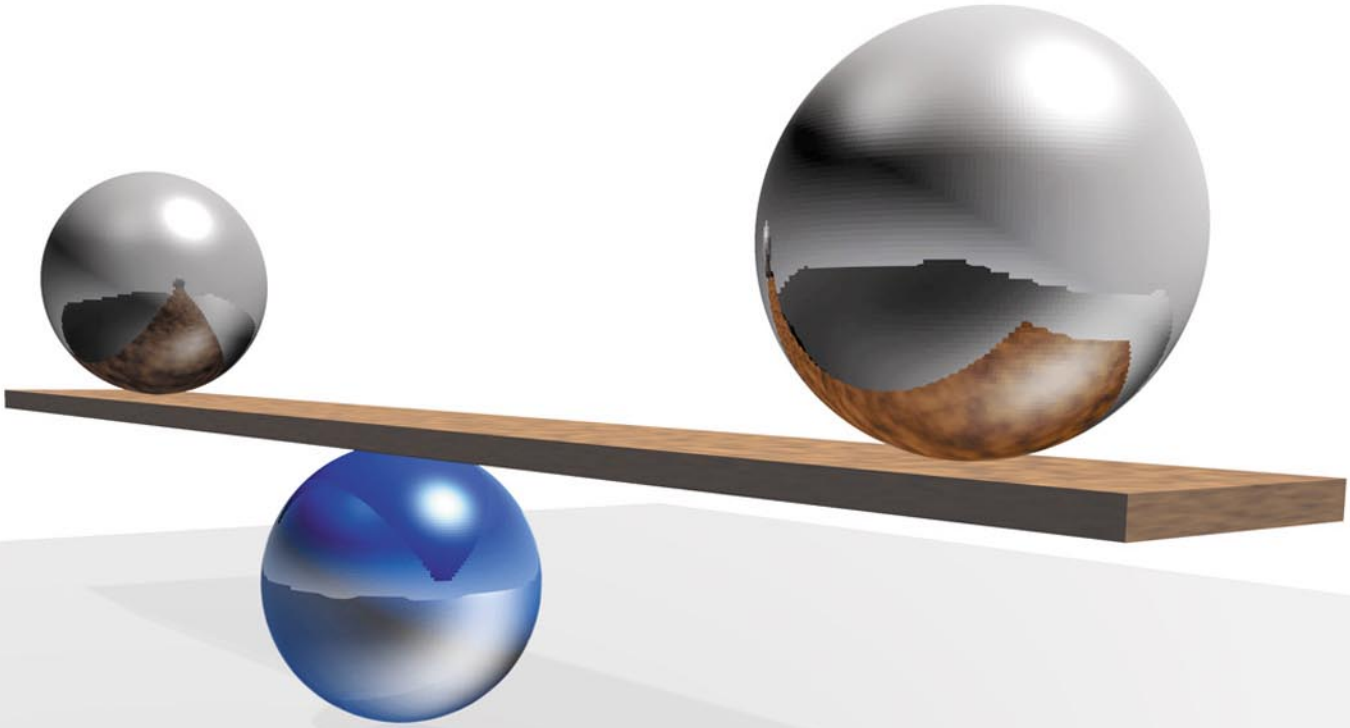
E 2814
Nr. 4
Juni 2013
Jahrgang 62

Menschen Machen Medien

Medienpolitische ver.di-Zeitschrift



Ombudsleute – ein Qualitätsfaktor

Tarifrunde Zeitungen
Interview mit Frank Werneke

Rundfunk-Gremien
Zwischen Abnicken und Aufmucken

Presseförderung
Italien: Für Subventionsstopp

Foto: Digitalcourage / Verena Hornung

EU-Datenschutz – Nackter Protest vor dem Innenministerium – Übergabe eines offenen Briefes an den Bundesinnenminister

Europa und Datenschutz

Auf ein Wort

Von Wulf Beleites | Ach, waren das noch Zeiten als es klare Kante gegen die Vorratsdatenspeicherung ging. Da wurden Aufrufe unterzeichnet, Stellung bezogen und demonstriert. Auch beim Leistungsschutzrecht zeigte die dju eine klare Position. Und die Medien berichteten umfassend.

Anders hingegen bei den neuen EU-Datenschutzrichtlinien, der Regelung des europäischen Datenschutzes für die nächsten Jahre: Ein Thema, dass keine Schlagzeile und kaum einen Artikel wert war. Wir haben es fast verpennt, obwohl es uns direkt betrifft. Vor eineinhalb Jahren stellte EU-Kommissarin Viviane Reding den Entwurf vor: Ein einheitlicher Datenschutz für ganz Europa, Stärkung der Rechte des Einzelnen beim Umgang mit seinen Daten. Etwa 3.000 Änderungsanträge waren die Folge. Heerscharen von Lobbyisten waren tätig. Allen voran Amazon, Ebay und die US-Handelskammer. Erst als die Webseite Lobbyplag den offensichtlichen Einfluss der Industrie auf die europäischen Politiker dokumentierte, witterten die deutschen Medien einen Skandal und also ein Thema.

Dabei hätten wir Journalisten schon viel früher aufmerken müssen. Zwar fand Viviane Reding 2012 noch beruhigende Worte zur Presse- und Meinungsfreiheit, wenn es um die Sammlung, Speicherung oder Löschung von Daten geht: „Die Arbeit von Journalisten tasten wir nicht an.“ Aber jetzt soll der Redaktionsdatenschutz angetastet werden. In Deutschland liegt die Zuständigkeit dafür beim Presserat. Nach den EU-Vorgaben könnte er zukünftig den Datenschutzbeauftragten übertragen werden. Wohlgemerkt: Nicht mehr ein von journalistischen Organisationen getragenes Selbstregulierungsorgan, sondern staatliche Stellen würden dann beim Datenschutz die Presse kontrollieren. Das könnte der Beginn einer Beschneidung der Pressefreiheit sein.

Mit der dju-Unterzeichnung eines offenen Briefes mehrerer Verbände und Initiativen an Innenminister Friedrich zur Wahrung der Standards des deutschen Datenschutzrechts ist ein erster Schritt getan. Was jetzt aber dringend ansteht, sind zusammen mit ver.di und der EJF (European Federation of Journalist) eindeutige Forderungen an die EU, denn sonst könnte uns Journalisten und damit auch der Pressefreiheit die Zeit weglaufen.

TITEL

6 **Ombudsleute – ein Qualitätsfaktor**
Von Bärbel Röben

8 **Für mehr Kritikfähigkeit**
Erfahrung, ein dickes Fell und Unabhängigkeit gegenüber der Redaktion gehören zur Ausstattung erfolgreicher Leseranwälte

AKTUELL

4 **VG Bild-Kunst – Stimmen übertragen!**
4 **Ideen gefragt für #LiMA14**
4 **Literaturpreis von ver.di**
4 **Leserbriefe**
5 **Medienpolitische Tagung in Lage-Hörste**

KOLUMNE

11 **Moral und Journalismus**
Vom Missbrauch und der Boulevardisierung eines Werte-Begriffs

TARIFE + BERUF

12 **Selbstbewusst in die Tarifrunde**
ver.di-Vize Frank Werneke sieht „keinen Grund für Gehaltsabsenkungen“ – im Gegenteil

15 **Tarifgehälter bei Reuters steigen**
15 **Bremedia: Gehaltserhöhung in zwei Schritten**
15 **Buchrezension: „Ach, der Journalismus...“**
16 **Ein Plus für Feste und Freie**
Tarifrunde im öffentlich-rechtlichen Rundfunk auf gutem Kurs

17 **Premiere im Tarifgeschäft**
Filmschaffende erhalten Erlösbeteiligung an Kinofilmen

18 **Tabubruch in Bremen**
Weser-Kurier will viel Personal loswerden – erstmals auch mit Kündigungen

19 **Online-Dienst Meedia geht an Verlagsgruppe Handelsblatt**
19 **Neue Text- und Fotoangebote**
Unternehmergeist bei ehemaligen Kollegen der Nachrichtenagentur dapd

MEDIEN + WIRTSCHAFT

20 **Springer plus digital**
Konzernumbau: Start für ein Bild-Abo-Modell im Netz

22 **Magdeburg: Betriebsrat erzwingt Sozialplanverhandlungen**
22 **Funke Mediengruppe weiter auf Trennungskurs**
22 **Hamburg: Aus für Traditionszeitung nach 169 Jahren**
22 **Bauer: Fernsehwoche nur noch mit „Rest“-Redaktion**

MEDIEN + POLITIK

23 **Schon entdeckt? WeltTrends**
23 **Handlungsbedarf für ein Presseauskunftsgesetz**
24 **Stiftungsdebatte**
Novellierung NRW-Mediengesetz: Weiterbildung und Recherchestipendien fördern

25 **Pressevielfalt in Hessen**
Vorschläge für ein Stiftungsmodell auf der dju-Veranstaltung in Frankfurt am Main

MEDIEN + GESELLSCHAFT

26 **Zwischen Abnicken und Aufmucken**
Rundfunk-Gremien zu sehr parteipolitisch beeinflusst und zu intransparent

28 **Essay: Eintausend alternative Medien?**
Oder warum viele bunte Blumen keinen Sommer machen

30 **Eine Milliarde beim Youtuben**
re:publica: Auf der Suche nach viralen Effekten im TV- und Videosektor

32 **Trimedial den rechten Rand beobachten**
Interview über ein einjähriges NDR-Projekt

33 **Historische Ausweise**
Nachbetrachtungen zur Akkreditierung beim NSU-Prozess in München

MEDIEN + RECHT

34 **Nur gegen „Knipsgebühr"**
Zweites BGH-Urteil gegen freie Fotografen – Verfassungsbeschwerde

34 **Protest gegen neue Google-Bildersuche**

35 **VG Wort verschiebt Hauptausschüttung**

35 **Honorarnachzahlung: Langer Atem zahlt sich aus**

35 **Sieg für Urheber**
Freier Autor wehrte sich gegen übermäßige Textveränderungen

MEDIEN + INTERNATIONAL

36 **Keine Pressefreiheit ohne soziale Sicherung**
EJF und IJF verurteilten Angriffe auf türkische Journalisten / Wahlunregelmäßigkeiten beim Weltkongress – dju lässt Ergebnisse prüfen

38 **Presseförderung in anderen Ländern: Stopp von Subventionen? Italien: Regelungen öffnen Betrügern und Geschäftsmachern Tür und Tor**

39 **Weniger Geld, mehr Sicherheit**
Österreichs Journalisten einigen sich mit Verlegern auf neuen Kollektivvertrag

40 **Für freie Berichterstattung**
Im Osten Syriens schließen sich Medienaktivisten zusammen

41 **Politikgehilfen**
Brüssel befeuerte in Bukarest Debatte über Professionalität der Medien

42 **Kinosterben in Portugal**

43 **Nicht nur den Auslöser drücken**
Der Fotograf G.M.B. Akash hilft Straßenkindern in Bangladesch

44 **Perspektivenwechsel**
Karikaturisten-Wettbewerb in Afrika

44 **One Voice City**
Amerikanische Bürgerbewegung kämpft gegen Medienkonzentration

SERVICE

45 **Veranstaltungen und Seminare in Berlin, Darmstadt, Hamburg und München**

45 **Neue Broschüre Meister Medienproduktion**

46 **Leute**

46 **Impressum**

SERVICE ZUM SURFEN

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

Editorial

Foto: Chr.v.Polentz

Urlaubszeit, Tarifzeit

Urlaub – Lichtblick am Ende eines langen Arbeitstunnels! Zeit der Erholung, auf die in Deutschland ein gesetzlicher Anspruch besteht, 24 Tage und der Lohn wird weiter gezahlt. Jahrzehntelang haben Gewerkschaften für dieses Recht gestritten und in vielen Tarifrunden noch ein zusätzliches Urlaubsgeld sowie in einigen Branchen noch mehr Tage obendrauf erkämpft. Beschäftigte mit Tarifbindung sind hier klar im Vorteil. „ver.di macht Urlaub" hieß es deshalb hintersinnig Anfang Juni eine Woche lang. Bundesweit gingen ver.di-Beschäftigte in die Öffentlichkeit und vor allem in Betriebe zu ihren Kolleginnen und Kollegen, um mit ihnen über den Urlaub und die Gewerkschaft zu reden. Auch die „Medien"leute waren unterwegs, im RBB und im Springer-Hochhaus in Berlin, beim Bayerischen Rundfunk in München und bei RTL in Köln.

In Zeiten der Angriffe auf Flächentarifverträge und der Tarifflucht vieler Unternehmen – auch in der Medienbranche – lohnt es sich die Hand über den Urlaub zu halten, mit den Gewerkschaften – als ihr Mitglied – dafür zu streiten. Für Redakteurinnen und Redakteure an Tageszeitungen spielt auch das in der anstehenden Tarifrunde konkret eine Rolle. Die Begehrlichkeiten der Verleger sind hier trotz enormer Arbeitsverdichtung in vielen Häusern nicht zu übersehen. Gehälter kürzen, vor allem für die nächste Journalistengeneration, scheint nach wie vor mehr ihr Ding zu sein, als es Tariferhöhungen sind. Aber auch Urlaub und Freizeit kosten Geld. Das gilt vor allem für die Freien, wohlwissend, dass sich viele einen urlaubsbedingten Honorarausfall kaum leisten können. ver.di gehe mit ihren Forderungen selbstbewusst in diese Tarifrunde, macht ver.di-Vize und Verhandlungsführer Frank Werneke gegenüber M deutlich (S.12–14).

Im öffentlich-rechtlichen Rundfunk wurden in den letzten Wochen etliche Tarifabschlüsse mit mehr Gehalt und Honorar erreicht. Der Urlaub ist künftig für alle gleich lang, ob jung oder alt. Hier folgten die Tarifparteien einem Urteil des Bundesarbeitsgerichts, das die bisherige Staffelung der Urlaubstage nach Alter beim öffentlichen Dienst abschaffte (S. 16–17). Na dann: schönen Urlaub! Mitte August kommt die nächste M heraus.

Karin Wenk,
verantwortliche Redakteurin

VG Bild-Kunst – Stimmen übertragen!

Im Kampf für gerechte und angemessene Vergütungen für Urheber/innen und Leistungsschutzberechtigte sind die Verwertungsgesellschaften besonders wichtig – deshalb müssen die richtigen Leute als Interessenvertretung gewählt werden. Wer wahrnehmungsberechtigt ist, sollte sein Wahlrecht für die ver.di-Vertreter/innen ausüben!

Die Verwertungsgesellschaft Bild-Kunst bestimmt am 6. Juli 2013 Verwaltungsrat und Vorstand in den drei Berufsgruppenversammlungen sowie die Stiftungsbeiräte neu.

Bei der VG Bild-Kunst können alle Mitglieder, die nicht teilnehmen können, ihr Stimmrecht auf eine Berufsorganisation der jeweiligen Berufsgruppe übertragen. Dafür reicht es, eine Postkarte, die den Mitgliedern zugeschickt wird, auszufüllen und bis zum 3. Juli (Eingang) an die VG Bild-Kunst zu senden.

Bitte nutzt diese Postkarten und übertragt Eure Stimme an Eure jeweilige ver.di-Fachgruppe!

- Gruppe I: ver.di – Fachgruppe Bildende Kunst,
- Gruppe II: ver.di – dju = Fotografie, Design etc.
- Gruppe III: Film Fachgruppe Medien – Rundfunk, Film, Audiovisuelle Medien

Briefe

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

ver.di Bundesverwaltung
Karin Wenk, «M»-Redaktion, 10112 Berlin
Telefon: (030) 69 56 23 – 26, Fax: (030) 69 56 23 – 76
E-Mail: karin.wenk@verdi.de

Tipps zum Nachlesen

M 3 /2013 „Viel zu oft Kapital“

Die Frage des Autoren in dem Interview „Viel zu oft Kapital“, wie sich interessierte Laien oder Gewerkschafter am besten über „Kapital und Arbeit“ informieren können. Beantwortet Uwe Polkaehn nur mit dem Verweis auf die Darstellung der „Erscheinungsebene“, die selbst als kritisch aufbereitete tägliche Datenmixtur wesentliche Ursachen bzw. dahinter stehende Interessen kaum wiederzugeben vermag. Immer noch helfen Bücher da weiter, insbesondere von K.G. Zinn „Wie Reichtum Armut schafft“ (4.erw. Auflage, Vsa-Verlag, 300 S., 2006) oder die „23 Lügen, die sie uns über den Kapitalismus erzählen“ von Ha-Joon Chang (Goldmann-TB, 370 S., 2012) und etwas schmaler mit 96 S. von Ingeborg Dummer „Gerechte Verteilung !? mit langem Atem zu mehr sozialer Gerechtigkeit“ (Vsa-Verlag, 2012). Lesen und weiter empfehlen.

Hubert Zaremba, Göttingen ■

Motto: „Walls & Bridges“

Ideen gefragt für #LiMA14

Die nächste Akademie für Journalismus, Bürgermedien, Öffentlichkeitsarbeit & Medienkompetenz findet vom 17. bis 23. März 2014 in Berlin statt. Damit diese Woche ein Erfolg wird, sucht das LiMAteam nach Ideen. Die #LiMA14 kann ab heute als Vision partizipativ entwickelt werden. # bezeichnet auf Twitter ein Hashtag, wir stellen die gesamte Kampagne unter den Suchbegriff in Twitter, so können alle ihre Ideen und Anregungen sammeln – eben unter #LiMA14.

Die Akademie steht in jedem Jahr unter einem Motto. Für 2014 haben wir uns für „Walls & Bridges“ entschieden. Mauern und Brücken sind Bauwerke von besonderer Art. Sie trennen, verbinden, schließen ein und aus. In ihrem Ausdruck sind sie Merkmale bestimmter gesellschaftlicher Verhältnisse. So zeigt sich daran, inwieweit der Wille zur Kommunikation wie auch zur Erkenntnis generell reifen kann. Die #LiMA14 will dieser Fragestellung als Plattform dienen und in diesem Sinn in sieben Tagen vielleicht den einen oder anderen Brückenschlag wagen.

Neben anderem wollen wir im Jahr der Europawahl den Blick zurückwerfen auf ein Jahrhundert europäischer Geschichte. Hundert Jahre nach dem Beginn des 1. Weltkriegs wollen wir unterschiedliche Stationen besichtigen: 1914 | 1949 | 1969 | 1989 | 2014. Dazu wird es erstmals auch einen Fotowettbewerb geben. **www.linke-journalisten.de/?p=5050**

Der Blog LiMAflaschenpost wird ab jetzt von den Vorbereitungen für die #LiMA14 berichten.
www.neues-deutschland.de/rubrik/limaflaschenpost
Hier kann es einen kontinuierlichen Dialog mit allen geben, die „Medien kompetent nutzen, gestalten & diskutieren“ möchten. ■

Literaturpreis von ver.di

Bereits zum zehnten Mal wird der ver.di Literaturpreis Berlin-Brandenburg ausgeschrieben, in diesem Jahr für Belletristik. Eingereicht werden können veröffentlichte Werke zeitgenössischer deutschsprachiger Literatur in Buchform, die innerhalb der letzten drei Jahre erschienen sind (Erstauflage) und die nicht durch die Autorin/den Autor (mit)finanziert wurden. Für die Bewerbung sind drei Exemplare einzureichen, die auch nicht zurück gesandt werden. Die Autorin/der Autor muss den Hauptwohnsitz in Berlin oder Brandenburg haben. Einsendeschluss: 31. August. Der Preis ist mit 5.000 € dotiert. Die formlosen Bewerbungen können von Autorinnen/Autoren, Verlagen, literarischen Vereinen etc. eingereicht werden an: ver.di, FB 8, Köpenicker Str. 30, 10179 Berlin. Nachfragen unter 030 / 88 66 54 03. ■

MEDIENPOLITISCHE TAGUNG 11.–13.10.2013 LAGE-HÖRSTE

Die Macht der Medien: Wenn inszenierte Wirklichkeit wahr wird

Auf die „Machtergreifung" durch die Nationalsozialisten vor 80 Jahren folgte die „Gleichschaltung". Diese zog sich durch alle Lebensbereiche – auch die Medien. Die Folge: Die Pressefreiheit war abgeschafft, die Funktion der Medien als „vierte Gewalt" im Staat hinfällig geworden. Wo es keine Demokratie mehr gab, durfte es auch keinen Journalismus mehr geben, der dieser hätte dienen können. Medien waren von nun an Propaganda – eine staatliche Inszenierung mit gewaltigem Einfluss.
Auch heute machen Medien Meinung und inszenieren Wirklichkeit – unter gänzlich anderen Bedingungen. Doch was macht Medien so wirkungsstark? Warum liegen Journalismus und Propaganda so nahe beieinander? Und wie unabhängig und vielfältig sind unsere Redaktionen?
In diese und andere Fragen bietet die Tagung Einblick. In Vorträgen und Workshops sollen Zusammenhänge und Lösungen gemeinsam erörtert werden.

Informationen und Anmeldungen

Institut für Bildung Medien und Kunst (IMK)
Teutoburger-Wald-Str. 105
32791 Lage-Hörste

Fon: 05232 / 983 – 420
(Rainer Pohle)
Fax 05232 / 983 – 462
E-Mail: bst.imk@verdi.de

oder online buchen unter:
www.imk.verdi.de/aktuell.php

Freitag

Begrüßung
- Josef Peitz, Leiter Bildungszentrum Lage-Hörste
- Karlheinz Grieger, Bildungsreferent Bochum

Einführungsvorträge
- „Ich möchte einmal am Sender stehen" – die Arbeiter(radio)bewegung und die Medienpolitik in der Weimarer Republik
  Karlheinz Grieger, Bildungsreferent Bochum
- Ein Volk, eine Meinung, ein Volksempfänger? Die Rolle der Medien bei „Machtergreifung" und Machterhalt
  N.N.

Samstag

Vorträge im Plenum
- Ein Bild sagt mehr als tausend Worte – die Wirkungsmacht von Bildern
  Günter Zint, Pressefotograf
- Von den Medien der Diktatur zu den sozialen Medien
  Zahi Alawi, Journalist & Blogger, Leiter young media summit 2010 in Kairo
- „Türke überfällt Tankstelle" – der alltägliche Rassismus in den Medien
  Noah Sow, Antirassismus-Aktivistin, Autorin „Deutschland Schwarz weiß"

Workshops
- Auf dem rechten Auge blind? Die Medien-Berichterstattung über den Rechtsextremismus
  Heike Kleffner, freie Journalistin
- „Deutsche Arbeitsplätze nur für Deutsche" – Rassismus in Gewerkschaften
  N.N.
- Rechtsextremismus im Internet und in sozialen Netzwerken – zwischen Wolf im Schafspelz und offenem Neonazismus
  Helgo Ollmann, Medienpädagoge Solingen

Sonntag

- Berichterstattung aus den Workshops
- Zusammenfassung, Denkanstöße und Schlussfolgerungen
  N.N.

Anzeige

Zukunft planen

Mit unserer Bedarfsanalyse

Premium-Vorsorge für Medienmenschen

Besser Presse

In 2013
4,5 %

Presse-Versorgung

Viele, selbst Medienregulierer, wissen nicht, dass es sie inzwischen auch in Deutschland gibt: Ombudsleute. Als ein Instrument der Selbstkontrolle können sie zwar einen wirtschaftlich tragfähigen Qualitätsjournalismus befördern, doch die Branche ist hierzulande – anders als in europäischen Nachbarländern – skeptisch. Warum?

Von Bärbel Röben

Ombudsleute – ein Qualitätsfaktor

Foto: lucato / Fotolia.com

Den ersten Ombudsmann, der sich um Leserbschwerden kümmerte, gab es bereits 1922 bei der Zeitung *Asahi Shimbun* in Tokio. 1980 schlossen sich Ombudsleute bei Print- und elektronischen Medien aus 26 Ländern weltweit zur Organization of News Ombudsmen ONO zusammen. Sie arbeiten z.B. bei der *New York Times* in den USA, *Folha de S. Paulo* in Brasilien, *El Pais* in Spanien, *Mail & Guardian* in Südafrika oder *TV2* in Dänemark. Mittlerweile gibt es auch zwei Mitglieder, die als Ombudsmänner bei deutschen Zeitungen tätig sind.

Kernaufgabe der Ombudsleute ist es, sich mit den Beschwerden aus Leserschaft bzw. Publikum zu befassen und Fehler in der Berichterstattung zu korrigieren. „Es gibt keine besseren «Versicherungspolicen», um Risiken der Berichterstattung zu mindern und teure Rechtsstreitigkeiten zu vermeiden, als Ombudsleute und Presseräte. Wenn sie außerdem erfolgreich kommunizieren, sollte das die Leserbindung stärken und zugleich die Medienkompetenz von Journalisten wie der Publika steigern helfen. Redaktionelle Glaubwürdigkeit sowie mehr Qualitätsbewusstsein bei den Mediennutzern dürften sich zudem positiv auf die Zahlungsbereitschaft für journalistische Angebote auswirken.“ So umreißt der Kommunikationswissenschaftler Stephan Ruß-Mohl die Bedeutung von Ombudsleuten.

Fehlende Kritikkultur. Er gehört zum Team des EU-Forschungsprojekts „MediaAct“, das Entwicklung und Einfluss von traditionellen Einrichtungen der Medienselbstkontrolle wie Presserat und Ombudsleuten, aber auch neuen Internet-basierten Instrumenten wie Medienblogs untersucht. Rund 1.800 Journalistinnen und Journalisten aus allen Medienbereichen in zwölf europäischen Ländern und zwei arabischen Vergleichsstaaten (Jordanien und Tunesien) wurden 2011/12 repräsentativ befragt. Für Deutschland konstatierte das federführende Dortmunder Erich-Brost-Institut eine unterentwickelte Selbst-Kritik-Kultur. Viele Journalisten tauschten sich hier – anders als in Finnland oder den Niederlanden – kaum mit Chefs und Kollegen über die Qualität journalistischer Beiträge aus. Auch wünschen sich vergleichsweise wenig deutsche Journalisten für ihre Redaktion einen Ombudsmann oder eine Ombudsfrau, die zwischen ihnen und dem Publikum vermitteln.

Als einen Grund für diese fehlende Kritikkultur nennt Ruß-Mohl die Angst von Medienschaffenden und -managern, öffentlich an den Pranger gestellt zu werden – zumal, wenn Kollegen und Kolleginnen sich um die Fehlerkorrektur drückten und andere Medienunternehmen weniger offen damit umgingen. Chefredakteure wollten sich von Ombudsleuten nichts sagen lassen oder scheuten den Aufwand, ihre Redaktion davon zu überzeugen, dass durch Transparenz der eigenen Arbeit auch Glaubwürdigkeit und Vertrauen gewonnen wird. Das ändere sich nur, wenn ein Medienhaus den Anfang mache, wie die *New York Times* in den USA, die „in der angelsächsischen Welt wegweisend voranschritt“. In Deutschland fehle ein solcher Vorreiter für institutionalisierte Ombudsleute oder Korrekturspalten. In Frankreich, der Schweiz, Großbritannien und Spanien dagegen sind z. B. öffentliche Rundfunkunternehmen dazu verpflichtet, einen Ombudsmann zu benennen.

Insgesamt wird den Instrumenten der Medienselbstkontrolle nach der MediaAct-Studie auch in Deutschland nur ein mittlerer Einfluss zugeschrieben. Lediglich der Presserat spiele eine „relevante Rolle als Kritikinstanz“. Susanne Fengler, Leiterin des Erich-Brost-Instituts, fordert deshalb: „Journalisten müssen das Thema Selbstkontrolle endlich ernster nehmen. Der News of the World-Skandal in England hat gezeigt, welche dramatischen Folgen es hat, wenn das System der Selbstkontrolle versagt.“ Gefragt seien da vor allem die Chefredakteure, die Anreize für verantwortungsethisches Handeln im Journalismus geben könnten, indem sie ihr Personal stärker lobten und kritisierten. „In Redaktionen, in denen gute Leistungen gelobt und schwarze Schafe gerügt werden, wird das Thema Medienselbstkontrolle ernster genommen.“ Dass Journalistinnen und Journalisten an der Basis das auch wollen, zeigt ihre – im internationalen Vergleich höchste – Zustimmung zu dem Statement „Die Menschen vertrauen eher solchen Medien, die Korrekturen und Entschuldigungen veröffentlichen“.

Anderseits trifft das Statement, die Leute sollten doch zum Gericht gehen, wenn sie sich von den Medien ungerecht behandelt fühlten, in Deutschland immer noch auf mittlere Zustimmung, d.h. das System der eigenverantwortlichen Mediation bei Konflikten funktioniert hier deutlich schlechter als in Ländern wie Finnland und der Schweiz. Die Selbstkontroll-Strukturen in den Medienhäusern hinken also der medienethischen Sensibilisierung der Journalisten hinterher, die durch die Mitgliedschaft in Berufsverbänden und die Qualität der journalistischen Ausbildung positiv beeinflusst wird. So erhalten medienkritische Journalistenblogs in Deutschland auch überdurchschnittlich hohe Wertschätzung – „wohl weil Bildblog die Online-Medienkritik sehr populär gemacht hat“, vermuten die Forscher.

Foto: fotogestoeber / Fotolia.com

Eine Kombination aus traditionellem und Internet-basiertem Selbstkontroll-Instrument ist der „Cyber-Ombudsmann“, den das MediaAct-Forschungsteam in einem Handbuch mit zahlreichen anderen Positivbeispielen präsentiert. Als vorbildlich wird „Bronsky“ von der *Frankfurter Rundschau* beschrieben: Im *FR*-Blog publiziert und diskutiert er Leserkommentare und erleichtert die Kommunikation zwischen Redaktion und Leserschaft. Auszüge erscheinen in der Printausgabe. Indem er das Konzept des Ombudsmanns mit dem eines Medienwatchblogs verbinde, erleichtere er die Leserpartizipation und stärke das Fehlermanagement.

Um zu erfahren, wie nun die Verantwortlichen für Medienregulierung selbst zu den normativen Idealen stehen, haben die Kommunikationsforscher Marlis Prinzing und Roger Blum Ombudsleute, Presserats- und Rundfunkratsmitglieder sowie Mitglieder freiwilliger Selbstkontrollen aus Deutschland, Österreich und der Schweiz befragt. Sie legten ihnen Online-Bögen mit 30 Aussagen vor, die sich am Ideal der Medienregulierung orientieren – u. a. auch zu Ombudsstellen.

Ideale und Wirklichkeit. Erste Ergebnisse der Auswertung: Fast Dreiviertel der Befragten stimmen z.B. der Aussage zu, dass Ombudsstellen „durch Personen außerhalb der aktuellen Redaktion besetzt werden“ sollen. Bei der Gegenfrage, ob eine „Verknüpfung mit redaktionellen Funktionen erfolgen“ solle, wird eine solche Personalunion vor allem von Medienregulierern in der Schweiz abgelehnt, gefolgt von den österreichischen. In Deutschland stimmen nur wenig mehr dagegen als dafür. Hier sind die Ombudsstellen auch bei der Redaktion angesiedelt, was dem Ideal der Unabhängigkeit widerspricht.

Blum und Prinzing stellen fest, dass Ideal und Wirklichkeit auseinanderklaffen. Der normative Anspruch auf mehr Autonomie, Demokratie und Öffentlichkeit, der sich in den Mehrheitsmeinungen spiegelt, ist selten Realität. Es gebe zwar eine Offenheit für „Innovationen“ bei den befragten Medienregulierern, aber auch Widerstand gegen Veränderungen der eigenen und Unkenntnis anderer Institutionen. So meinte der Direktor einer Landesmedienanstalt, dass es in Deutschland keine Ombudsleute gebe.

Im Gegenteil, es gibt sie. Aber nur wenige deutsche Regionalzeitungen leisten sich bisher Ombudsleute. Zehn von ihnen gründeten Anfang 2012 die „Vereinigung der Medien-Ombudsleute“. Ihr Ziel beschreibt ihr Sprecher Anton Sahlender, Leseranwalt und Mitglied der Chefredaktion der *Main Post* in

Web-Hinweise

http://www.mediaact.eu/

www.mediaact.eu/fileadmin/user_upload/Guidebook/guidebook.pdf

http://de.ejo-online.eu/

http://www.netzwerk-medienethik.de/jahrestagung/tagung2013/

http://www.initiative-qualitaet.de/fileadmin/IQ/Aktuelles/PM-IQ-110408.pdf

Würzburg so. „Wir wollen zum einen Erfahrungen austauschen, uns gegenseitig unterstützen und stärken. Und zum anderen wollen wir mehr Medienhäuser dafür gewinnen, eine Ombudsstelle einzurichten.“ Das sei gut für die Glaubwürdigkeit und die Qualität eines Mediums.

Großer Nachholbedarf. Befragt von ejo-online, warum das Konzept der Ombudsleute in Deutschland auf so wenig Resonanz stößt, sagt Sahlender: „Die meisten Redakteure empfinden Ombudsleute noch nicht als sinnvollen Beitrag für das eigene Medium. Sondern als eine zusätzliche Serviceleistung, die ihrer Meinung nach hinter dem Journalismus zurückstehen muss. Und ich denke, dass sie dazu gehören sollten.“ Einen weiteren Grund sehe Sahlender in der Unwissenheit vieler Medienhäuser über die Rolle und das Tun dieser Leseranwälte, was ja auch die genannte Befragung belege. Außerdem macht Sahlender „einen großen Nachholbedarf“ bei Journalisten fest, Fehler auch mal öffentlich einzugestehen und die journalistische Arbeit transparenter zu machen. Hier könne von Ombudsleuten „eine Signalwirkung“ ausgehen.
Die „Vereinigung der Medien-Ombudsleute“ strebt eine Kooperation mit dem Deutschen Presserat an. Sie verspricht sich auch davon Impulse für ein Anerkenntnis der Ombudsleute als wichtigen Teil der freiwilligen Selbstkontrolle. Förderung und Zusammenarbeit gibt es von Anfang an mit der „Initiative Qualität“ (IQ), einem Zusammenschluss von Verbänden, Institutionen und Initiativen aus Presse und Rundfunk, Aus- und Weiterbildung, Wissenschaft, Medien(selbst)kontrolle und Medienpublizistik, darunter der dju in ver.di. Auf ihrer Herbsttagung 2011 zum Thema „Medienkritiker und Ombudsleute als Qualitätsfaktor“ wurde die „Gründung einer Arbeitsgemeinschaft deutscher Ombudsleute und Leseranwälte“ angeregt. Ausgehend davon, dass „die erfolgreichen Systeme der Medienselbstkontrolle und der gesetzlichen Medienaufsicht durch Ombudsleute ergänzt und gestärkt werden“, formulierte IQ „Sieben gute Gründe für Ombudsleute in den Medien“. An erster Stelle heißt es: „Ombudsleute in den Medien sind Vermittler zwischen der Leserschaft / den Rezipienten und der Redaktion. Sie verstehen sich sowohl als Anwälte der Leserschaft / der Rezipienten als auch der Pressefreiheit und sind Teil der Medienselbstkontrolle.“ ■

Für mehr Kritikfähigkeit

Erfahrung, ein dickes Fell und Unabhängigkeit gegenüber der Redaktion gehören zur Ausstattung erfolgreicher Leseranwälte

Ein Büro im Neubau der *Frankenpost* an der Poststraße in Hof, zwei Schreibtische, drei Telefone. Zwei davon stehen auf dem Tisch von Kerstin Dolde, denn sie ist nicht nur Lokalredakteurin, sondern vor allem „Leseranwältin“ ihrer Zeitung. Bei ihr laufen seit zwei Jahren die verschiedenen Stränge der Leser-Blatt-Bindung zusammen: Sie beantwortet Fragen und Kritik zur Zeitung, aber auch zu anderen Themen. Sie organisiert Diskussionsrunden mit Lesern in den verschiedenen Gemeinden des Verbreitungsgebiets. Sie kümmert sich um die Leserbriefe, moderiert den zwölfköpfigen Leserbeirat der *Frankenpost* und ist die Verbindung der Redaktion zur Rechtsabteilung des Verlags.

Foto: Florian Miedl

Redakteurin Kerstin Dolde im Gespräch mit Lesern.

Die meisten Leserinnen und Leser wenden sich mit ihren Anliegen per Telefon an die „Leseranwältin“, deshalb der zweite Apparat auf ihrem Schreibtisch mit einem eigenen Anrufbeantworter. Dabei geht es keineswegs immer um eine Kritik an den Texten oder Bildern der Zeitung. Vielfach erhoffen sich die Fragenden einen Tipp zu ganz anderen Dingen wie etwa das Verreisen mit Tieren, das Bestehen eines Wohnrechts oder das Funktionieren des Lastenausgleichs. Hier vermittelt Dolde im Rahmen ihrer Möglichkeiten und mit ihrer Erfahrung aus über 20 Jahren in der Lokalredaktion, nennt Ansprechpartner, fragt bei Behörden nach und berichtet über die allgemein interessierenden Themen in einer täglichen Kolumne unter der Überschrift „Die Sache mit...“.

Aber Kritik an der Zeitung gibt es natürlich auch. Zum Beispiel, als die *Frankenpost* in einem neuen Layout graue Kästen einführte. Dass dies für Diabetiker sehr schwer zu lesen ist, war niemandem in der Redaktion bewusst. Die Leseranwältin fragte nach beim Bayerischen Blinden- und Sehbehindertenbund und erhielt eine Broschüre über gut lesbare Farbzusammenstellungen, die dann am Grafikdesk der Zeitung ausgewertet wurde.

Leserbeschwerden. Den letzten größeren Proteststurm bescherte Dolde die Wahl des Papstes Franziskus, die noch am späten Abend in die eigentlich fertige Seite 1 eingefügt wurde. Dass dadurch direkt unter dem Artikel zur Papstwahl ein seit längerem geplanter Text zu sexuellem Missbrauch in Kirchenkreisen stand, empfand mancher Leser als Absicht und gezielte Geschmacklosigkeit. In zehn Tagen hat ihr Telefon deswegen gut 80 Mal geläutet. Dolde erklärte in ihrer Rubrik „Auf ein Wort“ die zeitlichen Abläufe in der Redaktion und bat um Verständnis für dieses ungewollte Zusammentreffen.
Über die Leserbeschwerden berichtet Kerstin Dolde monatlich den Ressortleitern. In Rundbriefen will sie die festen und freien Kolleginnen und Kollegen sen-

Foto: Frankenpost

sibilisieren für Themen oder Formulierungen, die Leser missverstehen oder zum Protest veranlassen könnten. Sie sieht die Leseranwältin auch als eine Funktion, die die seltener werdende Blattkritik in Redaktionskonferenzen etwas ausgleichen kann. „Es geschieht immer häufiger, dass sich Kolleginnen und Kollegen bei mir melden und fragen, ob sie bestimmte Sachen so machen können."

Für Kerstin Dolde ist die Arbeit als Leseranwältin kein „Strafposten", auch wenn manche Kollegen dies nur ungern selbst machen würden. Für sie ist es eine Rolle, die sie gern und aus Überzeugung ausfüllt, „denn die Leser sind unser Kapital." Und man muss die Leser mögen, sagt sie mit einem Lächeln, sonst ist man als Leseranwältin auf dem falschen Platz.

Da sie mit ihrer Arbeit jedoch einen klassischen Einzelkämpferposten hat, ist sie froh über die Verbindung der bisher zehn Ombudsleute an deutschen Zeitungen, um sich mit den Kolleginnen und Kollegen über die Arbeit austauschen zu können. Eigentlich sollte dies Mitte Juni bei einem Treffen in Augsburg wieder der Fall sein, doch die Tagung „Ombudsleute in den Medien" musste wegen Terminüberschneidungen abgesagt werden. Anton Sahlender, Mitglied der Chefredaktion der *Mainpost* und Leseranwalt dort, ist die Enttäuschung darüber deutlich anzuhören. Seit fast zehn Jahren kümmert er sich inzwischen in Würzburg um Leserbeschwerden und ist die treibende Kraft in der Vereinigung der Ombudsleute. Zu den von ihm eingeladenen Referenten gehörte auch der Vorsitzende der „Organization of News Ombudsmen" (ONO), Stephen Pritchard von *The Observer*.

Aber Sahlender gibt nicht auf, ein neuer Anlauf für den November ist geplant. Verstehen kann er nicht, dass das Interesse am Leseranwalt in anderen Verlagen so gering ist. „Wenn jemand da ist, der auf die Ethik achtet, wird in der Redaktion auch das Bewusstsein für Rechtsfragen geschärft", ist sich Sahlender sicher. Und das zahle sich für den Verlag auf jeden Fall aus, nicht nur bei der Glaubwürdigkeit und der Qualität der Zeitung. Immerhin ist mit Ralf Nehmzow, dem „Leserbotschafter" des *Hamburger Abendblatts*, in Los Angeles gerade ein deutscher Medienombudsmann in den Vorstand der ONO gewählt worden.

Zusammenarbeit mit dem Presserat angestrebt. Die „Leitlinien" der *Mainpost* kann jeder Leser auf der Internetseite der Zeitung nachlesen. Sie basieren auf dem Pressekodex des Deutschen Presserats, mit dem Sahlender eine engere Zusammenarbeit sucht. In einer redaktionsinternen Gruppe der *Mainpost* werden sie weiterentwickelt. „Der Journalismus erklärt sich zu wenig, wir müssen den Journalismus durchschaubar machen", fordert Sahlender energisch. Ein Medienombudsmann ist für ihn „der glaubwürdigste Teil der Medienselbstkontrolle", unterstreicht der Würzburger. „Deshalb wollen wir mehr Häuser dafür gewinnen, solche Stellen einzurichten." Außerdem wünscht er sich, dass sich die Medienwissenschaftler mehr mit diesem Thema beschäftigten.

Dass der Ton zwischen Leser und Leseranwalt manchmal rau sein kann, zeigen die Auseinandersetzungen über eine Karikatur zum Konklave in Rom, die mancher Leser als anstößig empfand: „Ihre Zeitung würde es nicht riskieren, eine solche Zeichnung zum Islam zu veröffentlichen", lautete ein Vorwurf. Da kommt es dann schon mal zu einem lebhaften Schlag-

Kerstin Dolde (oben), Ombudsfrau der Frankenpost und Anton Sahlender (unten), Leseranwalt bei der Mainpost in Würzburg.

Foto: mainpost

Foto: Daniela Nielsen

Leseranwälte der Braunschweiger Zeitung: Thomas Roth, stellvertretender Chefredakteur und Dr. Heinrich Kintzi (rechts), ehemaliger Generalstaatsanwalt.

abtausch in der Internet-Rubrik des Leseranwalts. Sahlender versucht, den empörten Lesern den Grundsatz der Pressefreiheit auch in Religionsangelegenheiten zu erklären. Toleranz und Pressefreiheit, das sind Begriffe, die in Sahlenders Kolumnen immer wieder vorkommen. „Nach über 60 Jahren Demokratie scheint mir manchmal das Gefühl für dieses hohe Gut in der Gesellschaft verlorengegangen zu sein“, fürchtet er.

Ombudsrat als Doppelspitze. Erfahrung, ein dickes Fell und eine möglichst große Unabhängigkeit gegenüber der Redaktion gehören zur Ausstattung erfolgreicher Medienombudsleute, da sind sich Dolde und Sahlender einig. Die *Braunschweiger Zeitung* hat die Unabhängigkeit zur Maxime eines eigenen Modells gemacht: Seit 2008 gibt es dort einen Ombudsrat als interne und externe Doppelspitze. Neben einem Mitglied der Chefredaktion beschäftigt sich der pensionierte Generalstaatsanwalt Heinrich Kintzi mit den Beschwerden der Leser. Er sieht sich keineswegs in einer „Sandmännchenrolle“, wie ein Leser mal etwas hämisch anmerkte, und nimmt sich durchaus die Freiheit, mal eine abweichende Meinung zu formulieren. Für die *Braunschweiger Zeitung* ist Kintzis Unabhängigkeit ein ganz wesentlicher Aspekt, betont der stellvertretende Chefredakteur Thomas Roth im großzügigen Klinkerbau des Pressehauses in Braunschweig. Dass Kintzi als langjähriger Pressesprecher des niedersächsischen Justizministeriums auch Medienerfahrung mitbringt, ist natürlich von Vorteil.

„Das Spannungsfeld zwischen Persönlichkeitsrecht und Veröffentlichungsanspruch zieht sich wie ein roter Faden durch die Arbeit im Ombudsrat“, erklärt der Jurist. Gerade habe ein Leser zur Diskussion gestellt, ob bei den Berichten über den NSU-Prozess der Name der Angeklagten und ihr Foto veröffentlicht werden dürfe. Hier waren sich die beiden Ombudsmänner Kintzi und Roth mit dem verantwortlichen Redakteur einig und antworteten mit Ja. Doch die Namensnennung sei immer wieder ein sensibles Thema, bei dem die *Braunschweiger Zeitung* teilweise anders entscheide als die Agenturen. „Letztendlich sind wir verantwortlich“, unterstreicht Roth. Deshalb bearbeitet der Ombudsrat auch Beschwerden, die sich auf Agenturtexte oder -fotos beziehen.

Im Lauf der Jahre hat sich die Rubrik des Ombudsrats zu einem festen dreiteiligen Schema entwickelt. Nach der Darstellung der Beschwerde kommt zunächst der zuständige Redakteur oder die Redakteurin in der Zeitung zu Wort. Erst dann äußern sich Kintzi und Roth. „Wir haben dazugelernt, früher haben wir nicht immer die Redaktion um eine Stellungnahme gebeten“, sagt Kintzi rückblickend.

Leserbriefe als Quelle. Nicht alle eingesandten Beschwerden eignen sich für eine Kommentierung durch den Ombudsrat, aber jeder Leser bekommt eine Antwort. Manche als Leserbrief gedachte Zuschrift greift ein Thema auf, das dem Ombudsrat besonders wichtig und interessant erscheint. Daher ist die Rückkopplung zur Leserbriefredaktion für die beiden Ombudsleute ein wichtiger Aspekt ihrer Arbeit, die sich bisher überwiegend auf die Printausgabe bezieht. Denn in der Online-Ausgabe können die Leser direkt ihre Meinung zu Artikeln äußern und mit den Redakteuren diskutieren. Als der Ombudsrat eingeführt wurde, gab es in der ersten Zeit drei bis vier Eingaben pro Woche. Für ihre montägliche Kolumne auf der Leserbriefseite hatten sie Wartelisten für die angesprochenen Themen, erinnert sich Kintzi. Doch in letzter Zeit herrsche eher „Stagnation“. Liegt es daran, dass sich die Themen wiederholen und die Leser nicht mehr jeden Fall aufgreifen wollen, rätselt Kintzi? „Ich habe den Eindruck, wir haben die meisten Themen abgearbeitet“, meint der ehemalige Staatsanwalt. Liegt es an der erhöhten Sensibilität in der Redaktion, die sich in den Diskussionen seit der Einführung des Ombudsrats zeigt? Oder ist es eben die Verlagerung ins Netz, die auch beim Würzburger Leseranwalt Anton Sahlender mit Facebook und Twitter zu beobachten ist?

Erfahrung und Autorität. Für Thomas Roth ist die Einrichtung eines Medienombudsrats eine wichtige Chance für die Redaktionen. Der Online-Auftritt und der Umgang mit der Leserkritik gehören für ihn zusammen. „Wie weit lassen wir Kritik an uns ran und wie weit machen wir es öffentlich“, sind die grundsätzlichen Fragen für jede Redaktion. Deshalb müsse die Aufgabe des Ombudsrats von jemandem mit Erfahrung und Autorität ausgefüllt werden. Das sei keine Alibifunktion, die man auch mit Volontären besetzen könne.

Kintzi wünscht sich, dass die Einrichtung des Ombudsrats in viel mehr Medien Einzug hält. „Beim Fernsehen gäbe es da auch genug zu tun“, sagt der 82Jährige lächelnd. In anderen Bereichen, wie der Patientenvertretung, der Bahn oder im Handwerk sei der Ombudsrat bereits etabliert. Die Medien könnten mit Ombudsleuten ihre Glaubhaftigkeit erhöhen und ihre Kritikfähigkeit demonstrieren, gibt der Jurist zu bedenken. Der *Braunschweiger Zeitung* will er dabei weiter tatkräftig zur Seite stehen: „Über meine Pensionierung als Ombudsrat habe ich mir noch keine Gedanken gemacht.“ **Susanne Stracke-Neumann** ■

Links

http://www.mainpost.de/ueberregional/leseranwalt.artikel/

http://www.frankenpost.de/regional/leseranwalt/

http://www.braunschweiger-zeitung.de/debatte/ombudsrat/

Moral und Journalismus

Vom Missbrauch und der Boulevardisierung eines Werte-Begriffs

Von Hektor Haarkötter | Wo es um Werte und Normen geht, da sind die ganz großen Themen nicht weit, da geht es um Leben und Tod, um Freundschaft und Hass, um Miteinander und Gegeneinander. Entsprechend müsste auch in den Medien von Ethik und Moral die Rede sein. Kurz gefragt: Wo wird in der Presse die Moralkeule geschwungen? Wie häufig wird Moral thematisiert und in welchen Ressorts kommt sie vor?

Mit solchen Fragen habe ich mich in einer bigdata-Analyse journalistischer Medien wie der *Süddeutschen Zeitung*, der *Bild* und auch der *Bunten* beschäftigt. Mehrere hunderttausend Textbeispiele konnten dabei quantitativ ausgewertet werden. Danach kommt der Begriff „Moral" in über 200.000 Texten auf *sueddeutsche.de* genau 5.552-mal vor. In den mehr als 800.000 Texten auf *bild.de* findet „Moral" sich 2.152-mal. Das ist tatsächlich nicht gerade wenig, macht aber doch nur den geringsten Teil des Textkorpus aus. Sonderlich beliebt scheint das Themenfeld Moral unter Journalisten nicht zu sein. Statistisch auffällig ist dabei, wie sich die Verwendung des Moral-Begriffs auf die verschiedenen Ressorts verteilt. Spitzenreiter ist: das Sportressort! Es vergeht kein Bundesliga-Wochenende, an dem nicht von der „Moral" einzelner Spieler oder ganzer Mannschaften und den berühmten „deutschen Tugenden" geschrieben wird. Dass es hierbei nicht um die Diskussion unserer grundlegenden ethischen Problemstellungen geht, liegt auf der Hand. Die Moral im Sport ist ein persönlicher Charakterzug, ein Qualifikationskriterium für Spitzensportler, wenn's dicke kommt, gar eine Schwäche.

Moralkeule. Noch in einem weiteren Ressort hat die Moral vor allem in Boulevardmedien wie der *Bild* oder dem „People-Magazin" *Bunte* Konjunktur. Hier wird das Wortfeld „Moral" regelmäßig in solchen Artikeln thematisiert, die um Sexualität oder Nacktheit kreisen. All die „Busenblitzer", „Nippelgates" und Paparazzi-Fotos werden mit dem Moralmäntelchen notdürftig bedeckt. Dabei stellen Fragen der Sexualität, wie der Moralphilosoph Peter Singer einmal festgestellt hat, in aller Regel gar kein moralisches Problem dar. Der Begriff Moral wird stattdessen missbraucht, um künstlich Problemfelder zu konstruieren und auf diese Weise überhaupt erst einen Berichterstattungsanlass künstlich zu erzeugen. Hier wird buchstäblich die Moralkeule geschwungen, um sich umso inbrünstiger mit dem abgeben zu können, was der französische Soziologe Pierre Bourdieu als ihre kleinbürgerliche Auffassung von Unmoral den Medienleuten unterstellt hat. Der Moralbegriff protegiert also die Unmoral: Ein Journalismus-Paradox.

Auch im Politikteil kommt „Moral" vor. Auffällig daran ist allerdings, dass selbst in einem Qualitätsmedium wie der *Süddeutschen* Moral fast immer als feste Größe oder als Schicksalsschlag daherkommt. Schwierige Begründungszusammenhänge oder abweichende moralische Standpunkte werden von den Journalisten praktisch nie erörtert. Dabei zeichnen sich moralische Konflikte ja gerade dadurch aus, dass unterschiedliche Positionen und Wertvorstellungen aufeinander treffen.

Bemerkenswert ist auch, wo Moral in journalistischen Texten gerade nicht vorkommt. In meiner Studie wurden ausdrücklich auch solche Texte untersucht, die um Wissenschafts- und Forschungsthemen kreisen. In diesen Themengebieten hatte ich im Vorfeld am ehesten ein hohes Moral-Vorkommen erwartet, weil hier die moralischen Konflikte spielen, mit denen sich beispielsweise der Deutsche Ethikrat befasst. Es fanden sich allerdings in der *Süddeutschen Zeitung* insgesamt nur 19 Belegstellen, in der *Bild* sogar nur zwei. Unterrepräsentiert ist der Begriff Moral auch im Wirtschaftsteil. In nur acht Prozent der Artikel wird Moral thematisiert: Moral kommt in der Wirtschaft nicht vor.

„Gute" Ratschläge. Moral kann im Journalismus nicht nur thematisiert, sondern auch direkt betrieben werden. Das ist der Fall, wenn in journalistischen Texten konkrete Handlungsanweisungen gegeben werden oder Modalverben wie können, sollen, wollen, müssen, mögen und dürfen Verwendung finden. Solche Vorkommen habe ich an zwei Fallbeispielen untersucht, nämlich dem „Skandalauftritt" der alkoholisierten Schauspielerin Jenny Elvers in einer NDR-Vorabendsendung sowie der „Wulff-Affäre". Man möchte meinen, der Journalismus sei vor allem der neutralen und objektiven Berichterstattung verpflichtet und würde darum „gute" Ratschläge nach Möglichkeit vermeiden. Aber weit gefehlt. Von direkten Ansprachen der *Bild*-Zeitung („Liebe Jenny, Du musst Dich nicht schämen") bis zu ironisierten Aufforderungen der *taz* („Helft auch den Kerlen!") reicht das Spektrum klarer Handlungsaufforderungen. Eine Spezialität der Mediensprache scheint zu sein, deutliche Imperative dadurch zu vermeiden, dass man sie gerade in ihr Gegenteil verkehrt, also in Fragesätze. Formulierungen wie die Überschrift „Warum stoppte keiner die Sendung?" im Elvers-Fall oder „Wie lange hält das Amt solche Schlagzeilen aus?" im Wulff-Fall haben klaren normativen, also handlungsauffordernden Charakter. Imperative in Fragesätzen zu formulieren, könnte man als das zweite moralische Paradox des Journalismus nennen.

Rechnet man die Belegstellen zusammen, dann kommt man zu dem Ergebnis, dass Moral in den untersuchten Blättern überwiegend im unterhaltsamen und boulevardesken Teil vorkommt und dort auf eine oft sehr paradoxe Art behandelt wird. „Drum besser wär's, wenn nichts entstünde", sagt Mephisto im Faust. Drum besser wär's, wenn in unseren Zeitungen nicht moralisiert würde, könnte man anfügen. Lieber keine Moral im Journalismus, als die Art und Weise, wie wir sie jetzt präsentiert bekommen. Denn die Behandlung der großen und ernsten Fragen unserer Gesellschaft wird sonst trivialisiert und boulevardisiert und könnte die damit zusammenhängenden Probleme eher noch vergrößern, statt zu ihrer Lösung beizutragen. ■

Foto: privat

Prof. Dr. Hektor Haarkötter

ist freier Publizist und Medienwissenschaftler und lebt in Köln.

Die Untersuchung zu „Moral in den Medien" wurde bei einer Tagung der Fachgruppe Medienethik in der Deutschen Gesellschaft für Publizistik und Kommunikation (DGPuK) erstmals vorgetragen und wird demnächst im Tagungsband ausführlich dokumentiert.

ver.di-Vize Frank Werneke sieht „keinen Grund für Gehaltsabsenkungen" an Tageszeitungen – im Gegenteil

Selbstbewusst in die Tarifrunde

Die Gewerkschaften haben erste Pflöcke für die Tarifrunde für Redakteurinnen, Redakteure und Freie an Tageszeitungen 2013 eingeschlagen: ver.di fordert 5,5 Prozent mehr Gehalt und Honorar, Onliner sollen ins Tarifwerk eingebunden werden. Aus- und Weiterbildung wird in den Fokus gerückt. Die Verhandlungen haben noch nicht begonnen und doch schlagen die Wogen bereits hoch. Die Verlegerseite scheint in Angriffsposition zu gehen und alte Ziele aus der Vorrunde wieder aufwärmen zu wollen. Wochenlange massive Streiks und Protestaktionen haben die Zeitungs-Tarifrunde 2011 befeuert. Die schreibende Zunft war in Aufruhr, weil es um den Wert ihrer Arbeit ging. Berufseinsteiger sollten viel weniger Geld erhalten, der Manteltarifvertrag stand zur Disposition. All das wurde abgewehrt, sehr bescheidene Gehaltserhöhungen sind dafür in Kauf genommen worden. Steht jetzt alles wieder auf Anfang? M sprach darüber mit dem stellvertretenden ver.di-Vorsitzenden und Verhandlungsführer Frank Werneke.

Die Verlegerseite ließ einerseits verlauten, dass der Flächentarifvertrag auf der Kippe stehe, andererseits sagte Verlegerpräsident Helmut Heinen im Handelsblatt: „Im Gegenteil, wir wollen ihn erhalten!" Wie muss man das verstehen?

Frank Werneke | Man kann das wohl getrost so dechiffrieren: „Wenn die Gewerkschaften nicht bereit sind, die Tarifverträge so zu verschlechtern wie wir uns das vorstellen, dann drohen wir Ihnen damit, überhaupt keinen neuen Tarif abzuschließen". Wobei ja zu einer ehrlichen Bestandsaufnahme gehört, dass der Zeitungsverlegerverband bereits jetzt ein sehr eingeschränktes Verhandlungsmandat hat. In weiten Teilen der Republik gibt es keinen Flächentarifvertrag mehr. In vielen Bundesländern sind nur noch einzelne Zeitungsverlage durch eine Mitgliedschaft im Verlegerverband tarifgebunden. Hier rächt sich, dass die Verbände seit Jahren ihren Mitgliedsverlagen die sogenannte „Ohne Tarif-Mitgliedschaft" offerieren. Das hat den Flächentarifvertrag zersetzt. Wenn jetzt vom Verlegerverband das hohe Lied vom Erhalt des Flächentarifvertrages gesungen wird, ist das meines Erachtens reine Rhetorik, die ihr eigentliches Ziel – die Verschlechterung der Tarife – kaschieren soll.

« Verlage und Druck haben in Deutschland die Tarifverträge mit der schlechtesten Gehaltsentwicklung in den vergangenen 15 Jahren. »

Dann wieder heißt es, der Flächentarifvertrag habe zu wenig Flexibilität. Er spiegele die hohen Standards vergangener Zeiten wider, in denen es noch allen in der Republik gut ging?

Auch hier lohnt ein Blick auf die Fakten: Seit mittlerweile zwanzig Jahren gibt es regelmäßig Verschlechterungen in den Tarifverträgen für Redakteurinnen und Redakteure. Die Arbeitszeit wurde verlängert, Gehaltsstufen gestrichen, der Urlaubsanspruch reduziert – um nur ein paar Punkte zu nennen. Das alles sollte auch dem Zweck dienen, den Flächentarifvertrag zu erhalten und die Akzeptanz dafür bei den BDZV-Mitgliedern zu erhöhen. Mit welchem Resultat, das sehen wir jetzt.

Verlage und Druck haben in Deutschland die Tarifverträge mit der schlechtesten Gehaltsentwicklung in den vergangenen 15 Jahren. Bereinigt um die Inflation hat das einen deutlichen Reallohnverlust für Redakteurinnen und Redakteure erbracht. Und insbesondere die freien Kolleginnen und Kollegen haben deutliche Einbußen hinnehmen müssen.

Bei allen Unterschieden zwischen den einzelnen Verlagen ist von uns unbestritten, dass sich die wirtschaftlichen Bedingungen für Zeitungen in den letzten Jahren verschlechtert haben. Durch die allermeisten Verlage wird aber unverändert auch heute ordentliches Geld verdient.

Geblutet haben die Journalistinnen und Journalisten – zusammen mit allen anderen Beschäftigten in den Zeitungen. Sowohl durch den kontinuierlichen Abbau von Arbeitsplätzen und die damit verbundene Leistungsverdichtung. Aber eben auch durch Opfer in der Entwicklung der Tarifverträge. Die Verleger würdigen das aber leider überhaupt nicht, sie fordern nun weitere massive Verschlechterungen. Zur Debatte steht die Streichung von Urlaubstagen, genauso wie die Kürzung der Jahresleistung und des Urlaubsgeldes über den Umweg einer windigen Koppelung an den „Unternehmenserfolg der Verlage".

Eine wesentliche Forderung der Zeitungsverleger ist eine Regionalisierung der Gehaltstarife – was bezwecken sie damit?

Die Regionalisierung wird von ihnen erstmals aufgerufen, in bisherigen Tarifverhandlungen war das nie ein Thema. Was die Verleger unter dieser Überschrift tatsächlich wollen, ist allerdings bislang nur in Umrissen erkennbar. Sie beklagen, dass die Lebenshaltungskosten in Großstädten höher sind als in eher ländlichen Regionen. Und im Süden sei es auch tendenziell teurer als im Norden Deutschlands. Manche dieser Erkenntnisse sind nicht ganz falsch, aber sie sind auch keineswegs neu. Nun plötzlich schlussfolgern die Verleger aber daraus: auch die Gehälter für Redakteure müssten sich unterschiedlich entwickeln. Da, wo die Lebenshaltungskosten hoch sind, sollen die Gehälter (etwas) steigen, da, wo sie angeblich niedrig

sind, sollen sie gar nicht steigen. Und das auf absehbare Zeit. Nach allem, was ich erkennen kann, sieht das nach einer mühsam zusammengezimmerten Begründung aus, um je nach Verlag oder Region langfristig unterschiedliche Gehaltsentwicklungen sanktionieren zu können. In vielen Fällen aber eben auch die Gehälter bis auf weiteres einzufrieren.

« Es ist zum Beispiel absolut überfällig, die journalistischen Kolleginnen und Kollegen aus dem Online-Bereich in den Tarifvertrag einzubeziehen. »

Der eigentliche Grund für solche Überlegungen dürfte sein: Zeitungsverlage, die mit dem Ausstieg aus dem Verlegerverband bzw. Tarifflucht drohen, sollen mit der Möglichkeit eines Gehaltsstopps geködert werden.

Oder: In Regionen, in denen in der letzten Tarifrunde wirksam gestreikt wurde, kommt man wohl auch aus Sicht der Verleger um Gehaltserhöhungen nicht ganz herum. In den anderen Regionen (und die gab es ja leider auch, die Streikmobilisierung war regional sehr unterschiedlich stark), können sich die Verlage über diesen Weg Gehaltserhöhungen sparen.

Wollen die Verleger darüber hinaus eine geringere Gehaltsentwicklung für künftige Journalistinnen und Journalisten. Mit anderen Worten: Ist der Versuch zu erwarten, das Tarifwerk 2 à la 2011 wieder ins Spiel zu bringen?

Der Begriff Tarifwerk 2 wird von den Verlegern derzeit schwer gescheut. Die von uns im Jahr 2011 erfolgreich geführte Auseinandersetzung gegen die Entwertung des Journalismus, steckt ihnen als schlechte Erfahrung noch in den Knochen. Es bleibt daher abzuwarten, mit welchen Forderungen zur Gehaltsstruktur sie konkret in die Tarifrunde einsteigen werden. Ich rechne aber fest mit solchen Forderungen der Verleger.

Für die dju in ver.di kann ich klar sagen: Wir halten das derzeitige Gehaltsniveau für journalistische Tätigkeit für absolut angemessen – das gilt ausdrücklich auch für die zukünftige Generation von Kolleginnen und Kollegen, die in den Beruf kommen. Eine Entwertung des Berufes ist mit uns nicht zu machen.

Wenn die Verleger das als Grundlage akzeptieren, sind Veränderungen in der Gehaltsstruktur möglich, ja sogar notwendig. Es ist zum Beispiel absolut überfällig, die journalistischen Kolleginnen und Kollegen aus dem Online-Bereich in den Tarifvertrag einzubeziehen. Die derzeitige Ausgrenzung der Onliner aus dem Tarifvertrag, die Trennung zwischen Print und Netz, ist völlig anachronistisch.

Wenn es zu einer solchen Erweiterung kommen sollte, wird das Veränderungen bei der Gehaltsstruktur mit sich bringen. Auch halten wir es seit langem für notwendig, den Erwerb zusätzlicher Qualifikationen angemessen in der Gehaltsstruktur abzubilden.

Fotos: Ch. v. Polentz / transitfoto.de

Frank Werneke: „Eine Abwertung des Berufs ist mit uns nicht zu machen."

Für jede Veränderung einer Gehaltsstruktur gilt – egal in welcher Branche –, dass es sich dabei nur um einen schrittweise wirkenden Umbau handeln kann. Außerdem kann die Veränderung einer Entlohnungsstruktur nur auf Grundlage eines umfassenden Vertrauensschutzes für die im Gehaltssystem befindlichen Kolleginnen und Kollegen funktionieren. Das alles ist tarifpolitisches 1mal 1.

Ich habe aber leider gelegentlich den Eindruck, dass solche Grundkenntnisse beim BDZV entweder in Vergessenheit geraten oder nicht mehr gelten sollen. Wer aber bei der Weiterentwicklung von Gehalts - systemen die Brechstange ansetzt, wird am Ende scheitern.

Unbestritten sind Auflagen- und Anzeigenrückgänge. Dennoch erwirtschaften Verlagsunternehmen nach wie vor ansehnliche Renditen. Vielfach geschieht das auf Kosten der Beschäftigten, indem Arbeitsplätze in Redaktionen und Verlagen gestrichen werden, sogenannte Kooperationen die Zeitungen vereinheitlichen – siehe *Westfälische Rundschau*.

Die Ertragslage der Zeitungen in Deutschland ist durchaus unterschiedlich. Die goldenen Zeiten mit Traumrenditen sind in aller Regel vorbei, aber dennoch macht der ganz überwiegende Teil der Verleger weiterhin ein einträgliches Geschäft.

Es gibt daher keinen Grund für eine weitere generelle Absenkung des Bezahlungs- und Tarifniveaus in der Branche. Wir fordern als dju in ver.di eine Anhebung der Gehälter um 5,5% und eine entsprechende Erhöhung der Honorarsätze für die freien Kolleginnen und Kollegen. Mit dieser Forderung bringen wir zum Ausdruck, dass die Einkommen für Journalistinnen und Journalisten sich in dem Umfang erhöhen sollen, wie das in vielen Tarifabschlüssen anderer Branchen auch selbstverständlich war. Festangestellte und Freie sollen nicht weiter von der Einkommensentwicklung in Deutschland abgekoppelt werden. Dieses Ziel halte ich nicht nur für berechtigt, sondern auch mit Blick auf die wirtschaftliche Lage der Verlage für angemessen.

Bleibt die Frage, welche Antworten es für einzelne Verlage mit problematischen wirtschaftlichen Bedingungen gibt?

Wir stellen uns solchen Problemen – wenn sie denn tatsächlich vorhanden sind. Für uns sind Vereinbarungen immer dann möglich, wenn dadurch Beschäftigung gesichert wird. Das ist für uns geübte Praxis in vielen Branchen – aktuell und in der Vergangenheit auch für einige Zeitungshäuser. Richtschnur für unser Handeln ist dabei immer das Interesse und das Votum der konkret in einem Betrieb oder einer Redaktion betroffenen Mitglieder. Nur eines muss doch auch klar sein: Wer den Beschäftigten Opfer abverlangt, der muss vorher alle Fakten auf den Tisch legen und Si-

cherheiten bieten. Allein auf Grundlage eines allgemeinen Gejammers des Verlegerverbandes werden wir nicht leichtfertig den Flächentarifvertrag verschlechtern.

Ich bin es ehrlich gesagt auch leid, dass ständig die Verantwortung auf die Freien, die Redakteurinnen und Redakteure und die weiteren Beschäftigten bei den Zeitungen abgeschoben wird. Da, wo Verlage Probleme haben – und einige Fälle sind ja bekannt – hat das doch in aller Regel nichts mit der vielbeschworenen sogenannten Zeitungskrise zu tun. Da wurden in Großmannssucht Aufkäufe getätigt und Zeitungskonzerne zusammengezimmert – und dann stellt man auf einmal fest, man hat sich dabei übernommen. Es wird zu wenig in Journalismus investiert, stattdessen Geld an anderer Stelle verbrannt, entsprechend dürftig sehen dann manche Titel leider auch aus – und die Beschäftigten sollen das ausbaden.

Noch mal: Da wo es nachweisbar Probleme gibt, stellen wir uns ihnen. Gleichzeitig bleibt aber festzuhalten, dass eine unbefriedigende verlegerische und unternehmerische Leistung auf Dauer nicht durch Tarifabsenkungen geheilt werden kann.

Urlaubstage und Jahresleistungen sind den Verlegern erneut ein Dorn im Auge. Ein weiterer Aspekt, der die Leistungskraft von Redakteuren schwächt – arbeitet doch heute häufig schon einer für zwei oder drei. Sollte man sich das gefallen lassen?

Es gibt keinen tatsächlichen Anlass für eine erneute Verschlechterung des Manteltarifvertrages. Der Verlegerverband will Absenkungen aber offenbar zur Vorbedingung für den Neuabschluss eines Tarifvertrages machen. Das ist keine sonderlich ungewöhnliche Ausgangskonstellation im Vorfeld einer Tarifrunde, und sie raubt mir auch nicht den Nachtschlaf. Das Jahr 2011 hat gezeigt, die Journalistinnen und Journalisten lassen sich nicht einfach die Butter vom Brot nehmen und sind im Falle eines Falles auch zu Arbeitsniederlegungen bereit. Wir als ver.di beweisen täglich in Tarifrunden unterschiedlichster Branche, das wir handlungs- und kampagnenfähig sind und Tarifpolitik können.

Mit Blick auf die Runde in diesem Jahr kann es jedoch möglich sein, dass es nicht leicht wird, in absehbarer Zeit einen fairen Tarifkompromiss zu erzielen. Wir als dju in ver.di werden auf keinen Fall Tarifverträge unterschreiben, die aus Sicht unserer Mitglieder nicht akzeptabel sind. Notfalls bleiben die Tarifverträge für Redakteurinnen und Redakteure eben für einige Zeit in der Nachwirkung.

Die Nachwirkung tritt dann ein, wenn gekündigte Tarifverträge erst einmal nicht neu abgeschlossen werden. Dann entfalten die alten Tarifverträge weiterhin Rechtswirksamkeit – und zwar auf dem Stand von vor der Kündigung. Besonderen Schutz genießen dabei Gewerkschaftsmitglieder, denn nur für sie gelten ja Tarifverträge, wenn es hart auf hart kommt. Nicht-Gewerkschaftsmitglieder sind ungeschützt und können ihre Rechte im Zweifelsfall nicht durchsetzen. Diese Information werden wir in den Redaktionen in den kommenden Wochen und Monaten auch nochmal intensiv verbreiten. Ich sage das, weil ich davon ausgehe, dass der BDZV den Manteltarifvertrag kündigen wird, vielleicht sogar die Altersversorgung. Es geht also nicht nur um den Gehaltstarifvertrag.

Eine harte Runde steht demnach bevor. Wie läuft vor diesem Hintergrund die Zusammenarbeit mit dem DJV? Was sind die nächsten Schritte?

Es gibt seit vielen Jahren eine sehr enge und gute Zusammenarbeit mit dem DJV, die ist uns auch sehr wichtig. Die beiden Journalistengewerkschaften sind erfolgreicher, wenn sie möglichst eng zusammenarbeiten. Der DJV hat sich ja sehr offensiv für die Gehaltsrunde aufgestellt und fordert sogar sechs Prozent mehr Geld. Eine solche Forderung ist natürlich auch eine Selbstverpflichtung für die Tarifrunde.

« Der Gehaltstarifvertrag läuft zum 31. Juli aus. Es wird Zeit, nun in ganz normale Tarifverhandlungen einzusteigen. »

Foto: Ch. v. Polentz / transitfoto.de

Es gibt einige öffentliche Äußerungen des DJV, in denen er sich zu Gesprächen für eine „Anpassung der Tarifverträge an die Arbeitswirklichkeit“ bereit erklärt. Das ist sicher gut gemeint, denn es gibt ja in der Tat einige Felder, in denen eine Weiterentwicklung der Tarifverträge notwendig ist. Auf den Online-Bereich habe ich schon hingewiesen. Das schöne Wort von der „Anpassung“ kann jedoch leicht bei den Verlegern Phantasien freisetzen, die auch vom DJV nicht ernsthaft gewollt sein können.

Ich denke, die Mitglieder beider Gewerkschaften können stolz auf den gemeinsamen Erfolg der Tarifrunde im Jahr 2011 sein. Es ist uns zusammen gelungen, den Versuch der Entwertung des Journalismus und die Angriffe auf die Substanz unserer Tarifverträge abzuwehren. Das ist das Fundament für die Zusammenarbeit in der jetzt beginnenden Runde.

Zum weiteren Vorgehen: Erkennbar hat der Verlegerverband ein großes Interesse an informellen Gesprächen außerhalb von ordentlichen Tarifverhandlungen, über deren Verlauf dann ja auch breit in den Redaktionen berichtet werden kann.

Wir haben keine Scheu vor informellen Gesprächen. Fakt ist aber nun mal, wir haben eine Forderung zum Gehalt und den Honoraren für die freien Kolleginnen und Kollegen gestellt. Der Gehaltstarifvertrag läuft zum 31. Juli aus. Es wird Zeit, nun in ganz normale Tarifverhandlungen einzusteigen. Wenn der Verlegerverband Gegenforderungen aufstellen will, dann werden wir uns dem selbstbewusst stellen. Es ist aber gleichzeitig vom Verlegerverband zu erwarten, dass er seine Punkte klar auf den Tisch legt und nicht schwammig bleibt.

Gespräch: Karin Wenk ■

Tarifgehälter bei Reuters steigen

Reuters Editorial Deutschland haben sich am 14. Mai in Frankfurt in der dritten Verhandlungsrunde auf einen neuen Gehaltstarifvertrag verständigt, der für ein Jahr gelten soll. Das Tarifgehalt der etwa 130 Beschäftigten steigt rückwirkend vom 1. April linear um 1,5 Prozent. Hinzu kommen abhängig von der individuellen Leistungsbenotung für 2012 Zuschläge. Ihre Höhe ist auf ein Jahr bezogen, sie bleiben aber wie die Performance-Zuschläge der vergangenen Jahre auch in den Folgejahren erhalten: 1700 Euro bei far exceeded (3 Beschäftigte), 700 Euro bei exceeded (41 Beschäftigte) und 400 Euro bei achieved (75 Beschäftigte). Die Tarifkommission bewertet die Vereinbarung „als positiv und als Ausdruck des Bemühens der Chefredaktion, unter Sparvorgaben des Unternehmens die Leistungen der Reuters-Beschäftigten in Deutschland auch materiell anzuerkennen". Das Ergebnis sei vor allem ein Erfolg der Geschlossenheit der Belegschaft, die sie in einem Offenen Brief an die Chefredaktion zum Ausdruck gebracht hat, heißt es in einer Tarifinformation. **Red.** ■

Bremedia: Gehaltserhöhung in zwei Schritten

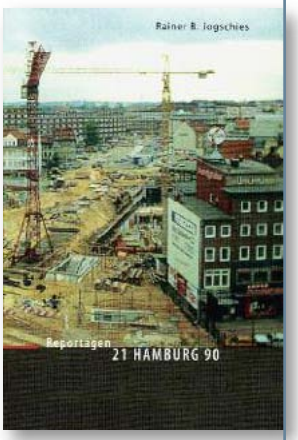
Nach vier Verhandlungsrunden haben sich die Tarifkommission von ver.di und die Bremedia Geschäftsleitung auf einen neuen Gehaltsabschluss verständigt. Danach gibt es mit dem Juni-Gehalt 2013 eine Einmalzahlung von 100 Euro, ab dem 1. Juni 2013 eine Erhöhung um 25 Euro (Sockel) und zusätzlich um 1,5%. Ab 1.Juni 2014 erhöhen sich die Gehälter um 20 Euro (Sockel) und zusätzlich um 1,5%. Auch der Arbeitgeberzuschuss zur Altersversorgung in die Versorgungskasse Radio Bremen steigt von jetzt 2,5% auf 3% des Bruttotarifgehalts ab Juni 2013 bei einer Gehaltsumwandlung von 4% des Bruttogehalts (entspricht einer 0,5% Erhöhung). Die Laufzeit endet am 30. April 2015.

„Mit diesem Tarifabschluss haben wir eine gute Tariferhöhung erreicht, die vergleichbar mit den Ergebnissen ist, die in anderen Branchen in diesem Jahr verabschiedet wurden", schätzt die Verhandlungskommission ein. Die Zustimmung der Gremien (Aufsichtsrat Bremedia und ver.di Bundesvorstand) erfolgt bis Mitte Juni. **Red.** ■

Buchrezension

„Ach, der Journalismus ..."

Zermahlen im Alltäglichen des Sensationellen



Der ehemalige Stern-Auslandsreporter Gerhard Kromschröder mutmaßt in seinem Buch „Ach, der Journalismus – Glanz und Elend eines Berufsstandes" (M 06/2007) über den Lokaljournalismus, „dass das oft geschmähte Lokale vielleicht die Königsdisziplin des Journalismus sein könnte." Genau diesem Gedanken hat sich der Harburger Journalist Rainer Jogschies in seinem jüngsten Buch „21 HAMBURG 90 – Reportagen" (Nachttischbuch-Verlag, 19.80 Euro) verschrieben.

2190 ist die Postleitzahl des Hamburger „Stadtteils" Harburg, einem Ort, der nach dem 11. September wegen der TU-Studenten Atta & Co durch die Weltpresse ging. Doch Harburg ist mehr, es ist ein eigenständiges Gebilde südlich der Elbe, das erst 1937 durch das Groß-Hamburg-Gesetz Teil der Hansestadt wurde. Harburg blieb ein lokaler Mikrokosmos, zwar verwaltungstechnisch abhängig von der Hansestadt im Norden, aber dennoch eigenständig. In diesem Lokalen spielen und spiegeln sich die Reportagen von Rainer B. Jogschies.

Es sind lokale, unspektakuläre Features, Reportagen und Kommentare über Begebenheiten wie sie täglich in der ganzen Republik vorkommen, über die aber, wenn es hochkommt, meistens nur eine Meldung erscheint, da sie eben nicht spektakulär sind: NPD-Demonstrationen und Nazi-Aufmärsche, auf denen von der Polizei unbehelligt rechtsradikale Hetze verbreitet werden kann. Ein Kriegsdienstverweigerer, der vor den Feldjägern flieht und sich an ein Kirchenkreuz ankettet. Daimler-Arbeiter, die zwar nicht streiken, aber dennoch ausgesperrt werden und denen die Arbeitsagentur jegliche Unterstützung verweigert. Alteingesessene Anwohner, die aus ihren Dörfern Moorburg oder Altenwerder vertrieben werden, um einer gigantischen, umstrittenen Hafenerweiterung und giftigem Baggerschlamm aus der Elbe Platz zu machen. Oder immer wieder Geschichten vom Statthalter Hamburgs, der offiziell Bezirksamtsleiter genannt wird und vom Hamburger SPD-Filz über die Elbe gespült wurde.

Es sind alles mehr als eine pure Sammlung alter Reportagen aus *ran, Vorwärts, Deutschem Allgemeinen Sonntagblatt, Stern* oder *taz*. Mehr als vergangene Lokalreportagen, denn Jogschies begnügt sich nicht damit, seine alten Werke noch einmal aufleben zu lassen. Er arbeitet an ihnen, stellt sie im Anhang in ihren Auswirkungen auf das Heute vor. Er beschreibt, was aus seinen alten Protagonisten und ihren Problemen geworden ist. Er hat sie über all die Jahre in dem Mikrokosmos Harburg begleitet, ihr Engagement jenseits der Tagesaktualität erneut beleuchtet. Sein Buch ist auch eine „weitgehende Medienkritik, die eine andere Taktung des journalistischen Arbeitens fordert und für einen längeren Atem plädiert."

Der Autor: „Am Beispiel des unbekannten und doch irgendwie weltbekannten Stadtteils Harburg lässt sich eines herauslesen: Die Abfolge, wann aus Anlässen in einer Alltagsumgebung Aktualitäten gepresst werden, wurde immer schneller. Und immer rascher vergessbar statt als Lehrstück erinnerbar. Die demokratische Öffentlichkeit wird so im Alltäglichen des ‚Sensationellen' zermahlen." **Wulf Beleites** ■

Ein Plus für Feste und Freie

Tarifrunde im öffentlich-rechtlichen Rundfunk auf gutem Kurs

In der Tarifrunde des öffentlich-rechtlichen Rundfunks konnten beim NDR, WDR, SWR, MDR und beim Deutschlandradio Ergebnisse erzielt werden. Der Vorstoß des NDR, die Betriebsrenten von den Gehaltsentwicklungen abzukoppeln, scheiterte (M 3/2013). Die Verhandlungen beim BR waren bis zum Druck von M noch ohne Ergebnis.

Festangestellte im NDR werden rückwirkend zum 1. April 1,3 % plus einen Sockelbetrag von 65 Euro mehr Gehalt pro Monat bekommen. 3 % mehr Geld gibt es nochmals ab 1. April 2014. Der Urlaub beträgt 31 Tage im Jahr für alle ab 1. Januar 2013. Familienzuschläge werden entsprechend erhöht. 2,6 % mehr erhalten Rentner rückwirkend ab 1. April 2013 und 3 % mehr ab 1. April 2014. Das Honorar für Freie (§ 12a-Status) steigt um 2,3 % ab 1. Juni 2013 und ab 1. Februar 2014 um 3 %. „Für die Erhöhung des Urlaubs für unter 40jährige Freie von 28 auf 31 Tage haben wir 0,3 % der Honoraranhebung im 1. Jahr „bezahlen müssen", erklärte die Verhandlungskommission. Der NDR habe jedoch anfangs jede Verlängerung des bezahlten Urlaubs für Freie abgelehnt. Als Ausgleich für die Leermonate April/Mai 2013 setze die nächste Stufe der Honorarerhöhung bereits zwei Monate früher am 1. Februar 2014 ein. Die Ausbildungsvergütung wird um 100 Euro pro Monat rückwirkend ab 1. April 2013 erhöht. Die Laufzeit des neuen Gehalts- und Honorartarifvertrags endet am 31. März 2015.

Der Tarifabschluss beim WDR legt ebenfalls 31 Tage Urlaub für alle Angestellten fest. Um 1,5 % und um einen Sockelbetrag von 50 Euro steigen die Gehälter monatlich rückwirkend zum 1. April 2013. 2,95 %, mehr Gehalt gibt es ab 1. April 2014. Die Kinderzuschläge werden wertgleich erhöht. Azubis bekommen 50 Euro mehr im Monat rückwirkend ab 1. April 2013 sowie 3 % mehr Geld zum 1. April 2014 und weiterhin 27 Tage Urlaub. Für freie Mitarbeiter/-innen (§ 12a-Status) gibt es im Juli 2013 eine Einmalzahlung von 500 Euro sowie eine lineare Honorarerhöhung von 1,5 % ab 1. Juli 2013. Im kommenden Jahr erhalten Freie im April nochmals eine Einmalzahlung von 200 Euro und eine lineare Honorarerhöhung von 2,95 %. Am 31. März 2015 endet auch die Laufzeit dieses Tarifvertrages.

Nach zwei Verhandlungsrunden einigten sich die Tarifparteien im SWR auf folgenden Tarifabschluss. Die Tariferhöhung erfolgt in zwei Schritten: zum 1. Juli 2013 plus 2,65 % mehr Gehalt und Honorar (effektiv), zum 1. April 2014 plus 2,95 %. Familienzuschlag und Jahreseinmalzahlung für Freie werden entsprechend angehoben. Für die drei „Leermonate" seit Auslaufen des alten Tarifvertrages gibt es Einmalzahlungen zwischen 1.000 und 300 Euro je nach Vergütungsgruppen, 326 Euro für die 12a-Freien. Der tarifliche Jahresurlaub beträgt 31 Tage für alle. Das heißt, alle Festangestellten, die jünger als 40 Jahre sind, erhalten einen Tag mehr. Und alle 12a-Freien jünger als 30 Jahre erhalten vier Tage mehr. Alle bisherigen zusätzlichen Urlaubstage bleiben selbstverständlich erhalten. Auszubildende und Volontäre erhalten eine Einmalzahlung von 300 Euro sowie ab 1. Juli 2013 monatlich 50 Euro mehr und zum 1. April 2014 plus 2,95 %. Die Betriebsrente für Versorgungsempfänger steigt zum 1. Juli 2013 um 2,65 % und zum 1. April 2014 um 2,95 %. Die Laufzeit des Tarifvertrages beträgt 24 Monate.

In den zwei Verhandlungsrunden sowie in einer Arbeitsgruppe wurde zudem intensiv über befristete Beschäftigungsverhältnisse diskutiert und verhandelt. Im Ergebnis erklärte der SWR unter anderem, dass er nicht beabsichtige, bestehende Beschäftigungsverhältnisse für fortdauernde Aufgaben (unbefristete Arbeitsverhältnisse sowie arbeitnehmerähnliche freie Beschäftigungsverhältnisse) durch geringfügige oder sachgrundlos befristete Beschäftigungsverhältnisse zu ersetzen. Auch wolle der SWR weiterhin qualifiziert ausbilden und diese Ausgebildeten grundsätzlich übernehmen.

Nach einem achtstündigen Verhandlungsmarathon konnten sich die Tarifparteien am 29. Mai auch beim MDR auf einen Abschluss einigen. Die zweite Runde in Leipzig wurde von einem Warnstreik der Beschäftigten begleitet. Einen Tag zuvor waren MDR-Mitarbeiterinnen und -Mitarbeiter in Dresden, Magdeburg, Halle und Erfurt dem Streikaufruf von ver.di gefolgt. Sie protestierten damit gegen das niedrige Angebot des MDR von einer lediglich 1,6 prozentigen Erhöhung der Vergütungen und forderten ein

Warnstreik beim MDR in Leipzig – Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter traten während der Vergütungsverhandlungen für ihre Forderungen nach mehr Gehalt und Honorar ein.
Ein Würfel wurde mit Kritik und Vorschlägen aus dem Arbeitsalltag bestückt!

Fotos (3): ver.di

Vor dem MDR in Leipzig: Beschäftigte stärken der Verhandlungskommission den Rücken

deutlich verbessertes Angebot. Mit Erfolg: Ab 1. April 2013 gibt es eine Erhöhung der Gehälter um 3,0 %, ab dem 1. April 2014 nochmals um 2,1 % sowie eine Einmalzahlung von 500 Euro. Altersunabhängig erhalten alle 31 Tage Urlaub. Für freie Mitarbeiter und Mitarbeiterinnen gibt es einen wertgleichen Abschluss bei Mindesthonoraren und Einmalzahlungen.

Auch im Deutschlandradio gibt es rückwirkend ab 2012 für alle 31 Tage Urlaub. Die Vergütungen werden nach der Tarifeinigung ab 1. April 2013 um 2,65 % und ab 1. April 2014 um weitere 2,95 % erhöht. Das gilt auch für Auszubildende, Volontäre und Trainees. Der Familienzuschlag wird auf 114 Euro (2013) und auf 117 Euro (2014) angehoben. Freie erhalten eine Einmalzahlung von 317 Euro für die Monate April – Juni 2013 sowie ab 1. Juli diesen Jahres 2,65 % und ab 1. April 2014 weitere 2,95 % mehr Honorar. Ruheständler bekommen ein Plus von 2,65 % ab 1. April 2013 und weiter 2,95 % ab 1.April 2014. Die Laufzeit des Tarifvertrages beträgt 24 Monate.

Die Tarifabschlüsse der Sender unterliegen noch dem Vorbehalt der Zustimmung aller Gremien. Im MDR soll es zudem vorab eine Mitgliederbefragung geben.

Während im NDR und im SWR davon ausgegangen wird, dass die Tarifparteien, möglicherweise noch in diesem Jahr, über die Entwicklung der Betriebsrenten auf Bundesebene für die gesamte ARD verhandeln werden, forderte der BR in der zweiten Verhandlungsrunde am 7. Mai weiterhin ein Sonderopfer der Rentner als Vorbedingung für eine Tariferhöhung. Danach sollen die Rentner allein aufgrund dieser Tarifrunde lebenslang auf etwa 2,8 % ihres Einkommens verzichten. Außerdem will der BR den Freien erneut keine bleibende Erhöhung ihrer Honorare anbieten. Lediglich der Honorarrahmen soll angehoben werden. Auch wer künftig die Kosten für die vom Bundesarbeitsgericht (M 6/2012) verfügten zusätzlichen Urlaubstage trägt, ist noch umstritten. Die Verhandlungen werden am 13. Juni fortgesetzt. **wen** ■

Logos: ARD

Premiere im Tarifgeschäft

Filmschaffende erhalten Erlösbeteiligung an Kinofilmen

ver.di und der Bundesverband der Film- und Fernsehschauspieler (BFFS) haben mit der Produzentenallianz eine grundlegend neue Vereinbarung für die etwa 25.000 Filmschaffenden in Deutschland abgeschlossen: Alle am Filmset und an der Herstellung des Kinofilms Beteiligten – also Schauspielerinnen, Regisseure, Szenenbildner, Kameraleute, Tonleute und Filmeditorinnen – werden eine Erlösbeteiligung bei Kinofilmen erhalten. Diese sichert zusätzlich zu den bereits geltenden Tarifverträgen eine Teilhabe am wirtschaftlichen Erfolg des Films.

Sobald der Produzent die für die Filmherstellung eingesetzten Eigenmittel eingespielt hat, wird eine Beteiligung an allen Verwertungserlösen etwa aus Kinoverleih, Fernsehrechten oder Weltvertrieb von zunächst 7,5 Prozent fällig, bis die meist zur Filmfinanzierung eingesetzten Förderdarlehen zurückgezahlt sind. Danach steigt die Beteiligung auf 12,5 Prozent und schließlich in einer dritten Stufe auf 15 Prozent, sobald weitere Erlöse in Höhe von 20 Prozent der Produktionskosten erzielt sind. Der Tarifvertrag tritt Anfang 2014 in Kraft und hat eine Laufzeit bis Ende 2016.

„Der Tarifvertrag schafft eine neuartige Erstrechte-Vergütung für Filmschaffende. Das ist eine Premiere, die sich sehen lassen kann. Damit entstehen unabdingbare zusätzliche Vergütungsansprüche für Filmurheberinnen und -urheber und Schauspielerinnen und Schauspieler, die in deutschen Kinoproduktionen mitwirken. Uns war wichtig, dass die Beteiligung sofort nach Rückführung der Eigenmittel der Produzenten erfolgt. Der Beteiligungssatz ist dabei in dieser Höhe ein Kompromiss, der für die kommenden drei Jahre als Einstieg akzeptabel ist“, sagte ver.di-Vize Frank Werneke.

Nach diesem ersten Erfolg für Filmschaffende in Kinoproduktionen würden als nächstes Verhandlungen für an Fernsehproduktionen Beteiligte aufgenommen. Außerdem müsse die Verteilung der ab 2014 zu zahlenden Vergütungen organisiert werden. Der Tarifvertrag gilt nicht für diejenigen, die nicht unter die tariflichen Regelungen fallen können, weil sie selbstständig arbeiten und eigenständige, urheberrechtlich geschützte Werke liefern, also etwa Drehbuchautoren oder Komponisten. Ihre Beteiligung muss gesondert und zusätzlich geregelt werden. **PM** ■

Weiterlesen im Internet

www.produzentenallianz.de/pressemitteilungen/

www.mediabiz.de/film/news/vertragliche-regelung-zur-erloesbeteiligung/333247

Tabubruch in Bremen

Weser-Kurier will viel Personal loswerden – erstmals auch mit Kündigungen

Die Bremer Tageszeitungen AG (BTAG) hat sich in den vergangenen Jahren einiges einfallen lassen, um beim Personal zu sparen. Aber ein Mittel war beim Verlag des *Weser-Kuriers* und der inzwischen völlig identischen *Bremer Nachrichten* bisher tabu: betriebsbedingte Kündigungen. Das soll sich jetzt ändern. Zum Jahresende will die BTAG fast 55 Beschäftigte entlassen. Weitere sollen „freiwillig" gegen Abfindung gehen.

„Der Schock sitzt tief", sagt Betriebsratschefin Ruth Gerbracht. Die Belegschaft erfuhr von den Sparplänen auf einer Betriebsversammlung. „Alle waren wie vom Donner gerührt, schockiert, sprachlos", erzählt Betriebsratsmitglied Thieß Fischer. Der 47-jährige Mediengestalter arbeitet seit fast 28 Jahren in der Druckvorstufe – einer Abteilung, die nach drastischem Personalabbau der vergangenen Jahre nun komplett geschlossen werden soll. Vermutlich wird die bisherige Arbeit der Grafiker und Bildgestalter zum Teil in billigere Firmen ausgegliedert, teils ganz wegrationalisiert. Ein Dutzend Stellen wären damit weg.

Neben der Druckvorstufe soll auch der Kundenservice aufgelöst werden. Hier arbeiten bisher über 40 Beschäftigte, vor allem Frauen. Künftig werde wohl ein ostdeutscher „Billigheimer" ihre Arbeit übernehmen, vermutet Lutz Kokemüller, Leiter des Medienfachbereichs im ver.di-Landesbezirk Niedersachsen-Bremen. Er hält die ganzen Sparpläne für eine „Selbstmordstrategie": Wenn der Verlag noch mehr als bisher mit Billigarbeitskräften arbeite, „kann dabei nur eine Billigzeitung herauskommen". Und dafür würden sich nicht genügend Käufer finden.

Foto: Carmen Jaspersen

Beschäftigte der Bremer Tageszeitungen AG protestierten gegen die geplanten Stellenstreichungen

„Der Vorstand bedauert diese Entwicklung ausdrücklich, sieht sich aber durch die anhaltend schwierige Situation im Werbemarkt dazu gezwungen", rechtfertigte sich die BTAG in einer ihrer rar gesäten Pressemitteilungen. Was in der Vorstandserklärung nicht stand: Zusätzlich zu den fast 55 Kündigungen möchte der Verlag noch weitere Stellen gegen Abfindung streichen. Laut Betriebsrat gab der Vorstand zunächst bis zu 60 freiwillige Abgänge als Ziel vor, gleichmäßig verteilt auf Redaktion, Druckhaus und kaufmännische Abteilungen. Zusammen mit den Kündigungen wären das fast 115 bedrohte Arbeitsplätze – nahezu ein Drittel des bisherigen Stammpersonals. Inzwischen verzichte der Verlag allerdings auf genaue Vorgaben für die freiwilligen Abgänge, heißt es beim Betriebsrat. Außerdem sei das viel zu niedrige Abfindungsangebot etwas aufgestockt worden.

... nahezu 1/3 des Stammpersonals ...

Vielleicht ein Erfolg erster Protestaktionen? Mitte Mai demonstrierten Dutzende BTAG-Beschäftigte gegen die geplante Arbeitsplatzvernichtung. Vor dem Pressehaus stellten sie über 50 Klappstühle auf – für jedes Kündigungsopfer einen, und immer mit einem Zettel versehen, der die jeweiligen Dienstjahre angab. Mehrfach standen dort Zahlen über 40.

Zahlen auf den Tisch. Inzwischen verhandelt der Betriebsrat mit dem Vorstand, um „das Bestmögliche herauszuholen", wie es in einem Betriebsrats-Info heißt. Auch ver.di würde gerne mit der BTAG sprechen und „an produktiven Lösungen mitarbeiten" – zum Beispiel einen Beschäftigungssicherungs-Tarifvertrag abschließen, der gewisse Gehaltseinbußen und dafür einen Kündigungsverzicht vorsehen würde. Aber dazu ist laut Kokemüller der Vorstand bisher nicht bereit. Bei solchen Verhandlungen müsste die BTAG genauere Zahlen auf den Tisch legen. Im letzten Jahresabschluss für 2011 steht ein Verlust von einer Million Euro. Aber Kokemüller hält es nicht für ausgeschlossen, dass der Verlag überteuerte Leistungen von nichtbilanzpflichtigen konzerneigenen Firmen eingekauft und dadurch sein Jahresergebnis negativ beeinflusst haben könnte.

Gespart wird beim *Weser-Kurier* schon lange. Teilweise werden in der Redaktion Leiharbeiter und im Druckhaus externe Werkvertragskräfte eingesetzt. Drei von acht Außenredaktionen im Bremer Umland wurden bereits vor Jahren an die nicht tarifgebundene Tochterfirma „Pressedienst Nord" übergeben, zwei weitere kamen zum 1. Mai hinzu.

Treibende Kraft dabei war der seit 1999 amtierende Vorstandschef Ulrich Hackmack. Laut Betriebsrat Fischer wollte er „auf Teufel komm raus" betriebsratsfreie und tariflose Zonen schaffen. Inzwischen hat es Hackmack allerdings selbst erwischt: Ende April setzte der BTAG-Aufsichtsrat den 60-Jährigen mit dessen Einverständnis ab. Damit kam der Verlag einem für den nächsten Tag erwarteten Urteil des Oberlandesgerichts Bremen zuvor. Einer der untereinander zerstrittenen Eigentümer hatte nämlich eine Einstweilige Verfügung zur Abberufung Hackmacks beantragt –

wegen eines Formfehlers bei der letzten Vertragsverlängerung von 2009. Und die Richter waren drauf und dran, die Verlängerung deshalb für nichtig zu erklären.

Nach Hackmacks Ausscheiden sind viele erleichtert, denn er galt als sarkastisch und autoritär. „Und er hatte kein Gefühl dafür, wie eine Redaktion tickt“, sagt ein *WK*-Journalist. „Der Mann ist Mathematiker und Informatiker. Seine Welt ist perfekt, wenn sie in Excel-Tabellen darstellbar ist“ – und das funktioniere bei Redaktionen nun mal nicht.

Managementfehler. Ein weiterer Kritikpunkt aus Sicht des Redakteurs: Der *WK* habe jahrelang „vorsintflutlich produziert“ und Innovationen nicht für nötig gehalten. „Für diese Managementfehler bezahlen wir jetzt ein bisschen die Rechnung.“ Aber: „Wir leiden noch auf hohem Niveau“ – verglichen mit der komplett eingestellten *Financial Times Deutschland* oder der radikal verkleinerten *Frankfurter Rundschau*.

Inzwischen muss auch Chefredakteurin Silke Hellwig (50) um ihren Posten bangen. Sie war 2011 von Hackmack zum *WK* geholt worden und machte sich dort, wie zuvor schon bei Radio Bremen, schnell unbeliebt – offenbar wegen ihres schroffen, autokratischen und kontrollierenden Führungsstils. Mit Hackmacks Abgang hat sie die schützende Hand verloren.

Eckhard Stengel ■

News

Online-Dienst Meedia geht an Verlagsgruppe Handelsblatt

Die Verlagsgruppe Handelsblatt übernimmt das Medienportal Meedia, verkündete am 6. Mai Dirk Manthey, Gründer und Herausgeber des Medien-Online-Dienstes, zuvor Chef der Verlagsgruppe Milchstraße. „Ich selbst möchte mich mit dem Verkauf von Meedia zeitlich entlasten“, begründete Manthey den Schritt. Vor fünf Jahren gegründet, habe Meedia schnell Dienste wie Kress, w&v und Horizont überholt. Als erster überschritt Meedia die 1 Mio. Visit-Marke im Monat. Meedia sei heute – das könne man sicher ohne Übertreibung sagen – die Informationsquelle Nr.1 für Medien-Nachrichten. Die Machart von Mitbegründer Georg Altrogge, im Internetzeitalter viele schnelle Meldungen zu bringen und die Homepage mehrmals am Tag zu aktualisieren, habe von Monat zu Monat mehr Freunde gefunden, schrieb Manthey in eigener Sache. „Trotzdem hat sich Meedia wirtschaftlich immer etwas schwer getan. Das lag vor allem daran, dass Meedia bisher ein Internet-Only-Unternehmen ist“, so Manthey. Vor einer weiteren Expansion etwa durch ein Print-Produkt habe man immer zurückgeschreckt.

Red. ■

Neue Text- und Fotoangebote

Unternehmergeist bei ehemaligen Kollegen der Nachrichtenagentur dapd

Journalisten der ehemaligen Nachrichtenagentur dapd haben „ein neues Dienstleistungsprojekt für Medienunternehmen aller Art“ gestartet. fmd – kurz für „freier medien dienst“ will „qualitativ hochwertige Texte an Redaktionen aller Medienzweige und jeder Größe“ liefern. Freie Fotografen gründeten die Agentur Common Lens.

Foto: Julien Eichinger / Fotolia.com

fdm setze nach wie vor auf journalistische Qualität. „Es geht darum, das, was dapd als Projekt in einer sich rasch wandelnden Medienlandschaft ausgezeichnet hat, auf ein Nachfolgeprojekt zu übertragen“, sagte Sebastian Haak, einer der fmd-Mitbegründer in einer Pressemitteilung. 16 Journalisten sind derzeit in fmd organisiert. Sie berichten aus nahezu allen Regionen Deutschlands, ein Kollege hat seinen Sitz in Afrika. Das Netzwerk will über seine Website: **http://freiermediendienst.wordpress.com** einerseits fertige regionale Geschichten, die auch überregionale Bedeutung haben, zur Verwertung anbieten. Andererseits können Themen- und Terminberichterstattungen aus den jeweiligen Gebieten bestellt werden. Das sei besonders für Redaktionen interessant, die keine eigenen Korrespondenten vor Ort haben.

Die fmd-Mitglieder wollen vor „allem auf hintergründige Berichte, auf Feature und Reportagen sowie auf Porträts und Interviews“ setzen. Das seien genau jene journalistischen Darstellungsformen, die in der Vergangenheit von dapd-Kunden so geschätzt worden seien. Ziel von fmd sei nicht, das „nachrichtliche Grundrauschen abzubilden“, hieß es in der Mitteilung vom 21. Mai.

Am 6. Mai starteten sechs Fotografen – zwei Frauen und vier Männer, die ehemals für dapd tätig waren – mit ihrer neu gegründeten Fotoagentur Common Lens. Als Kunden konnten sie bereits Zeit Online, Spiegel Online und verschiedene Springer-Publikationen gewinnen, berichtet Meedia. Hauptsächlich wolle man sich an Online-Medien richten. Die Fotografien sollen journalistischer sein und nicht nur als Illustrationen dienen. Fotografieren wolle man vor allem politische Ereignisse wie die Bundespressekonferenz, aber auch andere Ereignisse wie Sport-Events und Filmpremieren. „Common Lens bietet ab dem 1. Mai 2013 eine fotojournalistische Berichterstattung über die – aus unserer Sicht – wichtigsten Ereignisse in Berlin an mindestens 5 Tagen pro Woche. Wir starten mit einer 3-monatigen Probephase. Jeder kann unseren Dienst abonnieren. Sie zahlen einmal pro Monat, was Ihnen der Dienst wert ist. Die Fotos können zeitlich und räumlich uneingeschränkt genutzt werden. Weiterverkauf ist nicht möglich. Nach der Probephase werden wir unser Bezahlmodell prüfen und ggf. nachjustieren“, heißt es auf der Seite der Fotoagentur. **http://commonlens.de/manifest/**

dapd hatte am 11. April nach dem zweiten Insolvenzgang den Sendebetrieb eingestellt. Bereits Ende vergangenen Jahres waren 125 Beschäftigte entlassen worden. Jetzt verloren auch die letzten 175 ihren Arbeitsplatz. M berichtete in 2/2013 und 3/2013.

wen ■

Konzernumbau: Start für ein Bild-Abo-Modell im Netz

Springer plus digital

Beim Axel Springer Verlag läuft der digitale Umbau auf Hochtouren. Redaktionen werden zusammengelegt, Paid-Content-Modelle eingeführt, der Bau eines Medien Campus in Berlin anvisiert. Neue „Gründerzeit" oder neue Rationalisierungswelle?

Foto: Fabian Matzerath

Präsentation Bild + in Berlin für die Mitarbeiter der Bild.

„Wir wollen das führende digitale Medienunternehmen werden", proklamierte Springer-Vorstandschef Mathias Döpfner Anfang März bei der Vorstellung des Geschäftsberichts 2012. Der ehrgeizige Plan ließ sich mit frischen Erfolgsmeldungen unterfüttern. Erstmals erwirtschaftete Springer mit den Digitalen Medien mehr als eine Milliarde Euro Umsatz (von insgesamt 3,31 Mrd.), das ist mehr als mit jedem anderen Geschäftsbereich. Ebenfalls bemerkenswert: Digitale Medien steuerten deutlich mehr als die Hälfte (56,6 Prozent) der gesamten Werbeerlöse des Konzerns bei.

Abb (2): www.axelspringer.de

Paketangebote

Auf der anderen Seite lässt sich das Schwächeln des „analogen" Geschäfts nicht übersehen. Betroffen sind nahezu alle Verlage, aber Springer ganz besonders. Der Anzeigenverkauf befindet sich in freiem Fall, auch die Printauflagen einiger Springer-Titel gehen teilweise dramatisch zurück. Dass diese Tendenz offenbar unumkehrbar ist, belegen die Daten des I. Quartals 2013. So büßte *Bild* im Vergleich zum Vorjahreszeitraum fast 240.000 Exemplare seiner Verkaufsauflage ein, das sind 8,9 Prozent. Verhältnismäßig noch schlimmer traf es *Die Welt* mit einem Auflagenminus von gut 24.000 Exemplaren, was knapp einem Zehntel (!) der Gesamtauflage entspricht. Erst zum Jahresende war in Hamburg die Lokalredaktion der *Welt* mit der Redaktion des *Hamburger Abendblatts* zusammengelegt worden. Damit verlor Springers einstiges Flaggschiff seine letzte „autonome" Redaktion. Bereits vor zehn Jahren hatte der Verlag den Großteil der *Welt*-Redaktion mit der *Berliner Morgenpost* fusioniert.

Vor dem Hintergrund eines schrumpfenden Kerngeschäfts mit den traditionellen Printtiteln nimmt es nicht wunder, dass Springer die Digitalisierung des Konzerns auf allen Ebenen energisch vorantreibt. Am 11. Juni startete der Verlag mit *Bildplus* sein Abo-Modell für journalistische Inhalte rund um die Marke *Bild*. Als so genanntes „Freemium"-Modell verbindet es kostenfreie und zahlungspflichtige Angebote. Nach Auskunft von Donata Hopfen, Geschäftsführerin von Bilddigital, soll sich das Verhältnis von gratis „klickbaren" Artikeln und Bezahlinhalten bei „ungefähr 70 zu 30 Prozent" bewegen. Ein zu hoher Anteil von kostenpflichtigen Angeboten, so das Kalkül, würde die Reichweitenführerschaft von *bild.de* (273 Mio. Besuche monatlich) bei den Nachrichtenwebsites gefährden.

Bereits ab 4,99 Euro monatlich ist der User mit *Bildplus Digital* dabei, stationär und mobil, im Web sowie über Smartphone- und Tablet-Apps. Die volle Bildplus-Dröhnung kostet 14,99 Euro und umfasst den Zugang auf allen digitalen Endgeräten, die Digitale Zeitung von *Bild* und *Bild am Sonntag* sowie ein Kiosk-Abo der gedruckten Zeitung in Form eines Gutscheinheftes. Ab August gibt es dann noch die Zusatzoption Bundesliga bei *Bild* für 2,99 Euro mit aktuellen Kurzclips von den Partien des jeweiligen Spieltags. Freigeschaltet eine Viertelstunde vor Beginn der Highlight-Zusammenfassungen in der ARD-„Sportschau", was bei den ARD-Kollegen leichte Nervosität auslösen dürfte.

Strategiewechsel. „Freemium-Modelle setzen sich durch", sagt Holger Kansky, Multimedia-Referent beim Bundesverband Deutscher Zeitungsverleger (BDZV). Mit Stand Ende Mai bieten bereits rund 40 deutsche Zeitungstitel Bezahlinhalte auf ihren Websites an, davon die allermeisten nach dem Freemium-Modell. Wie bei *Bild* gibt es den meisten konventionellen Content umsonst, allgemeine Nachrichten etwa, die überall zu haben sind. Dagegen würden „exklusive Inhalte, etwa regionale und lokale News, die man woanders so nicht finden kann, auch mit Features, mit Multimedia-Inhalten garniert, auch die Aufbereitung oder Archivinhalte künftig kostenpflichtig angeboten".

Thomas Gottschalk als prominentes *Bildplus*-Testimonial sieht es im Werbeclip so: „Große Serien kosten Geld – ‚Games of Thrones' oder ‚Downton Abbey'. Großes Radio kostet inzwischen Geld – Satellite Radio. Warum soll ich nicht auch für große journalistische Leistungen Geld bezahlen?" Man darf gespannt sein, wie derlei „Leistungen" künftig bei *Bildplus* beschaffen sein werden. Als Pioniertat kann immerhin gelten, dass mit *Bild* erstmals ein Boulevardblatt den riskanten Weg der „Verschlüsselung" von Inhalten geht.

Aus dem Willen, der Gratiskultur im Internet den Garaus zu machen, hatte Springer nie einen Hehl gemacht. Bereits Ende Dezember führt Springer erstmals eine Paywall bei seinem überregionalen Flaggschiff *Die Welt* ein. Allerdings nach dem so genannten „Metered"-Modell. Hier dürfen die Leser ein bestimmtes Quantum Artikel lesen – bei der Welt sind es 20 – ehe der Bezahlschlagbaum runtergeht. Beim 21. Klick wird der Leser aufgefordert, ein Abo abzuschließen, das in drei Preispaketen von 6,99 Euro bis 14,99 Euro erhältlich ist. Abonnenten einer Zeitung der Welt-Gruppe haben automatisch unbegrenzten Zugang zur digitalen Variante über Web, Smartphone und Tablet. Über die Abonnentenzahlen schweigt sich der Verlag auch fünf Monate nach dem Start immer noch aus. Allerdings, so verriet Springer-Chef Döpfner, wurden schon jetzt mehr digitale als analoge *Welt*- und *Welt-Kompakt*-Abos an den User gebracht.

Für Unruhe in der *Bild*-Redaktion sorgten Medienberichte, wonach der Verlag im Zusammenhang mit dem digitalen Umbau auch einen umfangreichen Jobabbau erwäge. 170 bis 200 Stellen stünden potentiell zur Disposition, kolportierte der *Spiegel*. Erwogen werde, Teile der Redaktionen von regionalen *Bild*-Ausgaben in die nicht tarifgebundene *B.Z.* oder in die gleichfalls tariflose Bild-Digital GmbH auszulagern. Keine ganz unberechtigten Befürchtungen – Mitte 2012 waren schon einmal 47 von 90 Beschäftigten der Zeitschrift *Computer Bild* gefeuert worden. Grund: Sie hatten sich geweigert, aus dem Mutterkonzern in die nicht tarifgebundene Tochtergesellschaft Computer Bild Digital zu wechseln.

Eingedenk dieser Vorgeschichte schlug ver.di sofort vorsorglich Alarm. „Ohne wirtschaftliche Not" werde hier ein „gefährlicher und kontraproduktiver Strategiewechsel" geplant, warnte der stellvertretende ver.di-Vorsitzende Frank Werneke. Obgleich die Springer-Produkte „hoch profitabel" seien, sollten „Redaktionen ausgedünnt, die Rendite durch das Setzen auf windige Internetgeschäftsmodelle weiter gesteigert werden, die auf nutzergenerierten Inhalten statt Journalismus basieren".

Anders als bei *Computer Bild* beeilten sich die Springer-Verantwortlichen jedoch, die Meldungen über geplante Stellenstreichungen bei *Bild* zu dementieren. Aus seinem Fortbildungs-Exil im Silicon Valley versicherte *Bild*-Chefredakteur Kai Diekmann im Gespräch mit dem *Handelsblatt*, es sei keinesfalls daran gedacht, Reporterstellen einzusparen, wie es viele US-Zeitungen in der Krise fälschlicherweise gemacht hätten. „Das ist in meinen Augen lebensgefährlich." Es gehe vielmehr darum, die „Marke *Bild*" umzubauen, „Strukturen anzupassen", durchaus auch mittels einer Umschichtung redaktioneller Ressourcen von der Printwelt in die digitale Welt. Nötig sei eine Modernisierung der Arbeitsabläufe bis hin zu einer Änderung der klassischen Ressortaufteilung. Die Richtung dieser Veränderungen skizziert Diekmann eher vage: „Zukünftig werden sich Arbeitsabläufe viel mehr um eine Geschichte drehen." Auf die Redaktionen dürfte einiges zukommen. Wer entscheidet künftig, welcher Text hinter der Bezahlschranke von *Bildplus* verschwindet? Dies werde „im Team entschieden", versichert *Bild.de*-Chefredakteur Manfred Hart, und hänge natürlich von der Art und Relevanz des recherchierten Materials ab. Vorstandschef Döpfner setzt darüber hinaus auf eine möglicherweise kreativitätsfördernde Wirkung des Modells. Er hofft auf eine „zusätzliche Dynamik" in den Redaktionen: „Wer wird jetzt noch einen kostenfreien Artikel produzieren wollen? Jeder wird doch hinter dem Plus stehen wollen?" Folgt auf die Quotenmessung durch ReaderScan nun also ein binnenredaktionelles Rattenrennen um bestmögliche Verkäuflichkeit journalistischer Inhalte?

Geduld, aber nicht zuviel. Vorstandschef Döpfner verwies bei der Präsentation von *Bildplus* darauf, dass entgegen den Kassandrarufen einiger Medien die Verlagspolitik in jüngerer Zeit einen beträchtlichen Jobzuwachs ermöglicht habe. Tatsächlich waren nach dem letzten Geschäftsbericht 2012 mit 13.651 Mitarbeitern 5,9 Prozent mehr Beschäftigte im Verlag als im Vorjahr. „In Summe gehört Axel Springer weltweit zu den ganz wenigen Medienunternehmen, die Arbeitsplätze schaffen und nicht abbauen", sagte Döpfner. Dass in einem lebendigen und dynamischen Unternehmen umgebaut werde, sei die Voraussetzung für die Erfolge der letzten Jahre.

Mit einer schnellen Durchsetzung des neuen Bezahlsystems rechnet Springer offenbar nicht. „Wir sind ja nun noch sehr alleine mit unseren idealistischen Bemühungen, ein funktionierendes Geschäftsmodell für unabhängigen Qualitätsjournalismus in der digitalen Welt zu etablieren", sagt Döpfner. Es könne eine Weile – Monate oder Jahre – dauern, bis man möglicherweise zu dem Ergebnis komme, dass es so nicht funktioniere. Dann werde man eben nach Alternativen suchen. Nach wie vor gelte die Maxime: „Die wichtigste Tugend eines Verlegers ist Geduld, der größte Fehler ist zu viel Geduld." Döpfner vermied es, klare geschäftliche Zielmarken für *Bildplus* zu nennen. Man habe keine überzogenen Erwartungen, dass das neue Bezahlmodell sofort ein „*Bild*-typisches Millionengeschäft" werde. „Dieses Genie", das hier einen exakten Businessplan kalkulieren könne, „kriegt sofort einen Job bei Springer".

Wie konsequent der Verlag seine digitalen Ziele verfolgt, lässt sich an einem weiteren ehrgeizigen Projekt ablesen. Soeben lobte der Springer-Vorstand einen Architekturwettbewerb für ein digitales Medienzentrum aus. Der „Axel Springer Medien Campus" (Arbeitstitel) soll direkt neben dem alten Verlagsgebäude am ehemaligen Mauerstreifen in Berlin entstehen. Auf dem rund 10.000 Quadratmeter großen „Lindenpark"- Areal sollen vor allem die digitalen Angebote des Unternehmens gebündelt werden. Rund 3.500 Arbeitsplätze sollen in dem Komplex entstehen.

Zwecks Qualifizierung des eigenen Managements baut Springer derweil zügig einen Brückenkopf im Silicon Valley aus. Im Netz kursieren Videos, die Top-Manager wie Döpfner, Diekmann, Peter Würtenberger und Jan Bayer zeigen, wie sie vor Ort cool in Doppelzimmern einfacher Zwei-Sterne-Hotels rumlümmeln, im Nerd-Outfit – Kapuzenpulli – und unrasiert. Nicht ohne praktischen Nutzwert: In diese „Springer-WG" in Kalifornien soll jetzt regelmäßig Spitzenpersonal des Konzerns im Rahmen von „Visiting Fellowships" entsendet werden, um sich in Sachen Digitalökonomie weiterzubilden. Mit einiger Selbstironie wird hier an einem hauseigenen Valley-Mythos gewerkelt. „Um das führende digitale Medienunternehmen zu werden, muss man nicht in einer Garage in Kalifornien begonnen haben", heißt es im Video. „Aber hinfahren kann man ja trotzdem mal." **Günter Herkel** ■

Videoimpressionen der Springergrößen in Silicon-Valley auf Youtube.

Screenshot: www.youtube.com/user/axelspringer?feature=watch

Betriebsrat erzwingt Sozialplanverhandlungen

Die Geschäftsführung der zur Hamburger Bauer Media Group gehörenden *Magdeburger Volksstimme* muss mit dem Betriebsrat über einen Sozialplan verhandeln. Das entschied die 1. Kammer des Landesarbeitsgerichts Sachsen-Anhalt in Halle unter dem Vorsitzenden Richter Frank Böger am 29. Mai und bestätigte damit das Urteil des Arbeitsgerichts Magdeburg vom Februar 2013. Die Geschäftsführung hatte die erstinstanzliche Entscheidung angefochten.

Der *Volksstimme*-Betriebsrat und die Gewerkschaften DJV und ver.di begrüßten das Urteil, das rechtskräftig ist. Betriebsratsvorsitzender Winfried Borchert erklärte: „Unser Ziel ist es, den rund 30 Mitarbeitern der im Februar zerschlagenen Mantelredaktion einen sozialen Ausgleich für den Verlust ihrer tariflich bezahlten Arbeitsplätze zu verschaffen." Es sei bedauerlich, dass die Geschäftsführung erst durch einen Gerichtsentscheid dazu gebracht werden musste. Die Firmenleitung sei nun aufgefordert, unverzüglich ein verhandlungsfähiges Angebot vorzulegen.

Michael Kopp, ver.di-Fachbereichsleiter Medien erklärte: „Die *Volksstimme*-Geschäftsführung hat mit allerlei juristischen Tricks versucht, sich ihrer sozialen Verantwortung für die entlassenen bzw. jetzt viel schlechter bezahlten Kolleginnen und Kollegen zu entziehen. Es ist ein ermutigendes Signal, dass die Gerichte darauf nicht hereingefallen sind."

Die *Volksstimme*-Mantelredaktion war zum 1. Februar aufgelöst und auf insgesamt fünf Mini-GmbH aufgespalten worden. Alle Mitarbeiter verloren entweder ihre tariflich bezahlten Jobs oder sahen sich gezwungen, die gleiche Arbeit bei deutlich schlechterer Bezahlung zu leisten. **PM** ■

Aus für Traditionszeitung nach 169 Jahren

Am 30. September 2013 erscheint die letzte Ausgabe der ältesten noch in Hamburg erscheinenden Tageszeitung. Die Schließung der *Harburger Anzeigen und Nachrichten (HAN)* hat der Verlag den 32 Festangestellten, darunter elf Journalistinnen und Journalisten, Ende Mai mitgeteilt. Betroffen sind außerdem elf Pauschalisten und weitere Freie.

Am Anfang der seit dem 5. Oktober 1844 erscheinenden Traditionszeitung standen die Anzeigen (die Nachrichten kamen erst 1860 in den Zeitungstitel). Am Ende musste das „eingebrochene Anzeigengeschäft" als Begründung für die Einstellung herhalten. Die Gesellschafter – unter ihnen der seit 1989 dominante Springer-Konzern und später Madsack – führen außerdem die „massiven Auflagenrückgänge" an.

Foto: Rüdiger Lühr

Im Harburger Pressehaus wird Platz frei: Die Tageszeitung HAN wird eingestellt.

Wurden vor zehn Jahren noch mehr als 21.000 Exemplare der *HAN* im Süden Hamburgs und im angrenzenden Landkreis Harburg verkauft, sollen es aktuell nur noch 12.610 gewesen sein – ein Minus von über 40 Prozent. Gestärkt werden dürfte durch die Einstellung der in Harburg „Lühmannsche" genannten Tageszeitung Springers Marktführer. Das Hamburger Abendblatt hat eine tägliche Regionalbeilage für das gleiche Gebiet.

„Notwendige Personalmaßnahmen sollen sozialverträglich umgesetzt werden", erklärte ein Sprecher des Axel Springer Verlages. Den größten Jobabbau (damals über 230 Beschäftigte) gab es gleich nach Einstieg des Konzerns. 1990 machte er die Druckerei Lühmanndruck dicht. **lü** ■

Funke Mediengruppe weiter auf Trennungskurs

Die Funke Mediengruppe (ehemals WAZ) ist weiter auf Trennungskurs. Bis zum Jahresende will der Mehrheitsgesellschafter bei Radio Herne aussteigen, wenn bis dahin kein „gesundes wirtschaftliches Fundament" für den Lokalsender gefunden wird. Das erklärte Gunther Fessen, Sprecher der Funke-Gruppe. Die Betriebsgesellschaft von Radio Herne ist bei der in Essen ansässigen Mediengruppe angesiedelt; die Stadt Herne ist Minderheitsgesellschafterin. „Fakt ist, dass der Sender seit der Gründung 1990 bis zum heutigen Tag nur negative Ergebnisse erwirtschaftet hat", so Fessen. Der jährliche Verlust liege bei rund 200.000 Euro. Notwendig seien strukturelle Veränderungen. Eine denkbare Lösung wäre aus Sicht der Mediengruppe eine Zusammenlegung mit Radio Bochum. Hier sei die Landesmedienanstalt gefordert.

Rückwirkend zum 1. Mai hat die Funke Mediengruppe die Ausgaben Kamen und Unna der *Westfälischen Rundschau* an den Rubens-Verlag (*Hellweger Anzeiger*, Unna) verkauft. Beide Blätter erscheinen weiter parallel. Für die rund 8.000 Abonnenten beider Ausgaben soll sich nichts ändern, erklärten die Verlage. **Red.** ■

Mehr Info

www.derwesten.de/suche/?q=Radio+Herne

Bauer: Fernsehwoche nur noch mit „Rest"-Redaktion

Auslagerungen oder sogenannte Umstrukturierungen stehen bei Bauer offenbar weiter auf der Tagesordnung. Eines der jüngsten Opfer ist die *Fernsehwoche*. Bis auf die Textredaktion wurden alle Ressorts aufgelöst. Die bisherige Chefredakteurin Beatrix Kruse und sieben weitere Mitarbeiter, darunter die Layouter, erhielten ihre Kündigung. Den Chefposten nimmt seit Anfang Mai Jan von Frenckell ein und verantwortet damit neben *Auf einen Blick* und *TV Klar* den dritten Titel. Die „Rest"-Redaktion ist inzwischen mit den anderen Programmzeitschriften auf einen Flur gezogen. Das Layout für die *Fernsehwoche* kommt von einem Dienstleister außerhalb. Der Bauer-Betriebsrat zeigte sich „bestürzt, enttäuscht und wütend" über das Vorgehen der Geschäftsführung, die nicht einmal die Kündigung der Chefredakteurin begründet habe. Dieser schlechte Umgangsstil sei ein falsches Signal für die gesamte Belegschaft, heißt es in einem Newsletter des Betriebsrates. **Red.** ■

Welt Trends kompetent. unabhängig. international.

WeltTrends

Seit einiger Zeit werden in Medien und Politik die deutsch-russischen Beziehungen heiß diskutiert. Wie steht es heute um die „strategische Partnerschaft" zwischen beiden Ländern? Welche Entwicklungen gibt es abseits der zweifellos erfolgreichen wirtschaftlichen Kooperation? Wer diesen Fragen nachgehen möchte, findet Antworten in *WeltTrends,* Heft 2/2013, in dem sich deutsche und russische Experten mit dem Schwerpunktthema „Russland und Wir" auseinandersetzen. Weitere Beiträge beschäftigen sich mit der internationalen Klimadiplomatie, den Wahlen in Südkorea, Japan und Côte d'Ivoire, der ambivalenten Haltung Großbritanniens zur EU, der Chemiewaffen-Konvention.

„Uns geht es darum, dem Leser die Vielfalt der internationalen Entwicklungen und ihre oft nur schwer durchschaubaren Hintergründe nahe zu bringen", meint Chefredakteur Raimund Krämer. So richtet sich die Zeitschrift nicht nur an Entscheidungsträger in Politik und Verwaltung, an Vertreter der Medien, an Lehrende und Lernende der internationalen Politik und der Regionalwissenschaften, sondern auch an außenpolitisch Interessierte in der breiten Öffentlichkeit. Entsprechend groß ist die Bandbreite der Themen. „Von A wie Abrüstung über Energiepolitik, Länderanalysen und neue Weltordnung bis Z wie Zentralasien richtet sich unser Blick", so der Chefredakteur.

Kürzlich beging *WeltTrends* sein 20jähriges Jubiläum. Als parteipolitisch und finanziell unabhängige Zeitschrift während der deutschen und europäischen Umbrüche zu Anfang der 1990er Jahre in Potsdam gegründet, stellte sie sich von Anfang an das anspruchsvolle Ziel, die außenpolitische Debatte in Deutschland kritisch zu begleiten. Eben „quer zum Mainstream als ein anderes deutsches Journal, das die thematische Breite und regionale Vielfalt zu internationalen Fragen annähernd widerspiegelt", wie Krämer betont. Dabei sieht er durchaus Chancen für den weiteren Ausbau des Vertriebs der Zeitschrift, die zurzeit eine Auflage von 1.500 hat.

Das gemeinsam vom Verein WeltTrends e.V. und dem West-institut Posen herausgegebene Journal hat sich als ein unikales deutsch-polnisches Projekt bewährt. Die Redaktion ist an der Universität Potsdam beheimatet. In den bisher 90 Ausgaben meldeten sich nahezu 1.300 Autorinnen und Autoren aus aller Welt zu Wort. Das international anerkannte Journal erscheint im zweimonatlichen Rhythmus. Jede Ausgabe mit 144 Seiten hat einen thematischen Schwerpunkt. Im WeltBlick werden aktuelle Entwicklungen in kürzeren Beiträgen behandelt, während der Analyse-Teil debattenartigen Charakter trägt. Hinzu kommen Porträts historischer Persönlichkeiten, Kommentare, Rezensionen und Konferenzberichte.

Im Laufe der Jahre hat die Redaktion den Kreis ihrer Publikationen erheblich erweitert, um den Bedürfnissen von außenpolitischer Information, Lehre und Forschung Rechnung zu tragen. Derzeit gibt der Verlag WeltTrends auch die folgenden Schriftenreihen heraus: WT Papiere, Potsdamer Textbücher, WT Lehrtexte, WT Thesis, horizonte 21 und WT Spezial. Mehr dazu auf der Homepage: **welttrends.de**

Hubert Thielicke ■

Schon entdeckt?

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

Handlungsbedarf für ein Presseauskunftsgesetz

Scharfe Kritik am Urteil des Bundesverwaltungsgerichts zum Auskunftsanspruch der Presse gegenüber Bundesbehörden übten in einer Sachverständigenanhörung des Innenausschusses im Bundestag der Stuttgarter Medienrechtsexperte Professor Doktor Emanuel Burkhard und der Mainzer Verfassungsrechtler Professor Doktor Matthias Cornils. Die Deutsche-Journalistinnen- und Journalisten-Union (dju) in ver.di fordert den deutschen Bundestag auf, diesen gesetzlichen Anspruch der Medien auf Behördenauskünfte auf Bundesebene sicherzustellen.

Das Urteil verfolge einen neuen Ansatz, der falsch sei, es handele sich hier um einen „bemerkenswerten Kontinuitätsbruch", so Cornils. Doch das Urteil ist seit Februar 2013 in der Welt und es schafft ein Problem: Landesrecht gilt nicht für Bundesbehörden, urteilten die Leipziger Richter. Demzufolge müssen dann weder Bundesministerien noch die Bundesbehörde des BND der Presse Auskünfte erteilen, mangels eines passenden Gesetzes.

Um diese Lücke zu schließen, hat die SPD-Bundestagsfraktion einen Gesetzentwurf für ein Bundespresseauskunftsgesetz vorgelegt, das Gegenstand der Sachverständigenanhörung war. Es reiche nicht, das Urteil zu kritisieren, seine Folgen müssten korrigiert, der Gesetzgeber tätig werden, machte der innenpolitische Sprecher der SPD-Bundestagsfraktion, Michael Hartmann, deutlich.

Sofortigen Handlungsbedarf sieht auch die dju in ver.di: Die jahrzehntelange geübte Praxis zur Durchsetzung von Auskunftsersuchen auch gegenüber Bundesbehörden die Landespressegesetze anzuwenden, zeige, dass das Urteil ein rein formales Problem geschaffen habe. Das müsse noch vor den Wahlen aus der Welt geschaffen werden, forderte dju-Bundesgeschäftsführerin Cornelia Haß. Formale Hürden dürfen nicht dazu führen, dass es keine Transparenz über die Arbeit von Bundesbehörden gebe. Der Gesetzentwurf der SPD sei daher grundsätzlich zu begrüßen. Der Bundesgesetzgeber könne den Bundesbehörden aber auch generell aufgeben, alle landesrechtlichen Vorschriften zum Auskunftsanspruch der Medien einzuhalten. „Das wäre mit einem einfachen Satz erledigt und sollte sogar in dieser Legislaturperiode kein unüberwindbares Hindernis mehr darstellen", unterstrich Haß. Die Bundesregierung hingegen scheine keinen Handlungsbedarf zu sehen: „CDU/CSU und FDP wollen das Problem offenbar einfach aussitzen. Es ist für die Regierung ja auch ganz praktisch, wenn die Behörden schalten und walten können, wie sie wollen, ohne dass es einen juristisch gangbaren Weg gibt, Auskünfte darüber einzuklagen", kritisierte Haß.

Die Opposition will sich damit nicht abfinden: „Wir wollen tätig werden. Es ist sinnvoll und notwendig, die Lücken im Auskunftsrecht der Presse an dieser Stelle mit einem Bundesgesetz zu schließen. Daher bringen wir jetzt einen geänderten Gesetzentwurf auf den Weg und lassen die Regierung nicht aus der Pflicht", kündigte die medienpolitische Sprecherin der Grünen-Bundestagsfraktion, Tabea Rößner, an.

Norma Langohr ■

Stiftungsdebatte

Novellierung NRW-Mediengesetz: Weiterbildung und Recherchestipendien fördern

Die von der Landesregierung in Nordrhein-Westfalen geplante Journalismus-Stiftung entzweit die (medien)-politischen Lager. Die Positionen reichen von totaler Ablehnung (Opposition, Verleger) über verfassungsrechtliche Bedenken (WDR) bis hin zu kritischer Zustimmung (ver.di).

Die Austrocknung der Medienvielfalt in vielen Regionen Deutschlands scheint unaufhaltsam. Um dieser demokratiegefährdenden Tendenz ein wenig entgegen zu steuern, schlägt die rot-grüne NRW-Landesregierung eine Stiftung „Vielfalt und Partizipation" vor. Ausgestattet mit 1,6 Millionen Euro, soll sie sich um Weiterbildung für Journalisten und Recherchestipendien kümmern. Das Geld will SPD-Medienstaatssekretär Marc Jan Eumann der NRW-Landesanstalt für Medien abzwacken, die sich wiederum aus der Rundfunkabgabe finanziert. Ein entsprechender Arbeitsentwurf zur Novellierung des NRW-Landesmediengesetzes wurde im März zur öffentlichen Debatte ins Netz gestellt.

Im Kern gehe es der Landesregierung darum, „die lokale und regionale Vielfalt zu erhalten", hatte Staatssekretär Eumann bereits im Februar beim Medienpolitischen Dialog der SPD-Bundestagsfraktion in Berlin erläutert. Gerade im Flächenland NRW würden immer mehr Lokalredaktionen zusammengelegt, gelegentlich sogar ganze Redaktionen – trauriges Beispiel: die *Westfälische Rundschau* – entsorgt. Wenn Verlage nicht mehr willens oder in der Lage seien, eine qualifizierte Aus- und Weiterbildung von Lokaljournalisten zu leisten, könne etwa eine Stiftungsprofessur für Lokaljournalismus helfen, auch auf kommunaler Ebene neueste wissenschaftliche Erkenntnisse „systematisch in die alltägliche Praxis zu überführen".

Bedingungen. In einer ersten Stellungnahme begrüßte ver.di die „Einrichtung und Finanzierung einer solchen Stiftung als grundsätzlich richtig". Mit ihr könnten „Defizite in der lokalen und regionalen Berichterstattung" eingedämmt werden. Allerdings dürften die Verlage nicht von ihrer Verantwortung entbunden werden, „selbst für die Fort- und Weiterbildung ihrer Medienschaffenden Sorge zu tragen". Die Weiterbildung solle schwerpunktmäßig freien Medienschaffenden zugutekommen, die bislang weitgehend von solchen Maßnahmen ausgeschlossen seien.

Die von ver.di ausdrücklich unterstützte Vergabe von Recherchestipendien könne helfen, „Themen tiefgründig und unabhängig zu recherchieren". Bei der Finanzierung der Stiftung müsse aber eine „staatsferne Verwendung der Beiträge im Sinne einer vielfältigen und unabhängigen Journalismusförderung unbedingt gewährleistet werden".

Falls die Stiftung auch aus privaten Mitteln finanziert werde, sei sicherzustellen, „dass diese Geldgeber keinen unbilligen Einfluss auf die Vergabe der Fördermittel nehmen, beispielsweise um eine negative Berichterstattung über das eigene Unternehmen zu verhindern". Der vorgesehene Stiftungsetat von 1,6 Millionen könne „nur die Grundlage für eine weitergehende sinnvolle Förderung bilden", heißt es abschließend in der ver.di-Stellungnahme.

Ablehnung. Bei den Verlegern stoßen Eumanns Pläne dagegen nicht auf Gegenliebe. „Wir sind der Meinung, dass wir das nicht brauchen", beschied barsch Christian Nienhaus, Vorsitzender des NRW-Zeitungsverlegerverbands und Geschäftsführer der Funke-(früher: WAZ)Mediengruppe. Ausgerechnet Nienhaus, dessen Gruppe für Massenentlassungen und immer neue Sparrunden im Lokalen verantwortlich zeichnet. Die Verlage, so Nienhaus, bildeten ihre Redakteure selbst aus, und bei Stipendien bestehe die Gefahr, dass sie vorzugsweise für Themen gewährt würden, die politisch erwünscht seien.

Auch die CDU erteilte eine Absage. Man halte die Stiftung für falsch, sagt Thomas Sternberg, medienpolitischer Sprecher der CDU-Landtagsfraktion. Es gebe keinen Bedarf an staatlicher Medienfortbildung für Journalisten. Recherchestipendien durch eine staatliche Einrichtung zu vergeben, sei eine „problematische Konstruktion".

Wenig verwunderlich auch, dass die NRW-Landesanstalt für Medien (LfM) auf Gegenkurs geht. Es sei „nicht vom Rundfunkstaatsvertrag gedeckt", über die Rundfunkabgabe Online- und Printjournalismus zu finanzieren, zitiert die *Süddeutsche* den LfM-Vorsitzenden Jürgen Brautmeier. Der LfM-Mann steht demnach der Stiftungsidee nicht grundsätzlich abgeneigt gegenüber. Allerdings wehrt er sich dagegen, Gelder aus seinem überwiegend aus der Rundfunkgebühr gespeisten Haushalt (2013: 21,6 Mio. Euro) dafür locker zu machen.

Foto: v. Polentz / transitfoto.de

Marc Jan Eumann, SPD-Medienstaatssekretär in NRW, auf einer ver.di-Tagung zum Thema „Rundfunkpolitik für die Zukunft".

Bedenken. Ernst zu nehmen sind indes die verfassungsrechtlichen Einwände einiger Rundfunkpolitiker. Der an die Landesmedienanstalten abgeführte zweiprozentige Anteil an den Rundfunkgebühren sei zweckgebunden und müsse „in einem funktionalen Zusammenhang mit der Gesamtveranstaltung Rundfunk stehen", schreibt WDR-Justiziarin Eva-Maria Michel in einer Stellungnahme. Die Stiftung solle jedoch vorwiegend dem lokalen und regionalen Print- und Onlinejournalismus zugutekommen. „Unabhängig von der Frage der Zulassung einer staatlichen Presseförderung", so Michel, entferne sich der Gesetzentwurf inhaltlich „von den Aufgaben, die verfassungsrechtlich eine Beitragsfinanzierung ermöglichen".

SPD-Politiker Eumann teilt diese Bedenken nicht. Die Stiftung bewege sich im Rahmen des rechtlich Erlaubten. Die auf den Arbeitsentwurf eingegangenen Anregungen sollen mit allen Akteuren aus Verlegern, Gewerkschaften und Bildungseinrichtungen diskutiert werden. Als „realistischen" Termin für das Inkrafttreten der geplanten Professur für Lokaljournalismus nannte er das Jahr 2015. **kel** ■

Mehr zum Thema

www.landesmediengesetz.nrw.de

Pressevielfalt in Hessen

Vorschläge für ein Stiftungsmodell auf der dju-Veranstaltung in Frankfurt am Main

Um die Pressevielfalt in Hessen ist es nach Ansicht des Zeitungsforschers Horst Röper schlecht bestellt: „Es gibt insbesondere in Nordhessen großflächige Monopole. Die Situation ist rabenschlecht." Röper diskutierte am 23. Mai in Frankfurt auf einer Veranstaltung der dju in ver.di unter dem Titel „Gute Zeitungen braucht das Land" mit dem SPD-Landtagsabgeordneten Michael Siebel über die Lage der Printmedien und die Arbeitsbedingungen der Journalistinnen und Journalisten in Hessen.

Siebel war im vergangenen Jahr Initiator einer Großen Anfrage der Landtags-SPD zur „Situation des Zeitungsmarktes in Hessen". Horst Röper, Chef des Dortmunder Formatt-Instituts, bezeichnete den Rückgang der Pressevielfalt und die Ausdünnung der Lokalredaktionen als „Kernproblem der mangelhaften journalistischen Versorgung" der Bürgerinnen und Bürger. Die Lokalredaktionen seien nicht zu ersetzen. Niemand sonst in der Fläche sei in der Lage, die lokalen und regionalen Themen professionell und dauerhaft im Blick zu haben und journalistisch zu bearbeiten.

Die Zukunft des Lokaljournalismus sieht Röper auf Dauer in lokalen Online-Portalen. Deren Start müsse erleichtert und gefördert werden. Unabdingbar seien aber auch Investitionen in die Aus- und Fortbildung. Hier seien die Bundesländer in der Pflicht, die die Zuständigkeit für alle Medien haben. Röper hat dazu ein Stiftungsmodell ins Gespräch gebracht. Grundsätzliche Unterstützung für die Stiftungsidee signalisierte Medienpolitiker Michael Siebel. Er kündigte an, bei entsprechenden neuen Mehrheiten im Hessischen Landtag wolle die SPD das Landespressegesetz und das Gesetz über den Privaten Rundfunk in einem „Mediengesetz" zusammenführen. In diesem Zusammenhang sei die Einrichtung einer „staatsfernen Stiftung" denkbar, um etwa Weiterbildungsangebote und Recherchestipendien zu ermöglichen. Die Finanzierung könne über eine Abgabe der Medienunternehmen erfolgen. Siebel erinnerte daran, dass schon jetzt die Privatfunkunternehmen in Hessen eine Rundfunkabgabe in Höhe von bis zu 1,0 Prozent ihrer Bruttowerbeeinnahmen zu leisten haben, die auch zur Förderung von Medienkompetenz eingesetzt werde. Ein ähnliches Modell kann sich Siebel auch für die Verlage vorstellen. Als weitere Finanzierungsquelle nannte Siebel den 2%-Anteil am Rundfunkbeitrag, der bisher der Landesanstalt für den Privaten Rundfunk zusteht.

Joachim Legatis vom dju-Landesvorstand zeigte sich am Schluss der Diskussion erfreut darüber, dass wieder über die Zukunft der Medien und nicht nur über ihren angeblichen Niedergang diskutiert werde. Zeitungsverlage seien nach wie vor in der Regel profitable Unternehmen. Die Journalistinnen und Journalisten in Hessen erwarteten von der Politik, dass sie sich aktiv für die Sicherung von Pressevielfalt und für bessere Arbeitsbedingungen einsetze. **PM** ■

Anzeige

Zwischen Abnicken und Aufmucken

Rundfunk-Gremien zu sehr parteipolitisch beeinflusst und zu intransparent

Als im April die WDR-Intendantin Monika Piel vor dem Rundfunkrat des Senders ihre Abschiedsvorstellung gab, war die Sitzung des Gremiums öffentlich zugänglich. Als Öffentlichkeit erschienen waren aber ausschließlich Journalisten. Sie erwarteten Zitierfähiges aus dem Mund der Intendantin und vielleicht sogar kritische Stimmen aus den Kreisen des Rundfunkrats. Die gab es am Ende nicht, die Sitzung verlief harmonisch. Die Journalisten berichteten danach über die etwas rosig gefärbte Bilanz der Intendantin und ließen auch nicht unerwähnt, dass sie als Abschiedsgeschenk einen großen Buchsbaum für ihren Garten bekam.

Zuvor hatte der Rundfunkrat allerdings noch anderes verhandelt. Das Gremium zeigte sich alarmiert über die aktuellen Verhandlungen über ein Freihandelsabkommen zwischen Europa und den USA. Die Wirtschaftsminister der EU wollten schon Mitte April ein Verhandlungsmandat beschließen, das keine Sonderstellung für Kultur und Medien vorsieht, sondern sie allein als Ware behandelt; das Rösler-Ministerium natürlich mittendrin. Damit würden Rundfunksysteme einem verstärkten kommerziellen Druck ausgesetzt. Der Rundfunkrat des WDR diskutierte über diesen politischen Vorgang und verabschiedete eine Stellungnahme. Darin hob er hervor, „dass die Besonderheiten der europäischen Kultur zu wahren sind. Audiovisuelle Mediendienste sind – in ihrer Doppelnatur als Kultur- und Wirtschaftsgut – von besonderer Bedeutung für Demokratie und Gesellschaft."

Nun ist das eine Stellungnahme in typischem Gremien-Politsprech, dennoch ist der politische Vorgang von erheblicher medienpolitischer Tragweite. In den Berichten über die öffentliche Rundfunkratssitzung kam dieses politische Thema gleichwohl nicht vor. Wirtschaftsminister, Freihandelspolitik, Medienpolitik – alles nicht besonders sexy.

An diesem Beispiel offenbart sich deutlich die Ambivalenz, die in der Institution der Rundfunkräte und ihrer öffentlichen Wahrnehmung liegt. Seit Günter Jauch die Gremien „Gremlins" genannt hat, also merkwürdige Wesen, die jede Kreativität abwürgen wollen, ist der Ruf der Rundfunkräte nicht der allerbeste. Sie gelten als Laienspieler, die den Ränkespielen der Intendanten hilflos ausgeliefert sind, als parteipolitisch gelenkte Abnicker und Zustimmer, die nur wahrgenommen werden, wenn eine Aktivität gut ins journalistische Skandalisierungsschema passt.

So war es, als sich zum Beispiel der ARD-Programmbeirat kritisch zur überbesetzten Talkschiene im Ersten in der Öffentlichkeit äußerte und ein internes Papier öffentlich bekannt wurde. Der Programmbeirat setzt sich aus Mitgliedern der ARD-Rundfunkräte zusammen, hat kein Entscheidungsmandat, kann aber beraten. Weil hier so etwas wie hausinterner Krach herauszuhören war und es noch dazu um jene Fernsehköpfe ging, die wochentags in unseren Wohnzimmern palavern, war plötzlich öffentliche Aufmerksamkeit da. Dass sich da in den Rundfunkräten etwas zusammenbraute, hätte man freilich auch schon früher wahrnehmen können. Etwa in den Berichten aus dem ARD-Programmbeirat, wie sie im SWR-Rundfunkrat abgegeben wurden. Die Rundfunkratssitzungen im SWR sind öffentlich. Aber es waren keine Journalisten da. Rundfunkrat ist eben nicht sexy.

Öffentliche Sitzung. Lohnt es sich überhaupt, solche Organisationsfragen in Sachen Gremien zu thematisieren? Gremiensitzungen werden nicht per se spannender, wenn die Öffentlichkeit mithören darf. In der Regel folgen sie einer straffen Tagesordnung, sind vollgestopft mit Anträgen und Berichten. Die Lektüre von Sitzungsprotokollen gehört auch nicht zu den vergnügungssteuerpflichtigen Tätigkeiten.

Und dennoch: die Institution der Rundfunkgremien braucht die Transparenz so dringlich wie die Sender selbst in ihrem Finanzgebaren und in ihrer Programmgestaltung. Dabei sind die Standards in der föderal organisierten ARD ganz unterschiedlich. Einige Gremien veranstalten ihre Sitzungen grundsätzlich öffentlich, andere, wie HR oder NDR, grundsätzlich nicht-öffentlich. Der WDR nimmt eine Art Zwischenposition ein, agiert nach einer Kann-Bestimmung. Es lässt sich schon absehen, dass mit der nächsten Novellierung des WDR-Gesetzes auch dieses Gremium grundsätzlich öffentlich tagen wird.

Ähnliches gilt für andere Bereiche des öffentlichen Auftretens. Einige Gremien, etwa der finanziell und personell gut ausgestattete Rundfunkrat des WDR, betreiben eine einigermaßen offensive Informationspolitik, veröffentlichen auch Beschlüsse oder Dossiers. Der RBB stellt seit Jahreswechsel sogar die Sitzungsprotokolle ins Netz. In anderen Sendern, dem ZDF etwa, werden derlei Schriftstücke behandelt wie Geheimdossiers in der Bismarck-Ära. Manche, wie etwa der Hessische Rundfunk, geben sich sehr zugeknöpft. Mehr als einige dürre Pressemeldungen kommen da nicht an die Öffentlichkeit. Als Anfang 2013 die Amtszeit des HR-Intendanten um zwei Jahre vorfristig verlängert wurde, um sich durch Landtagswahlergebnisse die Harmonie nicht stören zu lassen, da veröffentlichte der Rundfunkrat eine Pressemeldung, in der kein Wort zu besonderen Umständen dieser Intendantenwahl stand.

Das ist jedenfalls nicht, was man sich unter kontrollierender Tätigkeit der Gremien vorstellt. Gremien sind der Allgemeinheit verpflichtet, nicht dem Sender, den sie beaufsichtigen sollen. Sie waren in ihrer

Über den Autor

Foto: privat

Fritz Wolf ist Verfasser der Studie der Otto-Brenner-Stiftung: „Im öffentlichen Auftrag – Selbstverständnis der Rundfunkgremien, politische Praxis und Reformvorschläge"

Karikatur: Klaus Stuttmann

Anfangsphase demokratisch gedacht, als Instrument gesellschaftlicher Kontrolle. Sie wurden sehr schnell von den politischen Parteien gekapert und über lange Jahre als Proporzmaschine missbraucht. Inzwischen haben sich die parteipolitischen Bindungen gelockert (allerdings nicht in Personalfragen, da wird gekungelt wie eh und je). Die Stimme der Vertreter gesellschaftlicher Gruppen, die per Gesetz in die Gremien entsandt werden, wird lauter.

Unterschiedliche Interessen. Und je mehr der öffentlich-rechtliche Rundfunk in eine Rechtfertigungskrise gerät, umso dringlicher braucht er die Rundfunkgremien, die ihm – im Unterschied zu den kommerziellen Sendern – eine gesellschaftliche Legitimation geben. Und auch die Rundfunkgremien müssen sich bewegen. Hier sitzen die Vertreter gesellschaftlicher Gruppen, die etwas zu verlieren hätten: Gewerkschaften, Frauenorganisationen, Migrantenverbände, Jugendorganisationen – alles potentielle Verbündete, wenn es um den Erhalt eines demokratisch organisierten Rundfunks geht.

Natürlich sind die Rundfunkräte weder basisdemokratisch noch einheitlich in ihrer Haltung. Sie sollen unterschiedliche Interessen in der Gesellschaft abbilden, die Mitglieder bringen unterschiedliche Interessen in die Gremienarbeit ein und sollen gleichwohl in gesamtgesellschaftlichem Interesse agieren. Sie sind ehrenamtlich tätig, oft nicht professionell in der Medienwelt unterwegs. Ihre Stellung in den Sendern ist ambivalent, schwankend zwischen Kontrolle und Kooperation, zwischen Abnicken und Aufmucken, letzteres seltener. Natürlich wäre auch eine andere Organisation der Rundfunkaufsicht denkbar, etwa die professionelle der BBC, wo im BBC-Trust eine kleine Gruppe hochbezahlter Experten über den Sender wacht. Aber das würde erstens einen Systemwechsel bedeuten, für den es derzeit keine politische Basis gibt. Und zweitens hat auch die professionelle Aufsicht diverse Skandale in der BBC nicht verhindern können.

Naheliegender wäre deshalb, den demokratischen Grundansatz der Gremien zu bewahren, ihn zu fördern und ihre Stellung zu stärken. Professionalisierung und Weiterbildung gehören zu den vordringlichen Aufgaben. Bisher liegt sie bei vielen Sendern weit hinter den Erfordernissen, wird nicht systematisch gepflegt und gefördert. Lediglich im Radio-Bremen-Gesetz ist Weiterbildung verpflichtend geregelt. Auch eine bessere materielle Ausstattung der Gremienbüros ist nötig. Gremien müssen in die Lage versetzt werden, externen Sachverstand heranzuziehen, wenn die Aufgabe es erfordert.

Lange Gremienkarrieren. Modernisierungsbedarf besteht auch in der Zusammensetzung der Gremien. Mit wenigen Ausnahmen (etwa beim NDR) sind die Amtszeiten für Rundfunkräte nicht begrenzt. Das führt nicht selten zu langen, sehr langen Gremienkarrieren – erfahrungsgemäß kein Zeichen für Flexibilität. Vor allem verändert sich Gesellschaft schneller als die gesetzlichen Regelungen nachkommen. So agieren in einigen Rundfunkräten immer noch Vertreter der Vertriebenenverbände, aber Vertreter aus Organisationen der Zivilgesellschaft wie Amnesty International, Attack oder Reporter ohne Grenzen sucht man hier vergebens. In einigen Sendern, speziell in konservativ regierten Ländern sind in den Gremien Frauen deutlich unterrepräsentiert.

Als eine der zentralen Fragen für die Zukunft der Gremien wird sich die Entsendepraxis erweisen, sowohl was den Sachverstand wie das medienpolitische Engagement angeht. Der rundfunkpolitische Auftrag muss in den einzelnen Organisationen ernster genommen werden. Sitze in Rundfunkräten dürfen nicht politische Versorgungsposten sein, Spielplatz für Wichtigtuer und Adabeis und Arena für parteipolitisches Schattenboxen. Dazu ist die Institution Rundfunkrat medien- und demokratiepolitisch zu wichtig.

Und dann ist da immer noch der parteipolitische Einfluss in den Gremien, der besonders beim ZDF ausgeprägt ist. Hier hat 2009 der hessische Ministerpräsident Roland Koch dafür gesorgt, dass dem Chefredakteur des Senders, Nikolaus Brender, die Vertragsverlängerung verweigert wurde. Dieser politische Willkürakt brachte überdeutlich an den Tag, wie fest der Sender in der Hand der Parteien ist. Der Fall Brender war auch Auslöser für ein Normenkontrollverfahren beim Bundesverfassungsgericht. Es soll klären, ob die Dominanz von Parteien- und vor allem von Staatsvertretern im Sender verfassungsgemäß ist.

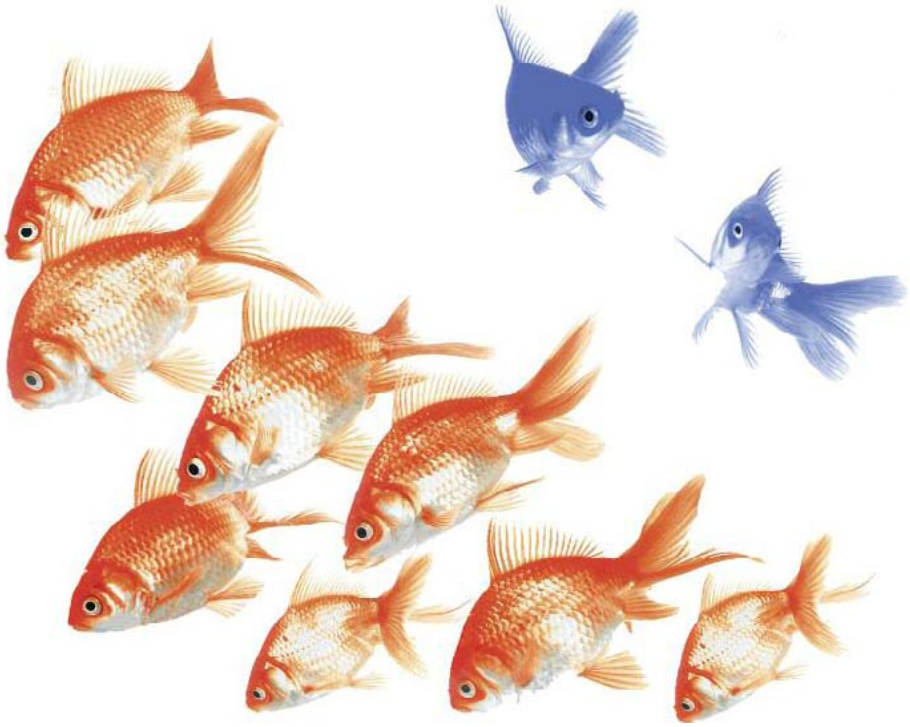
Den Antrag stellte das Land Rheinland-Pfalz schon im Jahr 2011, Hamburg hat sich angeschlossen. Seither ist höchstrichterliche Sendepause. Es ist sogar fraglich, ob das Bundesverfassungsgericht noch in diesem Jahr entscheidet. Man könnte glatt spekulieren, ob die Richter den Parteien die Chance geben wollen, hinter den Kulissen selbst zu einer politischen Lösung zu finden, die den Parteien- und vor allem den Staatseinfluss auf den Rundfunk begrenzt, ohne ihn ganz abzuschaffen. Denn das Urteil wird nicht nur das ZDF treffen, auch in einigen ARD-Sendern ist der Einfluss von Staat und Parteien zu groß. **Fritz Wolf** ■

Die Studie zum Download:

http://www.otto-brenner-shop.de/publikationen/obs-arbeitshefte/shop/im-oeffent-lichen-auftrag-ah73.html

Eintausend alternative Medien?

Oder warum viele bunte Blumen keinen Sommer mehr machen



Gut 40 Jahre ist es her, als in München mit dem *Blatt* die Mutter aller Stadtzeitungen und der Prototyp der alternativen Presse erschien. Derzeit erinnert in der Landeshauptstadt eine Ausstellung über die 1970er Jahre an diese Publikation. Und es ist ein gutes Jahr her, dass eine neue Auflage des „Handbuch Alternativmedien" erschien, herausgegeben von Bernd Hüttner, Christiane Leidinger und Gottfried Oy. Ein verdienstvolles und zugleich gewagtes Unternehmen: Rund 1000 „alternative" Medien listet das Buch auf, davon 472 Printmedien in Deutschland, 89 in Österreich und 104 in der Schweiz, hinzu kommen 220 unabhängige Verlage, Archive und Freie Radios. Damit liegt eine aktualisierte Version des Handbuchs von 2006/2007 vor. Und klar stellt sich die Frage, was heute eigentlich noch „alternativ" ist.

Wenn man will, kann man die Medien der historischen Arbeiterbewegung wie die Parteizeitungen, die deutsche Arbeiterfotografie der 1920er Jahre oder den proletarischen Film als Urahnen alternativer Kommunikationsmittel sehen. Ihren originären Entstehungszusammenhang aber haben die alternativen Medien im engeren Sinne in den 1970er Jahren, als Stadtzeitungen, Videoläden und illegale Rundfunksender begannen, dem medialen Mainstream eine Alternative beizustellen. Inhaltlich ging es dabei um Themen wie Solarenergie und Widerstand gegen die Atomkraft, um ökologischen Anbau und Vollwertkost, um neue Formen des Lebens, Liebens und Arbeitens jenseits des Hamsterrades von Karriere und Bürgerlichkeit. Das geschah im Münchner *Blatt*, der Berliner *taz* oder im Radio „Dreieckland".

Übersicht im Handbuch. Das ist alles rund vier Jahrzehnte her und das eigentlich Verblüffende ist, wie viele alternative Medien diese Zeit überstanden haben und heute noch existieren. Der Züricher Videoladen, in dem einst das legendäre Video „Züri brennt" entstand, ist dafür ein Beispiel. Eine Übersicht über die heutige alternative Medienszene gibt nun das Handbuch. Verdienstvoll ist die Arbeit wegen des Zusammentragens der Adressen und auch der Profile von rund 1.000 „alternativen" Medien im deutschsprachigen Raum. Sie sind durch Orts-, Namen- und Sachregister sehr gut aufgeschlüsselt. Vorangestellt sind diesen Registern mehrere Aufsätze, die sich dem Thema alternative Medien in theoretischer Hinsicht nähern und die Konkretes und Praktisches aus dem alternativen Medienalltag berichten.

Gewagt ist das Unternehmen, weil der Begriff des „Alternativen" unscharf bleibt. Warum zum Beispiel die der Zensur unterliegenden Gefängniszeitschriften aufgenommen werden, Schülerzeitungen dann aber nicht, bleibt unklar. Auch wenn im Vorwort gesagt wird: „Auch dieses Handbuch kann und will nicht die Frage klären, was alternative Medien sind" und darauf verwiesen wird, dass „es derzeit keine weitergehende Beschäftigung mit alternativen Printmedien" gebe – weder in der Wissenschaft noch in den alternativen Printmedien selbst –, so bleibt die Definitionsfrage doch letztlich der Dreh- und Angelpunkt des gesamten Themenfeldes. Ist die *taz* nach Regierungsbeteiligung der Grünen, Dosenpfand und Kriegseinsatz noch „alternativ"? Und wie „alternativ" ist die rechte Szene mit „befreiten Zonen" und Schmuse-Nazi-Rock? Und was ist mit dem Postulat der Kommunikationsguerilla, nach dem es weniger um „alternative" Informationen geht, als um eine soziale Bewegung, an der diese Informationen überhaupt andocken können?

Entgegen dem Vorwort wagt sich Marisol Sandoval in ihrem Handbuch-Beitrag „Warum es an der Zeit ist, den Begriff der Alternativmedien neu zu definieren", durchaus an eine Definition von alternativen Medien. Dabei plädiert sie, dem „Idealmodell" alternativer Medien – partizipative Produktion, kritische Inhalte und ökonomische Unabhängigkeit – zu entsagen, weil ein derartiges Idealmodell in der Wirklichkeit kaum vorkomme, und wenn, dann nur auf Kosten von „regelmäßigem Erscheinen, Qualität der Berichterstattung und öffentlicher Sichtbarkeit". Stattdessen favorisiert sie einen Begriff des Alternativen, der den Vorrang darin sieht, „den herrschenden Meinungen und Ideen kritische Sichtweisen entgegenzusetzen", deren Ziel die Demokratisierung und Emanzipation der Gesellschaft ist. Dann könnten alternative Medien auch kommerziell organisiert sein, als deutschsprachige Beispiele nennt sie die *jungle world*, den *Freitag* und die Schweizer *WOZ*.

Nischendasein. Ein paar Beiträge weiter konstatieren Bernd Hüttner und Christoph Nitz in „Die (Mosaik) - Linke und ihre Medien" im Grunde die Marginalität „herrschaftskritischer" Publizistik in Deutschland.

Bernd Hüttner, Christiane Leidinger, Gottfried Oy (Hrsg.): Handbuch AlternativMedien 2011/2012. AG SPAK, Neu-Ulm 2011. 280 Seiten, 22 Euro.

Foto: Lotfi Mattou / Fotolia.com

Der Befund: Die „klassische“ Szene der alternativen Stadtzeitungen sei längst dahingestorben. Die Auflagen von linken Tages- und Wochenzeitungen sei vergleichsweise gering (*taz*: 60.000; *Neues Deutschland*: unter 40.000; *Junge Welt*: 15.000). *Unsere Zeit*, die Wochenzeitung der DKP, erscheine längst in einem „Paralleluniversum“.

Im Grunde bilden die im Handbuch versammelten eintausend „alternativen“ Medien mehrheitlich vereinzelte bunte Blumen ab, die in Nischen auf irgendeine Art überleben, ohne je dieses Nischendasein zu verlassen. Die „klassischen“ alternativen Medien sind verschwunden, weil ein Großteil ihrer Themen („ökologische Lebensmittel“) längst im Mainstream aufgegangen sind und ihr mittlerweile gealtertes soziales Milieu in der Mitte der Gesellschaft angekommen ist. Die politische Linke kämpft – ob sie will oder nicht – mit dem Erbe des Realsozialismus und steht nach dem geistigen Kahlschlag des Neoliberalismus vor bisher nicht eingelösten Fragen, was sie jenseits von Revolution aus dem Kapitalismus machen will.

« Der Begriff der alternativen Medien rührt somit heute an sehr grundlegende Fragen, ... »

Neue Handlungsansätze. Das Problem „alternativer“ Medien besteht also in dem allgemeinen oder gesamtgesellschaftlichen Problem, nach dem Ende sowohl des Realsozialismus und der sozialdemokratischen Reformpolitik als auch der alternativen Milieus einen neuen Gesellschaftsentwurf vorzulegen oder anzudenken, der diesseits von Utopie Handlungsansätze bietet. Wer sich die Disparität dieser Situation vergegenwärtigen will, muss sich nur aktuelle Konflikte ansehen: War die Bombardierung Libyens oder sind Waffenlieferungen an die syrische Befreiungsarmee opportun? Und löst sich mittlerweile nicht auch der „Mainstream“ unter dem Druck der Ereignisse wie der Eurokrise in Zypern auf und zeigen sich gar die „meinungsbildenden Eliten“ desorientiert (wie im Feuilleton der *FAZ*)? Der Begriff der alternativen Medien rührt somit heute an sehr grundlegende Fragen, die weit über klassische und wohl auch überholte Postulate wie „Teilhabe der Leser als Macher“ und ähnliches hinausgehen. Die Frage nach alternativen Medien zielt vielmehr direkt auf die Zukunft eines „Kapitalismus der Trostlosigkeit“, der inhärent selbst gar keinen Ausweg mehr kennt. „Was Alternativen zur bürokratisch abgestützten Finanzökonomie sein können, ist gänzlich unklar“, schrieb jüngst der Sozialwissenschaftler Franz Walter in der *taz*. Und er konstatiert: „Wohl in keiner neuzeitlichen Krise dürfte eine solche Begriffslosigkeit bei der Betrachtung von Zukunft, eben bei den Erörterungen über das ‚Danach’, geherrscht haben wie gegenwärtig.“ Und damit ist letztendlich auch das zeitgenössische Problem skizziert, das Alternative von alternativen Medien zu fassen.

Rudolf Stumberger ■

Anzeige

Eine Milliarde beim Youtuben

re:publica: Auf der Suche nach viralen Effekten im TV- und Videosektor

Video-Plattformen wie YouTube erzielen ständig neue Rekorde und setzen damit auch die öffentlich-rechtlichen Sendeanstalten unter Druck. Wie reagieren sie darauf? Während der re:publica in Berlin stellten zwei Sender neue Crossmedia-Projekte vor. Gleichzeitig intensiviert YouTube seine TV-Aktivitäten und lernt vom Fernsehen.

Die Zappeltänze „Harlem Shake“ oder „Gangnam Style“ verbreiteten sich im Netz ähnlich rasant wie Viren bei einer Epidemie. Solche YouTube-Phänomene erreichen schnell Zugriffe im mehrstelligen Millionenbereich. Davon träumen Videoproduzenten und Fernsehmacher, und vor allem die Werbewirtschaft. Virale Effekte nennen sie das. Erfolgreich sind neben Musik-Clips aber eher Make-up- und Katzen-Videos, weniger die mitgefilmten Vorlesungen der Harvard Universität. YouTube sei ein eigenes Ökosystem mit einer eigenen Community und habe eigene Regeln, sagte der Video- und TV-Experte Bertram Gugel in seinem Vortrag während der re:publica im Mai in Berlin.

YouTube kann mit beeindruckenden Zahlen aufwarten. Mit weltweit mehr als einer Milliarde Nutzer ist die Plattform vergleichbar mit Facebook. Viele Menschen suchten zuerst bei YouTube, dann erst bei Google. Das mache YouTube zur Nummer zwei unter den Suchmaschinen, so Gugel. Auf weltweit 30 Prozent aller Webseiten seien YouTube-Videos eingebaut oder verlinkt. „Wir googlen, unsere Söhne youtuben“, denn für die Jüngeren „findet alles auf YouTube statt“, sagte Johnny Haeusler, Mitveranstalter der re:publica in einer anderen Session. In Deutschland belegt die Videoplattform bei Jugendlichen den ersten Platz unter den Social-Media-Angeboten: YouTube werde häufiger genutzt als Facebook, so Gugel. 93 Prozent der 13–18 Jährigen gingen wöchentlich auf YouTube, aber nur 65 Prozent auf Facebook.

Eigene Stars. Nicht nur beim Mohamed-Video entfaltet YouTube Wirkung. Einzelne Videos würden von der Bundesprüfstelle indiziert, Sätze aus Videos werden kopiert und auf Facebook gepostet und generierten 100.000de Likes. YouTube bringt eigene Stars hervor, wie Charlie McDonnell, Benjamin Cook und Thomas Ridgewell, oder in Deutschland Torge Oelrich, Nilam Farooq und Y-Titty. Sie sind zumeist Anfang zwanzig, geben Autogrammstunden und verdienen ihr Geld mit Video-Clips. Inzwischen haben sie sich zu Netzwerken zusammengeschlossen, hinter ihnen stehen Produktionsfirmen wie Mediakraft Networks, bei der die genannten deutschen Stars unter Vertrag stehen. Die *New York Times* hat berechnet, dass Stars wie Jenna Marbles, die ihren Erfolg mit Schminkanleitungen begründete, ein Jahreseinkommen um die 350.000 USD erzielen. „Einzelne Netzwerke haben über 10.000 Kanäle und ein rasantes Wachstum“, sagte Gugel.

Aber wer Erfolg haben will, muss wissen, wie die Plattform funktioniert. „Es braucht Zeit“, sagte Gugel, YouTube-Stars seien nicht über Nacht erfolgreich geworden. „Die haben jahrelang daran gearbeitet und Videos produziert, die keiner wahrgenommen hat.“ Gugel warnte: „Es ist nicht damit getan, ein Video zu drehen und hochzuladen“. Daraus ergeben sich höchst selten hohe Zugriffszahlen. Es brauche schon Millionen von Aufrufen, um profitabel zu sein. Man müsse erkennen, dass YouTube eigene Formate habe, die nach eigenen Regeln funktionierten. „Hier werden ganz neue Bedürfnisse bedient“, das erfordere eigene Inhalte, wie etwa das Unterrichtsmaterial der sehr erfolgreichen Khan Academy zeige. Die YouTube-Kanäle generierten dann nicht mehr nur durch neue Videos Zugriffe, sondern über 50 Prozent der Abrufe seien Archivmaterial.

Günstige Produktionen. Auch die klassischen Medienproduzenten wie Bertelsmann, Comcast und Time Warner seien inzwischen aufmerksam geworden und investierten Millionen, berichtete Gugel. Aber viele dächten, YouTube funktioniere wie Fernsehen. Während die Einschaltquote beim Fernsehen die Zuschauerzahl in jeder Minute ausweist, baut sich die „Einschaltquote“ bei YouTube langsam auf, über eine Woche, einen Monat oder sogar ein Jahr. „In der Spitze ist man aber auf Augenhöhe mit dem Fernsehen.“ Ein Beispiel: „Die Web-Reichweite von Mediakraft ist mit 6,1 Millionen Unique Video Usern höher, als von RTL mit 6 Millionen“.

Bedeutendster Kongress der Internetszene

Laut Geschäftsführer Andreas Gebhard kamen etwa 5.000 Teilnehmende aus rund 50 Nationen zur re.publica. Über 400 Redner, darunter 160 Frauen, beleuchteten alle Themen der Netzwelt.

Seit 2007 findet der Kongress jährlich in Berlin statt, 2013 vom 6. bis zum 8. Mai. Einen Schwerpunkt bildete dieses Jahr Afrika, „weil es dort dynamische Innovationsorte gibt, an denen gerade viel passiert“, so Gebhard.

Im Rahmen der Veranstaltung fand erstmals ein Diplomatentreffen statt, an dem sich 25 Botschaften beteiligten.

Veranstaltet wird die re:publica von Newthinking und den Spreeblick-Blogbetreibern, mit Kooperationspartnern, wie Microsoft, Daimler und der Gesellschaft für Internationale Zusammenarbeit, gefördert von der Bundeszentrale für politische Bildung und dem Medienboard Berlin-Brandenburg.

Fotos: re:publica 2013 / Gregor Fischer

Impressionen der re:publica. Oben links (mit Blick in die Kamera): Mitveranstalter Johnny Haeusler

Zudem verstünden es YouTuber, Videos günstig zu produzieren: Während die Produktionskosten im Schnitt bei 150 € pro Minute lägen, seien es beim TV 64.000 € pro Minute. Allerdings dürften dabei die zahllosen mit Handy-Kameras gefilmten Amateur-Videos und die geringen Lebenshaltungskosten der im Haushalt der Eltern lebenden und produzierenden Teens und Twens eine große Rolle spielen. Da verwundert es auch nicht, dass es bisher kaum Kanäle gibt, die Menschen jenseits der 30 ansprechen, so Gugel.

Der Mutterkonzern Google investierte 2012 zum Start der Original Channels 300 Millionen USD. Damit sollen TV-Produktionsfirmen und Fernsehstars gewonnen werden, um exklusiv für YouTube Material zu produzieren. „Sie wissen, sie brauchen Inhalte, um bestimmte Produkte zu verkaufen“, sagte Gugel, das hätten sie vom Fernsehen gelernt. Inzwischen sei in den Original Channels viel Fernsehmaterial, unter anderem Filme und Serien zu finden.

Die Antwort der Sendeanstalten. Längst haben die öffentlich-rechtlichen Sender nicht mehr die Zuschauerhoheit; erst kamen die Privaten und dann das Internet – und alle drücken auf die Einschaltquote. Zudem kämpft das gebührenfinanzierte Fernsehen im Internet mit der vom Rundfunkstaatsvertrag auferlegten 7-Tagefrist. Logisch, dass man nach neuen Wegen sucht, um an den Erfolgen im Netz zu partizipieren.

„Tatort+“ lautet die Antwort des SWR. „Tatort+ ist ein Crossmedia-Projekt, bei dem die User bzw. Zuschauer den Täter ermitteln können“, sagte Jürgen Ebenau im Gespräch mit M. Der Leiter der Hauptabteilung SWR.Online möchte damit vor allem junge Menschen ansprechen: „Die Zielgruppe im Netz ist jünger, laut Facebook unter 40. Die wollen mehr machen, als nur vorm Fernseher sitzen.“ Also wolle man das Publikum stärker beteiligen. Dafür seien eigene Szenen gedreht worden, die nur im Web verfügbar sein werden. Die User können in Ermittler-Teams aufgenommen werden, die eigene Aufgaben gestellt bekommen. Um in ein Team aufgenommen zu werden, müssten sie eine kleine Prüfung ablegen. Danach stehen den Online-Ermittlern drei Teilnahmewege zur Verfügung: Facebook, Twitter und die Tatort-Webseite. „Wir wollen auch Menschen erreichen, die ihre Online-Netze kaum noch verlassen“, sagte Ebenau. Die Online-Ermittlungen beginnen schon vor Ausstrahlung des Tatorts, zehn Tage nach der re:publica am 18. Mai, während als Sendetermin der 26.5. festgelegt wurde. Anschließend könne weiter ermittelt werden, es gäbe dann noch offene Fragen, die geklärt werden könnten.

Man hoffe auf virale Effekte und wolle neue Zuschauer gewinnen. „Menschen, die eher im Netz aktiv sind, sich dort bei Tatort+ einbringen und dann zu Zuschauern werden“, beschrieb der Online-Chef die Zielsetzung des Projekts. „Außerdem kann man im Web mehr riskieren.“ Erste Erfahrungen hatte man schon vor einem Jahr gesammelt. Damals stellte der SWR auf der re:publica den ersten Tatort vor, der im Netz crossmedial begleitet wurde. Das Projekt sei aber zu dem Zeitpunkt noch einfacher gestaltet gewesen. Zudem seien Probleme aufgetreten, da die Server ganz schnell überlastet gewesen wären. Trotzdem zählte der Sender 110.000 Beteiligte im Netz. Man habe daraus gelernt.

„Tatort+“ stelle ein Ausnahme-Event dar und solle vorerst nur einmal pro Jahr produziert werden, berichtete Ebenau. Die TV-Produktion geschieht am Standort Mainz, die Online-Produktion in Baden-Baden. Beim SWR sind drei Mitarbeiter des Online-Bereichs in dem Projekt beschäftigt. Alles Freie, die das zusätzlich stemmen, aber mit viel Begeisterung, so der Online-Chef. Hinzu käme der Tatort-Autor, der die Story für die Web-Only-Szenen und für die Online-Ermittlungen schreibt. Natürlich entsteht zusätzlicher finanzieller Aufwand: Allein für die Web-Only-Szenen seien Kosten im oberen fünfstelligen Bereich angefallen. Vieles habe man daher automatisiert, etwa die Prüfungen im Web.

Man wolle Crossmediales vorantreiben, so Ebenau. Das habe man auch bei „Zeit der Helden“ praktiziert, einer Koproduktion des SWR mit Arte. Im Netz konnten Zuschauer „die Protagonisten näher kennenlernen“. Und mit „Verstehen Sie Spaß“ hat der Sender 57 Millionen YouTube-Abrufe und während der Sendung mehrere Tausend Kommentare erreicht.

Factchecking-Plattform. Auch das ZDF stellt sich den neuen Herausforderungen. Es präsentierte auf der re:publica das crossmediale Crowdsourcing-Projekt ZDFcheck, das kurz nach dem Kongress gestartet wurde. Im Nachrichtenbereich angesiedelt, soll die Factchecking-Plattform mithilfe der „Crowd“ im Netz Politikeraussagen überprüfen. Zusätzlich sind Kooperationen mit Phönix und mit den Betreibern der Wikipedia, Wikimedia, vereinbart. Ziel sei es, dass Zuschauer den Wahrheitsgehalt dieser Aussagen besser einordnen können, sagte Eckart Gaddum im Gespräch mit M. „Auch wollen wir zeigen, was dahinter steckt“, so der ZDF-Online-Chef weiter.

In dieser Legislaturperiode habe sich durch Netzbewegungen eine neue Qualität gezeigt, die man aufgreifen wolle: „Menschen wollen stärker mitreden und fordern mehr Transparenz und Einfluss.“ Das ZDF habe für das Projekt ein Querschnittsteam von zehn Mitarbeitern aus den Redaktionen gebildet. Die Ergebnisse der Recherchen sollen in Nachrichtensendungen wie „heute“ einfließen. Zusätzlich stehen sie unter einer Creative-Commons-Lizenz und können beispielsweise in Wikipedia verwendet werden. Geplant sei zunächst eine Testphase bis Ende Juni, sagte Gaddum. Dann würden Verbesserungen und Überarbeitungen vorgenommen, um für die heiße Wahlkampfphase gerüstet zu sein. Inzwischen lassen allerdings erste Ergebnisse auf eher mäßige Beteiligung schließen – Katzen sind eben doch attraktiver als Politiker, also Katzen an die Macht. **Uwe Sievers** ■

Trimedial den rechten Rand beobachten

Vor einen Jahr startete der NDR ein einmaliges Projekt gegen Neonazis redaktionsübergreifend im gesamten Sendegebiet. Wulf Beleites sprach mit Katrin Becker und Kuno Haberbusch von der Projektgruppe „Der Norden schaut hin".

Foto: Wulf Beleites

Ein Jahr journalistischer Kampf gegen rechts. Allein auf der NDR-Startseite von „Der Norden schaut hin" finden sich Links zu knapp fünfzig Beiträgen, mindestens einer pro Woche. In Radio und Fernsehen wurde über den rechten Sumpf berichtet. Das ging vom dumpfen Hass gegen Asylantenunterkünfte über neonazistisches Treiben von Burschenschaften bis hin zu den Tiraden des mecklenburg-vorpommerischen NPD-Fraktionsvorsitzenden Udo Pastörs. Gezeigt wurden nicht nur die Umtriebe der Nazis, die Duldung einer wegschauenden Bevölkerung, sondern auch die Gegenwehr von Bürgern und Initiativen. Läuft das Projekt noch?

Kuno Haberbusch | Es läuft jetzt nicht mehr als herausgehobenes Projekt, es ist mehr Regelbetrieb. Das Thema bleibt auf der Agenda.

Katrin Becker | Wir haben die Webseite„Der Norden schaut hin". Die Online-Kollegen pflegen sie, aktualisieren, setzen neue Themen rein. Der Schwerpunkt liegt jetzt tatsächlich mehr bei Online, denn beim Fernsehen.

Es ist ein trimediales Projekt: Fernsehen, Rundfunk und Online. Die Hamburger Zentrale vereint mit allen Landesfunkhäusern. Was hat sich aus dieser Zusammenarbeit entwickelt?

Haberbusch | Wir haben mehr Sensibilität erzeugt. Für mich war es ein Lernfortschritt, wie die verschiedenen Gewerke arbeiten. Da habe ich viel Neues gelernt. Mir war zum Beispiel unklar, dass die Onliner nichts mit irgendwelchen Stills aus Filmen (einzelnes, eingefrorenes Bild/Frame aus einem laufendem Film, d. Red.) machen können, sondern eigene Fotos benötigen. Es ist ein ganz banales Ding. Und so haben sich viele neue Anforderungen im Laufe des Projekts ergeben, weil wir unterschiedlich arbeiten.

Becker | Was wir geschafft haben, war eine Art Prototyp zu entwickeln – trimedial zu einem Thema arbeiten. Was man am Anfang auch nicht einschätzen konnte, war, wie spannend das Thema für Sendungen ist. Es ist ja kein abseitiges Thema, aber eins, das in dieser überblicksartigen Darstellung selten behandelt wird.

Wie war der Rückfluss, sowohl aus den Initiativen gegen rechts als auch von den Nazis?

Becker | Jeweils moderat. Wir haben keinen wirklichen Shitstorm geerntet. Das war immer unsere Befürchtung, wenn wir es trimedial aufziehen, dass es über Online richtig heftig wird von den Nazis. Das hat sich auf einige Filme konzentriert. Immer da, wo wir sehr speziell waren, also beispielsweise bei Naziläden oder bei einzelnen Gemeinden, da haben sie gezuckt. Es hat nur eine Klage gegeben. Die Initiativen haben das Projekt total begrüßt. Wir konnten sie vorstellen. Das haben wir vor allem mit den kleinen versucht, die vor Ort in Dörfern arbeiten, die kommunal organisiert sind.

Haberbusch | Wenn die Initiativen in ihrem Regionalmagazin mit dem auftauchen, was sie seit Jahren mehr oder weniger unbemerkt von der Öffentlichkeit tun, fühlen sie sich ermutigt. Und das wollten wir auch. Wir haben sie ermutigt.

Wie hat die lokale Politik auf das Projekt reagiert? Gab es viele Beschwerden, Proteste wie etwa in Wolgast, wo über ein neues Asylantenheim berichtet wurde.

Becker | Der Bürgermeister fühlte Wolgast in ein falsches Licht gesetzt. Ansonsten aber haben sich die Bürgermeister, die sich gegen rechts engagieren, gefreut, dass sie überhaupt einmal erwähnt werden. Sie kämpfen teilweise auf total verlorenem Posten.

Haben sich Schwerpunkte in der Berichterstattung über rechts herausgeschält?

Becker | Natürlich ist entscheidend, wonach man guckt. Viele unserer Autoren hatten Zugang zu Onlinethemen, also Nazis im Netz und Nazimusik. Dazu haben wir viel berichtet. Ein zweiter Schwerpunkt waren die Reporterreisen: Vier junge Reporter sind durch Norddeutschland gefahren und haben recherchiert, wie es auf der Straße aussieht. Unter dem Stichwort Alltagsrassismus haben sie eine ganze Menge zusammengetragen. Das war beängstigend, was da in Bussen und auf Bahnhöfen gesprochen wurde.

Links:

http://www.ndr.de/regional/dossiers/der_norden_schaut_hin/index.html

http://mmm.verdi.de/medien-gesellschaft/05-2012/abseits-von-schlag - zeilen

Haberbusch | Bei der Reporterreise haben wir drauf geachtet, dass verschiedene Sujets vorkommen: Musik, Alltag, Sportverein.

Kommen die Autoren jetzt öfter mit Themen aus diesem Spektrum und ist die Sensibilisierung innerhalb des Senders größer geworden, solche Themen aufzugreifen?

Haberbusch | Das Ziel war, andere zusätzlich zu sensibilisieren, sie zusammenzuführen. Das ist uns in den Redaktionen gelungen. So haben sich auch neue Leute kennen gelernt. Mich hat gefreut, dass das Haus dieses Projekt unterstützt hat, auch finanziell. Ich fand es toll, mit den Autoren zu arbeiten. Es hat sich gelohnt. Es war notwendig. ■

Historische Ausweise

Nachbetrachtungen zur Akkreditierung beim NSU-Prozess in München

In meinem Büro gibt es eine kleine Ecke mit Erinnerungsstücken an journalistische Reisen und Einsätze. Darunter ist zum Beispiel in einem Gläschen ein Ölklumpen von der Ölpest im Golf von Mexiko 2012 oder eine blaue Sonnenbrille – ein Werbemittel der „Gewerkschaft der Studierenden mit Arbeiterhintergrund" aus Madison / Wisconsin. Seit April 2013 sind zwei neue Kuriositäten zu dieser Sammlung hinzugekommen: Meine beiden offiziellen, dann hinfällig gewordenen Akkreditierungsausweise für den NSU-Prozess in München, der ursprünglich am 17. April beginnen sollte.

Foto: dpa / Andreas Gebert

Im Oberlandesgericht München, Saal 101 von der Journalistentribüne fotografiert

Einige Wochen lang stand mein Name in der Öffentlichkeit, denn viele Medien veröffentlichten die Liste derjenigen, die einen festen Sitzplatz im Gerichtssaal 101 im Justizgebäude an der Nymphenburger Straße 16 nach dem „Windhundverfahren" erhalten hatten. Es gab Anrufe von Redaktionen. Die Berichterstattung zum Prozess war plötzlich selbst Gegenstand der Berichterstattung geworden. Zentraler Kritikpunkt war dabei die Tatsache, dass in diesem Prozess ausländische Medien, allen voran aus der Türkei, dem Ursprungsland der meisten Mordopfer, keinen Platz erhalten hatten. Bekanntlich revidierte das Münchner Oberlandesgericht nach einer Ermahnung des Bundesverfassungsgerichtes seine ursprüngliche Platzvergabe, verschob den Prozessauftakt und eröffnete ein neues Akkreditierungsverfahren, diesmal nach dem Lottoprinzip.

Diesmal war ich nicht unter den Gewinnern. Bei und nach der Prozesseröffnung (nun am 6. Mai) wogten die Wogen der Berichterstattung noch hoch – und brachen sich schließlich an den Gestaden der Strafprozessordnung. Anträge, Verfahrensfragen, immer wieder Unterbrechungen. Nein, es handelte sich nicht um die nachmittägliche Gerichtssendung von RTL, sondern um die Realität eines geordneten, rechtstaatlichen Verfahrens. Auch den medialen „Live-Tickern" – die neue Königsdisziplin des engagierten Journalismus – ging dann irgendwann die inhaltliche Puste aus und sie meldeten am Mittwoch: „Beate Zschäpe, heute ganz in schwarz mit gelbem Poloshirt."

Am Donnerstag war ich dann „drin", ohne Probleme auch ohne festen Sitzplatz: Beate Zschäpe heute noch immer ganz in schwarz, aber mit fliederfarbener Bluse. Weder das Kontingent der Zuschauertribüne noch der Presseplätze waren kurz vor neun Uhr ausgeschöpft. Als hätte sich der Pulverdampf der medialen Schlacht gelegt, war plötzlich der Blick frei auf das Geschehen in und um den Gerichtssaal.

Erkennbar wurde unter anderem das mittlerweile eher seltsame Phänomen der Begrenzung in einer von Entgrenzung dominierten Zeit. Das Oberlandesgericht beharrte auf einen Gerichtssaal, der auch durch die Hinzuziehung von vielen Nebenklägern nur noch Platz für 50 Journalisten bot. Und noch immer ungeklärt und umstritten ist die von vielen geforderte Direktübertragung der Verhandlung in einen zusätzlichen Raum per Video. Das Ergebnis des erneuten, zweiten Akkreditierungsverfahrens war eher kurios: Zwar hatten durch festgelegte Kontingente nun türkische Medien einen Platz, dafür waren aber große meinungsbildende deutsche Zeitungen und auch die lokale Münchner Presse außen vor.

Überforderung. Höchst delikat, kommunikationswissenschaftlich interessant und vor allem höchst fragwürdig ist die vom Gericht vorgenommene Unterteilung der Medienlandschaft nach Kategorien wie „Gruppe 1: Nachrichtenagenturen" mit der „Untergruppe Agenturen, die Nachrichten auch in deutscher Sprache im Inland verbreiten" oder „Gruppe 2: Fremdsprachige Medien und deutschsprachige Medien mit Sitz im Ausland", darunter unter anderem die „Untergruppe: Auf persisch publizierende Medien". Das Gericht hat so genau das getan, wozu es sich vorher außerstande sah, nämlich eine relevante und repräsentative Abbildung der medialen Öffentlichkeit mittels Kategorien beziehungsweise Kontingenten zu leisten.

Damit konfrontiert war das Gericht aber durch sein Beharren auf den Gerichtsaal 101 und der dann erfolgten massiven medialen Kritik. Damit war das Gericht genauso überfordert wie zuvor bei der Beurteilung jenes Tatbestandes, dass Morde an türkischstämmigen Menschen in Deutschland durch Neonazis selbstverständlich auf das große Interesse ausländischer Medien stoßen. Allerdings ist auch die Frage interessant, was denn passiert wäre, wenn etwa zwei türkische Zeitungen bei der ersten Akkreditierung schneller gewesen wären und einen festen Platz ergattert hätten. Wäre dann bereits alles gut gewesen?

Jetzt ist im Gerichtssaal 101 erst mal wieder Pause bis zum 4. Juni. Zurück bleibt ein Nachdenken über eine mediale Aufgeregtheit, deren Struktur, Ursache, Wirkung und Legitimation sicherlich noch Gegenstand kommunikationswissenschaftlicher und juristischer Betrachtung sein wird und sein sollte. Und zurück bleiben natürlich auch die beiden historischen Ausweis-Trophäen in meinem Regal. **Rudolf Stumberger** ■

Nur gegen „Knipsgebühr"

Zweites BGH-Urteil gegen freie Fotografen – Verfassungsbeschwerde

Zum zweiten Mal hat der Bundesgerichtshof entschieden, dass freie Bildjournalisten nur mit Genehmigung und gegen Zahlung von „Knipsgebühren" Foto- und Filmaufnahmen von öffentlich zugänglichen Schlössern und Gärten (so Sanssouci) herstellen und verwerten dürfen. Die dju in ver.di wird eine Verfassungsbeschwerde gegen das BGH-Urteil unterstützen.

M berichtete

mmm.verdi.de/archiv/2008/08-09/recht/angriff_auf_die_freie_fotografie

mmm.verdi.de/archiv/2010/03/recht/fotogebuhr-gekippt

mmm.verdi.de/archiv/2012/01/tarife-beruf/01-2012/urteil-gegen-freie-fotografie

Presse- und Informationsfreiheit? Tut nichts zur Sache. Urheberechtliche „Panoramafreiheit" (§59 UrhG)? Spielt keine Rolle. Berufsfreiheit? Ja, aber nicht bei „kommerzieller Verwertung". Maßgeblich ist für den auch für das Grundstücksrecht zuständigen V. Zivilsenat des Gerichtshofs allein das Eigentumsrecht der öffentlich-rechtlichen Stiftung Preußische Schlösser und Gärten. „Der Grundstückseigentümer entscheidet auch dann allein über die kommerzielle Verwertung der von seinem Grundstück aus angefertigten Fotografien seiner Bauwerke und Gartenanlagen, wenn er den Zugang zu privaten Zwecken gestattet hat". So lautet der Leitsatz seiner im Mai veröffentlichten Entscheidung vom 1. März 2013 (Az.: V ZR 14/12).

Der Karlsruher Senat hat damit sein Urteil vom Dezember 2010 in gleicher Sache bestätigt. Damals hatte der BGH die Revision der Stiftung zurückgewiesen und die Angelegenheit an das Brandenburgische Oberlandesgericht zurückgegeben. Das gab im Dezember 2011 erneut der Stiftung Recht, wogegen sich die Berliner Fotoagentur Ostkreuz mit ihrer Revision wehrte (M 1/2012).

In seinem aktuellen Urteil geht der BGH noch über das von 2010 hinaus. Eine Rechtsverletzung liege auch dann vor, wenn einem Besucher der Zutritt zum Grundstück zu privaten Zwecken gewährt werde, dieser jedoch aus kommerziellen Gründen Fotos anfertige. Allein der Grundstückseigentümer bestimme, ob und unter welchen Bedingungen Dritte das Gelände betreten dürften und wer daraus wirtschaftliche Vorteile ziehen darf, entschieden die Richter. Gestatte ein Eigentümer das Betreten seines Grundstücks nur unter bestimmten Bedingungen, sei jede Abweichung hiervon eine Eigentumsbeeinträchtigung.

Haus- und Grundbesitzer mögen über so viel höchstrichterlich zugesprochene Machtbefugnis jubeln. Urheberrecht und Pressefreiheit bleiben dabei auf der Strecke. Zum Urheberrecht der Fotografen heißt es im Urteil schlicht: „Die ungenehmigte Verwertung der Fotografie ist eine Eigentumsstörung, die nicht dadurch rechtmäßig wird, dass dem Störer Rechte gegenüber Dritten zustehen, deren Rechte er nicht verletzt hat." Eine Berufung auf die Pressefreiheit wird der Bildagentur völlig abgesprochen. Sie verfolge „nicht das Ziel, selbst die Öffentlichkeit über die Anwesen der Klägerin zu informieren", meinen die Richter, denn sie wolle ja nur Fotos verkaufen.

Neben der dju hatten DJV, Freelens und der Bundesverband der Pressebild-Agenturen und Bildarchive (BVPA) die Klage der Berliner Fotoagentur unterstützt. Eine Verfassungsbeschwerde gegen das BGH-Urteil ist geplant. **Rüdiger Lühr** ■

Protest gegen neue Google-Bildersuche

Fotografen, bildende Künstler und Webseitenbetreiber protestieren gegen Pläne des Internetkonzerns Google, in seiner Bildersuche künftig große Bilder zu zeigen. Gleich nach der Ankündigung einer „schnelleren Bildersuche" im Google Webmaster-Blog startete eine Protestaktion im Internet („Verteidige Dein Bild!"), obwohl die Bildersuche im neuen Design in Deutschland bisher noch nicht gestartet wurde.

Bisher öffnete in der Google-Bildersuche der Klick auf eines der Vorschaubilder (Thumbnails) die Website, auf der das Bild gefunden wurde. Künftig will Google die großen Bilder auf der eigenen Seite gleich selbst anzeigen. Praktisch für die Nutzer und gut für den Traffic auf den Google-Seiten, schlecht für die betroffenen Webseitenbetreiber. Zu ihren Seiten braucht niemand mehr durchzuklicken. Ihnen entgehen damit Werbeeinnahmen, die künftig an den US-Konzern fließen.

Ob und wann die neue Bildersuche von Google auch in Deutschland startet, ist bisher unklar. Nach deutschem Recht könnte sie nämlich schlicht illegal sein, eine Urheberrechtsverletzung. Zwar hatte der Bundesgerichtshof im April 2010 eine Anzeige von Thumbnails in Suchmaschinen für zulässig erklärt, doch nur, weil Webseitenbetreiber die Anzeige der kleinen Vorschaubilder einfach durch entsprechende Einträge im Quelltext der Webseite unterbinden können und diese Thumbnails zur normalen Funktionsweise einer Suchmaschine dazugehören. Dass sich diese Begründung einfach auf die große Google-Bilderanzeige ausdehnen lässt, ist zumindest fraglich.

Da Google die neue Funktion für iPhone-Besitzer bereits verfügbar gemacht hat und auf eine geforderte Unterlassungserklärung nicht reagierte, hat die Fotografenvereinigung Freelens beim Landgericht Hamburg Klage eingereicht. **lü** ■

News

VG Wort verschiebt Hauptausschüttung

Die Verwertungsgesellschaft Wort hat ihren Wahrnehmungsberechtigten mitgeteilt, dass die diesjährige Hauptausschüttung für 2012 – wie im Vorjahr – verschoben wird.

Hintergrund der Vorstandsentscheidung ist – wie bereits im letzten Jahr – die Klage des Urheberrechtlers Martin Vogel gegen den Verteilungsplan der VG Wort. Dabei geht es im Kern darum, ob die Verwertungsgesellschaft wie bisher nach festen Quoten an die von ihr vertretenen Autoren und Verlage Tantiemen ausschütten kann.

Mittlerweile fand am 11. April 2013 die mündliche Verhandlung vor dem Oberlandesgericht München statt. Das OLG will seine Entscheidung am 25. Juli verkünden. Anschließend wird die VG Wort unter Auswertung der Entscheidung schnellstmöglich das weitere Vorgehen festgelegen und – je nach Urteil – frühestens im August ausschütten. Gewöhnlich findet die Hauptausschüttung nach der Mitgliederversammlung der VG Wort im Juni statt. **lü** ■

Honorarnachzahlung: Langer Atem zahlt sich aus

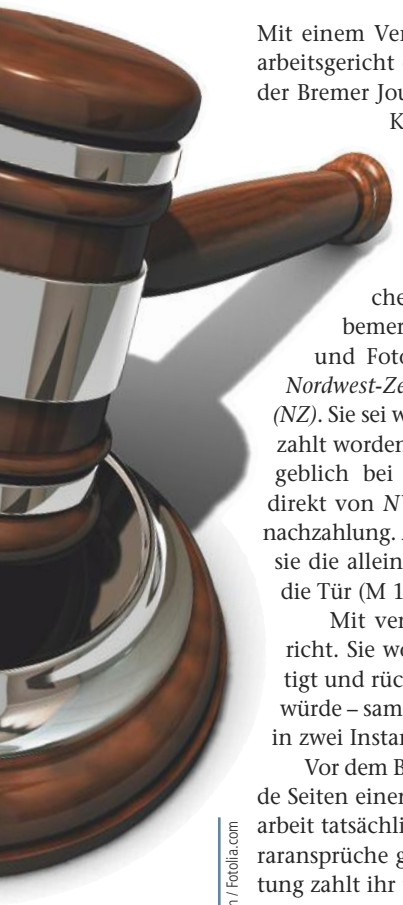


Foto: B. Werkmann / Fotolia.com

Mit einem Vergleich endete jetzt vor dem Bundesarbeitsgericht ein dreijähriger Rechtsstreit zwischen der Bremer Journalistin B. (52) und der zum Ippen-Konzern gehörenden Kreiszeitung mit Sitz in Syke bei Bremen. 20 Jahre lang hatte B. für das Blatt gearbeitet: für minimale Honorare Texte und Fotos geliefert und zudem in den letzten neun Jahren für kleine Pauschalen wöchentliche Themenseiten erstellt. Dann bemerkte sie, dass der Verlag viele ihrer Texte und Fotos weiterverkaufte, vor allem an die *Nordwest-Zeitung (NWZ)* und die *Nordsee-Zeitung (NZ)*. Sie sei weder vorher gefragt noch zusätzlich bezahlt worden, sagt B. Mehrfach protestierte sie vergeblich bei der Kreiszeitung, dann forderte sie direkt von *NWZ* und *NZ* je 10.000 Euro Honorarnachzahlung. Als die Kreiszeitung davon erfuhr, setzte sie die alleinstehende zweifache Mutter sofort vor die Tür (M 12/2010).

Mit ver.di-Rechtshilfe zog B. vors Arbeitsgericht. Sie wollte erreichen, dass sie weiterbeschäftigt und rückwirkend als Festangestellte eingestuft würde – samt erheblicher Nachzahlungen. B. verlor in zwei Instanzen, gab aber nicht auf.

Vor dem Bundesarbeitsgericht schlossen jetzt beide Seiten einen Vergleich. Demnach endete B.'s Mitarbeit tatsächlich 2010, und sie verzichtet auf Honoraransprüche gegen *NWZ* und *NZ*; aber die Kreiszeitung zahlt ihr jetzt 10.000 Euro „Abschlusshonorar". Das ist zwar nicht so viel wie erhofft, aber immerhin das Doppelte jener Summe, die der Kammervorsitzende in der ersten Instanz als Vergleich vorgeschlagen hatte. **Eckhard Stengel** ■

Sieg für Urheber

Freier Autor wehrte sich gegen übermäßige Textveränderungen

Der Urheberrechtsstreit des GEO-Reporters und Kisch-Preisträgers Christian Jungblut gegen den Verlag Gruner + Jahr endet vor dem Hanseatischen Oberlandesgericht mit einem Vergleich. Damit hat das Urteil aus der Ersten Instanz weiter Bestand. Die 8. Zivilkammer des Landgerichts Hamburg hatte im Oktober 2010 geurteilt, dass G+J durch eigenmächtige Änderungen des Jungblut-Textes eine Urheberrechtsverletzung begangen habe.

Es ging um eine Reportage aus dem Jahre 2009 über Holland, Polder, Landgewinnung, Deichbrüche und neue Risiken durch den Klimawandel – „Holland unter Wasser". Jungblut lieferte den Artikel, und was als ganz normaler redaktioneller Alltag begann, endete schließlich vor Gericht. Die Redaktion hatte Änderungen an dem Beitrag gewünscht, eine Umstellung im Aufbau wurde gefordert. Der freie Autor kam diesen Aufforderungen nach und lieferte eine zweite Fassung. Doch damit nicht genug: Die *GEO*-Redaktion änderte nun ihrerseits nicht nur einzelne Wörter und Sätze, sondern ganze Passagen und textete auch wörtliche Zitate neu. „Die Geschichte ist total umgeschrieben worden.", so der Autor.

Gegen seinen Willen wurde das „neue Werk" veröffentlicht. Jungblut klagte mit Unterstützung von ver.di und gewann vor dem Landgericht Hamburg. Dieses sah eine klare Urheberrechtsverletzung durch *GEO* und G+J, die „ihr Bearbeitungsrecht überschritten" hätten. „Das Werk des Klägers stellt auf Grund des für ihn typischen Reportagestils, mit dem er sich bereits einen Namen unter anderem als Buchautor erworben hat, ein Werk von besonderer Individualität dar. Die (...) vorgenommenen Änderungen waren zur Ausübung ihres Nutzungsrechts (...) nicht mehr erforderlich."

Ähnlich hatte schon vor gut zehn Jahren das Kölner Amtsgericht gegen den *Kölner Stadtanzeiger* entschieden. Mit Unterstützung der ver.di-Vorläuferorganisation IG Medien hatten die Autoren Werner Rügemer und Erasmus Schöfer gegen die Veröffentlichung eines total entstellten Artikels unter ihrem Namen geklagt. Das Kölner Gericht sprach ihnen ein Schmerzensgeld wegen Urheberrechtsverletzung und Rufschädigung zu und verurteilte den Verlag M. DuMont Schauberg zur Zahlung von 10.000 Mark. Ein Urteil mit „Buß- und Präventivcharakter", so das Gericht.

Doch anders als der Kölner Verlag verzichtet Gruner + Jahr im Fall Jungblut nicht auf Rechtsmittel und ging in die Berufung. Vor dem Oberlandesgericht verpflichtet sich *GEO* nun, den Text nicht mehr zu veröffentlichen und 60 Prozent der Prozesskosten zu übernehmen. Jungblut stimmte dem Vergleich zu und damit hat das Urteil aus der ersten Instanz weiter Bestand und das Urheberrecht ist nach wie vor juristisch gestärkt – auch für freie Journalisten. **Wulf Beleites** ■

Keine Pressefreiheit ohne soziale Sicherung

EJF und IJF verurteilten Angriffe auf türkische Journalisten / Wahlunregelmäßigkeiten beim Weltkongress – dju lässt Ergebnisse prüfen

Fotos: ver.di

Die Teilnehmer des IJF-Kongresses beim Freedomwalk an der Gedenkstätte für die ermordete irische Journalistin Veronica Guerres.

Die Vertreter der dju in Verviers und in Dublin. Cornelia Haß, dju-Bundesgeschäftsführerin; Wolfgang Mayer, Nürnberger Nachrichten und Joachim Kreibich, Tübinger Tageblatt.

Die Weichen für die Arbeit der europäischen und der internationalen Journalistengewerkschaft wurden in den vergangenen Wochen neu gestellt. Dabei wurde nicht nur jeweils eine neue Führungsriege gewählt. Im Mittelpunkt der Diskussionen der Delegierten, der Anträge und Resolutionen standen die Auswirkungen der Wirtschafts- und Finanzkrise auf die Arbeit der europäischen und internationalen Kolleginnen und Kollegen.

Dass es spürbare Auswirkungen besonders in der Medienbranche gibt, daran bestand kein Zweifel: Bei der britischen BBC wurde beispielsweise allein in diesem Jahr das Budget um 20 Prozent gesenkt, seit 2004 hat der renommierte britische Sender 7.000 Stellen abgebaut. Die Gehälter der zypriotischen Journalisten wurden im Zuge des von der Regierung beschlossenen Sparpakets um 60 bis 70 Prozent gesenkt. Das gefährde nicht nur die wirtschaftliche Existenz der Betroffenen, sondern habe absehbar auch Auswirkungen auf die journalistische Unabhängigkeit, befürchteten die zypriotischen Delegierten. Oder, wie es die IJF in ihren Grundsätzen formuliert: „There can be no press freedom if journalists exist in conditions of corruption, poverty or fear“.

Rechte Freier stärken. „Journalismus ist ein öffentliches Gut“, stellte das General Meeting der Europäischen Journalisten Föderation daher schon in seinem Titel heraus, das vom 13. bis 15. Mai im belgischen Verviers stattfand. Um dieses Gut zu erhalten und seinen Stellenwert zu stärken, forderten die rund 80 Delegierten aus 28 Ländern, Pressefreiheit und die Arbeit der Medienschaffenden zu verteidigen. Dazu müssten beispielsweise die Rechte der freien Journalisten gestärkt werden, deren Zahl steige und deren wirtschaftliche Situation vielfach prekär sei. Diesem Trend müsse mit einer stärkeren sozialen Sicherung Freier entgegen getreten werden.

Vorgestellt wurde in Verviers auch die Kampagne der EJF zur Freilassung inhaftierter Journalisten in der Türkei. Derzeit sind dort rund 100 Journalisten angeklagt, großenteils sogar inhaftiert. Zu den verschiedenen Gerichtsverfahren an verschiedenen Orten reisen, koordiniert auch von der EJF internationale Beobachter an, die durch ihre Präsenz die Türkei an ihre versprochene Demokratisierung und ihren Einsatz für Presse- und Meinungsfreiheit erinnern wollen. Die dju in ver.di unterstützt diese Kampagne und hat dazu auch einen türkischen Kollegen „adoptiert“. Mehr da-

Neue Spitze für die Europäische Journalisten Föderation Zahlreiche Resolutionen und Statements

Mogens Blicher Bjerregard aus Dänemark ist in Verviers zum neuen Präsidenten der Europäischen Journalistenföderation EJF in der Internationalen Journalistenföderation IJF gewählt worden. Nadeschda Azgichina von der Russischen Journalistengewerkschaft ist neue Vizepräsidentin der EJF.

Weitere Mitglieder des geschäftsführenden Vorstands (Steering Committee) sind Andreas Bittner (DJV, Deutschland) – er wurde auch als Schatzmeister wiedergewählt -, Paco Audije (FAPE, Spanien), Yannis Kotsifos (ESIEMTH, Griechenland), Daniela Stigliano (FNSI, Italien), Agnieskza Romaszewska (SDP, Polen), Urs Thalmann (impressum, Schweiz) und Barry White (NUJ, Großbritannien).

Das General Meeting wurden von Delegierten aus 29 Ländern besucht, die insgesamt rund 300.000 europäische Journalistinnen und Journalisten repräsentieren. Es wurden 21 Resolutionen zu Arbeitsrecht, Pressefreiheit, Urheberrecht oder Genderpolitik verabschiedet. Mehrere Statements widmeten sich Themen wie der Krise in Zypern oder den vermissten Journalisten in Syrien.

Kongress der Internationalen Journalisten Förderation IJF in Dublin 2013
Neuer Vorstand gewählt

Jim Boumelha aus Großbritannien wurde als Präsident der Internationalen Journalisten Föderation wiedergewählt. Trotz Unregelmäßigkeiten bei der Wahl stimmte eine Mehrheit des Kongresses dafür, die Wahl anzuerkennen. Senior Vice-President wurde Younes Mjahed aus Marokko. Wolfgang Mayer aus Deutschland (dju in ver.di) wurde erneut zum Honorary Treasurer (Schatzmeister) gewählt. Celso Augusto Schroder, Brasilien, und Jasmina Popovic, Kroatien, sind die neuen Vice-Presidents.

Im neuen Exekutivkomitee sind vertreten:
Moaid Allami aus dem Irak; Olivier Da Lage aus Frankreich; Mohammed Garba aus Nigeria; Sabina Inderjit aus Indien; Jose Leopoldo Insaurralde aus Argentinien; Zuliana Lainez Otero aus Peru; Bernard Lunzer aus den USA; Eko Maryadi aus Indonesien; Luis Menendez aus Spanien; Fedile Moholi aus Lesotho; Abdal Nasser Najjar aus Palästina; Chong-Ryul Park aus Südkorea; Pervez Shaukat aus Pakistan; Franco Siddi aus Italien; Christopher Warren aus Australien und Michael Yu aus Taiwan.
Die IJF vertritt 600.000 Journalistinnen und Journalisten aus mehr als 100 Ländern.

Wolfgang Mayer, wiedergewählter IFJ-Schatzmeister, erläutert die Finanzsituation.

zu hier: **http://europe.ifj.org/en/pages/turkey-campaign-set-journalists-free**

Der Weltkongress der Internationalen Journalistenföderation (IJF), der vom 4. bis 7. Juni in Dublin stattfand, verurteilte das Vorgehen der Polizei gegen Demonstrierende am Taksim-Platz in Istanbul, wo es zu schweren Auseinandersetzungen kam. Die Polizei setzte Tränengas und Panzerfahrzeuge ein, mehr als ein Dutzend Medienschaffende wurde verletzt, zum Teil schwer. Das von den rund 300 Delegierten aus 120 Ländern neu gewählte Exekutivkomitee der IJF wurde beauftragt, bei der türkischen Regierung gegen den Umgang mit der Presse zu protestieren und sich für die sofortige Freilassung der inhaftierten Kollegen einzusetzen. Mit einem Freedomwalk, der an der Gedenkstätte für die ermordete irische Journalistin Veronica Guerres vorbei führte, gedachten die Delegierten der 408 Journalistinnen und Journalisten, die seit 2010 in Ausübung ihrer Arbeit ums Leben gekommen sind: „Wir geben den Toten einen Namen“, sagte Seamus Dooley von der irischen National Union of Journalists (NUJ).

Das Thema Sicherheit nahm einen breiten Raum in der Arbeit der Delegierten ein. Zuliana Lainez, Generalsekretärin der Asociacion National de Periodistas del Peru, weiß, dass der Job in manchen Gegenden höchst gefährlich ist: „Am Leben bleiben ist das Wichtigste in Ländern wie Mexiko oder Kolumbien.“ Weitere Projekte zur Verbesserung der Sicherheit sind in Planung, das kündigte der vom Kongress bestätigte IJF-Schatzmeister Wolfgang Mayer von der dju in ver.di an.

Wahlüberprüfung. Überschattet wurde der IJF-Weltkongress von einer Unregelmäßigkeit bei der Wahl des im Amt bestätigten Präsidenten Jim Boumelha. Fünf Stimmen mehr als ausgegeben landeten am Ende in der Wahlurne. Trotz massiver Proteste beschloss eine Kongressmehrheit, die Wahl dennoch anzuerkennen. Die dju in ver.di hat dazu eine Erklärung abgegeben, in der es heißt: „Die Wahl des IJF-Präsidenten entspricht nicht den demokratischen Standards, die wir als Journalisten weltweit einfordern und ist daher nicht akzeptabel.“ Man werde den Vorgang juristisch prüfen, die weitere Mitarbeit in den IJF-Gremien stünde ausdrücklich unter dem Vorbehalt dieser Prüfung. Die dju-Erklärung wurde von einem Dutzend weiterer Gewerkschaften unterzeichnet und mitgetragen.

Cornelia Haß ■

Fotoarchiv achtlos entsorgt

Le Monde in der Kritik – Lebenswerk zerstört

Es ist eine unglaubliche Geschichte: Offenbar völlig gedankenlos entsorgten Aufräumer bei *Le Monde* in Paris das Archiv des Fotografen Daniel Mordzinski. 50.000 Negative und Dias aus 27 Arbeitsjahren verschwanden. Ein unwiederbringlicher Verlust.

Der geborene Argentinier arbeitet seit Jahren für die spanische Zeitung *El País* als Korrespondent in der französischen Hauptstadt. Im Rahmen einer Kooperation mit *Le Monde*, konnte er mit weiteren Kollegen Räume in der Pariser Redaktion nutzen. Ohne Vorwarnung und ohne gefragt worden zu sein, wurden diese Zimmer mit den Archivschränken leer geräumt, auch Computer gingen verloren. Offenbar prüfte niemand, was da in den Papierkorb wanderte. Mordzinski ist vor allem wegen seiner Porträts von Schriftstellern aus Spanien und Lateinamerika, darunter einiger Nobelpreisträger, bekannt. In jahrelanger Arbeit waren sehr repräsentative Fotos in verschiedenen Ländern der Welt entstanden.

Die Europäische Journalisten Föderation (EJF) erklärte ihre Solidarität mit dem Fotografen und bot Unterstützung an. Sie appellierte an *Le Monde*, die Verantwortung für die Archivvernichtung zu übernehmen und Schadenersatz zu leisten.

So ein Schaden sei jedoch nicht wirklich kompensierbar, erklärte Anna Petersen vom dju-Landesvorstand Hamburg. „Die fundamentale Frage ist doch, wie es möglich ist, derartig ignorant mit der Arbeit, in diesem Fall dem Lebenswerk eines Menschen, umzugehen. Es handelt sich nicht nur um den Verlust kulturgeschichtlich wichtiger Dokumente, sondern auch darum, dass dem betroffenen Fotografen dieses Material für zukünftige Projekte, die sehr konkret seine Existenz berühren, nicht mehr zur Verfügung steht.“

Le Monde ließ verlauten, sich um die Aufklärung der Archivzerstörung zu bemühen und über eine Schadensregulierung nachzudenken. Mordzinski will keine Absicht für die „Tat“ unterstellen, spricht eher von „Inkompetenz“ und „Unachtsamkeit“. Mit einem Anwalt an seiner Seite ist er mit *Le Monde* in Verhandlungen getreten.

wen ■

Zum Weiterlesen

http://europe.ifj.org/fr/articles/france-solidarite-avec-daniel-mordzinski

Stopp von Subventionen?

Italien: Regelungen öffnen Betrügern und Geschäftemachern Tür und Tor

„Tutti a casa!", „Alle ab nach Hause!" – mit diesem Schlachtruf gegen die alteingesessenen Politiker gewann Beppe Grillos 5-Sterne-Bewegung bei den Parlamentswahlen Ende Februar 2013 aus dem Stand fast 26 % der Stimmen. Die Wut auf die „Politikerkaste" teilen immer mehr Italiener – doch auf seinen Kundgebungen wettert Grillo regelmäßig auch gegen einen zweiten Berufsstand: die „Journalistenkaste".

Die nämlich sei den Altparteien treu ergeben, schließlich werde sie von der Politik alimentiert, dank der staatlichen Subventionen für Zeitungen und Zeitschriften. „Schluss mit den öffentlichen Zuschüssen für die Zeitungen" ist denn auch seit Entstehen der Grillo-Bewegung eine ihrer Kernforderungen. Grillo verschweigt dabei allerdings, dass Pressesubventionen in Italien schon seit diversen Jahren schrumpfen, dass der Kreis der Berechtigten immer kleiner wird – und dass auch sie mit immer geringeren Zuschüssen auskommen müssen. In den „goldenen Zeiten" half der Staat den Verlegern – auch den hochprofitablen – wo immer er konnte. Vorneweg wurde der Papierankauf der Printmedien ebenso mit staatlichen Geldspritzen deutlich verbilligt wie der Postversand an die Abonnenten. Doch mit dieser Form staatlicher Hilfe – von der alle Printmedien profitierten – ist schon seit 2010 Schluss.

Mehrwertsteuer-Vergünstigungen. So bleibt als einzige Form genereller öffentlicher Hilfe das vergünstigte Mehrwertsteuerreglement. Nur 4 Prozent sind auf Presseprodukte fällig, und die werden zudem in kurioser Manier abgerechnet. Die Verleger nämlich müssen die 4 Prozent Mehrwertsteuer bloß auf ein Fünftel der gedruckten Auflage abführen; der Rest wird pauschal als nicht zu versteuernde Makulatur kalkuliert – eine völlig unrealistische Annahme. So arbeiten die größeren Tageszeitungen, allen voran *La Repubblica* und der *Corriere della Sera*, mit einer Remittendenquote von nur gut 20 Prozent und zahlen am Ende auf jedes effektiv verkaufte Exemplar nur 1 Prozent Umsatzsteuer.

Dennoch ist und bleibt Beppe Grillos Forderung nach dem totalen Subventionsstopp populär, denn in Italien genießen Zeitungen, die entweder von „politischen Bewegungen" oder von Genossenschaften herausgegeben werden, weiter eine lukrative Sonderstellung. Sie können dank eines Gesetzes von 1990 Subventionen teils in Millionenhöhe beanspruchen. So bekam die *Unità*, früher einmal glorreiche Parteizeitung der Kommunistischen Partei, die heute der gemäßigt linken „Partito Democratico" nahesteht, über Jahre hinweg ca. sechs Millionen Euro pro Jahr, und die von einer Kooperative edierte stramm linke *Manifesto* erreichte drei Millionen. Vom Geldsegen profitierten und profitieren aber auch *L'Avvenire*, die Tageszeitung der italienischen Bischofskonferenz, und dutzende andere katholische Periodika.

Zwar strich gerade die Berlusconi-Regierung von 2006 an den Fördertopf zusammen; die Zeiten, als 150 Millionen Euro pro Jahr flossen, sind definitiv vorbei. Doch weiterhin gibt es kräftig Geld für dutzende Printprodukte, darunter Zeitschriften wie *Nadel und Faden* oder Motocross-Magazine, und so wurden für Pressesubventionen 104 Millionen im Jahr 2011, 95 Millionen Euro im Jahr 2012 fällig.

Vielen Bürgern im Land stößt die Regelung sauer auf, weil sie Geschäftemachern, ja auch Betrügern Tür und Tor öffnet. Über Jahre hinweg nämlich wurde die vom Verleger gemeldete gedruckte Auflage subventioniert. Keiner fragte, ob irgendwer im Land auch die bezuschussten Blätter las. Kleinpostillen wie *Il Foglio* – geschätzte verkaufte Auflage täglich 6.000 – kamen so auf jährliche Millionenspritzen.

Und rundherum kriminell agierte der Journalist und Berlusconi-Freund Valter Lavitola. Er gründete 1996 die Tageszeitung *L'Avanti!*, strich dann bis 2009 insgesamt 23 Millionen Euro Fördermittel ein. Als die Staatsanwaltschaft sich die Belege genauer ansah, stellte sie fest, dass *Avanti!* alle Zahlen getürkt hatte, dass die gemeldete gedruckte Auflage fern jeder Realität war. Lavitola einigte sich im November 2012 in einem Deal mit Staatsanwaltschaft und Gericht auf eine Haftstrafe von drei Jahren und acht Monaten für diesen Betrug.

Übergangsmodell. Vor dem Hintergrund solcher Fälle wurden in den letzten Jahren die Vergaberichtlinien verschärft. Zeitungen ohne verkaufte Auflage, die mit Mini-Redaktionen arbeiten, erhalten kein Geld mehr. Wenigstens für 25 Prozent der gedruckten Auflage muss auch der Absatz über den Zeitungshandel nachgewiesen werden, ebenso wie die Kosten für die Redaktion belegt werden müssen.

Doch auch dies ist ein Übergangsmodell. Schon Ende 2011 nämlich beschloss die Regierung unter Mario Monti, die Presseförderung mit dem Jahresende 2014 auslaufen zu lassen. Zeitungen wie *Il Manifesto* laufen gegen diese Pläne Sturm. Sie argumentieren, mit einigem Recht, dass Zeitungen mit einer klaren politischen Orientierung strukturell benachteiligt sind, weil sie kaum Zugang zu Werbeeinnahmen haben. Doch auch *Il Manifesto* wird immer wieder die Frage gestellt, ob der Allgemeinheit Millionensubventionen zuzumuten sind, wenn das Blatt trotz der Förderung eine verkaufte Auflage von bloß noch knapp 20.000 Exemplaren erreicht.

Michael Braun, Rom ■

Fotos: Karte: liotru, Leser: stedah, Fahne: saicle / alle Fotolia.com

Weniger Geld, mehr Sicherheit

Österreichs Journalisten einigen sich mit Verlegern auf neuen Kollektivvertrag

Ein heißer Herbst hat im letzten Jahr den Durchbruch gebracht. Am Ende einer Verhandlung, die manchmal nicht unähnlich einer Fahrt mit der Hochschaubahn im Wiener Prater verlaufen ist und mehr als vier Jahre gedauert hat, steht nun ein neuer Kollektivvertrag (KV) für Österreichs Journalistinnen und Journalisten an Tages- und Wochenzeitungen und bei „digitalen redaktionellen Diensten". Der KV lässt sich auf einen kurzen Satz komprimieren: Es gibt weniger Geld, aber mehr Sicherheit. Und: Es ist der Journalistengewerkschaft in der GPA-djp gelungen, den Geltungsbereich zu erweitern.

Foto: GPA-djp

Bewegung in die Verhandlungen haben letztlich die Demonstrationen der Journalistinnen und Journalisten im Herbst in ganz Österreich gebracht – mit solidarischer Unterstützung der deutschen Journalistengewerkschaft.

Dem Inkrafttreten des neuen Kollektivvertrags Anfang Juli steht nun nichts mehr im Wege, nachdem die Journalisten in einer Urabstimmung, die vor wenigen Tagen zu Ende gegangen ist, zu mehr als 90 Prozent grünes Licht gegeben haben. Die Zeitungsherausgeber haben den neuen Vertrag Ende Mai ebenfalls abgesegnet. Die Verlage arbeiten nun bereits an den Umstellungen der Gehaltsverrechnungen ab Juli.

Die Eckdaten der Vereinbarung: Die Gehaltskurve wurde abgeflacht, auch die Einstieggehälter werden künftig spürbar niedriger sein als bisher. Allerdings sind die gut ausgestatteten sozialen Bestimmungen dieses KV, die über das in Österreich geltende Sozialsystem hinausgehen, erhalten geblieben und in einigen Punkten sogar erweitert worden – so gibt es nun etwa eine sehr flexibel gestaltbare Regelung für Sabbaticals.

VÖZ und Gewerkschaft einigten sich auf einen „gemeinsamen Redakteursbegriff". Erfasst sind zudem „technisch-redaktionelle Dienste" (TRD), worunter Berufe wie Layouter, Grafiker, Bildbearbeiter oder Cutter zu verstehen sind, soweit sie im redaktionellen Bereich arbeiten. Zudem sollen „Umgehungsverträge" vermieden werden, indem ständige bzw. pauschalierte „Freie" angestellt werden müssen.

Einer der Kernpunkte eines jeden Kollektivvertrags ist freilich das Geld und hier werden Österreichs Journalisten mit weniger auskommen müssen: Wenn man den Tarif für Redakteurinnen und Redakteure im ersten Berufsjahr, der bisher gegolten hat, mit jenem ab Juli vergleicht, so klafft eine Lücke von 19 Prozent (bezogen auf das Jahreseinkommen). Außerdem mussten sie bei den Quinquennien – Erhöhungen alle fünf Jahre zusätzlich zu den auszuverhandelnden jährlichen Tariferhöhungen – leicht nachgeben. Und schließlich wird das so genannte „15. Gehalt" in einigen Jahren der Geschichte angehören.

Dazu muss ein bisschen ausgeholt werden: Österreichweit sind „Urlaubs-„ bzw. „Weihnachtsgeld" in der Höhe eines Monatsbezugs üblich, also 14 Gehälter im Jahr. Vor mehr als 30 Jahren gab es in Österreich eine zweistellige Inflation, die damals die Herausgeber nicht in vollem Umfang mit der Tariferhöhung abdecken wollten. Sie haben dagegen angeboten, Urlaubs- und Weihnachtsgeld um jeweils 50 Prozent zu erhöhen, also ein 15. Gehalt. Jahrzehnte später haben die Verleger diesen Deal aufgekündigt und mit dem Abbruch der Verhandlungen gedroht: „Keine Einigung ohne Abschmelzen des 15." Ab der Tarifrunde 2014 wird die Hälfte der jeweils ausgehandelten Lohnerhöhung von diesem 50-Prozent-Zuschlag abgezogen, bis dieser abgeschmolzen ist.

Mehr Tarifbindung. Wer diese Rechnung anstellt, muss allerdings der Vollständigkeit halber dazu sagen, dass das erste Berufsjahr als Zeitungsredakteurin oder -redakteur bisher nicht mit dem Tag begonnen hat, an dem sie oder er erstmals in einer Redaktion zu arbeiten begann. Es konnte fünf Jahre dauern, bis jemand als Redakteur eingestuft wurde, nachdem er oder sie sich ein halbes Jahrzehnt als „Aspirant" verdient gemacht hatte. In der Praxis hat es oft länger gedauert, weil es dafür gewisse Hintertürchen gab. Die wurden jetzt zugemacht.

Außerdem haben sich die Herausgeber zu einer so genannten „Rucksackregelung" verpflichtet. Sie bindet die Unternehmen, die im Journalisten-KV verankerten Rechte Mitarbeitern auch dann zu geben, wenn eine Redaktion in eine neue Firma ausgelagert wird. Auch wer aus dem Zeitungsherausgeberverband austritt, wird den KV nicht los: Mitarbeitern müssen Geldeinbußen für vier Jahre gezahlt werden. Auslagerungen, die aufgrund des österreichischen Gewerbe- und Arbeitsrechts möglich sind, werden deutlich unattraktiver.

Aus Arbeitnehmersicht steht auf der Erfolgsseite, dass Fehlentwicklungen der vergangenen 15 Jahre teilweise repariert werden können: Die Verleger werden nun zur Jahresmitte in den Zeitungsherausgeberverband (und damit in den Geltungsbereich des Kollektivvertrags) mit Firmen eintreten, die in den vergangenen 15 Jahren eigens gegründet worden waren, um den Journalisten-KV zu umgehen. Damit kommen zu den knapp 1.300 Journalisten, die derzeit Verträge aufgrund dieses KV haben, 200 dazu (überwiegend Leute in Online-Redaktionen). Und weitere 100 Journalisten, die bisher ohne Anstellungsvertrag tagtäglich in den Redaktionen tätig gewesen sind, werden angestellt. Branchenweit, so hört man, haben Betriebsräte ein geschärftes Auge auf potenzielle Hintertürchen. Insgesamt also: weniger Geld, mehr Sicherheit.

Elfriede Wurm, Wien ■

Für freie Berichterstattung

Im Osten Syriens schließen sich Medienaktivisten zusammen

Foto: Timo Vogt

Schnell helfend zur Hand: Im Operationssaal bittet der Chirurg den Medienaktivisten Wissam, ihm vor der OP die Hände zu desinfizieren.

„Deine Absichten in Ehren, aber sie werden den Boden mit Dir wischen, wenn du wirklich neutral berichten und die Rebellen kritisieren willst", ruft Medienaktivist Süleyman in den Raum des frisch renovierten und gerade erst eröffneten Nuschadah-Zentrums in Deir az-Zor. Seit Monaten wird heftig gekämpft in der ostsyrischen Stadt am Euphrat-Fluss. Schon der Weg zum Treffen der Medienmacher ist gefährlich. Artilleriegranaten gehen unvermittelt in der direkten Nachbarschaft nieder. So kann die Versammlung der Medienaktivisten erst später beginnen, nachdem alle einen sichereren Weg durch Seitenstraßen gefunden hatten.

Aktivisten der ersten Stunde der syrischen Revolution und neue Videofilmer diskutieren lange und kontrovers an diesem Abend. Hier können sie frei sprechen, ohne Angst vor den Häschern des Regimes. Im selbstverwalteten Nuschadah-Zentrum mit den laut widerhallenden Wänden herrscht bereits jene Demokratie und Freiheit, für die Syrer vor über zwei Jahren begannen, auf die Straße zu gehen. Doch nach so vielen Toten in ihrer belagerten und in Trümmern liegenden Stadt verändern sich auch die Koordinaten der medienschaffenden Männer und Frauen in Deir az-Zor. Sie sehen sich als Teil der Revolution und sympathisieren mit dem bewaffneten Aufstand. Doch immer weniger Rebellengruppen wollen sich in die Karten schauen lassen. Offene Ablehnung schlägt ihnen von den radikal-islamistischen Brigaden entgegen. Zwar werden genehme Medienaktivisten von den moderaten Einheiten eingeladen, um Bombenanschläge und Angriffe auf die Regierungstruppen zu filmen. Doch mit jedem Tag, den dieser Bürgerkrieg länger andauert, werden die Zügel der Reglementierung fester angezogen. Und wer auf seiner Facebook-Seite gar kritisch über den bewaffneten Kampf berichten will, dem empfiehlt Süleyman zu bedenken, dass die Revolution noch nicht vollzogen ist und man sich vorher nicht weitere Probleme mit den Rebellen an den Hals holen sollte.

Der junge Chefredakteur Munir vom lokalen TV-Kanal Deir Press Network (DPN) sieht das gelassener: „Wir haben zwei Jahre lang unter Lebensgefahr gegen Assad gearbeitet, warum sollten wir uns jetzt Angst machen lassen von einigen finster auftretenden Rebellengruppen?" Auch bei DPN versteht man sich als Teil der Revolution. Die studentischen Macher des Kanals wurden aktiv, weil ihre Uni schloss und sie lieber die Kamera als die Kalaschnikow gegen das Regime in die Hand nahmen. Ihr aus Ägypten ausstrahlender Satelliten-Kanal sendet 24 Stunden Promo-Videos für die Revolution und Hilfsorganisationen in Deir az-Zor. Die Namen der in der Stadt Getöteten werden täglich gelistet und meist uneditierte Videos von Kämpfen auf die Server hochgeladen. „Wenn das Regime gestürzt ist, wollen wir als Lokalsender neutral über unsere Stadt und alle Akteure berichten", erklärt Munir ambitioniert. Doch ohne Unterstützung und Ausbildung dürfte das ein langer und beschwerlicher Weg werden. Denn bisher findet Deir az-Zor, obwohl es eine Hochburg des Widerstands gegen Assad und die Lage in der Stadt dramatisch schlecht ist, kaum Beachtung internationaler Hilfe oder Berichterstatter.

Journalisten getötet. Die über hundert aktiven Bürgerjournalisten schaffen Aufmerksamkeit für Deir az-Zor. Und immer wieder sterben sie dabei. So Wissams Bruder Rafiq, den drei Kugeln der Regierungssoldaten beim Filmen in Hüfte, Hals und Magen trafen. Schon zwei der Aktivisten von DPN sind seit Beginn der Revolte gestorben. In anderen Gruppen sieht es nicht besser aus. Der Tod ist blutiger Alltag.

Die Vielfalt der nebeneinander existierenden Mediengruppen ist Schwerpunktthema des Abends im Nuschadah-Zentrum. „Wir müssen uns zusammen-

schließen, um mit einer Stimme zu sprechen und bei Behinderungen unserer Berichterstattung gemeinsam dagegen auftreten“, fordert Sa’id, Aktivist der ersten Stunde. In dieser waffenstarrenden Zeit wollen sie so als revolutionäre Kraft mehr Gewicht bekommen. Frei und objektiv werden sie in naher Zukunft ohnehin nicht arbeiten. Denn während andere arabische Revolutionen rasch vollzogen waren und sich die Medienschaffenden anschließend dem Aufbau einer neuen Kultur freier Berichterstattung zuwenden konnten, hat der syrische Aufstand bereits den zweiten Frühling erlebt und ist inzwischen ein blutig geführter Bürgerkrieg. Aufrichtige journalistische Berichterstattung ist im Syrien dieser Tage Luxus und schon das Handwerk dazu konnte vor Ausbruch der Revolution im System kontrollierter Staatspropaganda niemand erlernen. Des weiteren ist in der gegenwärtigen Lage kaum jemand im Ausland bereit, in die Ausbildung der zukünftigen syrischen Journalisten zu investieren.

Journalistenunion gegründet. Heute jedoch wird ein Etappenziel erreicht. Was in den 43 Jahren unter Assads Geheimpolizei unmöglich war, wird im Nuschadah-Zentrum ganz selbstverständlich vollzogen. Die 50 versammelten Medienschaffenden aus Deir az-Zor stimmen nach einer einstündigen Debatte ab, ob sie eine Journalistenunion gründen, einen Mitgliedsausweis herausgeben und von den führenden Revolutionsgremien der Stadt registrieren lassen. Fast alle Hände heben sich. So ist es beschlossene Sache, den gleichzeitigen dumpfen Granatexplosionen draußen zum Trotz.

Timo Vogt ■

+++ (Alle Namen im Artikel geändert) +++

https://www.facebook.com/DeirPressNetworkEnglish?fref=ts

Screenshot: facebook / DeirPressNetwork

Politikgehilfen

Brüssel befeuerte in Bukarest Debatte über Professionalität der Medien

„Wie sollen die Medien professioneller und verantwortlicher werden, wenn die Journalisten unter extrem prekären Bedingungen arbeiten müssen?“, fragt sich der Blogger und Publizist Costi Rogozanu. Der Mann hat in den letzten 15 Jahren in vielen Bukarester Redaktionen gearbeitet und kennt die Hochs und Tiefs der rumänischen Presse wie kaum ein anderer. Regelmäßig kritisiert er in seinen Zeitschriftenkolumnen und Blogbeiträgen vor allem die Missstände bei den großen Nachrichtensendern, die die Agenda der Politik praktisch beeinflussen. Oft prangert er die zweifelhafte Motivation an, die hinter vielen Attacken und Kampagnen steckt.

Genau über solche Kampagnen wird jetzt überall in Bukarest debattiert, nachdem die EU-Kommission diese scharf kritisiert hat. Das Ungewöhnliche daran: Die Kritik kam im jüngsten Kontrollbericht über die Lage der rumänischen Justiz zum Ausdruck. Der Bericht spielt eine wichtige Rolle bei der Entscheidung des EU-Rates, ob Rumänien dem grenzkontrollfreien Schengen-Raum endlich beitreten darf oder noch warten muss. Und diese Entscheidung wurde Anfang März vor allem auf Druck Deutschlands wieder vertagt. Brüssel behauptete, viele rumänische Zeitungen und Fernsehsender ließen sich von ihren Inhabern instrumentalisieren, sie trieben gezielte Diskreditierungs- und Einschüchterungskampagnen gegen prominente Richter oder Staatsanwälte. Dies beeinträchtige die Unabhängigkeit der Justiz und erfordere bessere Mechanismen für die Kontrolle der Medien.

Nicht namentlich genannt, aber zweifellos damit gemeint, ist in erster Linie der Nachrichtensender Antena 3. Er gehört dem zwielichtigen Geschäftsmann und Politiker Dan Voiculescu, dessen kleine „Konservative Partei“ (PC) in den letzten Jahren bei jeder Regierungsbildung eine Schlüsselrolle gespielt hat. Zwar ist die PC noch nie auf eigene Faust ins Parlament gezogen, dennoch war allen großen Parteien die aktive Unterstützung der Mediengruppe „Intact“ dermaßen wichtig, dass sie immer bereit waren, Voiculescu und seinen Mitarbeitern eine kleine Anzahl an guten Plätzen auf Wahllisten und sogar ein paar Ministerposten einzuräumen.

Auch die heutige Regierung der Sozialliberalen Union (USL) genoss vor den Parlamentswahlen im Dezember die großzügige Unterstützung von Antena 3 und anderen Medien der Intact-Gruppe, die eine systematische Kampagne gegen das andere politische Lager um Staatspräsident Traian Basescu führten. Der Preis: Ministerpräsident Victor Ponta musste zwei Minister der Voiculescu-Partei akzeptieren. Basescu verurteilt und spottet seit Jahren über den „Medien-Mogul“ und seine „Fernsehpartei“. Doch auch er koalierte im Jahr 2004 mit Voiculescus PC, weil er nur so eine Mehrheit im Parlament bekommen konnte. Prompt hörte dann Antena 3 mit der Kritik auf und richtete die Attacken gegen die Sozialdemokraten, bevor es zwei Jahre später zu einer erneuten Kehrtwende kam.

Screenshot www.danvoiculescu.ro/v1.0

Dan Voiculescu: Besitzer von Antena 3 und Politiker

„Sowohl Ponta, als auch Basescu ist seit Jahren klar, dass Voiculescus Medienkonzern keinen Journalismus und seine Partei keine Politik betreibt“, stellt Publizist Rogozanu fest. „Sie dienen einfach den privaten und geschäftlichen Interessen des Inhabers.“

Ebenfalls instrumentalisierte der Fernsehmoderator Dan Diaconescu jahrelang seinen eigenen Sender

Screenshot: www.partidul.poporului.ro

Dan Diaconescu: Talkshowmoderator will Präsident werden

OTV in der Hoffnung, mit seiner neugegründeten Partei ins Parlament zu ziehen. Die Rechnung ging nur halbwegs auf: Die populistische „Volkspartei Dan Diaconescu“ (PPDD) bekam zwar erstaunliche 14 Prozent bei der Parlamentswahl, allerdings blieb Diaconescu selber ohne Mandat. Im nächsten Jahr will der Talkshow-Moderator, dessen tägliche Sendungen in der Regel sieben Stunden dauern, Staatspräsident werden. Doch weil OTV nicht in der Lage war, die angehäuften Geldstrafen für gravierende Verstöße gegen die Grundnormen der Berichterstattung zu zahlen, hob die rumänische Fernsehaufsichtsbehörde CNA vor kurzem seine Sendelizenz auf.

„Dass Medienkonzerne sich auflösen müssen, nachdem der Inhaber eine politische Niederlage einsteckt, ist nur logisch. Keine von diesen Unternehmen hat je profitabel gewirtschaftet. Grundlage des Geschäfts war und bleibt, dass die Medieninstitutionen, wie auch die Parteien, als reine Vehikel für die sonstigen Interessen der Inhaber funktionieren“, erklärt Sorana Stanescu, die für den öffentlich-rechtlichen Fernsehsender TVR arbeitet. Die Redakteurin hat Recht: Die jüngsten verfügbaren Jahreszahlen zeigen, dass fast alle Privatsender Verluste machen. Antena 3 etwa kostete Voiculescu 2011 rund eine Million Euro bei einem Umsatz von knapp 12 Millionen. Genauso hoch waren die roten Zahlen bei B1 TV, dem wirtschaftsliberalen Nachrichtensender, der Basescu nahe steht.

Strukturproblem. Publizist Rogozanu sieht darin kein moralisches oder juristisches Problem, sondern eher ein strukturelles: „Es geht letztendlich um Arbeitsbedingungen: In Rumänien wurden mit den Sparprogrammen 2010 die Rechte der Arbeitnehmer noch weiter abgebaut, obwohl sie bereits sehr prekär waren im Vergleich zu anderen EU-Ländern. Der Kündigungsschutz ist in der Praxis bedeutungslos. Die meisten Journalisten haben wie jeder andere Bürger in den guten Jahren vor der Wirtschaftskrise Hypotheken oder andere Kredite aufgenommen. Diese müssen jetzt zurückgezahlt werden. Die EU-Kommission muss sich also nicht wundern, wenn die rumänischen Journalisten dem Druck nachgeben.“

Osteuropa-Korrespondent Silviu Mihai ■

Kinosterben in Portugal

Foto: Karl H. Walloch

Das Kino Ossónoba de Estói ist heute ein Kulturzentrum, gefördert durch den Europäischen Fonds für regionale Entwicklung

In diesem Jahr hat auch der erfolgreiche Spielfilm »Nachtzug nach Lissabon« den Bick auf Portugal gelenkt. Nach wie vor bestimmt die Troika mit ihren Sparauflagen das Leben im südwestlichsten europäischen Land am Atlantik. Auch die portugiesischen Kinos sind von den wirtschaftlichen Schwierigkeiten im Lande betroffen. Sie verzeichneten 2012 einen immensen Umsatzeinbruch.

Während sich der größte Kinobetreiber Portugals ZON Lusomundo Cinemas Socorama trotz Krise noch ganz gut behaupten kann, muss die Kinokette Socorama Cinemas S.A. Federn lassen. Seit Januar dieses Jahres hat sie 49 ihrer 106 Kinos im Land geschlossen. Noch für 2012 hatte Socorama Cinemas S.A. an der Kasse Bruttoeinnahmen von 12,6 Millionen Euro zu verzeichnen, 1,7 Millionen Euro weniger als im Vorjahr. Von Viana do Castelo und Guimarães im Norden Portugals und den Städte Leira, Loures, Torres Novas, Sintra, Cascais und Lissabon, selbst in Touristenzentren wie Portimã an der Algarve, werden Kinos zugemacht, ebenso in Funchal auf Madeira und in Ponta Delgada auf der Azoreninsel São Miguel. Damit ist die größte Azoreninsel ohne Kino. Vor Jahren hatten hier noch lokale Unternehmer eine Chance, aber sie wurden von den großen Kinobetreibern geschluckt. Mit der Schließung der Betriebe von Socorama Cinemas S.A. verlieren 75 Arbeitnehmer, die als Vorführer oder an der Kasse tätig waren, ihren festen Arbeitsplatz. Und neue Arbeitsplätze sind in dem Krisenland derzeit mehr als rar. Die Arbeitslosigkeit in Portugal beträgt insgesamt 18%, mit der Tendenz steigend, bei den Jugendlichen mehr als 40%. Bereits in den Jahren zuvor gaben Kinos überall im Land auf. In São Brás de Alportel, einer Stadt an der Algarve, bekam das ehemalige Kino von der Kommune als Galerie und Kulturzentrum eine neue Funktion. Auch in der Gemeinde Estói, der Ort ist bekannt durch die römischen Ruinen von Milreu, wurde aus dem Kino ein Kulturzentrum.

Arbeitslosigkeit grassiert in allen Bereichen der Filmproduktion bis hin zu den Schauspielern. Der öffentlich-rechtliche TV-Sender Radio Televisão de Portuguesa (RTP) förderte bisher Filme mit Zuschüssen. Dem vom Staat finanzierten Radio und TV-Sender droht jedoch die Privatisierung. Die Staatskasse ist leer. Es ist davon auszugehen, dass RTP nach einem Verkauf als Förderer des portugiesischen Films ausfallen wird. Der Abgeordnete Miguel Tiago stellte im Parlament in Lissabon der Regierung die Frage, was sie unternehme, damit das verfassungsmäßige Gebot des Zugangs zur Kultur eingehalten wird. Bis heute steht eine Antwort aus.

Karl-H. Walloch

Foto: Callahan / Fotolia.com

Foto: Knut Henkel

Nicht nur den Auslöser drücken

Der Fotograf G.M.B. Akash hilft Straßenkindern in Bangladesch

G.M.B. Akash zählt zu den wenigen international bekannten Fotografen aus Bangladesch. Seine ausdrucksvollen Fotos sind in vielen Magazinen erschienen. Nun will der 36-jährige Autodidakt etwas zurückgeben. Mit kleinen Projekten hilft er denjenigen in die Selbständigkeit, die er fotografierte – Fotos, mit denen er international bekannt wurde. G.M.B. Akash lebt in Dhaka und engagiert sich dort gemeinsam mit Kollegen für die Rechte von Straßenkindern in der Megametropole.

Fotografen, die sich auf die Fährte derjenigen heften, die Sie einst fotografiert haben, sind selten. Wie kamen Sie auf die Idee, Spurensuche zu betreiben?

G.M.B. Akash | Das war 2011. Ich kam an einer Werkstatt vorbei, wo ich ein paar Jahre zuvor einen kleinen Jungen fotografiert hatte, der Teile für eine Rischka produzierte. Der gleiche Junge schuftete auch fünf Jahre später noch in dieser dunklen, staubigen Halle. Es hatte sich nichts getan und der Junge wirkte frustriert und perspektivlos. Da kam mir die Idee, mach etwas – hilf ihm und das habe ich versucht. Erfolgreich.

Wie denn?

Ich habe den Jungen angesprochen, ihm das Bild von damals gezeigt, die Familie aufgesucht und besprochen, wie ich helfen kann. Heute ist der 13-jährige Munna kein Kinderarbeiter mehr, sondern ein Kleinunternehmer, der Popcorn auf eigene Rechnung an Liebespaare verkauft. Das ist eine Arbeit, die er sich selbst ausgesucht hat, sie ist relativ leicht und er arbeitet nun vier Stunden statt zehn oder zwölf.

Wie kam es dazu?

Der erste Schritt war das Einverständnis des Vaters, etwas für Munna und seine Familie zu tun. Alamgik war damals Flickschuster und brauchte das Geld, welches sein Sohn dazuverdiente, um die Familie zu versorgen. Als wir über ökonomische Alternativen sprachen, war er sofort begeistert davon, einen Marktstand aufzumachen. Er verkaufte Gurken an die Gastronomie und das lief so gut, dass Munna schnell dazu stieß, um seinem Vater zu helfen. Ein paar Monate später kam er dann mit dem Wunsch, sich selbständig zu machen.

Und das funktioniert?

Ja, so gut, dass er noch etwas sparen kann und die Ausbildung seiner Schwester Sathi mitfinanziert.

Sie dokumentieren seit 1999 den Kampf derjenigen, die am unteren Rand der Gesellschaft stehen?

Ja, 1999 habe ich eine Foto-Ausstellung von an Aids erkrankten Kindern gesehen und diese Fotos haben einen bleibenden Eindruck bei mir hinterlassen. Da habe ich begriffen, was es heißt, Menschen am Rande der Gesellschaft zu treffen, zu fotografieren und Bilder zu machen, die deutlich machen, dass wir mehr Chancengleichheit, mehr Fairness und weniger Armut brauchen.

Wie gelingt es, so nah an die Menschen zu kommen?

Ich drücke nicht gleich auf den Auslöser, sondern lerne die Menschen erst kennen – ob es der Kanalarbeiter oder der von einem Tiger verletzte Honigsammler am Rande des Dschungels ist. Oft bleiben die Kontakte über Jahre bestehen, und irgendwann habe ich begriffen, dass ich nicht einfach ein Foto machen und wieder gehen kann. Also habe ich mir überlegt, was ich tun kann.

Sie unterstützen beim Start in eine eigenständige ökonomische Zukunft?

Ja, ich kann Familien dabei beraten, ein kleines Geschäft aufzumachen, sich eine Perspektive aufzubauen wie bei Munna und seiner Familie. Die brauchten letztlich nur Starthilfe und heute geht es Ihnen viel besser.

Wie finanzieren Sie das – als Fotograf in Bangladesch sind Sie sicherlich nicht auf Rosen gebettet?

Nein, es ist schwierig, in einem Land wie Bangladesch zu Aufträgen zu kommen. Hier wird nur berichtet, wenn es eine Flut gibt oder eine Textilfabrik einstürzt oder ausbrennt. Das ist die bittere Realität. Trotzdem geht es mir darum etwas zurückzugeben, denn ich bin nur bekannt geworden, weil ich Menschen wie Munna fotografieren konnte. Deshalb habe ich nun einen Fotoband aufgelegt und von dessen Erlös fließt ein Teil in das Projekt, von dem bisher vierzehn Familien profitiert haben.

Sie haben den Band „Survivors", Überlebende, genannt und ihn auch in Deutschland vorgestellt, warum?

Ich habe viele gute Freunde in Deutschland, habe 2007 ein Jahr in Hamburg gelebt und arbeite immer mal wieder für *Geo* – das sind gute Gründe. Aber auch die nackten Zahlen sprechen für sich. In Bangladesch habe ich drei Bände von „Survivors" verkauft – in Deutschland sind es mehrere Hundert.

Hamburg war 2007 aber auch die Stadt, die Ihnen Aufnahme vor Verfolgung gewährte.

Ja, die Hamburger Stiftung für politisch Verfolgte hat mir und meiner Frau ein Stipendium gewährt, weil ich aufgrund eines Fotos, das einen angeketteten Koranschüler zeigte, von Islamisten mit dem Tode bedroht wurde. Die Islamisten sind auch heute sehr stark in meinem Land.

In Bangladesch werden Ihre Fotos selten abgedruckt?

Ich wurde oft als Nestbeschmutzer bezeichnet, weil ich ein Teil der gesellschaftlichen Realität abbilde, vor der gerne die Augen verschlossen werden. Das ist ein ernstes Problem. Wie soll sich etwas ändern, wenn die Menschen nicht wissen, wie in ihrem eigenen Land gelebt, gelitten und geschuftet wird und man es ihnen nicht zeigen darf?

Das Gespräch führte Knut Henkel

Das Fotobuch „Survivors" kann man unter akashphoto@gmail.com bestellen. Preis: 45 Euro. Weitere Bilder auf www.gmb-akash.com

Perspektivenwechsel

Karikaturisten-Wettwettbewerb in Afrika

Aus Anlass des 50jährigen Bestehens der Afrikanischen Union (AU) hat das „Dritte Welt Journalisten Netz" (DWJN) seinen 5. Globalen Karikaturenwettbewerb organisiert. An dem Wettbewerb zum Thema: „Change the Perspective: Afrikanische Einheit – Trugbild und Täuschung oder Notwendigkeit und Chance" beteiligten sich 68 Karikaturisten aus 20 afrikanischen Ländern.

Ausgezeichnet mit dem 1. Preis (5.000 Euro) wurden die beiden Karikaturisten „Dr." Jack Swanepoel und John Curtis. Sie leben in Südafrika und arbeiten seit vielen Jahren zusammen. Als „Dr. Jack & Curtis" veröffentlichen sie politische Karikaturen in allen großen südafrikanischen Tageszeitungen.
Den 2. Preis (2.000 Euro) erhielt Victor Ndula aus Kenia. Er arbeitete zunächst freiberuflich und seit mehreren Jahren hauptberuflich für The Star in Nairobi. 2012 gewann er den „Ranan Lurie International Political Cartoon Award" der UNO.
Samuel Mwamkinga alias Jo'Une Sammi aus Tansania nahm den 3. Preis (1.000 Euro) entgegen. Seit 2007 zeichnet Mwamkinga für „The Citizenweekend editions". 2010 begann er mit der Illustration für eine Buchreihe zu den Menschenrechten für die niederländische Sektion von Amnesty International.
Die Preise wurden am 25. Mai 2013 beim Deutschen Entwicklungstag verliehen.

Karikatur: Jack Swanepoel und John Curtis

In Zusammenarbeit mit „Dialog International" wird eine Auswahl der Karikaturen bis zum 17. Juni im Bundesministerium für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung (BMZ), Stresemannstraße 95 (Europahaus), 10963 Berlin und während des Kenako Festivals am Alexanderplatz ausgestellt. Danach wird „Dialog International" die Ausstellung vor allem in Volkshochschulen und Schulen zeigen. Schließlich wird eine Kopie der Ausstellung im Goethe Institut in Addis Abeba mit Unterstützung der Friedrich Ebert Stiftung seit dem 13. Juni für einige Wochen gezeigt. Danach soll sie durch äthiopische Universitäten reisen.

www.cartoon-competition.org ■

One Voice City

Amerikanische Bürgerbewegung kämpft gegen Medienkonzentration

Die Liste wird immer länger: Los Angeles, Chicago, Seattle, Denver, Orlando, Omaha,Hartford, Buffalo, Oklahoma City … In immer mehr US-Städten gibt es nur noch eine große Zeitung. Man nennt sie „One Voice Cities". Lokale TV- und Radiostationen gehören oft auch dem Besitzer des dominierenden Printmediums. Alternative Internetportale sind zu schwach, um gegen zusteuern. Eine Bürgerbewegung kämpft für freie Medien.

Die Frage, wie die Medienkrise in den USA die Demokratie aushöhlt, beschäftigte vor kurzem mehrere Tausend Teilnehmer einer dreitägigen Konferenz in Denver. Organisiert wurde sie nicht von einer Journalistengewerkschaft oder einer universitären Journalismusfakultät, sondern von einer Bürgerbewegung mit dem Namen „Free Press", die für bessere Medien kämpft. „Wir waren alarmiert, als vor zehn Jahren auch Leitmedien wie die *New York Times* oder die *Washington Post* den unter falschen Behauptungen vom Zaun gebrochenen Irakkrieg unterstützten. Das war eine der dunkelsten Stunden im amerikanischen Journalismus", erklärt der bekannte Medienwissenschaftler Robert McChesney die Gründung von „Free Press" 2003.

Inzwischen hat „Free Press" – mit einem von der Soros- und Ford-Stiftung alimentierten Budget von 4 Millionen US-Dollar – dreißig Angestellte und ist in Washington mit zwei Lobbyisten präsent. „Free Press" hat sich zu einer beachtlichen Bürgerbewegung entwickelt, bleibt aber ein kleiner Fisch im Haifischbecken der Giganten des Medienbusiness. Die Informationsflüsse für mehr als 300 Millionen Amerikaner werden nur noch von fünf Megakonzernen kontrolliert, für welche die Medien oft nur einen kleinen Teil des Geschäfts ausmachen.

Hat der Kampf von „Free Press" für eine Medienreform überhaupt noch eine Chance? McChesney, Mitbegründer und Vordenker der Bewegung, vertritt die These, die „fünf Mediengiganten" seien nicht einfach auf dem Markt entstanden, sondern das Resultat einer falschen Politik, die auch wieder korrigiert werden könne. Aber ein solcher Prozess sei im politischen Kontext von heute nicht möglich. McChesney: „Medienreform setzt eine Demokratiereform voraus, vergleichbar mit der Bürgerrechtsbewegung vor vierzig Jahren, als Amerikas Schwarze gleichberechtigte Bürger wurden. Eine Medienreform mit dem Ziel, alle Bürger mit dem für das Überleben der Demokratie notwendigen Sauerstoff Information zu versorgen, kann nur in einer breiten Koalition von Gewerkschaften, Bürgerrechts- und Umweltschutzorganisationen und natürlich auch der Journalisten erfolgreich sein."

Vom erzkonservativen TV-Sender Fox News (Rupert Murdoch) wird Robert McChesney als „gefährlicher Marxist" verteufelt, der in den USA eine linke Revolution anzetteln wolle. Das nimmt McChesney mit Schmunzeln als Kompliment zur Kenntnis.

Roman Berger ■

GELD FÜR ZEIT ZUM DREHBUCHSCHREIBEN
Seminar über Fördermöglichkeiten für Drehbuchautorinnen und Drehbuchautoren (Spielfilm)

vom 09. August 2013 bis 10. August 2013
in Berlin, ver.di-Bundesverwaltung, Paula-Thiede-Ufer 10

Drehbucher schreiben ist eine Kunst, Förderung dafür zu beantragen auch. Aber man kann es lernen: von Seminarleiterin Silvia Itscherenska, die in einem zweitägigen Seminar sicher durch den Förderdschungel führt.
Die Vorstellung der überregionalen und regionalen Fördermöglichkeiten für Spielfilmdrehbücher, die von Drehbuchautorinnen und -autoren beantragt werden können, beinhaltet die unterschiedlichen Zugangsvoraussetzungen, die Förderarten (wie bedingt rückzahlbare Darlehen, Zuschuss oder Zuwendung) und die offiziellen Richtlinien, die mit der Förderpraxis in Bezug gesetzt werden.
Die Antragsstellung bei überregionalen und regionalen Förderinstitutionen wird ausführlich behandelt. Darüber hinaus werden Exposé-, Treatment- und Drehbuchwettbewerbe sowie Filmpreise und Stipendien mit ihren verschiedenen Ausschreibungsbedingungen behandelt.
Bestandteil des Seminars ist ein Reader.
Teilnahmegebühr für ver.di-Mitglieder: 25 Euro. Diese ist am Freitag in bar zu bezahlen. Das Seminar ist begrenzt auf 12 Teilnehmende und richtet sich an aktive Autorinnen und Autoren, die ver.di-Mitglied sind.

Christine Obst, ver.di Landesbezirk Berlin-Brandenburg,
Fachbereich Medien, Köpenicker Str. 30, 10179 Berlin,
Tel: 030 / 88 66 54 02
Anmeldung bis zum 19. Juli: christine.obst@verdi.de

Veranstaltungen und Seminare
für Selbstständige und Freie in Hamburg

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

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

Medienkompetenz: WEB2.0 für AnfängerInnen.

27. August 2013, 17 – 19.15 UHR

Erfolgreich wird per Mausklick Politik und unternehmerisches Handeln beeinflusst. Wer macht was und wie organisieren sich Selbstständige im Netz? Ein Angebot für alle, die erfahren wollen, wie dieses verflixte Internet funktioniert. Voraussetzung: Keine!
Referentin: Beate Schwartau, Unternehmungsberatung & Supervision
Moderation: Dr. Reimer Eilers, freier Autor & mediafon-Berater

Datenschutz ist Pflicht, muss aber nicht kompliziert sein.

17. September 2013, 17 – 19.15 Uhr

Im Umgang mit persönlichen Daten ihrer Kunden gehen Selbstständige oft große Risiken ein. Bestehende Gesetze, Urteile und Vorgaben sind kaum bekannt. Wir zeigen, wie aktiver Datenschutz funktioniert und als Wettbewerbsvorteil umsetzbar ist.
Referentin: Christa Wiese, Datenschutzbeauftragte u. Datenschutzauditorin
Moderation: Holger Ahrens, Projektleiter, Trainer, Web-Entwickler

„DEMOKRATIE OHNE DRUCKERSCHWÄRZE?
Die ungewisse Zukunft der Tageszeitungen und des Qualitätsjournalismus"

Zu diesem Thema werden am 1. Juli ab 19.30 Uhr im Gemeindehaus der Stadtkirchen-Gemeinde, An der Stadtkirche 1, 64283 Darmstadt ihre Standpunkte austauschen:

- Petra Neuman-Prystaj, die als preisgekrönte Journalistin 45 Jahre Zeitungsgeschichte beim Darmstädter Echo erlebt hat
- Ruth Wagner, Stadtverordnete, Staatsministerin und Landtags-Vizepräsidentin a.D., Ehrenvorsitzende der Hessen-FDP
- Andre De Stefano, führendes Mitglied und ehemaliger OB-Kandidat der Piratenpartei in Darmstadt / Darmstadt-Dieburg
- Peter Jörg Hoffmann, Autor, Kulturkritiker und seit Jahrzehnten Kabarettist („Kabbaratz"),
- Alexander U. Martens, Moderator, Publizist für Print, Radio und Fernsehen, Kopf der „Darmstädter Gespräche".

Gesprächsleitung: Paul-Hermann Gruner (DJU / Darmstädter Echo).

FILMSTANDORT DEUTSCHLAND:
SIND DIE FETTEN JAHRE VORBEI?
Diskussion der ver.di Filmunion zum Münchner Filmfest

30. Juni 2013 in München von 11.00 – 13.30 Uhr

Die ver.di FilmUnion lädt in der Münchner Black Box im Gasteig, Rosenthaler Platz, zu einer Paneldiskussion ein und fragt: Sind die fetten Jahre vorbei?
Die deutsche Kinofilmproduktion ist lebendiger und vielfältiger denn je, und umso härter geht es künstlerisch, strukturell und wirtschaftlich zur Sache – diese beiden Aussagen sind nur scheinbar ein Widerspruch.
Die öffentlich-rechtlichen Sender wollen ihre Filmfinanzierung herunterfahren und neben einer Oscar-Beteiligung kassierte der deutsche Film gerade wieder einmal eine „Watsch'n" für seine Bildungsbeflissenheit.
In den großen Fragen von Kunst und Markt kommt der normale Filmschaffende nicht vor: Gagenhöhe, Arbeitssicherheit, Vereinbarkeit von Familie und Beruf – kein wirklich attraktives Diskussionsthema? Stoff genug für eine interessante Momentaufnahme mit Menschen, die im deutschen Film etwas zu sagen haben.

Die Einführungsworte wird der ehemalige Leiter des Münchnern Filmfestes Eberhard Hauff sprechen.
Podiumsgäste:

- Matthias Esche, Geschäftsführer Bavaria
- Christoph Fisser, Filmproduzent Studio Babelsberg
- Eberhard Hauff, ehem. Leiter Münchner Filmfest
- Bettina Reitz, Fernsehdirektorin Bayerischer Rundfunk
- Klaus Schaefer, Geschäftsführer FilmFernsehFonds Bayern
- Matthias von Fintel, ver.di (angefragt)

Moderation: Corinna Spies, Journalistin

Anmeldung unter: muenchen@connexx-av.de

MEISTERHAFTE TÖNE UND BILDER

Die neue Broschüre zum Meister Medienproduktion „Meisterhafte Töne und Bilder" ist erschienen. Sie kann hier digital abgerufen werden:
www.bmbf.de/pub/medientechniker_ton_und_bild.pdf
Schriftliche Anforderungen für die kostenlose Zusendung von Publikationen sind zu richten an: Publikationsversand der Bundesregierung,
Postfach 48 10 09, 18132 Rostock,
Telefon: 01805 77 80 90, Telefax: 01805 77 80 94
(14 Cent/Min. aus dem deutschen Festnetz, Mobilfunk max. 42 Cent/Min)
E-Mail: publikationen@bundesregierung.de

Leute

Grafik: Hermann Haubrich

SERVICE ZUM SURFEN

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

ARD Degeto: **Sascha Schwingel**, derzeit Produzent bei der Filmproduktions-Firma teamWorx, wird zum 1. Oktober Redaktionsleiter bei der ARD Degeto. **Kirsten Frehse**, bisher Produktions- und Herstellungsleiterin, übernahm im Mai die Herstellungsleitung bei der gemeinsamen Filmeinkaufsorganisation der ARD. **Dagmar Reim**, Intendantin des RBB, bleibt Vorsitzende des Aufsichtsrats; zur stellv. Aufsichtsratsvorsitzenden wurde Prof. **Karola Wille**, Intendantin des MDR, gewählt.

Beat Balzli, derzeit Chefredakteur der Schweizer Handelszeitung, verstärkt ab 1. September die Chefredaktion der Welt-Gruppe. Er folgt als stellv. Chefredakteur mit dem Schwerpunkt Welt am Sonntag auf **Frank Schmiechen**, der ab September einen Aufenthalt im Silicon Valley im Rahmen des Visiting-Fellow-Programms des Axel Springer Verlags antreten wird. Nach seiner Rückkehr wird er zusammen mit dem stellv. Chefredakteur **Oliver Michalsky** vor allem für die digitalen Welt-Titel zuständig sein. **Sven Oliver Clausen**, zuletzt stellv. Chefredakteur bei der Financial Times Deutschland, wird zum 1. Juli leitender Redakteur im Investigativteam der Welt-Gruppe, das von Chefreporter **Jörg Eigendorf** geleitet wird. **Claudia Kade**, zuvor Hauptstadt-Korrespondentin der Financial Times Deutschland, wird ab 1. Juli im Ressort Politik der Welt-Gruppe tätig sein. **Martin Scholz**, zuletzt Ressortleiter des FR-Magazins, wird ab 1. September das Ressort Titelthema verstärken.

Jochem Becker, langjähriger Leiter Presse und PR von Tele 5, verließ den Sender.

Peter Brors, bisher stellv. Chefredakteur beim Handelsblatt, löste als Personalchef der Verlagsgruppe Handelsblatt (Düsseldorf) **Ilka Remus** ab, die das Unternehmen verließ. Brors folgt zum 1. September als Leiter der Georg von Holtzbrinck-Schule für Wirtschaftsjournalisten auf **Klaus Methfessel**, der aus der Verlagsgruppe ausscheidet.

Wolfgang Büchner, seit Anfang 2010 Chefredakteur der dpa, von 2001 bis 2009 in leitender Funktion bei Spiegel Online tätig, wird Chefredakteur des Nachrichtenmagazins Der Spiegel und von Spiegel Online.

Tom Buhrow, früher ARD-Korrespondent in Washington und Paris, dann Moderator der „Tagesthemen", wurde vom WDR-Rundfunkrat in der Nachfolge von **Monika Piel** zum Intendanten des Senders gewählt.

Deutscher Fachjournalisten-Verband (DFJV): Die Mitglieder haben ein neues Kuratorium gewählt, das den Verbandsvorstand in journalistischen und medienpolitischen Fragen beraten wird. Dem Kuratorium gehören an: **Andreas Breyer**, freier Fachjournalist aus Stuttgart; Prof. Dr. **Christoph Fasel**, wissenschaftlicher Direktor des Instituts für Verbraucherjournalismus an der Hochschule für Wirtschaft und Medien in Calw; **Alexander Gerber**, Geschäftsführer des Deutschen Forschungszentrums für Wissenschafts- und Innovationskommunikation (innokomm); Prof. Dr. **Guntram Platter**, Professor für Kommunikation und Öffentlichkeitsarbeit an der Hochschule für nachhaltige Entwicklung Eberswalde; Dr. **Klaus Rehbock**, Rechtsanwalt für Medien- und Urheberrecht; **Gerd Zimmermann**, Wirtschafts- und Motorjournalist für die Verlagsgruppe Handelsblatt und den Motor-Informations-Dienst (mid).

Julian Geist, Konzernsprecher der ProSiebenSat.1 Media AG, übernimmt zusätzlich in der neu geschaffenen Position des EVP Public Affairs den Bereich Medienpolitik des Unternehmens.

Sophie Grützner, bisher Editor at Large bei der deutschen InStyle (Hubert Burda Media), wird Korrespondentin des Fashionmagazins in New York.

Josef Haslinger (Österreich), Schriftsteller („Opernball") und seit 1996 Professor für literarische Ästhetik am Deutschen Literaturinstitut Leipzig, wurde in der Nachfolge von **Johano Strasser** zum Präsidenten des PEN-Zentrums Deutschland gewählt.

Der Stern-Reporter **Uli Hauser**, u. a. Initiator der Stern-Kampagne „Mut gegen rechte Gewalt", wurde vom „Bündnis für Demokratie und Toleranz – gegen Extremismus und Gewalt", das die Bundesregierung im Jahr 2000 gründete, zum „Botschafter für Demokratie und Toleranz" ernannt. Die Geschäftsstelle des Bündnisses ist seit 2011 Teil der Bundeszentrale für politische Bildung (bpb).

Dr. **Sandra Hofmeister**, Autorin, Moderatorin, Architekturjournalistin, von 2004 bis 2009 Redakteurin bei der Architekturzeitschrift Baumeister, und **Isabella Marboe**, bisher freie Architekturjournalistin, übernahmen die Chefredaktion der deutschen Ausgabe des Architektur- und Designmagazins Domus (Verlag ahead media, Berlin und Wien); Herausgeberin ist **Angelika Müller**. Domus wurde vor rund 85 Jahren in Italien gegründet.

Marliese Kalthoff, bisher gemeinsam mit **Michael Werner** Chefredakteurin der TextilWirtschaft (dfv), und **Sönke Reimers**, Geschäftsführer bei der Verlagsgruppe Deutscher Fachverlag, wurden in die Geschäftsführung der Verlag Dieter Niedecken GmbH / FVW Mediengruppe berufen, nachdem der Deutsche Fachverlag die Mediengruppe rückwirkend zum 1. Januar 2013 erworben hatte. **Ines Niedecken**, bisher deren Geschäftsführerin, wird verantwortliche Herausgeberin und wechselt in den Aufsichtsrat. Kalthoff wird für die publizistische Grundausrichtung der FVW Mediengruppe verantwortlich sein. Ihr Nachfolger bei der TextilWirtschaft wird **Hagen**

Impressum

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

Redaktionsschluss:
M 4.2013: 24.05.2013
M 5.2013: 26.07.2013
ISSN-Nr.: 09 46 – 11 32

Seidel, bisher Leiter des Korrespondentenbüros NRW der Welt-Gruppe.

Richard Kämmerlings, bei der Welt-Gruppe verantwortlicher Redakteur für Literatur, löste zusätzlich als Leiter der Literaturbeilage Literarische Welt **Rachel Salamander** ab.

Detlef Kauschke, seit Mitte 2011 kommissarischer Chefredakteur der Wochenzeitung Jüdische Allgemeine, bekleidet das Amt nun auch offiziell.

Alard von Kittlitz, zuletzt Redakteur im Ressort Politik der FAZ, verstärkt ab 1. August die Redaktion der Zeitschrift Neon (G+J).

Ralf Klassen, bisher stellv. Chefredakteur und Leiter Digital TV bei stern.de, verließ das Unternehmen. Die Position wird nicht neu besetzt.

Holger Knöferl, bisher Leiter der Heimatredaktion der Badischen Zeitung (Freiburg), wurde neben **Thomas Fricker** stellv. Chefredakteur des Blatts.

Ina Küper-Reinermann, zuletzt Beauty-Redakteurin bei der Frauenzeitschrift Myself (Condé Nast), rückte zur Leiterin des Ressorts auf; ihre Stellvertreterin wurde **Yvonne Beeg**.

Friedrich Küppersbusch, in den 90er Jahren bekannt geworden als Moderator des TV-Magazins „ZAK", zuletzt u.a. Kolumnist für die taz, wird vom 10. Juni bis zur Bundestagswahl im September das neue tagesaktuelle Format „Tagesschaum" (WDR-Fernsehen) moderieren, das dreimal pro Woche gesendet wird.

Margit J. Mayer, von 2000 bis 2011 Chefredakteurin der deutschen Ausgabe von AD Architectural Digest, zuletzt in der neuen Dependance des Taschen-Verlags in Berlin für die Bereiche Style, Fashion und Travel verantwortlich, wird Chefredakteurin der deutschen Ausgabe von Harper's Bazaar, die Burda ab Frühjahr 2014 monatlich auf den Markt bringen will.

Burkhard Meyer, bisher stellv. Chef - redakteur und Chef vom Dienst beim Winsener Anzeiger, folgte als Chef - redakteur auf **Jürgen Peter Ravens**, der im Dezember 2012 verstorben ist.

NDR-Verwaltungsrat: Die 12 Mitglieder wurden vom NDR-Rundfunkrat turnusgemäß neu gewählt. Aus Niedersachsen kommen **Ulf Birch**, Dr. **Thea Dückert**, **Eckhard Gorka**, Dr. **Eva Möllring**, Dr. **Volker Müller** und **Silva Seeler**; aus Schleswig-Holstein **Irene Johns** und **Dagmar Gräfin Kerssenbrock**; aus Mecklenburg-Vorpommern **Sigrid Keler** und **Erwin Mantik**; aus Hamburg **Helmuth Frahm** und **Bernd Reinert**. Aus dem Gremium ausgeschieden sind **Renate Borrmann, Michael Fürst, Gerhard Kiehm, Thomas Koch** und **Hartmut Tölle** aus Niedersachsen; Dr. **Rosemarie Wilcken** aus Mecklenburg-Vorpommern und Dr. **Wolfgang Peiner** aus Hamburg.

Der Medienjournalist **Stefan Niggemeier**, Herausgeber des „Bildblog" hat das Nachrichtenmagazin Der Spiegel Ende Mai verlassen. Es sei nicht ausgeschlossen, dass „ich auch in Zukunft gelegentlich frei für den Spiegel schreibe", teilt er in seinem Blog mit.

Nadine Nordmann, bisher Ressort - leiterin beim Gong-Verlag (München), folgt als Chefredakteurin von Bravo (Bauer Media Group) auf **Alex Gernandt**, der 25 Jahre lang bei der Jugendzeitschrift tätig war.

Matthias Oden, zuletzt im Ressort Unternehmen des Wirtschaftsmagazins Capital (G+J) tätig, folgte als Redaktionsleiter des Wirtschafts-Lifestyle-Magazins Business Punk (G+J) auf **Nikolaus Röttger**, Mitbegründer des Titels, der zum 1. August Chefredakteur des Online-Magazins Gründerszene (Vertical Media GmbH) wird. Sein Vorgänger **Joel Kaczmarek** wird Herausgeber.

Dr. **Christian Pantle**, derzeit beim Magazin Focus stellv. Ressortleiter Forschung & Technik / Medizin, wird zum 1. September stellv. Chefredakteur der P.M.-Gruppe (G+J), zuständig für das P.M. Magazin, P.M. Fragen & Antworten, P.M. Biografie und Wunderwelt Wissen. **Yvonne Küster**, Redaktionsleiterin für P.M. History und P.M. Perspektive sowie die Line Extensions P.M. History Special und Collection, wurde ebenfalls stellv. Chefredakteurin.

Stefan Parkman, u. a. langjähriger Chefdirigent des Dänischen und des Schwedischen Rundfunkchors sowie Leiter des Königlichen Philharmonischen Chors in Stockholm, wird zur Spielzeit 2014/2015 Chefdirigent des WRD Rundfunkchors Köln.

Frederik Pleitgen, Berlin-Korrespondent des Nachrichtensenders CNN, wird neben dieser Tätigkeit eine Woche pro Monat das „RTL Nachtjournal" moderieren. Er folgt in dieser Funktion auf **Christof Lang**, der Anfang des Jahres Leiter des RTL-Studios in München wurde.

Bernhard Remmers, der über eine breit gefächerte journalistische Erfahrung in der kirchlichen und säkularen Presse verfügt, u. a. Vorstandsmitglied in der Gesellschaft Katholischer Publizisten Deutschlands (GKP), zuletzt selbständiger Journalist und Medienberater, wird Journalistischer Direktor des Instituts zur Förderung publizistischen Nachwuchses (ifp) in München, der Journalistenschule der katholischen Kirche.

Wolf-Dieter Rühl, bisher geschäftsführender Redakteur des Branchen - mediums prmagazin (Verlag Rommerskirchen), verlässt das Unternehmen.

Verena Schmitt-Roschmann, seit Januar 2013 bei der dpa tätig, folgte Mitte April als Redaktionsleiterin der deutschsprachigen AP-Weltnachrichten auf **Peter Zschunke**, der in die Netzwelt-Redaktion der dpa zurückkehrte. Die AP-Weltnachrichten werden im deutschsprachigen Raum seit Februar dieses Jahres exklusiv von der dpa vertrieben.

Ulrike Sosalla, zuletzt stellv. Leiterin des Ressorts Politik bei den G+J-Wirtschaftsmedien (Capital), löste als Nachrichtenchefin bei der Südwest Presse (Ulm) **Lothar Tolks** ab, der für die Magazin- und Ratgeberseiten zuständig sein wird.

SZ-Personalien: **Claudia Fromme**, zuletzt Redakteurin im Ressort Gesellschaft und Panorama, folgte als Leiterin des Medien-Ressorts auf **Christopher Keil**, der in das Ressort Investigative Recherche wechselte. **Nina Bovensiepen**, bisher Teamleiterin für das „Thema des Tages" im Ressort München, Region und Bayern, löste als Co-Leiterin dieses Ressorts **Ulrich Schäfer** ab, der es gemeinsam mit **Christian Krügel** leitete. Schäfer übernahm neben **Marc Beise** die Leitung des Ressorts Wirtschaft. **Tanja Rest**, bislang Leiterin des Ressorts Gesellschaft und Panorama, übernahm die Leitung des neuen Ressorts Gesellschaft und Wochenende. Der bisherige Leiter des Ressorts Wochenende, **Gerhard Matzig**, kehrt als Redakteur zurück ins Feuilleton.

Thilo Tautz, bisher beim NDR u. a. Moderator des „Nordmagazins" aus Mecklenburg-Vorpommern, wurde in der Nachfolge von **Marc Bator** Moderator des TV-Reisemagazins „Nordtour".

Sina Teigelkötter, bislang Ressort - leiterin Gesundheit, Diät und Fitness bei der Frauenzeitschrift Brigitte (G+J) sowie Redaktionsleiterin des Magazins Brigitte Balance, wechselte als Leiterin des Textressorts zum Frauenmagazin Freundin (Hubert Burda Media).

Volker Wasmuth, Chefredakteur von n-tv, verlässt den Nachrichtensender. Die Aufgaben der Chefredaktion übernimmt vorerst **Hans Demmel**, Geschäftsführer von n-tv.

Torsten Zarges, Medienjournalist und Inhaber der Agentur Zarges creative talent connection, wurde Chefreporter bei dem Internetmagazin DWDL.de. Der Fernsehkritiker und Medienjournalist **Hans Hoff** (u. a. SZ) wird als Kolumnist für das Medienmagazin wirken.

Andrea Zschunke, bisher Leiterin der trimedialen Fachredaktion Musik bei Radio Bremen, wurde Leiterin der neuen WDR 3-Programmgruppe Musik- und Radiokunst.

Dr. **Peter Zschunke**, derzeit Chefkorrespondent für die Netzwelt-Redaktion der dpa, löst zum 1. Juli als Chef vom Dienst der Zentralredaktion des Evangelischen Pressedienstes (epd) **Peter Bosse-Brekenfeld** ab, der in den Ruhestand geht. Zschunke wird in der Frankfurter epd-Zentrale auch als Social Media Editor wirken.

Anzeige

SOZIALVERBAND VdK BAYERN

Zukunft braucht Menschlichkeit.

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

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

URLAUB? WÜRDEN WIR JEDERZEIT WIEDER ERFINDEN!

URLAUB
KOMMT NICHT
VON UNGEFÄHR

CHECK IN

ver.di

WWW.URLAUB.VERDI.DE