Kaufzeitungen.

**Wettbewerber.** Im Markt der Anzeigenblätter stößt die Mediengruppe Augsburg allerdings auf heftigen Wettbewerb. Sie verbreitet in allen Teilgebieten unter der Woche Ausgaben, aber nicht am Wochenende. Damit kommt sie in der Medienregion mit einer Ge-



Foto: Roland Geisheimer, (M) P. Dreißler

lionen Einwohnern eine stattliche Größe. Im südlichen Teil des Regierungsbezirks dominiert die *Allgäuer Zeitung*, die zur Hälfte der Verlagsgruppe um die *Augsburger Allgemeine* gehört. Die beiden Zeitungsverlage haben sukzessive kleine Lokalzeitungen in ihrer Nachbarschaft übernommen. Zuletzt kaufte die *Allgäuer Zeitung* die *Memminger Zeitung* an der Grenze zu Baden-Württemberg. Diese Übernahme war auch insofern von Vorteil, weil die andere Hälfte der *Allgäuer Zeitung* der Familie Waldburg zu Zeil gehört, die auch an dem Nachbartitel *Schwäbische Zeitung* beteiligt ist, deren Gebiet an jenes von *Allgäuer* und *Memminger Zeitung* sowie der *Augsburger Allgemeinen* grenzt. Die Verbreitungsgebiete sind gegeneinander abgegrenzt.

Auch darauf beruht die komfortable Wettbewerbssituation der *Augsburger Allgemeinen* mit einem Marktanteil von 88 Prozent bei den Abozeitungen in der Medienregion. Eine Konkurrenzstellung gibt es ausschließlich im Kreis Neu-Ulm mit der benachbarten *Südwest Presse* aus Ulm und im Kreis Aichach-Friedberg mit der *Aichacher Zeitung*. Die Marktstellung der *Augsburger* in der Medienregion ist unangefoch-

saumtaufgabe von über 550.000 Exemplaren auf einen Marktanteil von knapp 40 Prozent. Ein wesentlicher Wettbewerber ist die Meyer & Söhne Druck- und Mediengruppe GmbH & Co KG in Aichach, die dort auch die Lokalzeitung verlegt. Insgesamt werden in der Medienregion wöchentlich fast 1,5 Millionen Exemplare von Anzeigenblättern verteilt.

Im regionalen Zeitschriftenmarkt ist die Augsburger Mediengruppe nicht aktiv. Elf Verlage bringen für die Medienregion 13 Titel mit einer Gesamtauflage von 170.000 Exemplaren heraus. Andere Zeitungsunternehmen (*Schwäbische Zeitung*, *Südwest Presse*, *Aichacher Zeitung*) sind hier mit Beteiligungsunternehmen engagiert.

Die Augsburger Mediengruppe ist früh mit erheblichem Kapitaleinsatz und umfassend in den Privatfunk eingestiegen. Das Unternehmen hat sich auch nicht vor Investments außerhalb des Stammgebiets gescheut. Es besitzt heute an den drei Mediengesellschaften bayerischer Zeitungsverlage jeweils rund 10 Prozent und hält durchgerechnet über ein Viertel der Anteile an der Holding RBTZ, die ihrerseits mit gut 40

### Forderung nach Pressevielfalt in Dortmund

Prozent an einem der führenden Lokalfunkunternehmen, der Studio Gong, beteiligt ist. Studio Gong und eine der Mediengesellschaften der Verleger halten jeweils knapp ein Drittel der Anteile am Rahmenprogrammanbieter BLR, der die meisten bayerischen Lokalradios versorgt. Über ihre Zwischenholding rt1.media group GmbH hält die Mediengruppe beispielsweise auch einen Anteil (11 %) an münchen.tv. Das Unternehmen arbeitet außerdem als regionaler TV-Dienstleister für bundesweite Programme.

**Rundfunkbeteiligungen.** In Schwaben hat die Verlagsgruppe keine Beteiligungschance an Rundfunkaktivitäten ausgelassen: Beim Lokalfernsehen augsburg.tv, dessen Vorläufer schon 1994 auf Sendung ging, hält sie gut 40 Prozent und indirekt weitere Anteile über die Beteiligung von Studio Gong (12,6 %). Gleichfalls gut 40 Prozent trägt der Sankt Ulrich Verlag. Das Programm ist in der gesamten Medienregion zu sehen. Das werktägliche Magazin a.tv aktuell erreicht 37.000 Zuschauer nach der Funkanalyse Bayern 2011. Der Kreis Neu-Ulm gehört zum Sendegebiet des Nachbarprogramms Regio tv Schwaben, an dem die Augsburger gleichfalls beteiligt sind (26 %).

Bei den Lokalradios besitzt die Mediengruppe vollständig das Programm hitradio.rt1, das von Augsburg aus die Stadt und den Kreis sowie den Kreis Aichach-Friedberg und Teile des Kreises Landsberg erreicht. Beim Nachbarprogramm hitradio.rt1 Nordschwaben sind die Augsburger mit knapp 60 Prozent dabei. Das Programm ist auf die Kreise Dillingen und Donau-Ries ausgerichtet. hitradio.rt1 Südschwaben

<sup>2</sup> Vgl. Röper, Horst: Zeitungsmarkt 2012: Konzentration erreicht Höchstwert. Daten zur Konzentration der Tagespresse in der Bundesrepublik Deutschland im 1. Quartal 2012. In: Media Perspektiven 5/2012, S. 268–285, hier 278ff.

sitzen die Augsburger auch am Privatfunk im Süden Schwabens über den Allgäuer Zeitungsverlag. Die Anzahl der Portale mit lokaljournalistischem Angebot ist in Relation zur Größe der Medienregion begrenzt. Die Augsburger Mediengruppe ist an immerhin neun der insgesamt 25 Portale mindestens beteiligt.

Die Mediengruppe um die *Augsburger Allgemeine* ist auch im gesamtdeutschen Zeitungsmarkt durch Zukäufe immer wieder gewachsen. Das Mutterunternehmen, die Presse-, Druck- und Verlags GmbH, die vollständig der Familie Holland gehört, hat schon in den frühen Jahren der Republik Kooperationsverträge mit Verlagen von Lokalzeitungen im Regierungsbezirk geschlossen. Diese Kooperationen wurden auf Beteiligungen und letztlich oft auf Übernahmen ausgedehnt, bis das Unternehmen im großflächigen Markt die Angebots- und Anbieterstrukturen zu seinen Gunsten geregelt hatte. Mit der gewachsenen Größe wurden später auch große Deals realisiert: In Ostdeutschland haben sich die Augsburger nach der Wende mit einem Drittel am *Nordkurier* in Neubrandenburg beteiligt. Deutlich größer war das Investment 2010, als sie die Zeitungsgruppe Main-Post in Würzburg vom Holtzbrinck-Konzern übernommen haben. Ende 2011 kamen 51 Prozent an der Südkurier GmbH in Konstanz dazu, die unter anderem die gleichnamige Tageszeitung verlegt. Die übrigen Anteile hält weiterhin der Holtzbrinck-Konzern. Unter den auflagenstärksten Verlagsgruppen in Deutschland nehmen die Augsburger inzwischen Rang 8 ein.<sup>2</sup>

## Medienkonzentration in NRW

Die Studie über die „Multimedialen Anbieter- und Angebotsstrukturen auf lokaler Ebene“ hat gezeigt, dass ähnlich wie in Schwaben viele Medienregionen inzwischen geprägt werden von der Dominanz jeweils eines multimedial agierenden Zeitungsunternehmens. Zu einem ähnlichen Befund kommt der Konzentrationsbericht der Landesanstalt für Medien Nordrhein-Westfalen (LfM). In diesem Bericht werden nicht einzelne Medienregionen untersucht, sondern die Angebots- und Anbieterstrukturen aller lokal informierenden Medien im gesamten Bundesland NRW. Die so genannte Zeitungsdichte, also die Anzahl von konkurrierenden Zeitungen mit lokaler Information in den Gebietskörperschaften, war in NRW stets wesentlich größer als in den anderen Flächenstaaten. Dies gilt auch heute noch weitgehend, aber der Konzentrationsprozess im Zeitungsmarkt hat in den letzten Jahren auch in NRW die Zeitungsdichte erheblich verringert. Der Anteil der Bürger ohne Auswahl beim Zeitungskauf, weil sie in Monopolgebieten leben, ist stetig gewachsen. Damit ist zugleich die Bedeutung des Lokalfunks gestiegen, der eine willkommene Ergänzung zum verringerten Angebot an Tageszeitungen gerade in Bezug auf die lokale Information ist.

Zeitlich parallel ist das Angebot an Anzeigenblättern und deren Gesamtauflage gestiegen. Auch die Anzeigenblätter haben schon vor Jahren eine flächendeckende Verbreitung in ganz NRW erreicht. Dabei wurde zugleich die Erscheinungshäufigkeit gesteigert. Viele Blätter werden inzwischen zweimal wöchentlich verteilt. Dies gilt nicht nur für die Großstädte mit ihren relativ geringen Vertriebskosten, sondern auch für die Mehrzahl der Landkreise. Statistisch werden je-



**Engagiert in der Tarifrunde 2011 – Mitarbeiter der Augsburger Allgemeinen**

wird in der Stadt Memmingen, dem Kreis Unterallgäu und in Teilen des Kreises Günzburg ausgestrahlt. Durchgerechnet sind die Augsburger auch an diesem Programm mit rund 60 Prozent beteiligt. In Augsburg besteht allerdings Konkurrenz durch das Programm Radio Fantasy, das je hälftig dem Radiounternehmer Peter Bradl (Künstlername Peter Valentino) und Studio Gong gehört.

Der Kreis Neu-Ulm ist Teil des Verbreitungsgebietes des Lokalradios Donau 3FM, das seinen Sitz jenseits der Landesgrenze in Ulm hat. Studio Gong ist Gesellschafter des Veranstalters und damit indirekt auch die Augsburger. Umfangreiche indirekte Beteiligungen be-



## SCHLISSUNG DER WR-REDAKTIONEN IN DORTMUND UND UMGEBUNG

✕ Schließung

Hauptredaktion  
 Lokalredaktion und Vertessatz  
 Lokalredaktion  
 Redaktionsbüro



\*Westfalenpostredaktion zunächst geschlossen, nun wieder neu eröffnet  
Quelle: Formatt-Institut 2013; Grafik: Spieckermann



dem Haushalt in NRW inzwischen 2,6 Exemplare wöchentlich zugestellt. Anzeigenblätter leisten mehrheitlich eine spezifische Lokalberichterstattung, bei der Vereinsberichte und die Servicefunktion eine bedeutende Rolle spielen. Bei den Sonntagsblättern kommt zum Teil mit einem erheblichen Umfang die aktuelle Sportberichterstattung hinzu. Nicht zuletzt wegen ihrer begrenzten Erscheinungsweise sind Anzeigenblätter aber kein Äquivalent zu Tageszeitungen.

Auch das Angebot an lokalen oder regionalen Zeitschriften ist größer geworden. Aktuell werden in NRW 201 Titel mit einer Gesamtauflage von knapp 4 Mio. Exemplaren verlegt. Die Mehrheit erscheint monatlich. Nur der kleinere Teil der Gesamtauflage wird an Abonnenten oder im Einzelverkauf abgesetzt, zumal die hochauflagigen Titel in der Regel kostenlos abgegeben werden. Anders als Anzeigenblätter werden sie nicht den Haushalten zugestellt, sondern an stark frequentierten Plätzen zur Mitnahme ausgelegt.

In den 70er Jahren gab es noch Titel der sogenannten Alternativpresse, die redaktionelle Konzepte entwickelten, mit denen gerade „vernachlässigte“ Themen in den Fokus gerückt werden sollten. Als einer der letzten Vertreter dieses Typs kann der in Köln erscheinende Titel *StadtRevue* angesehen werden. Im Gegensatz dazu gibt es heute die hochauflagigen Kostenlos-Magazine wie *heinz*, *Coolibri* und andere, bei denen Veranstaltungskalender im Mittelpunkt stehen. Die Auswahl der Veranstaltungen ist auf das Interesse einer jungen Zielgruppe ausgerichtet, die besser als andere über Werbung vermarktet werden kann.

**Lokale Internetangebote.** Nur ein kleiner Teil der Titel mit deutlich niedrigeren Auflagen betreibt die klassische Lokalberichterstattung. Diese Titel zählen zu den letzten eines einst bedeutenderen Mediums, den so genannten lokalen Wochenblättern, die überwiegend von den Anzeigenblättern verdrängt worden sind. Mehrheitlich leisten die lokalen und regionalen Zeitschriften also bewusst keine inhaltliche Vielfalt, wie sie für die Tageszeitung schon definitorisch mit dem Merkmal der inhaltlichen Universalität vorgegeben ist und auch zur Abgrenzung von den Fachtageszeitungen dient (etwa *Handelsblatt*).

Inhaltlich mit einer enormen Breite hat sich dagegen das Angebot im Internet entwickelt. Die Lokalberichterstattung hat dabei schon seit einigen Jahren eine große Bedeutung. Praktisch alle Anbieter aus den klassischen Medienbereichen unterhalten eigene Online-Portale. Dies gilt für sämtliche Zeitungsverlage in NRW und auch für die überwiegende Mehrheit der Anzeigenblatt- und Zeitschriftenverlage. Auch die Anbieter von lokalem Radio oder lokalem Fernsehen sind im Internet mit eigenen Angeboten präsent. Unter publizistischen Aspekten handelt es sich dabei in der Regel nicht um eine Verbreiterung des Angebots, sondern nur um einen anderen Distributionsweg für Nachrichtenmaterial, das von einer bi-medial arbeitenden Redaktion erstellt wird.

Anders verhält es sich bei der zunehmenden Zahl von Online-Portalen, die von neuen Anbietern ohne Verbindungen zur klassischen Medienindustrie angeboten werden. Deren Redaktionen arbeiten aus-

schließlich für das Internetportal und leisten damit einen Beitrag zur Vielfalt. Die Zahl der Anbieter und auch der Angebote steigt, ohne dass allerdings ihre Relevanz im Medienmarkt insgesamt eingeschätzt werden kann, da derzeit noch keine harten Nutzungsdaten – vergleichbar mit den Auflagen- oder Nutzungszahlen für andere Medien – für diese kleinräumigen Angebote vorliegen. Solche Daten werden inzwischen für die größeren Portale erhoben und regelmäßig von der iwv bzw. von der AGOF veröffentlicht.<sup>3</sup> Für die kleinen Anbieter sind diese Messungen allerdings (noch) zu kostspielig.

## Gefährdungspotenzial für Vielfalt

Diese Strukturen werden in der aktuellen Untersuchung dokumentiert und die Konzentrationsproblematik wird sowohl im Bereich der Angebote als auch im Bereich der Anbieter analysiert, wobei cross-mediale Aktivitäten eine erhebliche Rolle spielen. Die Dokumentation ist fokussiert auf die Printmedien und die Online-Portale. Im Zentrum der Darstellung stehen die Zeitungsunternehmen in NRW. Dafür sind zum einen die Bedeutung der lokalen Zeitungen für die lokale Publizistik und zum anderen die stark diversifizierten Strukturen der Zeitungsunternehmen und damit ihre Relevanz auch in anderen Branchen maßgeblich, was zu folgenden Schlussfolgerungen führt:

- Die ehemaligen Zeitungsverlage haben sich zu multimedial agierenden Anbietern entwickelt und sind inzwischen mehrheitlich breit diversifiziert.

- Zeitungsunternehmen sind die wesentlichen Anteilseigner der Betriebsgesellschaften (BG) des Lokalfunks. Die Höhe ihrer jeweiligen Anteile wurde bei der Gründung der BG häufig in Relation zum Marktanteil ihrer jeweiligen Zeitungen im Verbreitungsgebiet des Lokalradios festgelegt. Die meisten Verlage haben diese Beteiligungsmöglichkeiten genutzt und zwar gleichfalls meistens jeweils bei allen Gesellschaften. Ausnahmen hat es schon zur Gründungszeit gegeben. Andere sind im Verlauf der Jahre hinzugekommen, sind aber Ausnahmen geblieben.

- Die Konzentrationsbewegungen im nordrhein-westfälischen Zeitungsmarkt haben gezeigt, dass der Rückzug aus einem lokalen Teilmarkt, beispielsweise durch Aufgabe einer Lokalausgabe, nicht auf den Zeitungsmarkt beschränkt bleibt. In der Regel werden auch andere mediale Aktivitäten für das Teilgebiet eingestellt, so etwa lokale Online-Portale – auch weil die zuvor bi-medial arbeitende Lokalredaktion aufgegeben wurde – und Anzeigenblätter. Ähnliches kann auch für die Beteiligungen am Lokalfunk gelten.

- Auch bei den nur wenigen bestehenden Angeboten des Lokalfernsehens sind in NRW mit einer Ausnahme Zeitungsunternehmen mindestens Mehrheits-eigner. Sie produzieren die kleinen Programme jeweils für Teile des Verbreitungsgebiets ihrer Zeitungen.

- Das Gefährdungspotenzial für die Zeitungsvielfalt wird in der Kombination von relativ niedrigen Auflagenzahlen und geringen Marktanteilen einzelner Ausgaben deutlich. Solche Ausgaben benötigen vielfach

unternehmensinterne Quersubventionen, zu denen die Bereitschaft unter den Rahmenbedingungen eines schwierigen Marktumfeldes sinkt. In der Folge muss auch künftig mit Marktausstiegen gerechnet werden. Reste an Vielfalt werden verloren gehen.

- Der Konzentrationsbericht betont die zentrale Rolle der Tageszeitungen in der Lokalberichterstattung. Andere Medien sind nicht in der Lage, deren Rolle zu übernehmen, schon weil ihnen eine ausdifferenzierte Redaktionsstruktur bis in strukturschwache ländliche Gebiete fehlt. Das zweitgrößte Redaktionsnetz unterhalten die Anzeigenblätter. Deren redaktionelle Leistungen sind aber nur eine Ergänzung, kein Ersatz für jene der Tageszeitungen. Dies schon deshalb, weil knapp 80 Prozent der Gesamtauflage der Anzeigenblätter in NRW von über 25 Mio. Exemplaren von Zeitungsunternehmen stammt oder mit Beteiligung von ihnen erscheint. An Kannibalisierungseffekten mit den Zeitungen hat die Branche entsprechend kein Interesse.

**Stiftungsmodell.** Die Problematik des Vielfaltverlustes ist auch in der Politik angekommen. Um dem grundgesetzlichen Anspruch für Vielfalt im Medien-



angebot zu entsprechen, werden allerdings kaum Handlungsoptionen entwickelt. Den Vorreiter macht derzeit die Landesregierung in NRW. Rot und Grün haben in ihrem Koalitionsvertrag die Errichtung einer „Stiftung Vielfalt und Partizipation“ vereinbart. Zentrales Ziel: Förderung des Journalismus. Das Unterfangen ist schwierig. Zum einen dürfte eine solche Stiftung letztlich nicht vor Marktinterventionen zurückschrecken, die im Printmedienbereich in Deutschland keinerlei Tradition haben. Quasi reflexartig sprach die Opposition denn auch gleich von „Staatsjournalismus“. Die Stiftung muss staatsfern organisiert sein, auch wenn sie staatliche Mittel einsetzen will. Diese Mittel werden zweifellos zu begrenzt sein, um gefährdete Zeitungsausgaben erhalten zu können. Ein besserer Journalismus soll unter anderem mit Bildungsangeboten für die seit Jahren vernachlässigte Weiterbildung von Journalisten und mit Recherche-Stipendien erzielt werden. Die lokale Angebotsvielfalt lässt sich wohl nur mit der Unterstützung von kostengünstigen Online-Portalen erzielen. Noch aber ist das Zukunftsmusik. Die Stiftung soll im nächsten Jahr die Arbeit aufnehmen.<sup>4</sup> ■

<sup>3</sup> Die Informationsgemeinschaft zur Feststellung der Verbreitung von Werbeträgern e.V. in Berlin hat ursprünglich nur die Auflagenzahlen von Printmedien kontrolliert. Später wurde die Kontrolle auch auf Kinobesuche und noch später auf Online-Portale ausgedehnt. Die Nutzungsdaten zu Onlineangeboten werden monatlich veröffentlicht. Im Juni 2012 wurden der iwv 1.154 Angebote gemeldet ([www.iwv.de](http://www.iwv.de)). Die Arbeitsgemeinschaft Online Forschung e.V., kurz AGOF, versteht sich selbst als „Zusammenschluss der führenden Online-Vermarkter in Deutschland“ ([www.agof.de](http://www.agof.de)).

**Demonstration in Rostock für Zeitungsvielfalt im Norden:**  
[www.qualitaet-und-vielfalt-sichern.de](http://www.qualitaet-und-vielfalt-sichern.de)

<sup>4</sup> Die LfM hat den Konzentrationsbericht veröffentlicht:

[http://www.lfm-nrw.de/fileadmin/lfm-nrw/Publikationen-Download/Medienkonzentrationsbericht\\_2012.pdf](http://www.lfm-nrw.de/fileadmin/lfm-nrw/Publikationen-Download/Medienkonzentrationsbericht_2012.pdf)



# Mit einem Tritt auf die Straße

## Kollegen der Frankfurter Rundschau ringen um eine vernünftige Abfindung

SPD-Kanzlerkandidat Peer Steinbrück wick den ehemaligen Beschäftigten der *Frankfurter Rundschau* aus und fuhr großlos davon. Sie protestierten in Hanau beim SPD-Landesparteitag Hessen und forderten von der parteieigenen Medienholding ddivg, ihre Abfindungen und den Sozialplan vorzufinanzieren. Die Zeitung ist verkauft, die Druckerei wird geschlossen, mehr als 400 Beschäftigten wurde gekündigt. Der ddivg gehörten 40 Prozent und dem Medienkonzern DuMont Schauberg 50 Prozent des insolventen Druck- und Verlagshauses Frankfurt (DuV).



Foto: dpa / Nicolas Aimer

**Mitarbeiter des Druck- und Verlagshauses der Frankfurter Rundschau (FR) tragen nach einer Protestkundgebung in Neu-Isenburg (Hessen) ihre E-Mail-Adressen in Listen ein, um in Kontakt zu bleiben.**

Für die Betroffenen wurde eine Transfergesellschaft für sechs Monate eingerichtet. Die Altgesellschafter DuMont Schauberg und die SPD-Medienholding ddivg waren nicht bereit, sie für zwölf Monate zu ermöglichen. Ebenso haben sie es abgelehnt, die Abfindungen nach dem Insolvenz-Sozialplan vorzustrecken, die ohnehin im Schnitt nur 500 Euro pro Beschäftigungsjahr betragen. Die Beschäftigten werden dieses Geld erst in einigen Jahren erhalten. Wer dann bereits Hartz IV bezieht, hat davon nichts, es wird komplett angerechnet. Für den Betriebsratsvorsitzenden des insolventen Unternehmens Marcel Bathis heißt das: „Wir werden mit einem Tritt auf die Straße gesetzt und bekommen nicht mal einen Almosen.“

Dabei hatte SPD-Schatzmeisterin Barbara Hendricks in den Verhandlungen mit ver.di und dem Betriebsrat versichert, dass sie im Prinzip einen schuldenfreien Betrieb hinterlassen. Sie sei optimistisch, dass nach Abschluss des Insolvenzverfahrens genügend Masse für die Abfindungen übrig bleibt.

Weil sie besonders vom Verhalten der SPD enttäuscht sind, protestierten gekündigte Beschäftigte beim SPD-Landesparteitag am 9. März in Hanau. Der

hessische SPD-Landesvorsitzende Thorsten Schäfer-Gümbel versicherte ihnen, es gäbe nach wie vor Gespräche, es sei keine Tür zu. Allerdings sei hier auch DuMont Schauberg gefragt. Er habe auch intern immer deutlich gemacht, dass die von der SPD geforderte soziale Verantwortung auch für die ddivg-Beschäftigten gilt. Manfred Moos, ver.di-Landesfachbereichsleiter kündigte an, noch einmal an die Gesellschafter zu schreiben. Moos wurde deutlich: Wenn dies „nicht hinlängert, wird sich die SPD in Hessen und im Bund auf weitere Besuche einstellen müssen“.

Seit November befand sich das Druck- und Verlagshaus Frankfurt (DuV) mit mehreren Tochtergesellschaften in der Insolvenz. Bis Ende Februar waren DuMont Schauberg und die SPD-Medienholding ddivg bereit, die Löhne und Gehälter zu garantieren. Seit dem 1. März gehört das Blatt der Frankfurter Allgemeine Zeitung GmbH (35 Prozent) und der Frankfurter Societät GmbH (55 Prozent). Beide sind im Besitz der Fazit-Stiftung, der auch die Tageszeitung *Frankfurter Neue Presse* gehört. Erst am 27. Februar, kurz vor Ablauf der Frist, stimmte das Bundeskartellamt dem Kauf durch die neuen Eigentümer zu.

**Zunehmend Leiharbeit.** Übernommen wurden nur 28 Beschäftigte der *FR*-Redaktion von der neu gegründeten Frankfurter Rundschau GmbH. Geplant ist, die Zusammenarbeit mit der Leiharbeitsfirma Pressedienst Frankfurt (PDF) auszubauen. Hier wurden in der Vergangenheit Pauschalisten, aber auch ehemalige *FR*-Volontäre eingestellt. Sie werden deutlich unter Tarif bezahlt. Bisher arbeiten 28 Redakteurinnen und Redakteure für die PDF, die Belegschaft soll auf 40 wachsen. „Damit wäre die Zahl der Leiharbeitnehmer höher, als die der Stammbesellschaft“, stellt Manfred Moos, ver.di-Landesfachbereichsleiter Hessen, fest.

Für mindestens drei Monate sollen die Mantelseiten weiterhin von den Redaktionsgemeinschaften mit der *Berliner Zeitung* geliefert werden. Bisher arbeiten 46 Beschäftigte in den Redaktionsgemeinschaften, aber auch direkt bei der *Berliner Zeitung*. Nach Redaktionsschluss wollte die Geschäftsführung des Berliner Verlags die Belegschaft darüber informieren, wie es nach Ablauf der Frist weitergeht. „Bisher haben wir keine Informationen“, sagt Renate Gensch, Betriebsratsvorsitzende des Berliner Verlags. Wenn die Zusammenarbeit mit der *FR* beendet wird, befürchtet sie, dass es auch dort zu Entlassungen kommt.

Besonders bitter ist die Schließung der Druckerei für die Beschäftigten. Der Betrieb schrieb schwarze Zahlen. Im Januar hatte der Axel Springer Verlag seine Druckaufträge gekündigt. Springer begründete den Schritt mit der unklaren Zukunft der Druckerei. Rund die Hälfte des Umsatzes fiel dadurch weg, neue Eigentümer konnten nicht gefunden werden. Einen Teil der Druckaufträge erhielt die Frankfurter Societäts-Druckerei, die dem neuen Hauptgesellschafter gehört.

An der neu gegründeten Frankfurter Rundschau GmbH soll die Karl-Gerold-Stiftung, wie bisher auch, zehn Prozent halten. Karl Gerold war Verleger, Herausgeber und Chefredakteur der *FR*. Die Stiftung wurde nach seinem Tod gegründet. Er hatte festgelegt, dass die *FR* eine unabhängige, politisch engagierte, links-liberale Tageszeitung bleibt. Die neuen Eigentümer haben versichert, dass das Blatt in diesem Sinne weitergeführt wird.

Silke Leuckfeld ■

Immer aktuell informiert: <http://druck.verdi.de>

# Unverschämte Schuldzuweisung

**Berliner Nachrichten-agentur dapd erneut in Insolvenz**

**dapd**  
nachrichtenagentur

Die Hängepartie um dapd geht in die nächste Runde. Nachdem die Agentur unter Kurzzeitgeschäftsführer Ulrich Ende am 1. März zum zweiten Mal Konkurs anmelden musste, bangen die verbliebenen 180 Mitarbeiter erneut um ihre Existenz. Zwar stimmte am 5. März die Bundesagentur für Arbeit einer Vorfinanzierung der Konkursgeldzahlungen bis einschließlich April zu. Damit können zumindest der laufende Betrieb aufrechterhalten und die ausstehenden Februargehälter (!) überwiesen werden. Aber aufgrund des undurchsichtigen Geschäftsmodells und der schlechten Zahlungsmoral der Investoren geben Brancheninsider der Agentur inzwischen nur wenige Überlebenschancen.

Gerade mal eine Woche vor dem neuerlichen Konkurs hatte der ehemalige N24-Chef Ende noch beim Mainzer MedienDisput in Berlin (vgl. Bericht S. 20) zuversichtlich erklärt, dapd als wettbewerbsfähige Vollagentur mit reduziertem Personal weiterführen zu können. In der Branche wird bezweifelt, dass dies nach dem personellen Aderlass möglich ist. Die ehemalige 40köpfige Sportredaktion wurde im Zuge der Neustrukturierung aufgelöst; den Verlust des für die Auslandsberichterstattung wichtigen Kooperationspartners Associated Press konnte dapd bislang nicht kompensieren. Auch Endes Behauptung, die „Resonanz im Markt“ belege, „dass die Agentur gewollt ist“, entspricht nicht der Realität. Mit Ausnahme von Springer verzichteten inzwischen alle überregionalen Zeitungen – von der *Süddeutschen Zeitung* bis zur *taz* – auf die Dienste von dapd. Auch einige der größten re-

gionalen Zeitungshäuser wie DuMont, WAZ, HNA und Rheinische Post haben ihre Verträge gekündigt oder lassen sie demnächst auslaufen. Mit dem neuerlichen Konkurs dürfte das Kundenvertrauen weitere Einbußen erleiden. Entsprechen miserabel, so wird aus Betriebsratskreisen berichtet, sei inzwischen die Stimmung unter den verbliebenen Beschäftigten. Das Vertrauen zu Ende tendiere „gegen Null“. Angesichts geringer alternativer Beschäftigungsperspektiven auf dem Arbeitsmarkt würden viele „die Zähne zusammen beißen“ und einstweilen weitermachen.

Ende begründete die neuerlichen Schwierigkeiten der Agentur mit den 62 anhängigen Kündigungsschutzklagen ehemaliger Mitarbeiter. Für dju-Bundesgeschäftsführerin Cornelia Haß die „Krönung der Unverschämtheit“. Dies sei der Versuch, „Mitarbeitern, die unrechtmäßig geschasst wurden, die Schuld am Scheitern der Geschäftsleitung zuzuschreiben“. Bei der Kündigungswelle vor dem Konkurs seien soziale Härten nicht berücksichtigt worden. Auffällig sei zudem, dass „Beschäftigte, die lange dabei waren und entsprechend ‚teure‘ Verträge haben, zuerst gekündigt werden sollen“. Den betroffenen Gewerkschaftsmitgliedern werde Rechtsschutz gewährt.

Tatsächlich hängt der neuerliche Konkurs hauptsächlich damit zusammen, dass die versprochenen Finanzausgaben nicht eingehalten wurden. Statt der angekündigten vier Millionen Euro sollen nur 1,5 Millionen eingezahlt worden sein. Die beiden von Ende präsentierten Investoren Wolfgang Pabst und Christoph Bausinger gelten in der Branche als unbeschriebene Blätter. kel ■

## Nordkurier: Vom Saulus zum Paulus?

**„Roll-Back“ zur eigenen Mantelproduktion**

**Nordkurier**

Der *Nordkurier* (NK) streift seinen Mantel ab und will sich von Mitte 2013 an wieder komplett selbst einkleiden, sprich nach vier Jahren wieder zu seiner Vollredaktion zurückkehren. Das kündigte der Geschäftsführer der NK-Verlagsgruppe Lutz Schumacher zwei Monate nach Übernahme des Chefredakteurspostens an. Der 45-Jährige handelt damit gegen den derzeitigen verlegerischen Trend und unterstützt inhaltlich gewollt oder ungewollt die 2008 von DGB, ver.di und DJV in Mecklenburg-Vorpommern aufgelegte Kampagne für Qualität und Vielfalt auf dem Zeitungsmarkt.

Das mit der *Schweriner Volkszeitung* in Form der Redaktionsfirma mv:m betriebene Projekt einer gemeinsamen überregionalen Berichterstattung wird damit eingestellt. In der Mitteilung heißt es explizit „Rückbesinnung“, und es wird eingeräumt, dass eine Leserbefragung bei der Tageszeitung deutliche Schwächen in überregionalen Themen, bei der Landesberichterstattung und im Sport herausgefiltert habe. Künftig setze man daher wieder komplett auf eigene Akzente mit starken regionalen und lokalen Bezügen. Dazu soll die bisher 106-köpfige Redaktion auf bis zu 120 Stellen ergänzt werden. An den 14 Redaktionsvolon-

tariaten soll aber nicht gerüttelt werden. Gern hätte die M-Redaktion den umtriebigen Medienmacher aus Neubrandenburg an dieser Stelle selbst zu Wort kommen lassen, doch an ihn gerichtete Fragen blieben unbeantwortet. So darf spekuliert werden, ob und warum aus dem Saulus nun ein Paulus geworden ist, denn spätestens seitdem Schumacher Anfang 2007 in Münster ein komplettes Lokalredaktionsteam auf die Straße gesetzt hatte und anschließend beim NK als Sanierungseiferer das Verlagsunternehmen in viele Kleinstbetriebe zerstückelt hat, lastet ihm der Ruf eines „Zumachers“ an. Abzuwarten ist der künftige journalistische Weg des NK, ob Schumacher beispielsweise so etwas wie eine Voll- oder eigene Mantelredaktion „light“ mit Discounterprofil a la „Geiz ist geil“ anstrebt oder ein Produkt, für das gilt, dass Qualität auch ihren Preis hat.

Der NK erscheint im östlichen Mecklenburg, in Vorpommern und im Norden Brandenburgs mit 13 Lokaltiteln und bei einer Auflage von zuletzt 85.500 Exemplaren. Zur Verlagsgruppe des NK gehören als Gesellschafter mit einem Anteil von je einem Drittel die Kieler Nachrichten, die Augsburger Allgemeine und die Schwäbische Zeitung. Dieter Hanisch ■





Foto: Christian von Polentz / transifoto.de

## Aus für Tiefdruck in Itzehoe

Protest gegen die Schließung der Prinovis-Tiefdruckerei in Itzehoe vor der Bertelsmann-Repräsentanz Anfang Februar in Berlin. Mehr als 1.000 Menschen verlieren ihren Arbeitsplatz – „eine Katastrophe für die gesamte strukturschwache Region“, kritisiert ver.di. „Die Mehrheitsgesellschafter um Bertelsmann-Besitzerin Liz Mohn und auch die Minderheitsgesellschafter um Friede Springer werden erklären müssen, wie sie angesichts ihrer Milliardenvermögen diesen Kahlschlag verantworten können“, so ver.di-Vize Frank Werneke. Soziale Verantwortung sei nicht nach Marktpreisen verhandelbar. ■

## Transferagentur beim Abendblatt

Nach einer Klage des Betriebsrates und der Einrichtung einer Einigungsstelle wurde für die im Herbst Entlassenen des Berliner *Abendblattes* nachverhandelt. 23 Festangestellte und Pauschalisten der Anzeigenzeitung vom Alexanderplatz hatten Anfang November die Schreibtische räumen müssen – darunter die komplette Redaktion, die gegen ein externes Dumping-Team der DuMont-Tochter MDS Creative ausgetauscht wurde. Da die drastische Reduzierung der bis dahin 50köpfigen Belegschaft einer „Teilschließung“ gleichkäme, verlangte die Interessenvertretung einen eigenen Sozialplan. Anfang Februar wurde er nun unterzeichnet. Danach sind Abfindungen nach dem geltenden Sozialtarifvertrag des Berliner Verlages zu zahlen. Zusätzlich wird ein Budget von 45.000 Euro für Transfermaßnahmen zur Verfügung gestellt, die der Qualifizierung für die Eingliederung in den Arbeitsmarkt dienen sollen. 15 Betroffene, vorwiegend ehemals Festangestellte, hatten Anspruch auf solche Maßnahmen. Elf entschieden sich dafür. Sie nehmen seit nun an Weiterbildungen teil, die von der Agentur für Arbeit co-finanziert werden. **neh** ■

## Faire Honorare für Bildbeiträge

**Schlichterspruch liegt vor – Diskussion erwünscht**

Mit einem Schlichterspruch endet vorläufig das mehr als neun Jahre lange Ringen um faire Honorare für Bildbeiträge in Tageszeitungen. Der Vorsitzende der Schlichtungsstelle Fotohonorare, Professor Dr. Ferdinand Melichar, der langjährige geschäftsführende Vorstand der Verwertungsgesellschaft Wort, legte Anfang Februar das Ergebnis der Schlichtungskommission vor. Beide Seiten – Journalistengewerkschaften und Verleger – haben jetzt drei Monate lang Zeit, dem Schlichtungsspruch zuzustimmen. In der Schlichtung vertrat der BDZV 89 Zeitungsverlage aller Größenordnungen.

Das vorliegende Schlichtungsergebnis besteht aus der unten wiedergegebenen Honorartabelle und weiteren Regelungen. Des Weiteren ist fixiert, dass alle übrigen Vorschriften der 2010 in Kraft getretenen Vergütungsregeln für hauptberufliche Journalistinnen und Journalisten an Tageszeitungen gelten.

Die Vergütungsregeln für Bildhonorare an Tageszeitungen unterscheiden sich von anderen Regelwerken für Bildbeiträge. Sie gelten für alle hauptberuflichen freien Journalistinnen und Journalisten. Dagegen erfasst der seit den siebziger Jahren geltende Tarifvertrag für arbeitnehmerähnliche Personen nur den engen Kreis der arbeitnehmerähnlich Tätigen. Die Vergütungsregeln für Fotohonorare ersetzen auch nicht die Übersichtswerte der Mittelstandsgemeinschaft Foto-Marketing, mit der Durchschnittswerte vor allem professioneller Bildagenturen in der Medienbranche abgebildet werden.

Die Vergütungsregeln enthalten Mindesthonorare für Bildbeiträge in Tageszeitungen, die nicht unterschritten werden dürfen. Sie bilden das Mindestniveau von Honoraren ab, die für die einmalige Nutzung eines Fotos in der Tageszeitung und ggf. deren aktuellen Onlineauftritt zu zahlen sind. Weitere Nutzungen durch den Verlag sind ebenso gesondert zu vergüten, wie der Ersatz von Auslagen. Die Vergütungsregeln erfüllen damit auch die Funktion, den in der Branche zunehmenden Buy-Out-Verträgen entgegen zu wirken. Sie sollen den Fotografinnen und Fotografen die Mehrfachverwertung ihrer Bilder ermöglichen und erleichtern.

Die Gremien der Gewerkschaften und Verlage werden in den kommenden Monaten mit ihren Mitgliedern darüber diskutieren, ob der Schlichterspruch akzeptiert werden kann. Klar ist, dass der Schlichterspruch für beide Seiten ein gutes Stück entfernt von den jeweiligen ursprünglichen Forderungen bleibt. Klar ist weiterhin, dass die praktische Umsetzung der Vergütungsregeln für Tageszeitungen wie im Textbereich erheblichen Aufwand fordert und langfristig nur erfolgreich ist, wenn die Honorare konsequent geltend gemacht werden. Trotz des nicht zum Jubilieren geeigneten Ergebnisses können die in der Schlichtung vereinbarten Honorare bei vielen Kolleginnen und Kollegen zu spürbaren Honorarhebungen führen. Deswegen haben auch die Beisitzer von DJV und dju dem Schlichtungsergebnis zugestimmt. **Red** ■

### Beteiligung

Es kann mitdiskutiert werden unter: <http://dju.verdi.de/-/lcj>



Foto: Bernd Kittenlof

## NDR-Solidarität in Hamburg

Beschäftigte des NDR standen während eines Warnstreiks an der Seite der ver.di-Kolleginnen und Kollegen vom Öffentlichen Dienst in Hamburg. Gefordert wurde eine Lohnerhöhung von 6,5 Prozent mit einem Sockelbetrag als sozialer Komponente und eine Anhebung der Ausbildungsvergütungen um 100 Euro. „Ähnlich, wie wir!“, hieß es auf einem Flugblatt von ver.di im NDR. Die Leitung des NDR habe die Gehalts- und Honorartarifverhandlungen am 12. Februar 2013 mit dem Hinweis abgesagt, sie sei nicht bereit, vor einem Abschluss im Öffentlichen Dienst überhaupt zu verhandeln. „Insofern ist ein Erfolg der Warnstreiks im Öffentlichen Dienst auch für uns von zentraler Bedeutung!“, sind die Rundfunkleute überzeugt und marschierten am 26. Februar im Demonstrationszug mit insgesamt 4000 Teilnehmern mit.

Am 9. März wurde für die rund 800.000 Beschäftigten der Bundesländer ein Tarifergebnis erzielt, das Tarifsteigerungen von insgesamt 5,6 Prozent beinhaltet. Die Anhebung der Einkommen erfolgt in zwei Schritten: zum 1. Januar 2013 um 2,65 Prozent und zum 1. Januar 2014 nochmals um 2,95 Prozent. Auch die Auszubildenden-Vergütungen werden erhöht und eine Übernahme der Azubis zunächst für 12 Monate wurde zugesichert. Zudem gibt es eine Verhandlungszusage für Theater und Bühnen. **Red ■**

## Bavaria Film lässt Tarifverhandlungen scheitern

Die Haustarifverhandlungen zwischen ver.di und dem Film- und Fernsehproduktionsunternehmen Bavaria-Film, das mittelbar im Besitz der ARD-Sender BR, MDR, WDR, SWR und der Landesbank Bayern ist, sind nach der dritten Verhandlungsrunde am 26. Februar gescheitert.

„Trotz erfolgreicher Geschäftstätigkeit und einer Umsatzrendite von 15 Prozent im Jahre 2012 sowie einer erwarteten Rendite von 12 Prozent für das laufende Jahr, war die Geschäftsführung, vertreten durch Matthias Esche, nicht bereit, faire Tarifierhöhungen zu vereinbaren“, kritisierte ver.di-Verhandlungsführer Matthias von Fintel. Das Scheitern sei zudem durch die Bavaria-Geschäftsführung provoziert worden, indem sie als Bedingung für einen Tarifabschluss generell verschlechterte Tarifbindungen für Neueinstellungen vorgeben wollte. „Wir haben es abgelehnt, für hochqualifizierte Medienschaffende ausgerechnet am Medienstandort München längere Arbeitszeiten, weniger Urlaub und schlechtere Gehaltsbedingungen zu vereinbaren. Die Geschäftsführung hat keine wirtschaftliche Notwendigkeit für solche Verschlechterungen vorbringen können, sondern schwammig von Modernisierung gesprochen“, erklärte von Fintel.

ver.di hatte angeboten, bei Fortbestand der bisherigen Tarifregelungen für weitere zwei Jahre einen einjährigen Tarifabschluss mit einer Tarifierhöhung von 3 Prozent und eine Einmalzahlung von 400 Euro zu vereinbaren. Die Bavaria-Geschäftsführung war zwar bereit darüber zumindest zu verhandeln, hat es jedoch abgelehnt, auch künftig 30 Urlaubstage, eine Arbeitszeit von 38 Wochenstunden und nach Berufsjahren ansteigende Entgeltstufen zu vereinbaren. Parallel zur aktuellen Verhandlungsrunde wurde dagegen ab Februar eine freiwillige Einkommenserhöhung von 1,8 bis 2 Prozent für die Bavaria-Beschäftigten angewiesen.

„Die im Aufsichtsrat der Bavaria sitzenden ARD-Intendanten müssen sich fragen lassen, ob sie nur an den Gewinnausschüttungen von rund 4,5 Millionen Euro in 2012 interessiert sind oder auch darauf achten wollen, unter welchen Bedingungen diese künftig erwirtschaftet werden sollen. Dies ist zwar nur eines von vielen, aber ein sehr deutliches Zeichen, dass sich die ARD-Sender zunehmend nicht mehr an faire Regeln halten“, kritisierte von Fintel. **Red. ■**

## ver.di Veranstaltungen und Seminare

**Frankfurt am Main | 14. April, 19 Uhr.** connex.av und Medienforum Rhein-Main laden ein: **„Meine Homepage – mit einem Bein im Knast?“** Ein wenig Internetrecht für Webseitenbetreiber – vom Web-Impressum über Links und Frames bis zur Suchmaschinenbeeinflussung. An dem Abend wird es um die Fallstricke beim eigenen Web-Auftritt gehen. Wo drohen Konflikte mit dem Marken-, Urheber- und Wettbewerbsrecht? Was muss man beachten, um nicht abgemahnt zu werden? Wie trennt man Redaktion und Werbung? Referent: Rüdiger Lühr, Journalist für Urheber- und Internetrecht, mediafon-Berater. Ort: Café Wiesengrund, Am Weingarten 14, Frankfurt (U-Bahn Haltestelle Leipziger Straße). Für einen kleinen Imbiss ist gesorgt. Die Teilnahme an der Veranstaltung ist für ver.di-Mitglieder kostenlos. Nicht-Mitglieder zahlen einen Unkostenbeitrag von 10 Euro. Zur besseren Planung bitten wir um Anmeldung: anja.willmann@connex-av.de

**Hamburg | 22. Mai 17–19 Uhr.** **„Meine Homepage – Mit einem Bein im Knast?“** Internetrecht für Webseitenbetreiber – vom Web-Impressum über Links und Frames bis zur Suchmaschinenbeeinflussung. Referent: Rüdiger Lühr, Journalist für Urheber- und Internetrecht. Moderation: Wolfgang Kreider, Rechtsan-

walt und ver.di-Sekretär. Ort: Gewerkschaftshaus, Besenbinderhof 60, Ebene 9, Raum St. Georg. Die Teilnahme ist kostenlos. Eine schriftliche Anmeldung online: [freie.hamburg.verdi.de/veranstaltungen](http://freie.hamburg.verdi.de/veranstaltungen) ist erforderlich.

**Hamburg | Sonderreihe Steuern.** Neu 2013: Alle Meldungen ans Finanzamt müssen online erfolgen und mit einem elektronischen Zertifikat versehen sein. Deshalb bieten wir diese Sonderreihe an. Beide Seminare sind nur für ver.di-Mitglieder und kosten zusammen 50 Euro, einzeln je 30 Euro.

**4. April 2013, 17 bis 20 Uhr – Seminar-Nr. 1402/13 Steuern II: Buchhaltung und Vorbereitungen:** Softwareeinrichtung und der erste Gebrauch. Wie kommen meine Daten ins Programm? Welche Betriebsausgaben kann ich geltend machen: Arbeitszimmer, Reisekosten, Fortbildung ... Arbeiten mit dem Programm: „Steuer-Spar-Erklärung PC 2013“. Anmeldeschluss 27. März.

**Am 19. April, 17 bis 20 Uhr – Seminar-Nummer 1403/13 Steuern III: Steuererklärung am PC.** Softwarenutzung und der erste Umgang mit dem Finanzamt. Steuererklärung für Selbstständige (Umsatzsteuer-, Jahresumsatzsteuererklärung, Anlage EÜR etc.) Wie erhält das Finanzamt die wichtigen Unterlagen aus dem Programm! Wie funktioniert die ElSTER-Zertifizierung? Anmel-



deschluss 12. April. Anmeldung: [nursen.rencker-luedemann@verdi.de](mailto:nursen.rencker-luedemann@verdi.de) Tel. 040/2858 1181 Fax -89. Wir arbeiten ausschließlich mit dem Programm „Steuer-Spar-Erklärung PC 2013“ vom Verlag akademische Arbeitsgemeinschaft, das ihr beim ver.di-Mitgliederservice günstig für 22,95 Euro bestellen könnt.

**Berlin | Am 16.04.2013 9.30 bis 16.30 Uhr. Tagesseminar „Existenzgründung für Journalisten, Medienberufler und Künstler“.** Im Seminar werden Kenntnisse zu den Rahmenbedingungen einer freiberuflichen Existenz in Medien- und künstlerischen Berufen vermittelt. Die Teilnehmer sollen mit dem Seminar in die Lage versetzt werden, Chancen und Risiken einer Selbständigkeit beurteilen zu können, sowie die Besonderheiten für Ihre Berufsgruppen kennen und nutzen zu lernen. Für bereits erfolgte Gründungen kann das Seminar zur Überprüfung der getroffenen Entscheidungen dienen. Schwerpunkte: Existenzgründung aus der Arbeitslosigkeit, Förderungsmöglichkeiten (z.B. Gründungszuschuss), Anmeldeformalia, soziale Absicherung für Freie (Künstlersozialkasse), betriebswirtschaftliche und steuerliche Aspekte, Gemeinschaftsgründungen. Referent: Bernd Hubatschek, MKK Consult Ort: Raum 4.12, Köpenicker Str. 30, 10179 Berlin Anmeldung: [andreas.koehn@verdi.de](mailto:andreas.koehn@verdi.de) Gebühren: ver.di/dju Mitglieder zahlen 13.00 €, Nichtmitglieder zahlen 60,00€

**Frankfurt am Main | am 13. Mai von 10 bis 18 Uhr, und am 14. Mai von 9 bis 17 Uhr. „Selbstbewusst in die Akquisition!“ ein Seminarangebot der ver.di-Selbstständigen.** In diesem Seminar für Freiberufler/innen und Selbstständige wird vermittelt, dass Kundengewinnung mit guter Vorbereitung und strukturiertem Vorgehen kein lästiges Klappenputzen sein muss. Du hast die Möglichkeit, Dir einen individuellen Fahrplan der eigenen Akquisitionsstrategie zu erstellen. Dazu werden wir in Einzel-, Gruppen-, und Plenumsarbeit an folgenden Themen arbeiten: Wie und wo finde ich meine Kunden? Wie passt meine Dienstleistung/Produkt in einen „Verkaufsprozess“? Wie gehe ich gut vorbereitet in ein Akquisegespräch? Welche Gesprächstechniken erleichtern mir ein selbstbewusstes Auftreten? Am Ende legst Du selbst fest, wie Du Deine Verkaufsstrategie in den Unternehmensalltag integrierst. Zielgruppe: Solo-Selbstständige, Freie und Honorarkräfte mit praktischen Erfahrungen in selbstständiger Arbeit. Referentin: Annette Noll, Unternehmensberaterin/Coaching Kosten: Für ver.di Mitglieder 100 Euro.

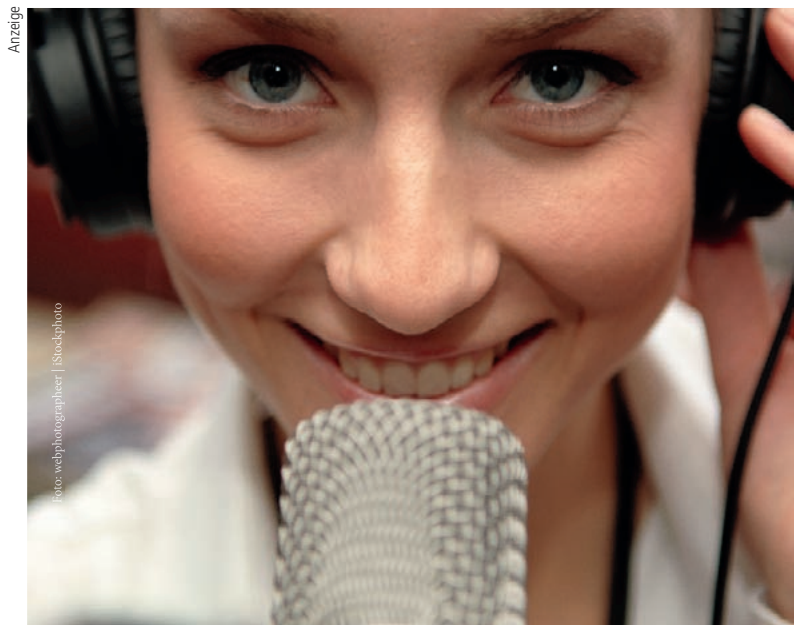
Unser Tipp: Mit der Bildungsprämie können Eigenbeiträge der Seminar-Kosten um 50%, maximal 500,-€, gesenkt werden. Weitere Infos dazu unter: <http://www.bildungspraemie.info/>. Kostenlose Information und Beratung gibt es auch bei der Kollegin Julia Graf (Qualifizierungsberaterin) in Frankfurt: (069) 25 69 19 01.

Verbindliche Anmeldung bitte bei: [Erika.Palm@verdi.de](mailto:Erika.Palm@verdi.de). Bitte Seminartitel sowie die Mitgliedsnummer angeben.

## Guerilla-Taktiken für ver.di-Aktive

Gegenwehr organisieren, Öffentlichkeit herstellen, aus der Situation des Einzelkämpfertums ausbrechen – das Know How dafür brauchen in Konfliktsituationen immer mehr Freie und Selbstständige, aber auch abhängig Beschäftigte. In diesem neuen Seminar wird gezeigt, dass auch wenige Akteure viel bewegen können. Karl Kirsch (Dozent) und Gundula Lasch (Journalistin) erklären, wie man spektakuläre Aktionen auch ohne Budget oder massenhaft Manpower organisieren kann. Vermittelt werden Techniken, aus den konkreten Bedürfnissen und der Situation der Teilnehmer/innen heraus Ideen für Aktionen zu entwickeln und sie in Pläne und schließlich in konkrete Vorhaben umzusetzen. Flankierend gibt es Informationen über den rechtlichen Rahmen, Hinweise zur Öffentlichkeitsarbeit und zum Umgang mit den Medien. Das eintägige Seminar kann ggf. auch verlängert werden bzw. zur Vorbereitung und/oder Begleitung einer konkreten Aktion dienen. Die Buchung ist über alle Gliederungen möglich. **bela ■**

Die detaillierte Seminarbeschreibung unter: [http://freie.verdi.de/service\\_fuer\\_selbststaendige/bildung/data/Workshop%20Solo-Partisanen.pdf](http://freie.verdi.de/service_fuer_selbststaendige/bildung/data/Workshop%20Solo-Partisanen.pdf)



## Ein wertvoller Beitrag zu Ihrer Altersversorgung:

Bis zu 100 % gibt 's von Ihrem Auftraggeber dazu.

Die Altersversorgung für Freie.

Weitere Informationen unter: [www.pk-rundfunk.de/mmm](http://www.pk-rundfunk.de/mmm)

## Radio Bremen korrigiert seinen Outsourcing-Kurs

Radio Bremen (RB) ist offenbar aus Fehlern klüger geworden: Die 2006 komplett ausgelagerte RB-Produktionstechnik namens Bremedia wird wieder etwas enger an das Mutterhaus angebunden. Außerdem muss sie nicht mehr so viel Geld wie bisher an den Miteigener Bavaria Film abführen.

Es war das wohl weitestgehende Outsourcing innerhalb der ARD, als Radio Bremen seine komplette Produktion in eine gemeinsame Tochter mit der Bavaria auslagerte – trotz aller Proteste von Betroffenen. Knapp 150 RB-Angestellte, fast ein Drittel der damaligen Belegschaft, wechselten zur neuen Bremedia. Ihr Gehalt blieb das alte, aber alle seitdem neu Eingestellten – bis heute rund 75 – sind um fast ein Drittel schlechter gestellt. So wollte der finanzschwache Sender schrittweise Kosten einsparen. Außerdem sollte die Bavaria Fremdaufträge nach Bremen holen.

Doch nach fünf Jahren stellte eine Projektgruppe unter Mitwirkung von Belegschaftsvertretern Konstruktionsmängel fest. Die Folge: Nachverhandlungen zwischen Bremen und München. Was dabei herauskam, ist zum 1. Februar in Kraft getreten: Statt der Bavaria hält jetzt RB 51 Prozent der Bremedia-Anteile. Intendant Jan Metzger sieht darin „ein Symbol in die Belegschaft hinein, dass das unsere Bremedia ist“. Wichtige Entscheidungen werden aber mit Drei-Viertel-Mehrheit gefällt. Der Bremedia-Betriebsrat behält seine zwei Sitze im Bavaria-Konzernbetriebsrat. Die oft kritisierte 20-prozentige Garantieverzinsung, die die Bremedia jährlich an die Bavaria für ihr Startkapital zahlen musste, entfällt. Die umsatzorientierte Konzernumlage an die Bavaria (fast 450.000 Euro pro Jahr) wird ersetzt durch eine weniger als halb so hohe Pauschale für Dienstleistungen wie Rechtsberatung oder Buchhaltung.

Außerdem haben RB und Bavaria zwei Absichtserklärungen unterschrieben: Nach dem über sechs Millionen Euro teuren, verlustreichen „Nils Holgersson“-Film meidet die Bremedia künftig internationale Koproduktionen und setzt eine Grenze beim Preis normaler Fernsehfilme: etwa zwei Millionen. Künftig will die Bremedia für ihre 210 Beschäftigten weitere Geschäftsfelder entwickeln: „Junge crossmediale, innovative Formate, jenseits vom Hochglanzgeschäft“, wie Metzger sagt. Aus Metzgers Sicht hat sich die Ausgliederung schon deshalb gelohnt, weil sie den Standort sichere – auch wenn er kein genaues Datum kennt, ab dem sie sich auch finanziell rentiert. Und er hält Bremedia für ein nachahmenswertes „sanftes Modell“, um von den „nicht mehr zeitgemäßen Standards unserer beschützten öffentlich-rechtlichen Welt allmählich herunterzukommen“. **Eckhard Stengel** ■

### Am Rande:

Radio-Bremen-Intendant Jan Metzger (57) hat vor seinem Amtsantritt 2009 ein Jahresgehalt ausgehandelt, das 2011 rund 242.000 Euro betrug. Damit liegt er im Mittelfeld der ARD, obwohl sein Sender mit 215 Festangestellten der kleinste und ärmste ist. Seine Rechtfertigung gegenüber M: „Wenn ich mich mit meinen ARD-Kolleginnen und -Kollegen vergleiche, dann habe ich in diesem ständig gefährdeten Sender gewiss eine durchaus heikle Aufgabe.“ **stg** ■

# Schon entdeckt?

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



[www.idw-online.de](http://www.idw-online.de)

## Informationsdienst Wissenschaft idw

Die Anfänge stammen aus dem alten Jahrtausend, aber der Blick der Mitarbeiter des „Informationsdienstes Wissenschaft – Nachrichten, Termine, Experten“ ist in die Zukunft gerichtet: Sie arbeiten am Relaunch ihres Nachrichtenportals [idw-online.de](http://idw-online.de), das in der dritten Märzwoche präsentiert werden soll. Übersichtlicher soll es werden, erklärt idw-Leiter Bernd Rasche, nicht mehr so textlastig, die Farben blau und grün dominieren. Die Angebote für Journalistinnen und Journalisten werden verbessert.

Denn der idw ist 1995 von den Pressestellen der Unis Bayreuth, Bochum und Clausthal-Zellerfeld gegründet worden, um die Kontakte und den Wissenstransfer von der Wissenschaft in den Journalismus zu verbessern. Gleichzeitig hatte sich der idw vorgenommen, die Arbeit der Hochschulpressestellen zu professionalisieren. Bis heute werden bei einer Neuaufnahme – pro Jahr etwa 25 – ausführliche Gespräche geführt über die Qualitätsstandards des idw. Pressemitteilungen können um den idw-Preis konkurrieren. Gewonnen haben für 2012 gerade die Unis Bochum und Münster und die Max-Planck-Gesellschaft in München. Werden die Standards, vor allem die korrekte Eingruppierung und die Relevanz, nicht eingehalten, droht die Gelbe Karte. Eine Rote Karte habe es noch nicht gegeben, erklärt Rasche lachend.

Ende 2012 hatten sich dem idw 900 Institutionen aus der universitären und der industriellen Forschung sowie aus der Bildungspolitik angeschlossen, überwiegend aus dem deutschsprachigen Raum. Wer weltweite Informationen sucht, findet dies bei [alphagalileo.org](http://alphagalileo.org). 10.634 angemeldete Journalistinnen und Journalisten nutzten 2012 das Angebot des idw, der monatlich rund 335 Termine von Kongressen et cetera ankündigt und zirka 1.700 Mitteilungen veröffentlicht. Wer sich, wie 710 Kollegen, mit Presseausweis akkreditiert, hat den Zugriff auf Meldungen mit Sperrfrist.

Die „Speisekarte“ kann sich beim idw für einen individuellen Newsletter jeder selbst zusammenstellen und ankreuzen, aus welchen Fach- und Themengebieten und welchen Regionen die Meldungen kommen sollen. Ebenso, wie oft sie serviert werden: gleich bei Erscheinen, einmal täglich, einmal wöchentlich, was die meisten bevorzugen. Der Veranstaltungskalender kann als eigener Newsletter bestellt werden. Für den Urlaub kann der Nutzer die Lieferungen unterbrechen.

Doch der idw liefert nicht nur Nachrichten, sondern auch Namen: Im „Expertenmakler“ versuchen die Mitarbeiter des idw, für jede eingehende Frage von Journalisten (etwa 50 im Monat) die passenden Fachleute zu finden. Zu besonderen Ereignissen von Fukushima bis zu aktuellen Lebensmittelkrisen stellt der idw Expertenlisten zusammen und versendet sie an die eingetragenen Nutzer.

Das Potenzial für die künftige Entwicklung des idw schätzt idw-Chef Rasche hoch ein. Das Nachrichtenportal zählt derzeit etwa 27 Millionen Page Impressions im Monat. Eine ganze Reihe potenzieller Neumitglieder befinden sich in der Aufnahmephase. **Susanne Stracke-Neumann** ■



# Auskunftsrechte geschwächt

**Urteil: Landespressegesetze auf Bundesbehörden nicht anwendbar**

Das Bundesverwaltungsgericht hat am 20. Februar 2013 entschieden, dass die Pressegesetze der Länder auf Bundesbehörden nicht anwendbar sind. Ein „Minimalstandard an Auskunftspflichten“ gegenüber der Presse sei aber durch das Grundrecht der Pressefreiheit in Artikel 5 des Grundgesetzes garantiert. Die dju in ver.di fordert deshalb, den Auskunftsanspruch für Journalisten durch ein Bundesgesetz zu sichern.

„Pressefreiheit vor Gericht“ – so titelten Medien bereits im Vorwege. Denn im Prozess eines *Bild*-Reporters gegen den Bundesnachrichtendienst ging es außer der verweigerten BND-Auskunft über die Nazi-Vergangenheit einstiger Mitarbeiter grundsätzlich auch um den Auskunftsanspruch der Presse, der in den Landespressegesetzen festgeschrieben ist. Dass dieser Auskunftsanspruch auch für Bundesbehörden gilt, wurde bisher nur von einzelnen Juristen in Frage gestellt. So gibt es etliche Urteile des Verwaltungs- und Oberverwaltungsgerichts Berlin zu Presseauskünften von Bundesbehörden.

Eingeschaltet in den Leipziger Prozess hatte sich allerdings das Bundesinnenministerium. Sein soge-

nannten Vertreter des Bundesinteresses (VBI) beim Gericht hatte in seiner Stellungnahme die Ansicht vertreten, dass Bundesbehörden weder durch die Landespressegesetze noch auf Basis des Grundgesetzes zur Auskunft verpflichtet werden könnten.

Dem folgten die Richter zwar nur im ersten Punkt, beschränkten mangels einer bundesgesetzlichen Regelung des presserechtlichen Auskunftsanspruchs diesen aber auf Informationen, die bei der auskunftspflichtigen Behörde aktuell vorhanden sind. Mit der Begründung, das grundrechtliche Auskunftsrecht führe nicht zu einer Informationsbeschaffungspflicht der Behörde, wies das Gericht die Klage ab (Az.: BVerwG 6 A 2.12).

Als „nicht hinnehmbaren Eingriff in die grundgesetzlich geschützte Pressefreiheit“ kritisierte die dju dieses Urteil. Die Journalistengewerkschaft unterstützt die Gesetzesinitiative der SPD-Bundestagsfraktion für ein Presseauskunftsgesetz des Bundes, das Journalisten die gleichen Auskunftsrechte gegenüber Bundesbehörden einräumt, wie sie diese in allen 16 Bundesländern gegenüber Landesbehörden haben. **lü ■**



Foto: Fotolia / mupic

## Leistungsschutzrecht für Presseverlage beschlossen

Der Deutsche Bundestag hat mit den Stimmen der Koalition am 1. März das umstrittene Leistungsschutzrecht für Presseverlage beschlossen. Es räumt ihnen das ausschließliche Recht ein, Presseerzeugnisse zu gewerblichen Zwecken im Internet öffentlich zugänglich zu machen. Für systematische Zugriffe auf verlegerische Leistungen sollen Suchmaschinen und andere Dienste künftig Lizenzen erwerben müssen. Nicht betroffen sein sollen „einzelne Wörter oder kleinste Textauschnitte“. Zumindest recht kurze Auszüge aus indextierten Presseartikeln in Form von „Snippets“ könnten die Betroffenen also weiterhin anzeigen.

Was genau unter „kurz“ zu verstehen ist, bleibt nebulös wie anderes auch. Kein Wunder, dass die Debatte um das Gesetz anhält. Für ver.di ist es ein „unzureichendes Stückwerk“. Das Gesetz vernachlässige in der jetzigen Form die Interessen der Urheberinnen und Urheber, indem es ihnen lediglich eine „angemessene Beteiligung“ an den Einnahmen zuspreche. Konkretere Formulierungen fehlen. „Diejenigen, die die leistungsschutzrechtlich geschützten Inhalte überhaupt erst erbringen, nämlich die Journalistinnen und Journalisten, müssen mit mindestens 50 Prozent an den Erlösen aus den Lizenzgebühren beteiligt werden“, forderte der stellvertretende ver.di-Vorsitzende, Frank Werneke. Wie das gewährleistet werden könne, darüber sollte es sofortige Gespräche geben. Parallel müsse sichergestellt sein, dass das Leistungsschutzrecht über die bestehenden Verwertungsgesellschaften umgesetzt werde. Noch kann das Gesetz jedoch vom Bundesrat am 22. März blockiert werden. **Red. ■**

Anzeige

### Erste Flugzeuge auf dem BER.



Foto: Jürgen Bauweiler/afefrei

### Lassen Sie sich nichts vormachen. Profis recherchieren mit Presseausweis.

Der aktuelle Presseausweis 2013 steckt in den Taschen zehntausender professioneller JournalistInnen. Immer griffbereit. Denn er legitimiert gegenüber Behörden, Veranstaltern und Polizisten. Bei Akkreditierungen, Recherchen vor Ort, bei politischen und sportlichen Großereignissen, in Archiven und Unternehmen. Er weist die Inhaber als hauptberuflich tätige JournalistInnen aus. Er hilft ihnen weiter.

Presseausweise bei ver.di Berlin-Brandenburg, Köpenicker Str. 30, 10179 Berlin, Tel. 030/88 66-54 20, Mo./Di. 9 – 16.30, Mi. 9 – 14.30, Do. 9 – 17 Uhr; [www.dju-berlinbb.de](http://www.dju-berlinbb.de)  
 Presseausweise bundesweit: <http://dju.verdi.de/service/presseausweise/ansprechpartner>

# Enquete-Finale

## Ständiger Ausschuss für Themen „Internet und digitale Gesellschaft“ empfohlen

**Einstimmig entschied der Bundestag vor drei Jahren, eine Enquete-Kommission (EK) „Internet und digitale Gesellschaft“ einzurichten. Ein Jahr später als ursprünglich vorgesehen, beendete dieses Gremium Ende Januar seine Arbeit. Was ist von der anfänglichen Euphorie und Einstimmigkeit geblieben? Während einzelne Arbeitsgruppen noch ihre Ergebnisberichte erstellen, wird bereits in den Medien diskutiert, ob die Resultate den Aufwand rechtfertigen.**

Aufgeteilt in zwölf Projektgruppen befassten sich 17 Bundestagsabgeordnete und 17 Sachverständige, darunter zwei ver.di-Vertreter, mit Themen wie Urheberrecht, Netzneutralität, Datenschutz, Medienkompetenz, Wirtschaft und Arbeit sowie Kultur und Medien. Insgesamt mehr als 200 Sitzungen waren für die Aufgabe notwendig, Empfehlungen für die politische Arbeit des Bundestages zu formulieren.

Ähnlich wie in anderen europäischen Ländern, soll nach der Enquete ein ständiger Ausschuss die Themen weiter bearbeiten, lautet die zentrale Empfehlung der Kommission. Der Bundestag will Ende April über die Ergebnisse dieser 25. Enquete beraten, allerdings haben bis Redaktionsschluss erst fünf Gruppen ihre abschließenden Berichte vorgelegt. Denn strittige Textpassagen führten schon in den Zwischenberichten zu einer unüberschaubaren Anzahl an Sondervoten der Abgeordneten und Sachverständigen.

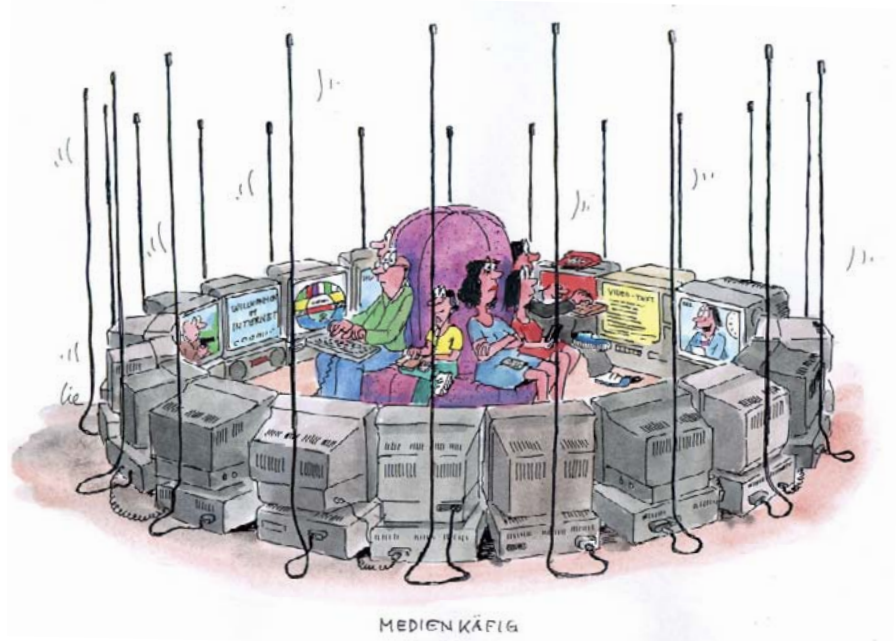
Positiv werten Teilnehmer der EK, dass das Thema digitale Gesellschaft nun in der Politik angekommen ist. Das scheint auch dringend nötig, denn es sei nur wenigen in der Politik bewusst, dass technische Fragen auch ökonomische und juristische Komponenten besäßen, sagte Annette Mühlberg, bei ver.di zuständig für das Thema E-Government, im Gespräch mit der M. Daher begrüße sie grundsätzlich, dass die Enquete in dieser interdisziplinären Form eingerichtet wurde. Sie hätte sich an manchem Punkt eine differenziertere Betrachtung gewünscht: „Beispielsweise hat die Filmbranche andere Probleme als die Musikbranche. Einzelne freie Journalisten haben andere Probleme, als Rundfunkanstalten. Branchenanalysen wären da hilfreich gewesen, fehlten aber leider.“

In der Projektgruppe „Kultur, Medien und Öffentlichkeit“, deren Bericht noch nicht vorliegt, sei heftig um die Zukunft des öffentlich-rechtlichen Rundfunk gerungen worden, sagte Petra Sitte gegenüber M. Sie saß als Bundestagsabgeordnete für die Linke in dieser Gruppe. Es sei zu hoffen, dass aufgrund der Empfehlung der Arbeitsgruppe die Depublikationspflicht der Sender weitestgehend entfallen werde, so Sitte weiter. Eine Forderung, die von vielen Seiten, darunter auch ver.di, schon länger erhoben wird. Nach derzeit geltendem Rundfunkrecht der Länder müssen ARD und ZDF viele Sendungen und Filme nach sieben Tagen aus dem Netz nehmen. Gerade mit der Einführung des Rundfunkbeitrags flammte die Diskussion darüber erneut auf. „Es ist nicht einzusehen, dass mit Mitteln der Allgemeinheit produzierte, also bereits von den Zuschauern bezahlte Sendungen,

der Allgemeinheit nach sieben Tagen nicht mehr zur Verfügung stehen“, begrüßte Frank Werneke, stellvertretender ver.di-Vorsitzender und Leiter des Medienfachbereichs, diese Empfehlung der Kommission.

**Selbstständige stärken.** Im Kampf um angemessene Vergütungen plädierte die Arbeitsgruppe für eine Stärkung der schwachen Position freier Journalisten und anderer Selbstständiger. In diesen Konflikten waren Schlichtungsverfahren bisher ein gängiges, aber oftmals folgenloses Verfahren, da deren Ergebnisse kaum durchgesetzt werden konnten. Das soll sich zukünftig ändern: „Die Enquete-Kommission empfiehlt – übrigens mit den Stimmen aller Fraktionen – eine Verbindlichkeit der Ergebnisse von Schlichtungsverfahren festzulegen“, so die Grünen-Abgeordnete Tabea Rößner. Dazu ver.di-Vize Frank Werneke: „Wir sehen diese Empfehlung der Enquete als einen ersten Schritt in Richtung einer fairen Bezahlung von Urheberinnen und Urhebern. Dadurch wird es leichter möglich, die

Karikatur: Erik Liebermann



sich teilweise über Jahre hinziehende Verschleppungstaktik der Verwerter bei den Verhandlungen über angemessene Vergütungen zu durchkreuzen.“ Die Grünen wollen das Votum der Enquete in Kürze umsetzen: „Wir legen einen Antrag zur Änderung des Urhebervertragsrechts vor“. Diese Reform würde bedeuten, „dass das Schlichtungsverfahren für beide Seiten zu einem bindenden Ergebnis führt“, so Rößner weiter. Auch die Linke hatte 2012 einen Gesetzentwurf zur Novellierung des Urhebervertragsrechts eingereicht, ging jedoch weiter bei ihrem Versuch, Urheber zu stärken: „Wir wollen in diesem Entwurf die Regierung in die Pflicht nehmen, falls Schlichtungen nicht erfolgreich verlaufen“, sagte Sitte. Das sei jedoch anderen in der Enquete zu weit gegangen und habe dann zum vorliegenden Kompromiss geführt. **Uwe Sievers ■**



# Kein Königsweg

## Diskussion mit SPD-Abgeordneten über Medienvielfalt

Schnell war sich die Runde einig, dass es keinen „Königsweg“ geben werde, sondern allenfalls einander ergänzende Maßnahmen, die zu einer Sicherung der Medienvielfalt führen können. Das war aber auch der kleinste gemeinsame Nenner, auf den sich die Teilnehmer beim ersten „Medienpolitischen Dialog der SPD-Bundestagsfraktion“ einigen konnten, der „neue Finanzierungsmodelle für Journalismus“ ausloten sollte.

Keinen akuten medienpolitischen Handlungsbedarf konnte der Präsident des Bundesverbandes der Zeitungsverleger (BDZV), Helmut Heinen, erkennen: „Deutschland ist ein Zeitungsland. Wir erreichen 47 Millionen Zeitungsleser und haben im europäischen Vergleich die höchsten Reichweiten“, gab er zu Protokoll. Das Zeitungsgeschäft sei ein jahrhundertealtes Modell, das auch in Zukunft funktionieren werde. Auflagenrückgänge und sinkende Erlöse aus Anzeigen hätten bereits begonnen, bevor das Internet sich als Informationsmedium durchgesetzt hätte und seien eher soziologisch bedingt. Die Politik müsse durch eine „begleitende Gesetzgebung“ die wirtschaftlichen Bedingungen der Verlage verbessern.

Horst Röper vom Dortmunder Formatt-Institut kritisierte, dass die Zahlen des BDZV nicht von einer staatlichen Pressestatistik bestätigt oder widerlegt werden könnten, die 1996 abgeschafft wurde (Siehe auch Titelthema S. 6 – 10).

Die nordrhein-westfälische Landesregierung will im kommenden Jahr 1,5 bis zwei Millionen Euro über die Stiftung Partizipation und Vielfalt ausschütten, die in Qualifizierungsmaßnahmen, die Erhöhung der Akzeptanz von Lokaljournalismus und eine bessere Vernetzung der Akteure fließen sollen, wie Staatssekretär Marc-Jan Eumann erläuterte. Er sehe eine besondere Betroffenheit von Nordrhein-Westfalen in Bezug auf den Rückgang von Medienvielfalt. Die Landesregierung wolle dagegen ansteuern. Angedacht werde beispielsweise die Einrichtung einer Stiftungsprofessur Lokaljournalismus, eine bis dato bundesweit einmalige Sache. An die Vergabe von Recherchestipendien werde eher nicht gedacht, da die Frage nach Auswahlkriterien, an die die Finanzierung entsprechender Vorhaben gekoppelt sei, „eine sehr komplizierte Materie“ darstelle.

Die Bundesgeschäftsführerin der dju in ver.di, Cornelia Haß, hält Stiftungsmodelle für sinnvoll, die die Medienvielfalt sichern. „Es gibt hier Handlungsbedarf, und zwar über die klassischen Verlagsstrukturen hinaus, die bereits vom abgesenkten Mehrwertsteuersatz profitieren.“ Publizistische Angebote, von der Tageszeitung bis hin zu journalistischen Blogs könnten dadurch unterstützt werden. Bei der konkreten Ausgestaltung lohne ein Blick beispielsweise in die Schweiz. Dort werde derzeit ein Stiftungsmodell diskutiert, bei dem nur profitiert, wer einen so genannten Leistungsvertrag eingeht und sich beispielsweise zu einem hohen redaktionellen Eigenanteil und der Einhaltung sozialer Mindeststandards verpflichtet. Haß sieht darin den Grundgedanken, der sich auch in der ver.di-Forderung nach der Bindung weiterer Steuersubventionen für die Verlage an die Einhaltung sozialer Mindestbedingungen wieder findet: „Gute Arbeitsbedingungen, die nicht nur die ökonomische Unabhängigkeit sichern, sondern auch Raum und Zeit lassen für gute Recherche und ständige Reflektion, zum Beispiel durch Anspruch auf Weiterbildung, sind unabdingbar für guten Journalismus“, machte Haß deutlich. Das gelte für fest angestellte wie für freie Journalistinnen und Journalisten, die im Tageszeitungsbereich von ihrer Arbeit nicht mehr ihren Lebensunterhalt bestreiten könnten, weil die überwiegende Zahl der Verlage nicht entsprechend den Vergütungsregeln zahle. Hier sei die Politik in der Pflicht. Dafür sei nicht nur ein Verbandsklagerecht erforderlich, sondern „im Sinne des Entsendegesetzes eine Möglichkeit der Allgemeinverbindlichkeitserklärung der Vergütungsregeln mit entsprechenden öffentlichen Kontroll- und Sanktionsmöglichkeiten“, forderte Haß.

Auch Stefan Weichert von der Macromedia Hochschule für Medien und Kommunikation sieht politischen Handlungsbedarf: Journalismus müsse als Kulturgut anerkannt und entsprechend gefördert werden, beispielsweise durch eine Journalismussteuer. Aber auch andere Finanzierungsmodelle könnten Medienvielfalt sichern. Dazu zähle der Markt ebenso wie „die Masse“, die mithilfe von Crowdfunding und Stiftungen „punktuelle Anreizsysteme für besonders kostbare Aspekte journalistischer Arbeit“ schaffen könne, wozu beispielsweise die Recherche, Innovation, Medienkritik oder die Qualität gehörten. Der Wille, in diese Bereiche zu investieren, sei bei den Verlagen nicht sonderlich ausgeprägt, daher müssten alternative Wege der Finanzierung gefunden werden.

„Journalismus ist Bestandteil der öffentlichen Daseinsvorsorge“, machte hingegen der Wissenschaftsjournalist Ekkehard Sieker in einem leidenschaftlichen Plädoyer gegenüber den Abgeordneten deutlich. Entsprechend müsse die journalistische Arbeit gefördert werden, beispielsweise durch eine öffentliche Recherchestiftung. **Norma Langohr ■**

Anzeige



## Journalisten-Preis

### Das Kriminalitätsoffer in der Gesellschaft

Der Journalisten-Preis des WEISSER RINGS wird 2013 zum vierten Mal ausgelobt. Im Vordergrund stehen die sensible und aufklärerische Darstellung opferrelevanter Themen sowie Aspekte der Opferproblematik.

Eingereicht werden können journalistische Arbeiten aus den Bereichen Print, TV und Hörfunk, die in Deutschland veröffentlicht wurden.

Der Preis ist mit insgesamt 9.000 Euro dotiert. Darüber hinaus kann die Jury in allen drei Bereichen Sonderpreise vergeben.

#### Einsendeschluss:

30. April 2013

Ausschreibung und weitere Informationen unter

[www.weisser-ring.de](http://www.weisser-ring.de)

oder bei:

WEISSER RING e. V.  
- Journalisten-Preis -  
Weberstraße 16  
55130 Mainz

#### Ansprechpartner:

Veit Schiemann  
Tel.: 06131-8303-42  
Fax: 06131-8303-60  
E-Mail: [schiemann.veit@weisser-ring.de](mailto:schiemann.veit@weisser-ring.de)



# Kaum neue Ufer in Sicht

Eine Zeitungsdiskussion beim Mainzer MedienDisput in Berlin



Fotos: Wolfgang Mair

Sind die Pleiten von FTD, FR und dapd bedauerliche Marktberichtigungen mit Einzelfallcharakter? Oder bilden sie die Spitze des Eisbergs einer tiefgreifenden Medienkrise? Beim Mainzer MedienDisput Ende Februar in Berlin wurden diese Fragen durchaus kontrovers diskutiert.

Als Motto hatten die Veranstalter einen Satz des früheren FTD-Reporters Andrzej Rybak vorangestellt. „Die Journalisten sind wahrscheinlich die Bergarbeiter des 21. Jahrhunderts, die braucht man heutzutage nicht mehr.“ Kaum einer der Diskutanten mochte diese fatalistische Sichtweise teilen. „Pietätlos“ findet es Ulrich Janßen, Bundesvorsitzender der Deutschen Journalisten-Union in ver.di, wie derzeit ein „Zeitungssterben“ herbeigeredet und -geschrieben werde. Von einer Medien- oder Zeitungskrise könne einstweilen keine Rede sein. Den meisten Zeitungsverlagen gehe es „gut, etlichen geht es sehr gut“. Nur gemessen an früheren „goldenen Zeiten“ lasse sich die aktuelle Entwicklung als Krise darstellen. Falsch wäre aber auch eine Verharmlosung der Probleme: sinkende Abozahlen und rückläufige Werbeerlöse seien nun mal Fakt. Janßen begrüßte, dass die Verlage mehr über kostenpflichtige Premiuminhalte nachdächten. Bislang habe sich ihre Kreativität al-



**Ulrich Janßen**

lerdings in Strategien erschöpft, die materiellen Arbeitsbedingungen der Journalisten zu verschlechtern.

Für Maike Rademaker, Betriebsrätin bei Gruner + Jahr und Ex-Redakteurin der Ende 2012 eingestellten *Financial Times Deutschland* gibt es dagegen sehr wohl eine Zeitungskrise. Eine „Journalismuskrise“ vermag sie indes nicht auszumachen. Die gegenwärtige Marktberichtigung sei „schmerzhaft“, vor allem für die unmittelbar Betroffenen. Rademaker zeigte sich aber zuversichtlich, dass es neue Lösungen für die Sicherung des Qualitätsjournalismus geben werde.

**Pessimistisch.** Die freie Journalistin Ina Hartwig, bis 2009 verantwortliche Literaturredakteurin bei der *Frankfurter Rundschau*, outete sich als Zeitungsliebhaberin. Sie kann sich „keine gedeihliche Demokratie ohne eine gedruckte Qualitätspresse“ vorstellen. Die



**Maike Rademaker**



**Ina Hartwig**



**Ulrich Ende**



**Thierry Chervel**

Gesellschaft müsse sich aber fragen, ob sie gute Zeitungen wolle – und zu welchem Preis. Die Perspektive der in Konkurs gegangenen FR beurteilte sie eher pessimistisch. Das FAZ-Konzept laufe darauf hinaus, dass nur ein geringer Teil der 500 Beschäftigten übernommen werde. Eine „absurde“ Vorstellung.

Ulrich Ende, seit kurzem Miteigentümer der vor einigen Monaten in Konkurs gegangenen Nachrichtenagentur dapd, teilte Hartwigs Zweifel. Es sei „keine nachvollziehbare kulturelle Verwandtschaft“ zwischen FR und FAZ festzustellen. Daran, so schwant ihm, werde auch das diskutierte Modell einer FR-Regionalausgabe im Rhein-Main-Gebiet unter Regie der FAZ scheitern. Zuversichtlich äußerte sich Ende zu den Perspektiven der von ihm betriebenen dapd-Sanierung. Unter den gescheiterten Finanzinvestoren Löw und Vorderwülbecke sei die Agentur von 120 auf 300 Mitarbeiter aufgeblasen worden. Mit nur ein wenig betriebswirtschaftlichem Knowhow habe jedem klar gewesen sein müssen, dass sich dahinter „kein gesundes Entwicklungsmodell“ verbergen konnte. So sei etwa die 40 Mitarbeiter starke Sportredaktion „betriebswirtschaftlich nicht relevant“ gewesen, da sie keinen einzigen Kundenauftrag erhalten habe. Nach der dapd-Umstrukturierung sehe er gute Chancen, mit nunmehr rund 200 Mitarbeitern wettbewerbsfähig zu sein. (Nur neun Tage später beantragte Ulrich Ende erneut Insolvenz S. 12)

**Stiefmütterlich.** Einen radikalen „Strukturwandel der Öffentlichkeit“ machte Thierry Chervel, Geschäftsführer der Internet-Kulturplattform „perlentauer.de“ aus. Für Information, „jedenfalls nicht im Sinne allgemeiner journalistischer Information“, wie man sie aus dem 20. Jahrhundert kenne, gebe es „kein Geschäftsmodell mehr“. Alle Medienhäuser hätten das Internet lange Zeit stiefmütterlich behandelt. Die Online-Redaktionen seien zu schlechten Arbeitsbedingungen „in der Garage versteckt“ worden. Seine Formel „Die Zeitung ist tot, es lebe die Information“ half in der Debatte auch nicht so recht weiter.

Anton Hunger, Buchautor und Ex-PR-Chef der Porsche AG, erwartet, dass künftige Generationen sich ihre Informationen überwiegend online beschaffen würden. Dies bedeute aber nicht notwendigerweise das Ende des Printmediums Zeitung. Um zu überleben, müsse die Zeitung aber ihren Charakter verändern: vom Nutzwertprodukt hin zu einem „Medium, das man lesen will, nicht lesen muss“. Als Beispiel nannte er das Skifahren. Dieser Sport sei einst erfun-

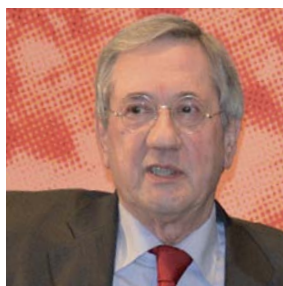


**Moderator Thomas Leif**



den worden, um Post in den Bergen auszutragen. Diese Funktion habe es heute weitgehend verloren, dennoch werde so viel Ski gefahren wie nie zuvor. Wie sich dieses Bild auf die Printbranche übertragen ließe, vermochte Hunger leider nicht zu konkretisieren.

Ulrich Janßen forderte eine qualifizierte Debatte darüber, was der Gesellschaft der Qualitätsjournalismus wert sei. Zur Stützung dieses Journalismus stünden verschiedene Finanzierungsalternativen zur Aus-



Anton Hunger

wahl. Direkte staatliche Subventionen seien denkbar, allerdings „nicht für Medienhäuser, die ihre Beschäftigten unter Tarif bezahlen, die Leiharbeit missbrauchen, die andere soziale Standards verletzen“. Für durchaus sinnvoll hält Janßen „staatsfern organisierte Stiftungen“ zur Aus- und Weiterbildung von festen und freien Journalisten. Das gelegentlich vorgeschlagene Konzept öffentlich-rechtlicher Zeitungen sei „auch innerhalb der Gewerkschaft umstritten“. **kel** ■

# Alte und neue Hüte

## Ethik in Zeiten des Medienwandels – journalistische Selbstkontrolle gefordert

**„Der Presserat kommt mit der digitalen Revolution einfach nicht mit“, konstatierte Medienjournalist Thomas Mrazek. Ein „Defizit“ in der historisch gewachsenen Struktur gestand Lutz Tillmanns, Geschäftsführer des Gremiums ein, aber das System sei „kein alter Hut“. Recht kontrovers verlief eine Podiumsdiskussion über die „Publizistische Selbstkontrolle“ während der Jahrestagung des Netzwerks Medienethik in München: Presserat, Ombudsleute oder Blogs – wie sieht die Medienregulierung der Zukunft aus?**

„Regensburg digital“ heißt das Blog, mit dem der ausgebildete Journalist Stefan Aigner seit 2008 das veröffentlicht, was andere verschweigen. Während die dortige Lokalzeitung z.B. in „PR-Artikeln die tolle Mitarbeiterbindung“ im Möbelkonzern XXXLutz gelobt habe, deckte er 2010 die „beschämende Personalpolitik“ des Unternehmens auf, das die Zahl der Vollbeschäftigten auf 30 Prozent reduziert hatte. Die Veröffentlichung bescherte ihm bundesweite Resonanz und eine Klage, die das Gericht aber zurückwies. „Die beste Kontrolle funktioniert im Internet“, so Aigner, der ganz auf seine Leserschaft setzt, die seinen Blog mittlerweile auch zu 70 Prozent finanziert.

„Bei Repressalien hat der Presserat die Möglichkeit, das öffentlich zu machen“, versuchte Geschäftsführer Tillmanns Aigner zu gewinnen, denn das Gremium könnte auch „für Telemedien zuständig sein, wenn diese sich selbst verpflichten“. Medienjournalist Thomas Mrazek war skeptisch: „Die steinalten Printhaudegen wollen das doch gar nicht“ und die Verlegerseite sei schließlich Geld- und damit Tonangeber.

Diplomatisch zeigte sich Anton Sahlender, Ombudsmann bei der *Mainpost* in Würzburg: „Der Presserat ist ein durchaus anerkanntes Instrument“, werfe aber ein „misstrauisches Auge auf die Konkurrenz, die vor Ort entsteht“. Mittlerweile gibt es in Deutschland neun Ombudsleute, die sich – angebunden an die Chefredaktion – mit Leserbeschwerden befassen. Anfangs sei das „ein harter Kampf“ gewesen. Seitdem er dazu übergegangen sei, die Vorgehensweise seiner Redaktion einfach zu erklären und weniger inhaltlich zu kommentieren, höre er auch Lob: „Schön, dass es Sie gibt!“ Durch die Bearbeitung von Leserfragen sollten Qualität und Glaubwürdigkeit der Zeitung gestärkt werden, so Sahlender. Da das „nichts Rechenbares“ ist, sei das eine „Frage der Kultur des jeweiligen

Medienhauses“. Bei der *Mainpost* gebe es „redaktionelle Leitlinien, die tiefer gehen als der Pressekodex“.

Der Presserat arbeite aber „systematischer“, gab Geschäftsführer Tillmanns zu bedenken, wobei er redaktionserfahrene Ombudsleute durchaus als sinnvolle Ergänzung der bestehenden Selbstkontrolle sah. Die Initiative Qualität im Journalismus, in der u.a. Gewerkschafter, Verleger und Presserat zusammenarbeiten, unterstützt die Ombudsleute, deren Sprecher Sahlender ist. Ombudsleute und Blogger argumentierten, Selbstkontrolle funktioniere bei ihnen schneller als beim Presserat, der drei bis vier Monate für die Beschwerdebearbeitung braucht. Bei ihnen bekommen LeserInnen sofort eine Antwort.

Die „wichtigsten Kontrolleure sind immer noch Leserkommentare“, so Blogger Aigner. Auch wenn sie teilweise „unterirdisch“ seien, schalte er sie zunächst frei, sofern sie nicht strafrechtlich relevant seien. Er beantworte Leserfragen, lasse aber keine öffentliche Diskussion mit anonymen Kontakten zu. Die *Mainpost* hingegen habe ihr Offenes Forum inzwischen geschlossen und publiziere nur noch „kontrollierte Kommentare“, so Sahlender, denn die Ausländerfeindlichkeit einiger Leser sei „ekelhaft“ gewesen. Tillmanns empfahl mit Blick auf die Persönlichkeitsrechte im Pressekodex unbedingt die Moderation von Foren, denn wenn jemand auch nur wenige Stunden im Netz bloßgestellt werde, könne der Ruf schon ruiniert sein. „Wenn man Sexistisches und Rechtsradikales rausschmeißt, ist das nicht Zensur. Die können ihr eigenes Blog aufmachen!“ In der Diskussion wurde deutlich, dass sich in „Prologgeschichten“ auch Stimmungen in der Bevölkerung zeigten und das „Experiment mit dem Pöbel“ nicht abgebrochen werden dürfe. Gegen moralische Grenzverletzungen im Journalismus setzten viele auf mehr Ethik in der Ausbildung und mehr Medienerziehung für die Rezipientenschaft. Einer, der vehement für letzteres eintrat, war der einzige Wissenschaftler unter den Podiumsdiskutanten, der Philosophieprofessor Mathias Rath, zugleich Vorsitzender der Freiwilligen Publizistischen Selbstkontrolle: „Wenn die *Bildzeitung* über 200 Rügen im Jahr bekommt und das keine Folgen hat, wenn die *Westfälische Rundschau* ihre Lokalredaktion abschafft und ihre Abonnenten nicht mit Zeitungsabbestellung reagieren, wenn die Leserschaft Qualitätsverlust nicht wahrnimmt, dann hilft nur Medienbildung.“ **Bärbel Röben** ■

### Link

Mehr zur Jahrestagung „Neuvermessung der Medienethik“ unter: <http://www.netzwerk-medienethik.de/jahrestagung/tagung2013/>

# „Witajšo do nas“

60 Jahre Rundfunk für eine nationale Minderheit

„Witajšo do nas – Seien Sie herzlich begrüßt!“ klingt es täglich aus dem RBB-Funkhaus in Cottbus und MDR-Studio Bautzen. Der Gruß richtet sich an die in der Lausitz, im Spreewald und seiner Umgebung beheimateten Sorben. Das wird auch am 22. März 2013 so sein: An diesem Tag ist der Sorbische Rundfunk 60 Jahre alt.

Fotos: Archiv rbb-Studio Cottbus



Moderatorin 1953

Am 22. März 1953 – am Vorabend des 5. Jahrestages des Gesetzes zur Wahrung der Rechte der sorbischen Bevölkerung – begann der sorbische Rundfunk mit seinem regelmäßigen Programm. Zwar gab es zuvor schon sorbische Sendungen aus den Funkhäusern Leipzig, Dresden, Berlin und Potsdam, aber nicht kontinuierlich. Deshalb entschloss sich das Staatliche Rundfunkkomitee der DDR, auch auf Drängen der Domowina, der sorbischen Interessenvertretung, ein ständiges sorbisches Radio zu gründen. 1952/53 wurde ein Studio in Görlitz eingerichtet. Schwierig war, sorbisch sprechende Journalisten zu finden. Beim DDR-Rundfunk gab es nur einen: Klaus Hemmo vom Deutschlandsender, der aus Krauschwitz/Krušwica stammte. Er wurde erster Leiter des Studios. Drei weitere Mitarbeiter mussten sich zunächst mit der Rundfunkarbeit vertraut machen.

**Mühsame Anfänge.** 70 Minuten betrug die wöchentliche Sendezeit, ausschließlich in obersorbischer Sprache, ausgestrahlt über den noch schwachen Mittelwellensender Reichenbach/Oberlausitz. Ein als Übertragungswagen umgebauter „Horch-Bus“ fuhr in sorbische Siedlungsgebiete zu Reportagen und Berichten; sorbische Musikaufnahmen waren so gut wie nicht vorhanden. Musikredakteur Jan Bulank sah sich in der Lausitz nach geeigneter Musik um. Das damals beliebte „Grenzland-Tanzorchester“ wurde für die ersten Musikproduktionen gewonnen;

auch Solisten, die sorbische Texte singen konnten.

Neben der aktuellen Berichterstattung wagte sich die Redaktion an Hörspielproduktionen. Da das Studio in Görlitz nicht im sorbischen Siedlungsgebiet liegt, entschloss sich die Leitung des DDR-Rundfunks, die sorbische Redaktion nach Cottbus zu verlagern und Radio DDR anzugliedern. Schrittweise wurde die Sendezeit verlängert; zweistündige Sonntagssendun-

gen erweiterten das Programm. Ungeachtet steter politischer Einflussnahme hat sich der sorbische Hörfunk von 1953 bis 1989 große Verdienste um die sorbische Sprache, Kultur und Kunst erworben. In dieser Zeit wurden mehr als 4.000 Titel sorbischer Musik aller Genres produziert, über 100 Hörspiele und Dokumentationen.

In den 80er Jahren bemühte sich die Redaktion um ein weiteres Studio in Bautzen – dem Zentrum der sorbischen Volksgruppe. Seit Oktober 1989 sendet das Sorbische Studio Bautzen (Serbski rozhłós/MDR) an Werktagen ein dreistündiges Frühprogramm in obersorbischer Sprache, das auch über die UKW-Welle Cottbus/Calau (93,4 MHz) zu hören ist. Die einstündige Mittagssendung aus dem Studio Cottbus in niedersorbischer Sprache wird für die Oberlausitz von der UKW-Welle Hoyerswerda des MDR (100,4 MHz) übernommen und abends auf beiden Frequenzen wiederholt. Am Montagabend gibt es Hörfunkangebote für die sorbische Jugend und sonntags drei Stunden zur Mittagszeit für die ganze Familie. Dieses Kulturangebot umfasst u. a. Hörspiele, Literatur und spezielle Musik. Gegenwärtig sendet der Sorbische Rundfunk wöchentlich etwa 33 Stunden. Dazu kommen Fernsehproduktionen in obersorbischer Sprache. Eigenproduktionen sorbischer Musik reichen vom Kinderlied, Volksmusik, Tanz- und Unterhaltungsmusik bis zu konzertanten Stücken, Sinfonien und Oratorien. Regelmäßig finden „RBB-Konzerte sorbischer Musik mit jungen Künstlern“ in Cottbus und Umgebung statt, die großen Zuspruch nicht nur bei den sorbisch sprechenden Lausitzern finden, wie die Leiterin der sorbischen RBB-Redaktion in Cottbus, Marion Stensel, erfreut konstatiert. Besonders wertvoll ist das sorbisch-wendische Tonbandarchiv im Funkhaus Cottbus mit Aufzeichnungen über das sorbische politische, gesellschaftliche und kulturelle Leben, mit einmaligen geschichtlichen Dokumentationen. Das älteste niedersorbische Tondokument stammt aus dem Jahre 1956.

**Zukunftsfragen.** Die Frage, ob sorbische Kultur und Sprache eine Zukunft haben, ist ein immer wieder diskutiertes Thema. Vor 50 Jahren ging die Statistik davon aus, dass etwa 100 000 Sorben in der Lausitz leben; heute könnten es noch 60.000 bis 70.000 sein. Immer weniger junge Sorben in der Niederlausitz und im Spreewald verstehen und sprechen ihre Sprache. Viele haben ihre Heimat verlassen, sind der Arbeit nachgezogen; der Braunkohleabbau ließ auch sorbische Dörfer verschwinden. Trotz intensiver Sprachförderung in Kindergärten, Schulen und anderen sorbischen Einrichtungen geht die westslawische Sprache in der Niederlausitz zurück. In der Oberlausitz wird die sorbische Kultur und das Brauchtum wohl eher erhalten bleiben. Andererseits empfangen sorbische junge Menschen, die nicht mehr im traditionellen Siedlungsgebiet ansässig sind, nun den Sorbischen Rundfunk über das Internet. Zuschriften an die Redaktion, z. B. aus Kanada, bestätigen das.

Wolfhard Besser ■



Cutterinnen im Studio Görlitz 1953 und damaliger Rundfunkwagen



# Menschen machen Film

## Berlinale 2013: ver.di FilmUnion diskutiert über Arbeitsbedingungen

**Immer noch lockt die Filmbranche mit Glitzern und Glamour. Aber die Arbeitsbedingungen hinter den Kulissen sind oft hart, die Honorare reichen teilweise weder für die soziale Absicherung, die Altersvorsorge oder die Ernährung einer Familie. Oft ist der Alltag eher grau als glitzernd. Die Berlinale – größtes Filmereignis in Berlin – bot der ver.di FilmUnion den Rahmen, mit einer gut besetzten Podiumsdiskussion die Situation unter die Lupe zu nehmen. Kaum verwunderlich, dass es dabei immer wieder ums liebe Geld ging.**

Mit einer Bestandsaufnahme läutet Moderatorin Maike Rademacher die Runde ein. Stefan Nowak, freier Kameramann und Vorstandsmitglied der ver.di FilmUnion, schildert seinen Alltag: Er drehe im non-fiktionalen Bereich für Reportagen, Dokumentationen und Wissenschaftsmagazine. Die Programmplätze dafür würden angesichts der ungebrochenen Talk- und Kochlust im deutschen TV jedoch immer rarer. Seit 20 Jahren seien die Honorare gleich geblieben, was für ihn einen „gefühlten Kaufkraftverlust von 50 Prozent“ bedeute. Wenn mal – im Winter nicht selten – kein Job komme, müsse er vom Eingemachten leben.

Der Kameramann schildert sein Geschäft: Wenn ein Produzent einen Auftrag vergibt, biete er dafür ein bestimmtes Honorar. Dafür müsse er aber nicht nur drehen, sondern auch recherchieren, eine Kamera besorgen und den Kameraassistenten bezahlen. Die Produzenten gingen immer mehr dazu über, anstelle von Tagessätzen Pauschalen zu zahlen. Spielt etwa das Wetter für einen Unterwasserdreh nicht mit, werde nicht nachbudgetiert. Für das in der Branche verbreitete Problem macht Nowak die sinkenden Budgetierungen der Sender verantwortlich. „Meine Arbeit ist nichts mehr wert“, lautet Nowaks bitteres Fazit.

**Filmmarkt hart umkämpft.** Die Mehrheit der Produzenten bekenne sich zu ihrer Verantwortung und halte sich an tarifliche Bedingungen, beteuert Alexander Thies, Produzent und Geschäftsführer der Produzentenallianz. Auch Thies klagt über sinkende Budgets. Einerseits werde die gesellschaftliche Bedeutung des Films proklamiert, in der finanziellen Wertschätzung durch Sender und Filmförderung spiegle sich dies aber nicht wider. Zudem drängten Jahr für Jahr neue Produktionsfirmen auf den Markt. Der Wettbewerb werde dadurch härter, die Preise gedrückt. Die 2008 gegründete Produzentenallianz sei eine „Notgemeinschaft der Produzenten, um zu sichern, dass sie wenigstens selbst auf ihre Rente kommen.“

Regina Ziegler, Chefin von Ziegler Film und Produzentin von mehr als 500 Kino- und Fernsehfilmen, sagt: „Wir haben gelernt, mit dem Tarifvertrag zu leben und halten ihn ein.“ Knappe Budgets und die Notwendigkeit, professionell arbeitende Teams zu beschäftigen, zwingen die Produzenten in ein enges Korsett: Öffentlich-rechtliche Sender zahlten für einen 90-Minüter in der Regel 1,3 bis 1,4 Millionen Euro, womit man 20 bis 21 Tage drehen könne. Nichts sei schlimmer als unvorhergesehene Drehver-

zögerungen und Überstunden, deren Kosten letztlich von den Produzenten getragen werden müssen.

Für ver.di-Tarifsekretär Matthias von Fintel kann filmische Qualität nur von Profis geleistet werden, die öffentlich-rechtlichen Sender müssten mehr darauf setzen. Der Preis für Qualität müsse sich in der Gage abbilden, Tarifverträge spielten dabei eine wichtige Rolle. Leider wisse ver.di nicht, welche Firmen nach Tarifvertrag zahlen. Auch die Produzentenallianz mache dies nicht transparent, lasse laut Satzung auch Mitglieder ohne Tarifbindung zu, bedauert von Fintel. Laut Produzentenstudie sei aufgrund regelmäßiger Tarifierhöhungen der Anteil der Personalkosten für Kino und TV von 2000 bis 2012 moderat gestiegen. Im non-fiktionalen Bereich hingegen verhindere kein Tarifvertrag das Durchschlagen von Budgetsenkungen auf die Honorare – ein Beleg für die Wichtigkeit von Tarifverträgen.



Foto: Christian von Polentz / transfotografie

**Fördermittel an Tarifstandards knüpfen.** Angelika Krüger-Leißner, medienpolitische Sprecherin der SPD, hofft auf die anstehende Novellierung des Filmförderungsgesetzes (FFG). An die Fördermittelvergabe sollten Bedingungen – etwa die Einhaltung von Tarifen und Standards – geknüpft werden. Zwar stehe schon seit 2009 im Gesetz, dass die Filmförderanstalten die Belange der Filmwirtschaft und der Beschäftigten unterstützen sollen. „Das Signal wurde aber nicht von jedem Produzenten gehört“, kritisiert sie. In der Novellierung müsse man daher deutlicher werden. Matthias von Fintel hält das FFG bisher für ein reines Wirtschaftsförderungsgesetz, das die Beschäftigtenstruktur kaum im Blick habe. Mit einer Nachweispflicht sozialer Standards bei der Fördermittelvergabe wäre es möglich, Produktionen besser zu vergleichen.

Stefan Nowak schließlich wünscht sich besser kalkulierte Budgets, mit denen Tarifverträge eingehalten werden können und in denen die Honorierung als zweckgebunden festgeschrieben ist. Dass in dieser Hinsicht mehr geht, zeigt der „Hoffnungsschimmer“, ein nicht dotierter Preis für Filme, die unter besonders fairen Bedingungen produziert wurden. Während der Berlinale wurde der Preis zum dritten Mal verliehen, 2013 an den im Januar von der ARD ausgestrahlten Polizeiruf 110 „Fischerkrieg“. **Ute Christina Bauer** ■

**Anregende Gespräche am Rande des Panels (v.l.n.r.):**

**Regina Ziegler (Produzentin), Angelika Krüger-Leißner (filmpolitische Sprecherin der SPD), Stefan Nowak (Mitglied im Vorstand der ver.di-FilmUnion), und Moderatorin Maike Rademacher (Wirtschaftsjournalistin) sowie Alexander Thies (Vorstand der Produzentenallianz)**

Seit 50 Jahren behauptet sich das ZDF erfolgreich im Senderreigen

# Geburtstag auf dem Lerchenberg

**Die ersten Sendungen kamen in Schwarz-Weiß aus Baracken in Eschborn bei Frankfurt. Aus dem Einzelkanal „Zweites Deutsches Fernsehen“ wurde inzwischen längst eine Senderfamilie. Von Anfang an stand das Zweite im Fokus politischer Begehrlichkeiten. Am 1. April wird das ZDF 50 Jahre alt.**

Das erste Geburtstagsgeschenk machte sich der Sender selbst. Erstmals seit 2005 belegte das ZDF im vergangenen Jahr mal wieder Platz 1 im Ranking der bundesweiten TV-Sender. Mit einem Marktanteil von 12,6 Prozent blieben die Mainzer knapp vor dem Ersten und RTL, die jeweils auf 12,3 Prozent kamen. Ein prestigeträchtiger Erfolg, zu dem allerdings maßgeblich die Übertragungen von der Fußball-Europa-Meisterschaft beitragen.

Getrübt wird die Freude durch die medienpolitische Großwetterlage. Die Auseinandersetzungen um den neuen Rundfunkbeitrag, vor allem aber die Sparvorgaben der Kommission zur Ermittlung des Finanzbedarfs der Rundfunkanstalten (KEF) machen den Mainzern zu schaffen. Bis Ende 2016 muss das ZDF im Personalbereich 75 Millionen Euro einsparen – das läuft auf einen Abbau von bis zu 400 der 3.600 Stellen hinaus. Seit Ende 2011 herrscht ein Stellenstopp, wird versucht, ältere Mitarbeiter und Mitarbeiterinnen für den Vorruhestand zu motivieren. Die Maßnahmen zeigen offenbar Wirkung. Zum 1. April 2013 werde er „den bestehenden Einstellungsstopp schrittweise aufheben“, kündigte Intendant Thomas Bellut Ende 2012 an: „Wir müssen den Krisenmodus, in dem wir uns seit einem Jahr bewegen, wieder verlassen.“

**Länderhoheit und Binnenpluralismus.** Unfreiwilliger Geburtshelfer des ZDF war Anfang der 60er Jahre Altkanzler Konrad Adenauer. Dessen Versuch, durch Gründung der privatrechtlichen „Deutschland-Fernsehen-GmbH“ eine Art Regierungs-Fernsehen ins Leben zu rufen, wurde vom Karlsruher Bundesverfassungsgericht in eindrucksvoller Weise abgeschmettert. Der Rundfunk, so urteilten die Verfassungshüter, sei nach deutschem Recht eine „öffentliche Aufgabe“. Der Bund habe hierfür keine Kompetenz „aus der Natur der Sache“. Die alleinige Zuständigkeit für Organisations- und Programmfragen auf dem Gebiet des Rundfunks obliege den Ländern. Nach dem Spruch vom 28. Februar 1961 hatte überdies jeder Veranstalter innerhalb seines Programms für Vielfalt und Ausgewogenheit zu sorgen. Dies solle durch die Mitwirkung gesellschaftlich relevanter Einrichtungen und Organisationen in den Aufsichtsgremien geschehen – die klassische Definition von Binnenpluralismus.

Am 6. Juni 1961 unterzeichneten die Ministerpräsidenten der Länder den Staatsvertrag über die „Errichtung der Anstalt des öffentlichen Rechts Zweites Deutsches Fernsehen“. Er trat am 1. Dezember desselben Jahres in Kraft. Als Standort wurde Mainz auserkoren, nachdem anfangs auch Frankfurt und Düsseldorf im Gespräch waren. Die Besetzung der Führungspositionen unterlag von Beginn an parteipolitischem Postenschacher. Die CDU/CSU bestand auf dem Erstvorschlagsrecht für den Intendanten, die SPD sollte den Programmdirektor bestimmen dürfen, der gleichzeitig stellvertretender Intendant war, die FDP den Verwaltungsdirektor – eine bis heute übliche Aukungelei des Personaltableaus entsprechend den jeweiligen parlamentarischen Kräfteverhältnissen.

**Neues Sendezentrum.** Gründungsintendant wurde Karl Holzamer, den Altkanzler Adenauer bereits für den Spitzenjob in seiner gescheiterten „Deutschland-Fernsehen-GmbH“ vorgesehen hatte. Er eröffnete am 1. April 1963 mit einer Ansprache aus den behelfsmäßigen Studiobaracken in Eschborn das Programm. Slogan: „Am Ersten das Zweite“. Danach kamen die „heute“-Nachrichten, eine weitere Ansprache des damaligen baden-württembergischen CDU-Ministerpräsidenten Kurt Georg Kiesinger, gefolgt von der 90minütigen vorher aufgezeichneten Unterhaltungssendung „Berlin Melodie“. Zeitgenossen nannten das Gelände „Telesibirsk“ – es bestand aus einem Bauernhof und einigen ehemaligen Arbeitslagern. Von einer bundesweiten Ausstrahlung konnte eigentlich noch keine Rede sein: die technische Reichweite lag bei 61 Prozent der Fernsehteilnehmer, ein Wert, der bis 1967 auf 80 Prozent gesteigert wurde. Bereits ein Jahr später kaufte das ZDF von der Stadt Mainz das Gelände für ein eigenes Sendezentrum auf dem Mainzer Lerchenberg, das bis 1974 – mit der Fertigstellung des 14-stöckigen Redaktions- und Verwaltungsgebäudes – stufenweise in Betrieb genommen wurde.

Heute ist der Sender in jeder Landeshauptstadt mit einem Studio präsent. Zehn Jahre nach der Wende eröffnete das Zweite im Berliner Zollernhof sein neues Hauptstadtstudio. Die Auslandsberichterstattung besorgt ein weitverzweigtes Korrespondentennetz mit 18 Auslandsstudios. Längst ist das Zweite, wie es selbst stolz verlautbart, „von einem langjährigen Einkanal-sender zu einer multimedialen Programmfamilie herangewachsen“. Hinzugekommen sind die Partnerkanäle 3sat (1984), Arte (1992), KiKa und Phoenix (bei-



**ZDF-Gründungsintendant Professor Karl Holzamer spricht am 01. April 1963 bei der Eröffnung des bundesweiten Programms in Eschborn zu den Zuschauern.**







Foto: dpa / Koll

de 1997); außerdem die Digitalkanäle ZDFneo, ZDFkultur und ZDFinfo. Im Zeichen von Finanzkrise und Sparappellen der Politik sind letztere in jüngster Zeit unter Beschuss geraten. Erst kürzlich kündigte ZDF-Intendant Bellut an, ZDFkultur (Marktanteil: 0,1 Prozent) zugunsten eines gemeinsam mit der ARD organisierten Jugendkanals einzustellen. Neben dem Einspareffekt wäre dies zugleich ein weiterer Schritt in der Verjüngungsstrategie des Senders. Der Altersdurchschnitt von 61 Jahren hatte dem Zweiten gelegentlich den Spottnamen „Kukident-Sender“ eingetragen.

**Politischer Karriereschacher.** Ende 2009 legte ein Konflikt um die Vertragsverlängerung des damaligen Chefredakteurs Nikolaus Brender die Mechanismen bloß, nach denen im ZDF über Karrieren entschieden wird. Einer Phalanx von CDU-Politikern, angeführt vom damaligen hessischen Ministerpräsidenten Roland Koch, gelang es damals, gegen den ausdrücklichen Wunsch von Intendant Markus Schächter, eine Weiterarbeit von Brender zu verhindern. Dieter Stolte, Schächters Vorgänger in der ZDF-Intendanz von 1982-2002, hat in seinen im Herbst 2012 veröffentlichten Erinnerungen „Mein Leben mit dem ZDF“ eindrucksvoll bestätigt, nach welchen Kriterien am Lerchenberg Personalpolitik läuft. Wie schon Adenauer und andere Kanzler hatte auch der Pfälzer Helmut Kohl als ZDF-Verwaltungsratsvorsitzender die Besetzung der Spitzenpositionen zur Chefsache gemacht. Demnach war der Intendant in der Regel CDU-nah, der Chefredakteur ein den Sozis genehmer Kandidat, der Programmdirektor wiederum eher konservativer Couleur. Dem Politschacher der jeweiligen Freundeskreise fielen mehrfach hochqualifizierte Bewerber zum Opfer. Ideale Kandidaten wie Unterhaltungschef Peter Gerlach oder Fernsehspiel-Leiter Hans Janke bekamen so nie eine echte Chance auf einen Direktorenposten.

Nach wie vor hat sich an der fragwürdigen Zusammensetzung der ZDF-Gremien nichts geändert. Vor allem im 14köpfigen Verwaltungsrat existiert weiterhin ein staatsvertraglich abgesichertes Übergewicht der Politik. Unter dem Vorsitz des ehemaligen rheinland-pfälzischen Ministerpräsidenten Kurt Beck agie-

**ZDF-Intendant Thomas Bellut im Sendezentrum des ZDF. Bei Amtsantritt im März 2012 hatte er eine Verjüngungskur für das Hauptprogramm des Senders angekündigt.**



Foto: dpa / Fredrik von Erichen

ren dort weitere vier Landesväter: Matthias Platzeck, Horst Seehofer, Stanislaw Tillich und Volker Bouffier. Außerdem als Vertreter des Bundes Medienstaatsminister Bernd Neumann und die vom Fernsehrat gewählte ehemalige Staatsministerin Ilse Bruns. Im Fernsehrat beträgt der Anteil von Partei- und Staatsvertretern 46 Prozent. Demnächst soll das Bundesverfassungsgericht über die Ende 2010 eingereichte Klage des Landes Rheinland-Pfalz gegen den ZDF-Staatsvertrag entscheiden. Den Klägern geht es darum, künftig eine „angemessene Staatsferne“ in der Komposition der Aufsichtsgremien sicherzustellen.

**Werbung im Grenzbereich.** Eine weitere Baustelle des ZDF sind die permanenten Auseinandersetzungen um Produktplatzierungen – im Volksmund meist auch Schleichwerbung genannt. Zuletzt hatten die auffällig prominent präsentierten Auftritte der beiden Automobilmarken Mercedes-Benz und Audi bei „Wetten, dass...?“ für negative Schlagzeilen gesorgt. Über ihre Firma Dolce Media hatten die Gebrüder Gottschalk jahrelang die populärste Programmfläche des Zweiten zur Werbefläche umfunktioniert. Ein geschäftstüchtiges Treiben, dem der Sender tatenlos zusah. Andere überführte Schleichwerbe-Sünder wie Moderatorin Andrea „Kiwi“ Kiewel wurden nach kurzer Bewährungsfrist begnadigt. Schon früher hatte in der Vorabendserie „Sabine!“ ein veritabler Landwirtschaftsminister Werbung für Pfälzer Riesling betreiben dürfen. Trotz mancher Selbstverpflichtungserklärung des Senders sahen die ZDF-Controller über die Einbindung von Produkten in fiktionale Programme gern großzügig hinweg. Leider verführen die nicht eindeutigen Bestimmungen des aktuellen Rundfunkstaatsvertrags im Kapitel „Zulässige Produktplatzierungen“ offenbar immer wieder dazu, die Grenzen der Selbstkommerzialisierung des Programms phantasievoll auszuloten. Ob die Senderverantwortlichen aus dem jüngsten Skandal gelernt haben? Zweifel sind angebracht. Erst kürzlich erschien im „ManagerMagazin“ eine Anzeige des Senders, das einen Audi-Manager (!) gemeinsam mit ZDF-Sportmoderatorin Katrin Müller-Hohenstein auf Regiestühlen zeigte. Eingerahmt von den Logos beider beteiligter Institutionen warb die Schlagzeile der Anzeige: „Ihre Marke fühlt sich wohl bei uns, weil wir sie auf die Überholspur bringen.“

Wenn an den kommenden Osterfeiertagen das ZDF mit zwei großen Jubiläumsshow seinen 50. Geburtstag feiert, dürften auch Nostalgiker auf ihre Kosten kommen. Der Sender verspricht eine Zeitreise durch die Fernsehgeschichte, mit Klassikern wie „Der Goldene Schuss“, „Disco“, „Hitparade“, „Schwarzwaldklinik“ und anderen Perlen öffentlich-rechtlicher Unterhaltung. Natürlich werden auch die Starmoderatoren von „heute“ und „heute-journal“ Auftritte bekommen. Mit der „heute-show“ leistet sich das Zweite seit einiger Zeit sogar eine richtig bissige Satire-Sendung. Einzelne Highlights können aber nicht darüber hinweg täuschen, dass das Hauptprogramm längst von sperrigen, allzu anspruchsvollen Formaten befreit wurde. Im Zeichen der Verspartung wanderte fast alles, was irgendwie zu stark vom Mainstream abwich, in die diversen Kultur- oder Themenkanäle, in 3sat, Arte oder Phoenix. Digitalkanäle wie ZDFneo oder ZDFkultur dienen heute als Experimentierfläche, um neue Formate für jüngere Publika auszuprobieren.

Günter Herkel ■



# Zehn Euro für die Vielfalt

**Dänemark: Subventionen zukünftig auch für Internetmedien**

„Das ist richtig gut“, freut sich Ole Wugge Christiansen: „Nach 13 Jahren können wir erstmals Pressesubventionen beantragen.“ Christiansen ist Redakteur des linksunabhängigen Internetauftritts „Modkraft“ („Gegenkraft“, [www.modkraft.dk](http://www.modkraft.dk)): Die demokratische Debatte finde schon lange nicht mehr allein in Printmedien statt. Das habe man nun auch in Kopenhagen erkannt. Ende Januar einigte sich die sozialdemokratisch geführte dänische Mitte-Links Regierung mit der Linkspartei „Einheitsliste“ auf eine grundlegende Reform des Pressesubventionssystems.

In Dänemark wird die Presse seit Ende der 1960er Jahre subventioniert, nicht nur in indirekter Form – Befreiung von der Mehrwertsteuer – sondern auch durch direkte finanzielle Unterstützung. In der Vergangenheit war vor allem der Tageszeitungs-Vertrieb mit einer „Distributionsstötze“ gefördert worden. An deren Stelle wird jetzt eine von der Veröffentlichungs-Plattform unabhängige Produktionssubvention treten. „Statt tote Bäume Inhalt subventionieren“, gab das Kultusministerium als Motto aus.

„Tageszeitungen, tageszeitungsähnliche Publikationen und Internetmedien“ sollen zukünftig solche Produktionssubventionen erhalten. Dazu müssen sie bestimmte Kriterien erfüllen. Ihr Inhalt muss zur Hälfte aus redaktionellem Material bestehen und dieses wiederum zu einem Drittel eigenproduziert sein. Außerdem muss die Hälfte des redaktionellen Inhalts sich mit politischen Themen befassen oder mit solchen, die einen „gesellschaftlichen Bezug“ haben.

**Spezieller Innovationstopf.** Weitere Voraussetzungen: Die Medien müssen mindestens über drei Redakteursarbeitsplätze verfügen. Es wird allerdings eine Dispensordnung eingeführt, wodurch in einer Startphase zeitweise auch „unentlohnte“ Mitarbeiter (so heißt es im Gesetz) mitgerechnet werden können. Publikationen von Parteien können subventioniert werden, während die von Institutionen oder Verbänden (Gewerkschaften, Arbeitgebern usw.) dann nicht berechtigt sind, wenn diese zu mehr als zwei Dritteln alleiniger Eigentümer der jeweiligen Publikation sind.

Die Höhe der Subvention wird in Relation zu den jeweiligen redaktionellen Kosten gesetzt. Es gibt ein Dach von umgerechnet 2,3 Mio Euro bzw.

35 Prozent der redaktionellen Ausgaben des Titels. Daneben wird noch ein spezieller „Innovationstopf“ für die Lancierung neuer Publikationen und ein zusätzliches Budget für die Entwicklung und Sanierung bestehender Medien eingerichtet. Ei-

ne zeitweise diskutierte Beschränkung, für wie viele Titel ein einzelner Medienkonzern Subventionen beanspruchen kann, wurde gestrichen.

Allerdings wird im Staatshaushalt für das kommende Jahr eine Obergrenze von umgerechnet rund 55 Mio Euro festgeschrieben. Damit trägt jeder Däne in Zukunft pro Jahr rechnerisch mit 10 Euro aus seinen Steuerzahlungen zu diesem Subventionsziel bei, das das federführende Kultusministerium als „Demokratistötze“: Unterstützung der Demokratie definiert. Werden mehr Anträge gestellt, als aus diesem Topf finanziert werden können, werden die zu verteilenden Gelder anteilmäßig gekürzt.

Das Modell werde „viele Medien sichern“, hofft Mogens Blicher Bjerregård, Vorsitzender der Journalistengewerkschaft „Dansk Journalistforbund“ und begrüßt, dass künftig für Subventionen nicht mehr die jeweilige Plattform entscheidend sei: „Es geht ja nicht um Papier, sondern um Journalismus und Substanz.“ „Ärgerlich“ findet dagegen die medienpolitische Sprecherin der oppositionellen rechtliberalen „Venstre“, Ellen Trane Nørby, den Regierungsbeschluss. Sie befürchtet, dass damit vielen lokalen oder regionalen Printmedien „der Schlüssel herumgedreht wird“.

Tatsächlich dürften die auflagenstarken überregionalen Blätter, die bisher einen großen Teil der Vertriebssubventionen abschöpften, verlieren. Konzernintern werden sie das aber vermutlich angesichts ihrer vielen förderberechtigten Titel wieder ausgleichen können. Spürbare Folgen wird die Reform dagegen für die beiden landesweit verteilten Gratisblätter „MetroXpress“ und „24timer“ haben, deren Vertrieb bislang ebenfalls staatlich gefördert worden war. In Zukunft werde man nicht mehr außerhalb der größeren Städte erscheinen können, kündigte „MetroXpress“-Chefredakteur Jonas Kuld Rathje an: „Das verstößt gegen das verkündete Ziel, die Demokratie zu fördern.“ In vielen Regionen werde es nun neben der lokalen Monopolzeitung kein alternatives Printangebot mehr geben.

Für kleinere landesweit verbreitete Tageszeitungen, die wie die linke *Information* oder das christliche *Kristeligt Dagblad* ohne Subventionen kaum bis heute überlebt hätten und die mit den staatlichen Geldern in der Vergangenheit etwa ein Viertel ihrer Kosten finanziert haben, wird sich vermutlich wenig ändern. Neu vom Subventionstopf der „Mediestötze“ profitieren werden rund ein bis eineinhalb Dutzend bereits existierende Internetmedien, die die erforderlichen inhaltlichen und redaktionellen Voraussetzungen erfüllen.

Das Ende der bisherigen auf Printmedien beschränkten Subventionen sei überfällig gewesen, erklärte die sozialliberale Kultusministerin Marianne Jelved bei der Vorstellung der neuen Regelungen. Der Staat sehe es nicht als seine Aufgabe, ein überkommenes Geschäftsmodell künstlich am Leben zu halten. Stattdessen wolle man nun „alle Plattformen fördern, die gesellschaftliche Debatten und politische Diskussionen voranbringen und Machthaber kritisch unter die Lupe nehmen“.

Reinhard Wolff ■

PRESSEFÖRDERUNG  
in anderen Ländern



Fotos: Fotolia.com / Ileru und Iimg

# Zerplatzte Seifenblasen

## Journalisten der BBC streiken gegen geplante Entlassungen

„Delivering Quality First“ ist der Titel für ein Sparprogramm bei der britischen BBC. Doch Qualität wird hier nicht geliefert. Stattdessen gibt es Stellenabbau, Entlassungen, Gebäudeschließungen und Mobbing gegen Beschäftigte. Am 18. Februar streikten die BBC-Journalisten gegen die geplanten Entlassungen. Bis zum 20. März laufen Urabstimmungen aller Gewerkschaften. Dann könnte es einen Streik des gesamten BBC-Personals geben.

Die Unruhe bei der BBC steht im Zusammenhang mit dem politischen Sparprogramm, das von der britischen Koalitionsregierung vorangetrieben wird. Der gesamte öffentliche Sektor einschließlich des Gesundheitssystems wird zusammengestrichen. Der BBC wurde bis 2015/16 das „licence fee“ eingefroren. „Licence fee“ ist die Rundfunkgebühr in Großbritannien. Jeder, der auf der Insel Fernsehen schaut, muss jährlich 145,50 Pfund (168,61 Euro) entrichten.

Das Einfrieren des „licence fee“ bedeutet, dass die BBC jedes Jahr weniger Geld ausgeben kann. Außerdem wurden ihr Mehrkosten im Wert von 340 Millionen Pfund auferlegt. Damit soll unter anderem der Ausbau von Breitbandnetzen mitgetragen werden. Auf diese Weise hat die Regierung Kosten für Infrastrukturmaßnahmen auf die BBC abgewälzt. Der Plan sieht weiter vor, in fünf Jahren 2.000 Stellen abzubauen. Und durch die großflächige Räumung der BBC-Gebäude in London und dem Umzug vieler BBC Einrichtungen ins nordwestenglische Salford sollen 47 Millionen Pfund jährlich eingespart werden.

Letzteres sorgt nicht nur bei BBC-Mitarbeitern für Unmut, deren Leben durch den Umzug von London in den Norden durcheinandergebracht wird. In Salford, einer der ärmsten Städte Großbritanniens, wurde der teure Bau von Media City UK, der neuen BBC Zentrale, mit gut bezahlten neuen Jobs gerechtfertigt. Das entpuppt sich jetzt als Seifenblase, erklärt Keith Murray, Vertreter der britischen Journalistengewerkschaft NUJ bei der BBC: „Diese Versprechen werden einfach nicht eingehalten. Menschen aus der Lokalbevölkerung findet man höchstens als Reinigungskräfte oder als Personal in der Werkskantine, nicht aber in den Nachrichtenstudios.“ Im Gegenteil, 140 Stellen sollen allein bei der Nachrichtenabteilung des Senders abgebaut werden. Das Newsnight-Magazin, das Äquivalent der Tagesthemen und Flaggshipprogramm auf BBC2, verliert drei Reporter. Die Berichterstattung von politischen Ereignissen wie Parteitag soll stark eingeschränkt werden.

All das hat Auswirkungen auf die Qualität des Outputs bei der BBC. Es wächst der Druck auf jene, die noch für die BBC arbeiten. Fehler werden gemacht, die sonst vielleicht vermeidbar gewesen wären. Die Qualität sinkt. Ein Beispiel dafür ist der mittlerweile berühmte Newsnight-Beitrag über einen Kinderschänderring in Wales, der die falsche Person der Täterschaft beschuldigte. Dieser Beitrag wurde von Executives abgesegnet, die keine journalistische Erfahrung hatten.

Die Newsnight-Episode wurde außerdem von jenen ausgeschlachtet, die daran arbeiten, die BBC ganz abzuschaffen. So nannte der konservative Londoner Bürgermeister Boris Johnson den Fall „grausamer, widerlicher und idiotischer, als alles was die News of the World gemacht hat.“ Zur Erinnerung: Rupert Murdochs *News of the World* wurde geschlossen, nachdem diese Zeitung in Zusammenarbeit mit führenden Stellen im Staatsapparat 4.000 Telefone illegal abgehört hatte.

„In den letzten Jahren war die BBC immer von Privatisierung bedroht“, erklärt Murray. „Die derzeitige Regierung ist kein Freund der BBC. Die kürzlich veröffentlichte Leveson-Untersuchung über die Pressestandards in Großbritannien hat gezeigt, wie tief sie mit der Murdoch Presse verbandelt ist.“ Die Leveson-Untersuchung förderte unter anderem zu Terte, dass die Murdoch-Familie weit reichende Gespräche mit britischen Regierungsmitgliedern über eine Beschneidung der BBC, sowie den Ausbau der Murdochschen Medienimperiums führte. Durch den Abhörskandal kam dieser Plan zum Erliegen. Vor einigen Tagen gab es jedoch Medienberichte, unter anderem in der Tageszeitung *Guardian*, wonach sich James Murdoch auf einen weiteren Versuch in diese Richtung vorbereitet.

Die Kürzungen bei der BBC führen auch zu einem Verfall der Arbeitskultur. Das geht so weit, dass es mittlerweile eine von einer Staatsanwältin geführte Untersuchung zum Thema Mobbing bei der BBC gibt. Die NUJ hat ein 100 Seiten starkes Dokument vorgelegt, in dem Dutzende Vorwürfe gegen Vorgesetzte gemacht werden. „Mobbing war schon immer ein Problem bei der BBC“, so NUJ-Generalsekretärin Michelle Stanistreet. „Doch die Kürzungen haben das Problem massiv verschärft. Deshalb fordern wir ein Moratorium von sechs Monaten, in denen die Einsparungen ausgesetzt werden. Das würde echte und lösungsorientierte Gespräche ermöglichen.“

Doch solche Gespräche sind von der Politik nicht erwünscht. Die Kürzungen bei der BBC sind Teil eines ideologisch motivierten Sparprogrammes. Knickt die Regierung bei der BBC ein, wäre dies ein Signal an Belegschaften etwa im Gesundheits- und Sozialbereich, dass die Regierung druckempfindlich ist. Deshalb muss der Kampf für die BBC mit den restlichen Auseinandersetzungen gegen die Rotstift-Politik der Regierung verbunden werden. **Christian Bunke ■**



Foto: PA / Andrew Milligan

**Streikposten vor der Niederlassung der BBC in Glasgow am 18. Februar 2013. Mit einer eintägigen Arbeitsniederlegung protestieren die Journalistinnen und Journalisten gegen geplante Kündigungen.**



Foto: Christian von Polentz / transifoto.de

# Neue Freiräume für Kritik

## Kubas Radios in der Wirtschaftskrise und Zensurvorfürfe

**M | In Kuba gibt es vier landesweite Fernsehsender, weit- aus wichtiger aber ist das Radio für die Bevölkerung. Wie sind die Radiosender in Kuba aufgestellt?**

**Luis Morlote Rivas |** Wir haben in Kuba neben über- regionalen Sendern über 90 Radiostationen in den Provinzen und Landkreisen – teilweise mit starken regio-

naln Besonderheiten. Und schließlich die kommunalen Basisradios, die wie offene Kanäle funktionieren. Ihr Programm orientiert sich vor allem an den alltäglichen Bedürfnissen der Hörerschaft, während die nationalen Radiostationen mehr für das umfangreiche Informations-, Bildungs- und Kulturprogramm verantwortlich sind. Bildung und kulturelle Inhalte sind stark gewichtet, weil es zentrale Themen der sozialistischen Gesellschaft sind, die wir in Kuba aufbauen. Die Mehrheit der Radiostationen senden 24 Stunden und heute wird das Programm fast immer live übertragen.

### Weshalb haben sich Live-Sendungen durchgesetzt?

Das ist auf die „Spezialperiode“ zurückzuführen, einem staatlichen Notwirtschaftsprogramm Anfang der neunziger Jahre, das auf den Zusammenbruch der Sowjetunion zurückzuführen war. In der damaligen schweren Wirtschaftskrise gab es kaum materielle Ressourcen. Das hat vor allem das kostenintensive Fernsehen getroffen, dessen Aufgaben nun vom Radio übernommen werden mussten. Im Radio hat diese jähre Aufwertung zu einer dynamischeren und schnelleren Arbeit geführt. Es gab keine vorproduzierten Sendungen mehr, internationale Ereignisse wie die US-Invasion in Irak wurden live übertragen und kommentiert. Es gab auch den Versuch, die Programmgestaltung der verschiedenen Stationen anzugleichen. In bestimmten historischen Situationen hatte das vielleicht Sinn. In den schwersten Zeiten der Spezialperiode etwa sollten alle Radios ein zentral produziertes Nachrichtenprogramm ausstrahlen, damit die Bevölkerung den gleichen Informationsstand hat. Aber danach hat man sich schnell darauf besonnen, eine eigene regionale und lokale Programmgestaltung zu fördern. Im Escambray-Gebirge oder im Gebirgszug der Sierra Maestra hat das Radio beispielsweise eine sehr soziale Funktion. Es informiert über soziale Ereignisse, Märkte oder ruft die Menschen bei Bedarf zur Hilfe.

Auch die Auflagen der Zeitungen sind in dieser Krisenzeit drastisch zurückgegangen, was wiederum Auswirkungen auf das Radio hatte.

### Es gab Probleme mit dem Zeitungsversand, vor allem wegen des Benzinmangels?

Ja, mehrere Zeitungen gingen daher dazu über, ihre Tagesausgaben auch im Radio verlesen zu lassen. Ich erinnere mich zum Beispiel an das Programm Rebelde en Rebelde. Bei Radio Rebelde wurde die jeweilige Ausgabe der Tageszeitung Juventud Rebelde verlesen. Es kamen Kommentatoren und Gäste ins Studio.

### Wie finanzieren sich die Radiostationen?

Kubanische Radiostationen werden vollständig vom Staat finanziert. Das betrifft die Gehälter und auch die Gerätschaften.

### Und was bedeutet das für die Kontrolle der Programme?

Es bedeutet zunächst, dass Radio und auch Fernsehen in Kuba dem öffentlichen Interesse dienen. Dem Selbstverständnis nach befinden sich Radio und Fernsehen in der Hand des Volkes, so wie der sozialistische Staat auch die Produktionsmittel besitzt. In Folge gibt es auch keine kommerzielle Werbung. Die gesamte Sendezeit steht für Information, soziale Kampagnen und Bildung zur Verfügung. Ich glaube, in Kuba existieren heute noch die einzigen Radiosender Lateinamerikas, in denen ganze Romane von Tolstoi oder Balzac inszeniert werden.

### Dennoch wird außerhalb Ihres Landes immer wieder über Zensur geklagt. Gibt es politische Zensur in Kubas Medien?

Sehen Sie, auch in Kuba verfolgt das Radio und Fernsehen eine bestimmte Informationspolitik wie man sie in Medien weltweit vorfindet. Diese redaktionelle Linie kubanischer Medien steht im Einklang mit dem revolutionären Prozess. Die Medien dienen der Mehrheitsmeinung. Die Inhalte der Medien sollen zum Aufbau der sozialistischen Gesellschaft beitragen.

### Das heißt?

Ich möchte das so sagen: In Kuba gibt es eine rote Presse, keine Yellow Press. Neben den genannten inhaltlichen Schwerpunkten wird viel Wert auf eine objektive und verifizierte Berichterstattung gelegt. Das führt oft zu einer Verzögerung, weil man immer erst auf eine offizielle Information wartet oder auf ein

**Der Radio- und Fernsehproduzent Luis Morlote Rivas ist Abgeordneter der Nationalversammlung Kubas und Präsident der „Asociación Hermanos Saiz“ (AHS), die sich für Jugendkultur einsetzt.**

**Er war in den vergangenen Jahren Programmdirektor mehrerer Radio- und Fernsehsender.**



Kommuniqué. Das ist ja gerade auch etwas, was uns von politischen Gegnern und einigen unserer Freunde immer wieder vorgeworfen wird. Und es erlaubt den erklärten Gegnern der Kubanischen Revolution, bestimmte Ereignisse in ihrem Sinne zu verdrehen, während unsere Medien noch schweigen. Im Juni dieses Jahres wird der Kongress der Kubanischen Journalistenvereinigung UPEC stattfinden. Dort wird dieses Thema sicher auch diskutiert werden.

**Die UPEC setzt sich als Gewerkschaft für die Interessen der Journalisten ein?**

Die Kolleginnen und Kollegen sind in der Kultur-gewerkschaft organisiert. Ihr Interessenverband daneben ist die „Kubanische Journalistenunion“, die UPEC. Dieser Verband hat sich zum Beispiel sehr dafür eingesetzt, dass trotz der knappen Ressourcen Journalisten bei der Vergabe von Computern, E-Mail- und Internetzugang bevorzugt behandelt werden, damit sie uneingeschränkt auf die internationalen Medien Zugriff haben. Aber auch bei Themen wie Wohnraum, Fahrzeugen oder Benzin hat sich die UPEC immer dafür eingesetzt, dass Journalisten ihren Beruf bestmöglich ausüben können. Dazu kommt, dass Journalisten aufgrund ihrer gesellschaftlichen Verantwortung relativ hohe Einkommen haben.

**Und wer entscheidet am Ende, welche Themen in den Medien behandelt werden und wie mit Kritikpunkten umgegangen wird?**

Zunächst haben wir viele Kolleginnen und Kollegen, die mit einem hohen Maß an Professionalität arbeiten. Sie entscheiden täglich über die Berichterstattung und Schwerpunktsetzung. Daneben gibt es natürlich eine politische Linie der (regierenden Kommunistischen) Partei, die eine politische Führungsrolle einnimmt. In der Mehrheit der Staaten weltweit gehören die Medien mehrheitlich zu großen Pressekonzernen, die wirtschaftliche und politische Interessen verfolgen. In Kuba gibt es das nicht. Die kubanischen Medien vertreten die Interessen der Bevölkerung.

**Staats- und Regierungschef Raúl Castro hat eine kritischere Haltung der kubanischen Presse eingefordert. Bei seinem Bericht an den VI. Parteitag im April 2011 nannte er die Medien „selbstgefällig“ und „langweilig“. Gab es seither eine Veränderung?**

Präsident Raúl Castro hat in den vergangenen Jahren immer wieder darauf hingewiesen, dass die Presse bestehende Probleme benennen muss. Und auch wenn es noch immer Defizite gibt, beginnen sich Freiräume für eine neue Kritik und Debatte zu öffnen, die während Jahrzehnten nicht bestanden haben. Die Veränderungen seither sind vor allem in der Tageszeitung Granma sichtbar.

**... dem Zentralorgan der regierenden Kommunistischen Partei Kubas.**

Dort erscheinen regelmäßig Leserbriefe, in denen Probleme etwa von Arbeitern und Angestellten thematisiert werden. Oft wird bei Fehlentwicklungen harsche Kritik geübt, etwa an mangelhaften Betriebsführungen. Schon vor der Rede von Raúl gab es eine neue

kritische Haltung. Etwa die Sendung Hablando Claro von Radio Rebelde. Dieses Programm und andere sind Beispiele dafür, wie bestehende Probleme der kubanischen Gesellschaft offen diskutiert und Verantwortliche benannt werden. Zugleich denke ich aber auch, dass sich die kubanischen Medien generell noch nicht in dem Maße verändert haben, wie das nötig wäre.

**Was müsste denn weiter geschehen?**

Es ist mehr Bewusstsein über die Rolle der Massenmedien nötig. Und, ja, womöglich hat sich wegen des fehlenden Konkurrenzdrucks eine gewisse Selbstgefälligkeit breit gemacht. Auch heute noch sind sich nicht alle Redaktionsleitungen darüber im Klaren, dass die kubanische Presse kämpferischer sein muss. Aber ich habe in diesem Zusammenhang viel Hoffnung in den bevorstehenden Nationalkongress des Journalistenverbandes.

Anders als in den achtziger Jahren gibt es heute zudem neue Medien. Wie in anderen Teilen der Welt gibt es auch in Kuba Menschen, die kein Fernsehen oder Radio mehr einschalten, sondern die Sendungen auf ihren Computern sehen. Heute gibt es auch in Kuba die Möglichkeit, über das Internet oder Speichermedien wie USB-Sticks an alle möglichen Inhalte zu kommen. Darunter gute, qualitative Inhalte und natürlich auch den medialen Müll, der im Netz zirkuliert.

**Heißt das, der Staat hat seine Medienhoheit verloren?**

Ja, so wie überall in der Welt. Die sogenannte Demokratisierung der Medienlandschaft hat mit dem Aufkommen neuer Medien den Konsumenten ein Stückweit zum Produzenten gemacht. Auch wenn in Kuba die führenden Radio- und Fernsehkanäle, die Kinos und Theatersäle weiterhin Eigentum des sozialistischen Staates sind, gibt es alternative, parallele Verbreitungskanäle. Die Herausforderung für die Medien in Kuba besteht darin, qualitativ hochwertige Programme zu gewährleisten und damit einen Gegenpol zu banalen Inhalten zu schaffen, die über andere Wege Verbreitung finden.

**Das Internet spielt also eine zunehmende Rolle?**

Wenn wir vom Internet in Kuba sprechen, dürfen wir die technischen Probleme nicht verschweigen. Die US-Blockade hat bislang verhindert, dass wir schnelle Verbindungen nutzen können, deswegen musste das kubanische Internet über Satellit verbunden werden. Die Folge waren teure und langsame Verbindungen. Vor wenigen Wochen wurde ein neues Datenkabel aus Venezuela in Betrieb genommen. Auch das wird aber keine rasche Lösung bringen. Wie in den vergangenen Jahren wird Kuba den Zugang zum Internet weiter nach sozialen Kriterien regeln: Öffentliche Institutionen, Schulen und Universitäten haben Vorrang. Es gibt heute schon eine ganze Reihe Weblogs sowie öffentliche und private Internetseiten, deren Informationen das Bild der Massenmedien von Kuba ergänzen. Hunderte Journalisten, Schriftsteller und Künstler haben nicht nur Zugang zum Internet, sondern arbeiten mit eigenen Online-Publikationen.

Das Gespräch führte Harald Neuber ■



Foto: Fotolia.com / mborcherl [M]

**Das Interview ist im Januar während eines Besuches von Luís Morlote Rivas geführt worden.**

**Während seines Aufenthalts in Berlin nahm er an der Internationalen Rosa-Luxemburg-Konferenz teil und besuchte den ver.di Landesbezirk Berlin-Brandenburg.**

# Leute

## SERVICE ZUM SURFEN

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



Grafik: Hermann Haubrich

**Georg Altrogge**, bisher Chefredakteur des Online-Medienbranchendienstes Meedia, den er 2008 mitbegründet hatte, wechselte zu G+J Corporate Editors und wurde dort Editorial Director und Chefredakteur der Lufthansa-Medienfamilie. Er folgt auf **Christian Krug**, der sich auf seine Aufgaben als Chefredakteur von Gala konzentrieren wird. Neuer Chefredakteur von Meedia wird Mitte Mai **Christian Meier**, bisher stellv. Chefredakteur. Altrogge bleibt Gesellschafter des Medienportals.

Bild-Personalien: **Tanit Koch**, bislang Redaktionsleiterin Bild Hamburg, folgte als stellv. Chefredakteurin und Unterhaltungschefin bei Bild auf **Gerald Selch**, der stellv. Chefredakteur beim Magazin Focus wird. **Doris Hart**, bisher Textchefin, ist in der Nachfolge von **Carsten Gensing** ab 15. März als stellv. Chefredakteurin für das Ressort Nachrichten Inland und Ausland sowie die Bild-Regionalausgaben zuständig. Neue Textchefin und Mitglied der Chefredaktion wurde **Alexandra Würzbach**, zuletzt Autorin für das Blatt. **Melanie Ahlmeier**, bisher Chefredakteurin der Nachrichtenagentur dapd, und **Rolf Westermann**, zuletzt stellv. Chefredakteur und Newsdesk-Chef bei dapd, wechselten zur Bildzeitung, wo sie zusammen mit **Kim Lenar** und **Christian Voss** das Ressort Nachrichten leiten. **Jan Wolf Schäfer**, bislang stellv. Ressortleiter im Bild-Hauptstadtbüro, folgte als Leiter des Ressorts Wirtschaft auf **Kristin Breuer**, die das Blatt verließ. **Christian Langbehn** wurde neben **Tanja Belli** stellv. Ressortleiter Foto.

**Matthias Brender**, bisher Vize-Chef des christlichen Fernsehsenders Bibel TV, folgte als Geschäftsführer auf **Henning Röhl**, der ausschied.

Deutscher Presseclub (Berlin): Vorsitzender bleibt **Gerd Depenbrock**,

Ex-Chef des WDR-Hörfunkstudios Berlin. Weitere Mitglieder des Vorstands sind: **Eva Corell** (BR), **Dieter Keller** (Südwest Presse), **Holger Schmale** (DuMont Redaktionsgemeinschaft), **Daniel Sturm** (Welt / Welt am Sonntag / Berliner Morgenpost), **Beate Tenfelde** (Neue Osnabrücker Zeitung) und **Birgit Wentzien-Ziegler** (Deutschlandfunk).

**Joachim Dreykluft**, zuletzt stellv. Nachrichtenchef bei der Financial Times Deutschland und ihrem Webauftritt, wurde in der Chefredaktion des Schleswig-Holsteinischen Zeitungsverlags Online-Chefredakteur von shz.de.

**Eun-Kyung Park**, bisher Co-Geschäftsführerin von Sixx, löst als Chefin **Katja Hofem** ab, die an die Spitze von Kabel eins wechselt. **Karl König**, bislang Geschäftsführer von Kabel eins, wird Programmverantwortlicher in der Geschäftsführung der ProSiebenSat.1 TV Deutschland.

**Sophia Feldmer**, zuletzt Ressortleiterin und Textchefin bei der Frauenzeitschrift Cosmopolitan, wurde neben **Jesko Prieß** Textchefin bei dem Titel Freundin.

**Bettina Freitag**, bisher bundespolitische Korrespondentin für den HR in Berlin, wird zum 1. April Leiterin von NDR 1 Welle Nord und Stellvertreterin des Direktors im NDR-Landesfunkhaus Schleswig-Holstein. Sie folgt **Volker Thormählen** nach, der Direktor des Kieler Landesfunkhauses wurde.

Die Sport- und Fußballexpertin **Cathrin Gilbert**, zuletzt Redakteurin beim Spiegel, wechselte zur Zeit, wo sie für die neue Fußballseite verantwortlich zeichnen wird.

Bei der G+J Parenting Media GmbH, gegründet im September 2012, wurden Führungspositionen neu besetzt.

**Celia Keding**, zuletzt Leiterin Marketing & Sales bei dem Eltern-Portal Urbia.de, übernahm die neu geschaffene Position einer Leiterin des Portals. **Christian Flierl**, früher bei G+J Leiter von Neon.de und Nido.de, zuletzt selbständiger Senior Projektmanager, folgte als Leiter Digitale Medien auf **Lars Moll**, der den Verlag verlassen hat. Flierl ist u. a. zuständig für Eltern.de sowie die digitalen Medien der Marken Eltern, P.M. und Wunderwelt Wissen.

**Stefanie Hellge**, bislang Chefredakteurin der Frauenzeitschrift Laviva (G+J Corporate Editors), wurde stellv. Chefredakteurin bei dem Frauen-Lifestyle-Magazin Women's Health (Motor Presse Stuttgart).

**Gudrun Hindersin**, bisher Leiterin der Unternehmenskommunikation und der Presseabteilung des WDR, folgt als Leiterin Kommunikation bei PHOENIX auf Dr. **Wolfgang Maier-Sigrist**, der die Stabsstelle Strategie und Koordination leiten wird. Hindersins Nachfolger beim WDR wird **Stefan Wirtz**, zuletzt ARD-Sprecher.

**Michael Horn**, bisher stellv. Chefredakteur der Echo-Zeitungen (u. a. Darmstädter Echo, Medienhaus Südhessen), folgte als Chefredakteur auf **Jörg Riebarsch**, der das Medienhaus im November 2012 verlassen hatte.

**Heike Kinkopf**, zuletzt Redakteurin bei der Allgemeinen Hotel- und Gastronomie-Zeitung (Matthaes Verlag / Deutscher Fachverlag), folgte als Chefredakteurin der Allgemeinen Bäcker-Zeitung auf **Manfred Fischer**, der die Verlagsgruppe verließ.

**Florian Kolf**, bisher stellv. Chefredakteur von Handelsblatt Online, löste in der Position eines Managing Editor als Chef des Handelsblatt-Newsrooms **Grischa Brower-Rabinowitsch** ab, der künftig das Büro des Blatts in New York leitet.

**Marco Krahl**, bisher Textchef von Men's Health (Motor Presse Stuttgart), folgte als stellv. Chefredakteur auf **Markus Stenglein**, der Chefredakteur des Männer-Lifestyle-Magazins wurde. Neuer Textchef ist **Jens Clasen**, bisher Redakteur und Autor für die Publikationen der Men's-Health-Gruppe.

**Antje Kunz**, bisher als Journalistin und Redakteurin tätig, arbeitet seit

Ende 2012 als freie Online-Redakteurin sowie u. a. für das Stadtmagazin Rotour (Rothenburg o. d. T.) und den Baier Verlag (Crailsheim). Seit diesem Jahr baut sie in leitender Funktion die regionale LandKULT-Magazinredaktion (mew+hs) auf.

Landespressekonferenz Brandenburg: Der RBB-Fernsehjournalist **Dirk Platt** wurde im Amt des Vorsitzenden bestätigt. Weitere Vorstandsmitglieder sind **Gerold Büchner** (Berliner Zeitung), **Amelie Ernst** (RBB), **Axel Flemming** (Deutschlandfunk), **Gunnar Krüger** (ZDF), **Gudrun Mallwitz** (Berliner Morgenpost) und **Torsten Sydow** (RBB).

Landespressekonferenz Niedersachsen: Vorsitzender bleibt der NDR-Fernsehjournalist **Thorsten Hapke**; wiedergewählt wurden auch die Stellvertreter **Michael Berger** (Hanoversche Allgemeine Zeitung) und **Sabine Goes** (NDR Hörfunk) sowie als Schatzmeister **Peter Mlodoch** (Weser Kurier). Zur Schriffführerin wurde **Teresa Havlicek** (taz) gewählt.

Landespressekonferenz Sachsen: Die Vorsitzende **Petra Strutz** (dpa) und ihre Stellvertreter **Juliane Morgenroth** (Dresdner Morgenpost), **Falk Lange** (Radio PSR) und **Peter Schilder** (FAZ) sowie Schatzmeisterin **Uta Deckow-Kindermann** (MDR 1 Radio Sachsen) wurden wiedergewählt.

**Kerstin Moeser** ist bei der Zeitschrift Flair – Fashion & Home (Mediengruppe Klambt) alleinige stellv. Chefredakteurin, nachdem **Mareile Braun** die Chefredaktion verlassen hat; sie wird dem Magazin als Beraterin weiterhin erhalten bleiben. **Andreas Wrede**, früher u.a. Chefredakteur von Titeln wie Max, Spiegel-Spezial und GQ, wurde Leiter des digitalen Bereichs.

**Harald Nebel** gibt Ende März seinen Posten als Chefredakteur des Magazins und Nachrichtenportals new business auf.

**Ines Plog**, seit der Gründung im Jahr 2003 engagierte Unterstützerin der Hamburg Media School, übergab den Vorsitz der HMS-Stiftung an den Verleger **Thomas Ganske** (Ganske Verlagsgruppe, Hamburg).

**Michael Schaper**, Chefredakteur von Geo Epoche, übernahm auch die Chefredaktion des neuen Magazins Geo Epoche Panorama (G+J), das zweimal jährlich erscheint.

**Hans-Peter Schreijäg** und **Martin Wagner**, beide langjährig in verantwortlichen Positionen beim Schwarzwälder Boten (Oberndorf am Neckar) tätig, folgten auf den bisherigen Geschäftsführer und Chefredakteur **Klaus Siegmeier**, der seine Ämter abgab. Schreijäg ist wie bisher für das Ressort Nachrichten verantwortlich, Wagner für den Lokalbereich.

**Marcus Schurig**, bisher Ressortleiter Sport bei dem Magazin sport auto (Motor Presse Stuttgart), folgte als Chefredakteur auf **Horst von Saurma-Jeltsch**, der dem Blatt als Autor und Organisator des sport auto-Supertests eng verbunden bleiben wird.

Stern-Personalien: Der ab 1. Mai amtierende Chefredakteur **Dominik Wichmann** berief zwei stellv. Chefredakteure: **Hans-Peter Junker**, früher Leiter der Stern-Nachrichtenredaktion und ab 2008 Chefredakteur des Mo-

natsmagazins View, sowie **Steffen Klusmann**, zuletzt Chefredakteur der Financial Times Deutschland und des Wirtschaftsmagazins Capital. Junker wird Wichmann als Blattmacher unterstützen; Klusmann betreut künftig die digitalen Angebote der Marke Stern.

Zugleich wurde beim Stern eine neue Redaktionsstruktur eingeführt: Sechs Managing Editors fungieren als verantwortliche Blatt- und Site-macher des Magazins; sie werden für zwei Jahre berufen und gehören in dieser Zeit der Chefredaktion an.

**Lorenz Wolf-Doettinchem**, **Rüdiger Barth**, **Florian Gless** und **Sabine Kartte** sind jeweils für einen Heftteil zuständig. **Anita Zielina**, bisher stellv. Chefredakteurin für Print und Online beim österreichischen Standard, betreut ab Mai den Bereich Online. Den Bereich New Channels verantwortet **Wencke Tzanakakis**. Die Managing Editors werden von

fünf Managing Designern unterstützt: **Susanne Gräfe**, **Felix Bringmann**, **Christiane Kapaun**, **Tanja Senghaas** und **Bernd Adam**.

Die vier Ressorts Deutschland, Welt, Leben und Wissen werden jeweils von Doppelspitzen geleitet: **Norbert Höfler** und **Florian Güßgen** (Deutschland), **Cornelia Fuchs** und **Giuseppe Di Grazia** (Welt), **Ulla Hockerts** und **Stephan Draf** (Leben) sowie **Anika Geisler** und **Christoph Koch** (Wissen). Leiter des Textteams sind **Arne Daniels**, **Thomas Schumann** und **Peter Meroth**. **Oliver Schröm** ist weiterhin für die investigative Recherche zuständig; **Jochen Murken** und **Ursula Hien** betreuen auch künftig Dokumentation und Lektorat. **Andreas Kronawitt** und **Andreas Trampe** bleiben Leiter der Bildredaktion. Für die Grafik zuständig sein werden **Frances Uckermann** und **Mark Ernsting**. Zu ihren Teams gehören die Titelgrafik unter **Derik Meinköhn**, die Infografik unter **Bettina Müller** und die Bildtechnik wie bisher unter **Tanja Metzner**. **Dagmar Gassen** wird Themen der Gesundheitspolitik und -ökonomie betreuen. **Kester Schlenz**, bisher Ressortleiter Kultur und Unterhaltung, wirkt ressortübergreifend als Autor. Vier Journalistinnen und Journalisten, die vorher bei der Financial Times Deutschland tätig waren, gehören ab diesem Jahr zum Team des Stern: **Karin Prummer**, **Jarka Kubsova**, **Lukas Heiny** (zuvor Ressort Agenda) und **Andrea Rungg** (zuvor Ressort Unternehmen).

Beim SWR-Fernsehen strukturierte Direktor **Christoph Hauser** die Fernsehredaktion in Baden-Baden um und besetzte Leitungspositionen neu. **Martina Zöllner**, bisher Leiterin der Hauptabteilung Kultur Fernsehen, leitet die neue Hauptabteilung Film und Kultur, in der die bisherige Haupt-

abteilung Kultur sowie die Bereiche Serie und Film zusammengeführt wurden. Leiterin der neuen Hauptabteilung Service und Familie, in der die bisherige Abteilung Familie aufging, wurde **Sylvia Storz**, bislang Leiterin der Hauptabteilung Programmkoordination und Service. Als Hauptabteilungsleiterin Unterhaltung folgt **Barbara Breidenbach**, zuletzt freie Producerin und Beraterin, auf **Rainer Matheis**, der Mitte letzten Jahres in den Ruhestand ging. **Heiner Backensfeld**, zuletzt stellv. Hauptabteilungsleiter Unterhaltung beim WDR, wird ab 1. Mai die beim SWR neu geschaffene Hauptabteilung Programm-Management leiten.

**Michael Weeke**, bisher Redakteur in der WAZ-Redaktion Bochum, löste als stellv. Redaktionsleiter **Rolf Hartmann** ab, der in den Ruhestand ging. Neu in die Bochumer Redaktion kommt der langjährige WAZ-Redakteur **Klaus Buske**, der meist in Dortmund tätig war.

**Jochen Wegner**, bis 2010 Chefredakteur von Focus Online, dann selbstständig, folgte als Chefredakteur von Zeit Online auf **Wolfgang Blau**, der zu der britischen Tageszeitung The Guardian wechselte.

**Britta Werth**, zuletzt als stellv. Chefredakteurin an der Entwicklung und Entstehung der Zeitschrift Landldee und an der Konzeption von Land-Frisch beteiligt, wird Chefredakteurin des Magazins Liebes Land, das die Mediengruppe Klambt vom Hannes Scholten Verlag (Paul Parey Verlag) übernahm.

**Stephan Wolf**, bisher Leiter der Lokalredaktion beim Mannheimer Morgen, wechselt als Corporate Communications Manager zu Freudenberg Sealing Technologies.

# 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 geson-  
derte 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 2.2013: 25.02.2013  
M 3.2013: 11.04.2013  
ISSN-Nr.: 09 46 – 11 32

Anzeige



## Zukunft braucht Menschlichkeit.

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

**Michael Pausder, Pressesprecher**  
**Schellingstraße 31 • 80799 München • Tel. 089/21 17-217**  
**Fax 089/21 17-280 • pausder@vdk.de • www.vdk-bayern.de**



Ohne Information  
hältst Du das vielleicht für einen

# Torjubel

Alle Menschen haben das Recht auf Information.  
Gemeinsam für Pressefreiheit auf [reporter-ohne-grenzen.de](http://reporter-ohne-grenzen.de)

**REPORTER  
OHNE GRENZEN**  
FÜR INFORMATIONSFREIHEIT

