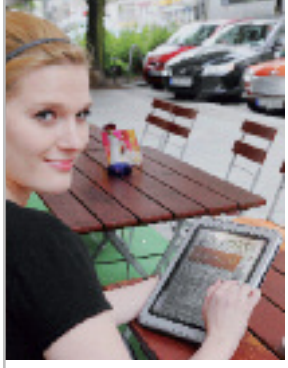
E 2814
5 / 2012
Jahrgang 61

Menschen Machen Medien

Medienpolitische ver.di-Zeitschrift

ver.di

Zeitung auf digitalen Wegen



Titelbild: [M] Hermann Haubrich

Auf ein Wort

Nicht akzeptabel

Von Karin Wenk | Das Urheberrecht bewegt derzeit die Gemüter. Und das ist auch gut so! Denn viele Fragen aus dem zunehmend digital bestimmten Medienalltag harren dringlich einer Antwort. Nun hat das Bundesjustizministerium nach jahrelangem Anlauf noch kurz vor der Sommerpause einen Schnellschuss abgegeben, der auch nur einen Teilaspekt des Urheberrechts berührt: Auf dem Tisch liegt der Referentenentwurf zum Leistungsschutzrecht für Verlage. Und diesen kommt er in offensichtlicher Lobbymanie auch entgegen. Es wundert also nicht, dass darin die Interessen der Urheberinnen und Urheber nur unzureichend berücksichtigt werden.

Die Bundesregierung habe es nicht geschafft, in dieser Legislaturperiode „die dringend gebotene Weiterentwicklung des Urheberrechtes anzugehen“, kritisiert Frank Werneke, stellvertretender ver.di-Vorsitzender. Es fehle „jede Initiative zur Stärkung der Rechte von Urheberinnen und Urhebern sowie ausübenden Künstlerinnen und Künstlern im Rahmen des Urhebervertragsrechtes.“ Gleiches gelte für den Schutz kreativer Produkte in der Digitalen Welt und den Umgang mit verwaisten Werken. Auch wenn der Schutz journalistischer Inhalte im Netz und die Absicherung von Paid-Content-Modellen im Internet von ver.di unterstützt würden, sei der Gesetzentwurf in der vorliegenden Fassung nicht akzeptabel.

Es sei notwendig, „dass ein unverzichtbarer Anspruch auf angemessene Beteiligung an den Vergütungen für das Leistungsschutzrecht der Verlage im Gesetz festgeschrieben wird. Die Erlösbeteiligung für die Urheberinnen und Urheber sollte dabei bei der Hälfte der erzielten Einnahmen liegen“, heißt es in einer ver.di-Pressemitteilung.

Auf Freiwilligkeit kann man bei den Verlagen nicht hoffen. Das zeigen die negativen Erfahrungen, die freie Journalistinnen und Journalisten mit den vereinbarten Vergütungsregeln machen. Sie werden von vielen Verlagen nicht eingehalten.
Deshalb kann der Weg nur sein, „dass die Rechtewahrnehmung über eine Verwertungsgesellschaft erfolgt und nicht – wie offenbar vorgesehen – in einem direkten Vertragsverhältnis zwischen den Verlagen und den gewerblichen Nutzern“. So ver.di, die 60.000 betroffene Urheber/innen und ausübende Künstler/innen in ihren Reihen vertritt.

TITEL

8 **Wenn Zeitung digitale Wege geht**
Von Matthias Kurp

11 **Zeitungen fürs Display**
Größere Spielräume mit Smartphones und Tablet-Computer

AKTUELL

4 **Politische Karikatur**

4 **Verschlossene Auster**

4 **ver.di Literaturpreis**

4 **Briefe an M**

5 **Für fairen Umgang miteinander**
Neue Honorarbedingungen bei Spiegel online und ein anschließender Disput

PORTRÄT

6 **Neugierig und leidenschaftlich**
Nachwuchspreis des Journalistinnenbundes 2012 ging an Anna Osius

KOLUMNE

7 **Wir gewinnt**
Kritischer Blick auf das beliebte Fußball-Spektakel im Fernsehen

MEDIEN + GESELLSCHAFT

13 **Mit mephisto auf Sendung, mit dem heuler online**
Studenten machen Medien: druckfrisch, elektronisch, crossmedial

16 **„Engagiert euch für das, was euch wichtig ist!“**
ver.di FilmUnion bündelt Interessen für gemeinsame sozialpolitische Ziele

18 **Worte gegen rechts**
Verband Deutscher Schriftsteller ruft zu Wettbewerb und Engagement auf

19 **Abseits von Schlagzeilen**
Medienübergreifendes NDR-Projekt gegen Neonazis in Norddeutschland

20 **Gegen eine Zusammenlegung**
Offener Brief der Betriebsräte des Deutschen Rundfunkarchivs an ARD-Intendanten

21 **Digital ist top**
Baden-Württemberg startet in ein neues Radiozeitalter

MEDIEN + POLITIK

22 **Merkels Termine bleiben tabu**
Beim Informationszugang wird gemauert und es dauert

TARIFE + BERUF

24 **Gebremste Offensive**
Essener WAZ-Mediengruppe baut erneut Redaktionen um

25 **Stress in der Thüringer Allgemeinen**
Redakteure beschweren sich bei ihrem Chefredakteur

26 **Freie im Personalrat**
WDR setzt einen Meilenstein für Arbeitnehmerrechte

27 **Unzulässige Altersdiskriminierung**
Höherer Urlaubsanspruch im öffentlich-rechtlichen Rundfunk jetzt beantragen

28 **Manteltarifvertrag gilt unverändert weiter**
28 **Drei Prozent mehr für Lokalfunk in NRW**
28 **Schon entdeckt? Der Kojote**
29 **Holtzbrinck verkauft Saarbrücker Zeitung**
Keine einschneidenden Folgen für die Beschäftigten
29 **ver.di errang die meisten Sitze**
30 **Gefällt-mir-Manie mit Folgen**
Impressumpflicht und andere Unwägbarkeiten für Facebook-Seiten von Journalisten
32 **Trommelwirbel**
Erfolgreicher CineStar-Aktionstag in Dortmund
33 **Lauter Protest**
Arbeitskampf bei CineStar in Mainz und Frankfurt am Main
33 **Haftstrafe für Kino.to-Gründer**
34 **Presseversorgung mit guter Bilanz für 2011**
34 **Wechseln oder gehen**
Computer-Bild: 58 droht Verlust des Arbeitsplatzes
34 **Blitz Tip entlässt alle Mitarbeiter**

RECHT + POLITIK

35 **Ausschüttung erst später**
Urteil stellt Grundlagen der VG Wort in Frage
36 **Urheberrechte verletzt**
Wenn der eigene „Pressespiegel“ zur Haftungsfalle wird
36 **BGH kippt Springer-AGB – nur Teilerfolg für Freie**

MEDIEN + INTERNATIONAL

37 **Solidarität an erster Stelle**
Jahrestagung der EJF in Bergamo beschloss rechtliche Veränderungen
37 **Russischer Redakteur mit dem Tod bedroht**
38 **Auch auf eigene Initiative**
Im Österreichischen Presserat sind keine Verleger in den Senaten
40 **Pressefreiheit nur auf dem Papier**
Ukrainische Medien fest in der Hand regierungstreuer Oligarchen
41 **Jagd auf Mandela**
Medien belagern das hochbetagte frühere Staatsoberhaupt Südafrikas
42 **Unterstützung für kommunitäre Radios in Honduras**
42 **Hilfe für Journalisten**
43 **Spielball der Regierung**
Das unabhängige Klubradio in Ungarn sendet – noch

BUCHTIPPS

44 **Ungleich mächtig**
44 **Journalistenrecht**
44 **Blende offen … und hoffen**
44 **Der entfesselte Skandal**

SERVICE

45 **Leute**
46 **Stellenausschreibung connexx.av Köln**
46 **Medienpolitische Tagung**
47 **Veranstaltungen und Seminare für Selbstständige in Hamburg**
47 **Berufsbegleitende Lehrgänge an der Berufsakademie München**
47 **Impressum**

SERVICE ZUM SURFEN

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

Grafik: Hermann Haubrich

Editorial

Foto: Chr.v.Polentz

In Zeiten wie diesen

In Zeiten zunehmender Konzentration in der Medienbranche, der Verkäufe und Zukäufe (S. 29), häufig einhergehend mit Arbeitsplatzverlusten (S. 34) wird sensibel reagiert, wenn ein Vorstand wie Franz Sommerfeld von DuMont Schauberg Verkaufsgerüchte schürt. So sagte er in einem FTD-Interview über die *Frankfurter Rundschau (FR)* unter anderem: „Wenn wir einen hochinteressierten Käufer finden, der uns viel Geld zahlen würde, würden wir das natürlich prüfen.“ Entsetzen beim zweiten Hauptgesellschafter, der SPD-Medienholding DDVG. Wenn Herr Sommerfeld schon nicht mit Zahlen umgehen könne, sollte er wenigstens mit Worten umgehen können, empörte sich SPD-Schatzmeisterin Barbara Hendricks (meedia). Auf ihrer Bilanzpressekonferenz am 20. Juni bekannte sich die DDVG dann auch klar zum Erhalt und zur Fortentwicklung des Druck- und Verlagshauses Frankfurt am Main und damit zur *FR*.

Auch ver.di war über Zeitpunkt und Tenor des Interviews überrascht. Schließlich ordnete DuMont vor wenigen Wochen *Berliner Zeitung* und *FR* an der Spitze neu, weil sich das Konstrukt einer gemeinsamen Chefredaktion offenbar nicht bewährt hatte. Manfred Moos, Leiter des ver.di-Fachbereichs Medien in Hessen, wies erneut daraufhin, dass die Belegschaft der *FR* durch einen Sanierungstarifvertrag und massiven Stellenabbau in den letzten zehn Jahren erheblich dazu beigetragen habe, das Druck- und Verlagshaus umzustrukturieren. Man erwarte auch von DuMont, „das bisher Erreichte nicht durch unbedachte Äußerungen zu gefährden“.

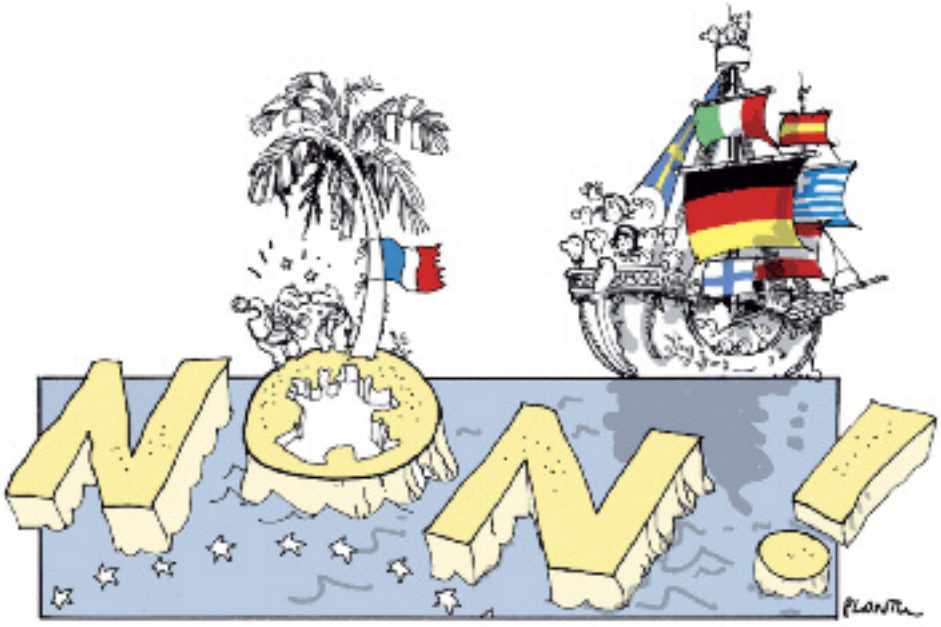
In Zeiten des Internets steht die gedruckte Presse besonders unter Druck. Es gilt, mit Online-Inhalten endlich Geld zu verdienen. Gefragt sind neue Geschäftsstrategien, die sich nicht zuletzt mit der weit verbreiteten Gratismentalität der Nutzer auseinandersetzen müssen. Überzeugende Crossmedia-Modelle, bei denen Angebote für Print und Internet kombiniert werden, sind möglicherweise eine Lösung (S. 8 – 11).

In Sommerzeiten macht M wie jedes Jahr eine größere Pause bis Anfang September - mehr Zeit für die Lektüre dieser spannenden Ausgabe und auch für einen längeren Blick in ver.di-Publik, unter anderem mit einem Beitrag zum Urheberrecht (S.9).

Karin Wenk,
verantwortliche Redakteurin

Politische Karikatur

Was ergibt das „Weimarer Dreieck“ hoch drei? Was rätselhaft daherkommt, entpuppt sich bei genauerem Hinsehen als eine hochkarätige **Karikaturenausstellung** mit wechselseitigen „Schrägen Blicken“ auf die Nachbarn Frankreich, Deutschland und Polen – die drei Protagonisten des 1991 von den damaligen Außenministern gegründeten trilateralen Kooperationsforums. Die Ausstellung, die zum 20. Jahrestag des „Weimarer Dreiecks“ initiiert und zuerst an der Viadrina in Frankfurt/Oder und am Collegium Polonicum in Slubice gezeigt wurde, macht nun in Berlin Station. In der ver.di-MedienGalerie werden noch bis zum 19. Juli die 120 Karikaturen gezeigt, die Karikaturist Klaus Stuttmann, seinen Kollegen Henryk Sawka und Jean Plantu sowie anderen Zeichnern aus Deutschland und Polen zum Thema „Weimar hoch drei“ und „Borderline“– Polens Westgrenze eingefallen sind. Mit spitzer Feder werden die Beziehungen der drei Länder beleuchtet und satirisch Wahrnehmungsmuster vor Augen geführt.



Karikatur: Jean Plantu

Ausstellung politische Karikatur
MedienGalerie Berlin, Dudenstraße 10, 10965 Berlin.
Geöffnet: montags–freitags 14–16 Uhr, dienstags 17–19 Uhr, donnerstags 14–19 Uhr.
www.mediengalerie.org

Verschlossene Auster

Die Verschlossene Auster, der Negativ-Preis der Journalistenvereinigung netzwerk recherche, geht im Fußballjahr **2012 an die Féderation Internationale de Football Association (FIFA) und ihren Präsidenten Sepp Blatter.** „Die FIFA hat in den vergangenen Jahren alle Versuche kritischer Journalisten, über Korruption und Ungereimtheiten bei der Postenvergabe zu recherchieren abgeblockt“, sagte Oliver Schröm, Vorsitzender von netzwerk recherche, zur Jurybegründung. „Gerichtsverfahren werden gegen Millionenzahlungen der FIFA eingestellt, gegen eine Offenlegung der entsprechenden Gerichtsbeschlüsse wehrt sich Blatter weiter mit allen Mitteln.“
Der Kritik-Preis wurde zum elften Mal bei der Jahrestagung von netzwerk recherche in Hamburg vergeben.
Berichte über die nr-Jahreskonferenz unter: http://jk12.netzwerkrecherche.de ■

ver.di Literaturpreis

Der mit 5.000 € dotierte ver.di Literaturpreis Berlin-Brandenburg wird **in diesem Jahr im Genre Kinder- und Jugendbuch ausgeschrieben**. Einsendeschluss ist der 31. August 2012 (Poststempel).

Die Bewerberinnen und Bewerber müssen ihren Hauptwohnsitz in Berlin oder Brandenburg haben. Die Jury trifft ihre Entscheidung auf der Grundlage eingesandter, deutschsprachiger Veröffentlichungen in Buchform, die innerhalb der letzten drei Jahre erstmals erschienen sind und die nicht vom Autor/der Autorin (mit-) finanziert wurden. Die Bewerbung für den Literaturpreis kann durch Verlage und Literaturvereine erfolgen, ebenso durch die Autorinnen/Autoren selbst und durch Dritte. Es sind drei Exemplare einzureichen, die nicht zurückgegeben werden.
Einsendungen bitte an ver.di, Fachbereich 8/VS, Köpenicker Str. 30, 10179 Berlin. Rückfragen unter 030 / 88 66 – 5403. ■

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

Kein kostenloser Flug

„Türöffner für Recherche – keine Rabattmarke“ in M 3/12

Gerade beim umstrittenen Thema Presserabatte wäre ein klein bisschen mehr Sorgfalt angebracht. In einer Bildunterschrift heißt es: „Wenn Journalisten in Regierungsmaschinen kostenlos mitfliegen, besteht auch hier die Gefahr zu großer Nähe und Abhängigkeit!“

Das wäre schon möglich. Allerdings fliegen Journalisten nicht kostenlos in Regierungsmaschinen mit, sondern werden dafür mit 30 Prozent des Lufthansa-Listenpreises (wohlgemerkt Listenpreis und nicht der tatsächliche, in der Regel weitaus günstigere Verkaufspreis eines Tickets) zur Kasse gebeten. Was für mich als freien Journalisten de facto die meisten dieser Reisen ökonomisch unsinnig macht.

Der Ordnung halber sei angemerkt, dass das für die Begleitung von Politikern und Parlamentariern bei politischen Reisen gilt; allerdings nicht in Flugzeugen/Hubschraubern der Bundeswehr bei Bundeswehr-bezogenen Reisen, sprich Truppenbesuchen.

Thomas Wiegold,
freier Journalist Berlin ■

Anmerkung der Redaktion:
Auf Nachfrage wurde M beim Presse- und Informationsamt der Bundesregierung bestätigt, dass die Kanzlerin aus Gründen der Sicherheit immer die Flugbereitschaft der Bundeswehr nutze. Mitfliegende Journalisten bzw. deren Verlage zahlen 30 Prozent des Economy Tarifs der Lufthansa sowie die Hotelkosten bei Übernachtungen. Minister fliegen häufig mit Linienmaschinen.

Für fairen Umgang miteinander

Neue Honorarbedingungen bei Spiegel online und ein anschließender Disput

„Die Gewerkschaften DJV und ver.di haben in Verhandlungen mit *Spiegel online* neue Honorarbedingungen für freie Journalistinnen und Journalisten erreicht. Sie lösen die alten Allgemeinen Geschäftsbedingungen (AGB) ab, gegen die die beiden Journalistengewerkschaften vorgegangen waren.

Die neuen Konditionen folgen dem Grundsatz, dass die Freien für ihre Leistungen fair bezahlt werden müssen und dass mögliche Mehrfachverwertungen nur in Abstimmung mit ihnen in Frage kommen. Grundsätzlich von der Rechteeinräumung ausgenommen sind die bei den Verwertungsgesellschaften eingebrachten Rechte. Exklusivität an den Beiträgen der Freien hat *Spiegel online* künftig nur noch maximal fünf Tage lang. Die Honorierung beginnt bei 100 Euro. Generell sind angemessene Honorare zu zahlen. Die Höhe der Ausfallhonorare liegt durchweg bei 100 Prozent. Aufwendungen, die den Journalisten bei der Recherche entstehen, sind gegen Nachweis zu erstatten. Die Regelungen der neuen AGB gelten unter anderem auch für den Online-Auftritt des *Manager Magazins* und für *Spiegel International* auf Englisch“, heißt es in einer gemeinsamen Pressemitteilung der Gewerkschaften, die seit Jahren für faire und angemessene Honorare freier Journalisten streiten (s. auch S. 35/36). „Hier ist es ohne eine Gerichtsentscheidung gelungen, die Interessen von Geschäftsführung und Freien unter einen Hut zu kriegen. Das können sich andere Verlage als Vorbild nehmen“, schätzt Vize-Chef Frank Werneke das Ergebnis ein.

Dass nicht immer alle Ziele erreicht werden, liegt bei Verhandlungen in der Natur der Sache. Die Ergebnisse – auch jahrelang verhandelte „angemessene Vergütungen“ – sind eben immer auch ein Kompromiss, ohne den es oft gar keinen Abschluss gäbe. Umso ärgerlicher ist es für ver.di und vor allem für die aktiven Ehrenamtlichen, die sich in (frei)zeitaufwendigen Verhandlungen für ihre Kolleginnen und Kollegen engagieren, wenn diese Anstrengungen und Erreichtes im Nachhinein madig gemacht und falsch dargestellt werden.

So beschwerten sich die Freischreiber nach der DJV/ver.di-Pressemitteilung über den *spon*-Abschluss – sofort und natürlich netzwirksam – darüber, dass sich die Gewerkschaften „einen Erfolg an die Brust, den es so nicht gegeben hätte, wenn Freischreiber und 40 freie Journalisten nicht die Initiative ergriffen hätten.“ Sie seien es gewesen, die im August letzten Jahres an den Chefredakteur von *Spiegel Online*, Mathias Müller von Blumencron einen Brief geschrieben hätten und zum Gespräch geladen worden seien. Im Weiteren wird der Anschein erweckt, dass erst dadurch die Gewerkschaften „wachgerüttelt“ worden sind. „In seiner Euphorie hat der DJV offenbar Freischreiber und die 40 *SpOn*-Autoren, die den Abschluss erst möglich gemacht haben, einfach? vergessen?“, heißt es zudem.

dju.
Deutsche Journalistinnen- und Journalisten-Union

Dazu Cornelia Haß, Bundesgeschäftsführerin der dju, an die Freischreiber:

Liebe Kolleginnen, liebe Kollegen,
„Ehre wem Ehre gebührt – Dem würde ich sofort zustimmen, wenn es denn zutrifft. Bei den Geschichten, die Ihr derzeit rund um das Thema AGB für Freie bei *Spiegel online* in die Welt setzt, ist das aber leider nicht der Fall. Es war nicht das Gespräch zwischen Herrn von Müller-Blumencron und Euch, das den Prozess über faire Honorarregelungen in Gang gebracht hat. Es war die drohende Einstweilige Verfügung durch DJV und dju in ver.di im April vergangenen Jahres, die *spon* zu der Erkenntnis verholfen hat, dass ihnen eine drohende Niederlage vor Gericht nicht gut zu Gesicht stünde. Deswegen gab es ab diesem Zeitpunkt Gespräche mit der *spon*-Justiziarin Brigitte Rolofs über eine rechtssichere Vereinbarung, die nun erfolgreich zu Ende gebracht wurden. Durch Briefe und unverbindliche Gespräche mit dem Chefredakteur, die sich zugegebenermaßen prima vermarkten lassen, entstehen derlei Vereinbarungen leider nicht, weswegen wir gemeinsam mit dem DJV ja auch immer wieder vor Gericht ziehen müssen.

Ich bitte daher um die Beibehaltung des zumindest von uns praktizierten fairen Umgangs miteinander. Keinem Freien ist damit gedient, dass wir uns öffentlich die Butter vom Brot nehmen.“

Anzeige

Für die Familie

Beste Konditionen für Sie, Ihren Partner und Ihre Kinder

Die Premium-Vorsorge für Medienmenschen

XING

Presse-Versorgung

Neugierig und leidenschaftlich

Nachwuchspreis des Journalistinnenbundes 2012 ging an Anna Osius

„Bei diesem Stück hatte ich zum ersten Mal das Gefühl, dass meine Arbeit Sinn hat." Das Feature über den Essener Obdachlosen Wolfgang und seinen Sohn ist der erste längere WDR-Beitrag der 28jährigen Journalistin Anna Osius. Sie ist nämlich eigentlich eine schnelle Aktuelle. „Aber", sagt sie, „Was wir nachrichtlich senden, ist so viel, und es ist so viel Flüchtiges." Für ihren 30minütigen Radiobeitrag „Vater, Sohn und das erfrorene Glück" wurde Anna Osius mit dem Nachwuchspreis des Journalistinnenbundes 2012 ausgezeichnet.

Anna Osius möchte tun, was Spuren hinterlässt. Als Schülerin gründete sie in ihrem Heimatort Bad Driburg ein Jugendparlament. Das Moor- und Mineralheilbad, das einzige Privatheilbad Deutschlands, sorgte sich mehr um die anreisenden Senioren. Anna Osius wollte etwas für die Jugend schaffen.

„Werd' doch Politikerin!" wurde ihr damals gesagt. Es war nicht das Richtige für die junge Anna. „Ich stelle lieber die Fragen statt Antworten zu geben", sagt sie heute. Angefangen hat sie damit schon vor dem (Einser-)Abitur. Sie arbeitete bei regionalen Zeitungen mit, machte Praktika beim Fernsehen und im Hörfunk.

Sie studierte Journalistik und Politik in Dortmund und in New York. Seitdem sie als Austausch-Schülerin Frankreich kennengelernt hatte, wollte sie hinaus in die Welt. „Ich will alles mitnehmen, überall dabei sein!" So fand sie auch den hohen Umschlag an Informationen in den Redaktionen der aktuellen Politik genau richtig für sich. „Da bin ich immer am Puls der Zeit." Nach dem Volontariat im WDR arbeitete sie in der Redaktion „wdr5 Zeitgeschehen" in Köln.

Dann musste sie wieder hinaus in die Welt, mit einem Stipendium in der Tasche, nach Washington. Sie studierte jetzt Außenpolitik und arbeitete gleichzeitig im ARD-Studio Washington mit. „Die Aktualität hat mir ermöglicht, dass ich während Obamas Wahlkampf zu ihm in die erste Reihe kam. Ich konnte lernen, was Macht bedeutet... Nein, ich konnte Menschen kennenlernen, die Macht haben." Das ist das, was sie außerdem prägt: ihr Interesse an Menschen, an unterschiedlichen Lebensentwürfen, an differenten Charakteren und Biographien.

Ihre Neugier auf Geschichten verbindet sich mit gesellschaftspolitischem Engagement. So hat sie sich in der Redaktion des Morgenechos auf wdr5 mit Verve dafür eingesetzt, dass gesellschaftspolitische, „menschliche" Themen in die Serie aufgenommen wurden. Jetzt gibt es da Wochen, in denen jeden Tag fünf Minuten vom Alltag bestimmter Menschen erzählt wird.

Zu diesen gehörte auch der, der im Feature Wolfgang heißt. Anna Osius wollte Obdachlose porträtieren. Sie fand obdachlose Frauen, obdachlose Akademiker und diesen Handwerker Wolfgang, der so gern noch einmal seinen Sohn wiedersehen möchte. Anna Osius hat Sebastian gesucht. Sie hat ihn gefunden. „Aber dass die beiden sich getroffen hätten, das habe ich nicht geschafft." Auch dafür fühlte sie sich verantwortlich. Sie ist es so lang schon gewohnt, Verantwortung zu übernehmen. Mit 18 Jahren wurde sie Vormund ihrer schwerstbehinderten Schwester, die ein Jahr jünger ist als sie. „Ihr Leben hat mein Leben geprägt. Ich wurde meist für älter gehalten als ich bin. Das ist bis heute so."

Heute weicht Anna Osius Themen, die sie fordern, nicht aus. Als sie zu den Obdachlosen recherchierte und mit Wolfgang ins Gespräch kommen wollte, setzte sie sich zu ihm auf den Boden. Einen Tag lang hat sie „Platte gemacht". „Auf einmal veränderte sich die Perspektive. Plötzlich spürte auch ich die Verachtung der Leute."

Sie war heftigen Gefühlen ausgesetzt. Und hat es doch geschafft, immer wieder die Distanz zu finden. Sie hat Wolfgangs Geschichte erzählt, ohne sie zu beurteilen. Das ist ihre Stärke – und ihre Leidenschaft. „Ich arbeite im Aktuellen, weil ich gern Auslandskorrespondentin wäre und in einem fremden Land die Menschen porträtieren würde." **Birgitta M. Schulte** ■

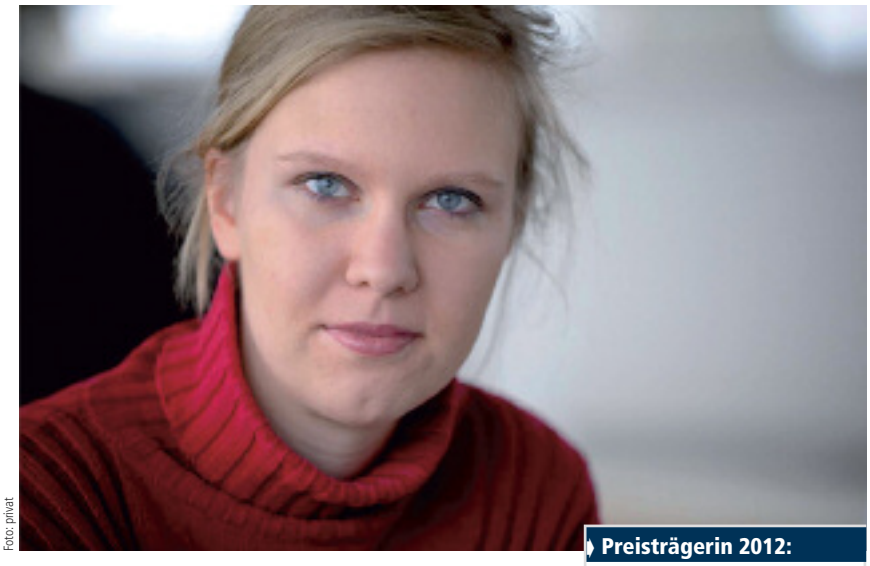


Foto: privat

Preisträgerin 2012:

Anna Osius:
„Vater, Sohn und das erfrorene Glück"
, Hörfunk-Feature 30',
WDR 5, 10.12.2011,
Feature-Reihe „Privat-Radio.
Die anderen Preisträgerinnen:
http://www.journalistinnen.de/verein/preise.html

Andere Worte – neue Töne!

Der Journalistinnenbund (JB) vergibt jährlich einen Nachwuchspreis auf seiner Jahrestagung alternierend für Print-, Hörfunk- und Fernseh-Beiträge. Ab 2013 soll die Kategorie „Online" hinzukommen. Der JB will damit einer Perspektive zum Durchbruch verhelfen, die sensibel und genau die differenten Lebenswirklichkeiten von Männern und Frauen widergibt. Ausgezeichnet werden Beiträge, die Unterschiede entdecken – aber nicht als Unterscheidungen festschreiben. Kolleginnen, die zur Zeit der Erstveröffentlichung ihrer Beiträge nicht älter als 35 Jahre waren, können sich bewerben. Journalistinnen aus Österreich und der Schweiz sind ausdrücklich eingeladen. Das Preisgeld beträgt 1000 Euro. Gestiftet wird es von Marlies Hesse, der ehemaligen Geschäftsführerin des Journalistinnenbundes. In ihrer Zeit als Leiterin der Aus- und Fortbildung des Deutschlandfunks war ihr aufgefallen, dass jungen Männern nach Abschluss des Volontariats Anstellungen geboten wurden, jungen Frauen dagegen selten. „Helfen kann vielleicht eine im Lebenslauf erwähnte Auszeichnung", dachte Marlies Hesse. 2002 wurde der Preis zum ersten Mal vergeben. Inzwischen zählt er zu den wichtigsten Auszeichnungen für junge Journalistinnen im deutschsprachigen Raum.

Wir gewinnt

Kritischer Blick auf das beliebte Fußball-Spektakel im Fernsehen

Wunderbarer Fußball, großartige Bilder, traumhafte Einschaltzahlen: Keine Frage, das Fernsehen zählt zu den Gewinnern der Europameisterschaft.

Foto: Markus Nass

Tilmann P. Gangloff

Medienfachjournalist aus Allensbach am Bodensee.

Die Millionenquoten lassen den Verantwortlichen bei ARD und ZDF das Herz hüpfen, auch wenn sie streng genommen nicht viel zum Triumph beigetragen haben: Für die Spannung auf dem Platz sorgten die Spieler, die Bildregie oblag der Uefa, und die Qualität der zuweilen ausufernden Rahmenberichterstattung ließ mitunter heftig zu wünschen übrig. Es ist also ein gekaufter Sieg, der dazu führen wird, dass ARD und ZDF dank EM und Olympia dem ewigen Marktführer RTL endlich mal wieder den Jahressieg streitig machen können. Geld schießt eben doch Tore, wie man im Fußball schon lange weiß. Und wenn man am Ende den Titel holt – noch so eine Fußballerweisheit –, interessiert sich später keiner mehr dafür, ob man dabei immer geglänzt hat.

Hinterfragen aber darf und soll man das Spektakel trotzdem. Geschätzte 110 Millionen Euro haben ARD und ZDF für die 31 Spiele der Euro 2012 bezahlt; ein stolzer Preis, wenn man bedenkt, dass das Verfallsdatum solcher Ereignisse identisch mit dem Ausstrahlungsdatum ist: Im Gegensatz zu Filmen, Serien oder Dokumentationen werden Fußballspiele in der Regel nicht wiederholt. Außerdem bezieht sich die Summe allein auf den Rechteeinkauf. Kleinere Sender mögen mit dem gelieferten Material der Uefa zufrieden sein, aber ARD und ZDF sind es sich und uns natürlich schuldig, für eigenes Material zu sorgen. Das ist auch gut so, denn man kann sich lebhaft vorstellen, wie ein Privatsender die Veranstaltung ganz im Sinne des europäischen Fußballverbands allein auf den Sport reduziert hätte; Uefa-Boss Michel Platini hat ja schon Anstoß an den vergleichsweise braven Hinweisen einiger Spieler auf die politischen Verhältnisse in der Ukraine genommen.

Echtzeitlücken. Aus dem gleichen Grund sollten auch die Aufnahmen aus den Stadien eine heile Fußballwelt vorgaukeln. Alles, was dieses Gesamtbild hätte beeinträchtigen können, ist ausgeblendet worden. Sendern, die nicht mit eigenen Kameras vor Ort waren, blieb nichts anderes übrig, als das böse Spiel mitzumachen. Als Zuschauer von ARD und ZDF aber sah man auch, was sich jenseits des „Weltbilds“ ereignete: die regelmäßig gezündeten Bengalos und Rauchbomben im Fanblock der kroatischen Zuschauer zum Beispiel; oder beim Spiel Polen gegen Russland ein riesiges martialisches Transparent, das einen Schwertkämpfer und den Schriftzug „This is Russia“ zeigte. Gemessen an solchen Echtzeitlücken war es beinahe eine Petitesse, dass alle Welt über die Gelassenheit von Joachim Löw staunte, als er einem Balljungen beim Spiel gegen Holland einen Streich spielte. Später stellte sich raus, dass die Szene vor dem Anpfiff aufgenommen worden und dann ins Live-Bild integriert worden war. Der Bildregisseur des von der Uefa verpflichteten „Host Broadcaster“ wird sich nichts dabei gedacht haben, doch der harmlose Betrug an der Wirklichkeit offenbarte, wie sehr sich die übertragenden Sender bei Turnieren dieser Art auf Gedeih und Verderb dem Veranstalter ausliefern.

Aber die Fußballspiele waren ja nur die eine Seite der Medaille. Die Kehrseite war das Rahmenprogramm, meist doppelt so lang wie die jeweilige Übertragung. Angesichts der Euphorie, mit der die Nation die Auftritte der deutschen Nationalmannschaft seit dem „Sommermärchen“ 2006 begleitet, kann man als Sender im Grunde nicht viel falsch machen. Die Quote kennt ja nur schwarz oder weiß, eins oder null. Ist sie hoch, muss die Sendung gut gewesen sein. Rein quantitativ können sich ARD und ZDF also bestätigt fühlen: Die Rundum-Berichterstattung hatte stolze Zuschauerzahlen; und das lag sicher nicht nur daran, dass die Senderkonkurrenz in vorauseilendem Gehorsam die Waffen gestreckt hat. Also wird Katrin Müller-Hohenstein auch beim nächsten Turnier wieder dilettieren dürfen, selbst wenn es aus journalistischer Sicht unerträglich ist, wie sie sich Oliver Kahn zu Füßen wirft, um aus der Zwergenperspektive des Laien uninspirierte Fragen zu stellen. Am ersten ZDF-Tag war auch noch der Ton asynchron, so dass man sich im falschen Film wähnte, der zudem schlecht synchronisiert war.

Flotte Sprüche. Da Kahn pausenlos Plattitüden produziert, lassen sich seine fraglos vorhandenen Fachkenntnisse gar nicht richtig beurteilen. Mit Mehmet Scholl hat die ARD ohnehin den deutlich unterhaltsameren Experten. Allerdings schien er selbst etwas erschreckt darüber, welche Wellen man in dieser Funktion schlagen kann: Seine Kritik an Mario Gomez’ vermeintlich mangelnder Einsatzfreude beim deutschen Auftaktspiel gegen Portugal – „Ich hatte zwischendurch Angst, dass er sich wund liegt und mal gewendet werden muss“ – bewegte die Republik tagelang. Fortan hielt sich Scholl, sonst immer für einen flotten Spruch zu haben, merklich zurück.

Kein Wort an dieser Stelle zur Talkshow von Woldemort Hartmann und anderen Verbrechen an der Zuschauerschaft, statt dessen lobende Worte über die sonst gern geschmähten Kommentatoren. Béla Réthy wird für seine Reportage während eines durch ein Unwetter sechzig Minuten lang unterbrochenen Regenspiels keinen Fernsehpreis bekommen, aber er überbrückte die Zeit originell, mit Selbstironie und boshaften Seitenhieben. Gleichfalls großes Lob hat Tom Bartels verdient, als er in der Schlussphase des Spiels der Spanier gegen die Iren minutenlang schwieg, damit man die ergreifenden Gesänge der irischen Fans genießen konnte. Und dann war da noch Gerd Gottlob, der sich getreu eines Aphorismus’ von Antonio Skármeta („‘Wir pflügen’, sagte die Fliege auf dem Rücken des Ochsen“) im Überschwang der Euphorie mit fremden Federn schmückte: „Wir sind dreifacher Europameister“ oder auch „Wir stehen gut“, sagte er gern; aber nur, so lange die deutsche Defensive auch hielt. Hatte er etwas auszusetzen, ging er prompt auf Distanz, da hieß es dann „die Deutschen“; menschlich verständlich, aber auch sehr bezeichnend. Aber wenn man’s wie Gottlob hält, gibt es am Schluss ohnehin nur Sieger: Wir gewinnt. **Tilmann P. Gangloff** ■

Abb [M]: senoldo / Fotolia.com

Weil das Internet die gedruckte Presse zunehmend unter Druck setzt, experimentiert die Zeitungsbranche mit neuen Online-Geschäftsmodellen. Immer mehr Verlage verabschieden sich von einem Teil ihrer digitalen Gratis-Angebote und versuchen, sogenannte Bezahlschranken einzuführen. Gefragt sind überzeugende Crossmedia-Modelle, bei denen Angebote für Print und Internet kombiniert werden.

Von Matthias Kurp

Wenn Zeitung digitale Wege geht

Das neue Zauberwort vieler Zeitungsmanager für das Online-Geschäft heißt Freemium. Das klingt ein bisschen wie Premium und ein bisschen wie Free. Wer allerdings glaubt, es handle sich bei Freemium um Gratis-Angebote in Premium-Qualität, der ist dem Euphemismus bereits auf den Leim gegangen. Vielmehr geht es um ein Geschäftsmodell, bei dem kostenlos nur ein publizistisches Basisangebot zu haben ist, während darüber hinausgehende Inhalte bezahlt werden müssen. Mit dieser Strategie – die im Internet unter anderem von Skype, Flickr oder Xing verfolgt wird – wollen nun auch Zeitungsverlage die Akzeptanz von entgeltpflichtigen Texten oder Bildern (Paid Content) steigern.

Foto: dkimages / Fotolia.com

Doch der Reihe nach: Deutschlands Zeitungen haben seit der Jahrtausendwende mehr als ein Fünftel ihrer Auflage eingebüßt. Auch die Werbeeinnahmen, die früher einmal zwei Drittel der Zeitungserlöse ausmachten, sind stark gesunken. Im vergangenen Jahr wurden für Anzeigen in deutschen Tageszeitungen nur noch 3,56 Milliarden Euro (netto) ausgegeben und damit etwa vierzig Prozent weniger als im Jahr 2000. Einerseits informieren sich immer mehr Leser gratis im Internet. Andererseits sind dorthin auch die meisten Rubriken-Anzeigen abgewandert. Wer online wirbt, hat geringere Streuverluste und muss außerdem nur einen Bruchteil der Print-Anzeigenpreise zahlen. Alle Versuche der Zeitungshäuser, im Internet mehr Geld zu verdienen, sind bislang gescheitert. Während sich beim Geschäft mit den gedruckten Produkten sowohl Verkaufs- als auch Werbeeinnahmen erzielen lassen, bleiben den Verlagen nämlich im World Wide Web angesichts der dort weit verbreiteten Gratis-Mentalität der Nutzer meist nur vergleichsweise spärliche Erlöse für Werbebanner.

Sobald irgendwo ein Euro-Zeichen blinkt und zur Bezahlung auffordert, weichen die Konsumenten einfach auf die Angebote anderer Internetseiten aus.

Gefährliche Gratis-Mentalität. Während Google und Facebook längst weit mehr als die Hälfte des weltweiten Online-Werbemarktes auf sich vereinen, müssen sich die Zeitungsverlage im Internet mit einem Bruchteil davon begnügen. Umso wichtiger wäre es, endlich Geld mit den Online-Inhalten verdienen zu können. Fast alle Versuche, im World Wide Web journalistische Inhalte auf breiter Front gegen Bezahlung anzubieten, aber sind bislang gescheitert. Paid Content setzt sich vor allem deshalb nicht durch, weil die Internetnutzer nicht bereit scheinen, das Privileg der kostenlosen Nutzung von Inhalten im weltweiten Datennetz aufzugeben. Sobald irgendwo ein Euro-Zeichen blinkt und zur Bezahlung auffordert, weichen die Konsumenten einfach auf die Angebote anderer Internetseiten aus.

Die Verlage sehen sich einem Dilemma ausgesetzt: Wer seine Texte ausschließlich gegen Entgelt anbietet, läuft Gefahr, Leser und damit Reichweite, also Werbeeinnahmen zu verlieren. Und genau an dieser Stelle kommen nun die Freemium-Geschäftsmodelle ins Spiel. Sie ermöglichen es, eine beschränkte Anzahl von Inhalten oder einige Basistexte gratis anzubieten, den Großteil der Inhalte aber hinter einer sogenannten Bezahlschranke zu positionieren. Was hinter dieser Barriere steht, ist zwar gut sichtbar, aber nur nutzbar, wenn dafür gezahlt wird.

Zugriff nur gegen Gebühr. Der Springer Verlag stellte einen Teil der Inhalte von *Hamburger Abendblatt* und *Berliner Morgenpost* bereits Ende 2009 hinter eine Bezahlschranke (Paywall). Der Zugang zum kompletten Online-Angebot des Hamburger Abendblattes etwa kostet pro Tag 1,20 Euro, pro Monat 7,95 Euro, beim 24-Monats-Abo nur 4,95 Euro. Kostenloser Zutritt besteht seitdem nur noch für wenige Bereiche, zum Beispiel wenn Nutzer Links von Google oder Facebook folgen. Abendblatt-Abonnenten erhalten zum Online-Angebot allerdings unbegrenzten Zugang und können zusätzlich eine eigene Smartphone-Applikation (App) nutzen. Nach Verlagsangaben kommt das *Abendblatt* mittlerweile auf etwa 3.100 verkaufte digitale Exemplare pro Ausgabe, die *Berliner Morgenpost* auf ungefähr 1.100. Springer hat angekündigt, noch in diesem Jahr weitere Online-Angebote kostenpflichtig zu machen.

Zu den Paid-Content-Pionieren zählt in Deutschland die *Sächsische Zeitung*. Sie führte schon 2004 – und damit bereits zwei Jahre bevor in den USA der Begriff Freemium geprägt wurde – eine Mischung aus unentgeltlichen und kostenpflichtigen Inhalten ein. Wer Zugriff auf sämtliche Artikel der zwanzig sächsischen Lokalredaktionen erhalten will, muss dafür monatlich fünf Euro bezahlen. Bislang haben sich für ein solches Online-Abo etwa 2.000 Leser entschieden. Auch wenn die Reichweite durch Bezahlschranken leidet, wagen immer mehr Verlage den Schritt in die Freemium-Welt. Dabei kommt es darauf an, die richtige Mischung aus Gratis-Artikeln und kostenpflichtigen Inhalten zu finden.

soziale Netzwerke erreichbar, was sich positiv auf die Reichweite auswirkt.

Bei der *Esslinger Zeitung* darf seit etwa einem Jahr jeder, der sich per E-Mail anmeldet, zunächst zehn Artikel kostenlos nutzen. Wer mehr lesen will und kein Print-Abonnent ist, muss zahlen: dreißig Cent pro Artikel oder pauschal 7,90 Euro pro Monat. Etwa 8.000 Nutzer sollen sich bislang angemeldet haben. Beim *Darmstädter Echo* gilt eine ähnliche Regelung: Zwei Artikel pro Monat können ganz normal angeklickt

Foto (M): Yuri Arcurs / Fotolia.com

Seit März kostet auch der Zugang zu den meisten Internetinhalten der Verlagsgruppe Madsack in Niedersachsen Geld. Egal ob *Hannoversche Allgemeine Zeitung, Neue Presse* oder *Göttinger Tageblatt*: Für bestimmte exklusive Online-Beiträge müssen Leser, wenn sie nicht bereits über ein Print-Abo verfügen, zahlen. Die Tarife sind ähnlich gestaffelt wie beim *Hamburger Abendblatt*. Die Nutzung für einen Tag kostet 99 Cent, für einen Monat 8,99 Euro, für ein Jahr monatlich 6,99 Euro. Die meisten Kunden würden sich gleich für ein Jahres- oder Zwei-Jahres-Abo entscheiden, teilt der Verlag mit, der noch in diesem Jahr auch bei den *Kieler* und *Lübecker Nachrichten*, bei der *Ostsee Zeitung, der Märkischen Allgemeinen Zeitung* und der *Leipziger Volkszeitung* weitere Freemium-Modelle einführen will.

Modelle für Metered Payment. Titel wie die *Esslinger Zeitung* und das *Darmstädter Echo* setzen beim Paid Content auf das sogenannte Metered Payment, bei dem Kunden eine festgelegte Anzahl von Artikeln frei gezeigt wird, bevor sie zur Kasse gebeten werden. Zu dem Konzept gehört es, sämtliche Artikel grundsätzlich für alle zugänglich anzubieten. Allerdings dürfen die Nutzer nur eine bestimmte Zahl von Berichten kostenlos abrufen, bevor sich die Bezahlschranke schließt. Auf diese Weise bleibt das komplette Online-Angebot weiterhin für Suchmaschinen, Blogger und

Read me

73 Prozent der in Deutschland lebenden Bevölkerung ab 14 Jahren liest regelmäßig gedruckte Zeitungen [1].

Zudem klicken 52 Prozent der Internetnutzer (26 Millionen) als sogenannte Unique User (Reichweite pro Monat) die Internetseiten der Zeitungen an [2].

Die Schnittmenge zwischen Zeitungslesern und Online-Nutzern der entsprechenden Angebote liegt in der Regel allerdings nur bei etwa 10 bis 15 Prozent. Umso wichtiger sind überzeugende Crossmedia-Ideen, die dazu beitragen könnten, dass nicht noch mehr Zeitungsleser zu Online-Usern mutieren, sondern aus Internetnutzern Zeitungsabonnenten werden.

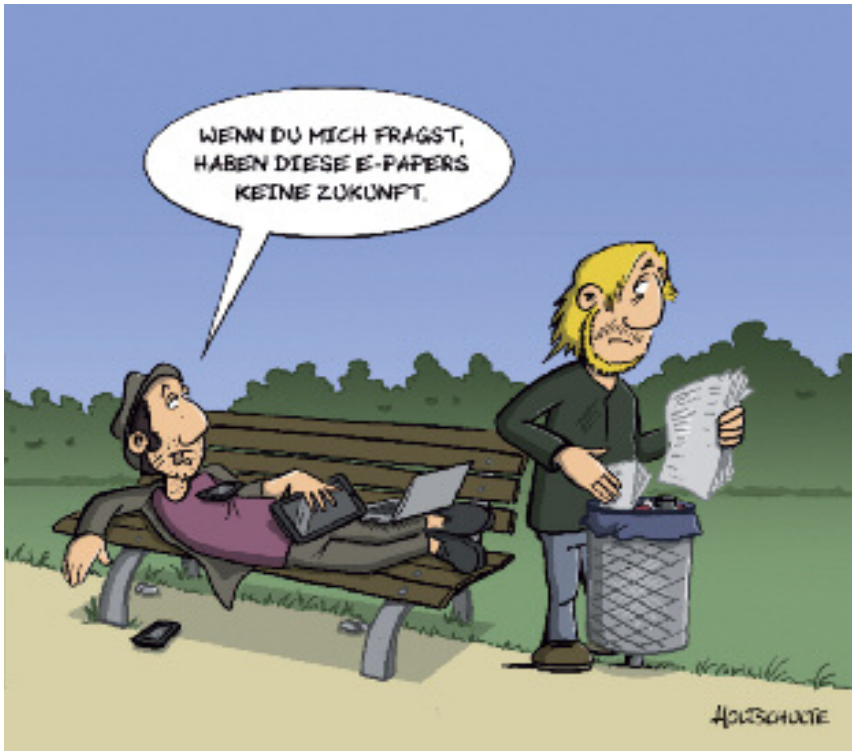
1) Arbeitsgemeinschaft Media-Analyse
2) Arbeitsgemeinschaft Online Forschung e.V. (AGOF)

werden. Anschließend ist eine Anmeldung erforderlich. Nach weiteren acht Klicks auf einzelne Inhalte erhalten Leser die Aufforderung, nun müsse bezahlt werden. Aus Sicht der Verlage handelt es sich bei den Online-Abonnenten zwar noch lange nicht um eine profitable Erlösquelle, aber immerhin um ein Verfahren, um adressierbare Nutzerdaten zu erhalten. Sie ermöglichen weitere Geschäftskontakte und werden in der Online-Welt immer wichtiger, weil die Werbewirtschaft so Streuverluste verhindern will.

In der Schweiz plant die *Neue Züricher Zeitung (NZZ)* die Einführung einer Paywall für den Herbst und will dann online ein *NZZ*-Jahresabo für 357 Euro anbieten. Das Management der *Frankfurter Allgemeinen Zeitung* denkt zurzeit über ein ähnliches Konzept nach. Vorbild sind US-Zeitungen wie das *Wall Street Journal*, das im Januar ein Online-Monatsabo (49 Dollar) einführte, oder die *New York Times*, die im Frühjahr 2011 ein kostenpflichtiges Angebot startete. Nach Unternehmensangaben konnten bereits 455.000 Online-Abonnenten gewonnen werden. Einbußen bei der Werbung seien bislang nicht zu verzeichnen. Auch die *New York Times* setzt – anders als etwa das *Wall Street Journal*, das gegen Entgelt online ausgewählte Exklusivinhalte bietet – auf Metered Payment. Dabei dürfen Leser pro Monat zehn Texte gratis nutzen. Für weitere Inhalte muss ein Abonnement abgeschlossen werden.

Mehrwert als Voraussetzung. Voraussetzung dafür, dass Leser Paid Content akzeptieren, sind aktuelle und exklusive Inhalte, die anderswo im World Wide Web so nicht erhältlich sind. Aus diesem Grund wittern beispielsweise Lokalzeitungen eine große Chance, weil sie in der Regel über exklusive News verfügen, die – im Gegensatz etwa zu Weltnachrichten etc. – auf den Seiten anderer Anbieter im weltweiten Datennetz nicht zu finden sind. Während also die Regionalpresse ihre örtliche Nahraum-Kompetenz unterstreicht, versuchen Wirtschaftsblätter, ihr ökonomisches Expertenwissen als Alleinstellungsmerkmal (Unique Selling Point) zu vermarkten

Der US-Medienanalyst Ken Doctor rät, Zeitungsverlage müssten geräteunabhängige Marken-Abos einführen, die gedruckte Ausgaben ebenso umfassen wie Angebote für den stationären Online-Zugang oder Mobile-Media-Applikationen. Mit solchen crossmedialen Konzepten soll auf Dauer verhindert werden, dass



Karikatur: 2011 Michael Holtschulte / Lic

noch mehr Leser ihre Zeitung abbestellen. Fast alle Verlage suchen deshalb nach spezifischen Kombinationsangeboten für analoge und digitale Ausgaben – vom Print-Abonnement bis zu speziellen Angeboten für Smartphone oder Tablet-PC (siehe Artikel „Zeitungen fürs Display“). Vor allem in den lokalen und regionalen Märkten aber fehlt es auf der Kunden-Seite zurzeit noch vielerorts an der kritischen Masse digitaler Endgeräte, weshalb einige Zeitungshäuser wie etwa der Kölner Verlag M. DuMont Schauberg ihren App-Kunden Tablet-PCs subventionieren.

Die Philosophie des Electronic Publishing ist einfach: Gelingt es der Print-Branche, ihre Kunden von digitalen Abonnements zu überzeugen, lassen sich so Ausgaben für Druck und Vertrieb einsparen, die beispielsweise bei den deutschen Abonnementzeitungen knapp ein Viertel der Kosten ausmachen. Zugleich versuchen die Zeitungsverlage mit der Etablierung ihrer neuen Online-Ableger, deren Redaktionen weitgehend im tariflosen Bereich anzusiedeln, was zu einer wesentlich niedrigeren Bezahlung als im Printbereich führt. „Zwar wurden im Zuge der Einführung von Newsdesks auch viele Online-Redakteure in die Print-Redaktionen integriert, doch ist die Billig-Mentalität der Verleger auch hier ungebrochen“, urteilt Siegfried Heim. Der Tarifsekretär Druckindustrie und Verlage in der ver.di-Bundesverwaltung verweist in diesem Zusammenhang auf die zunehmende Auslagerung redaktioneller Tätigkeiten in tariflose Tochterfirmen und konzerneigene Leiharbeitsfirmen.

Angesichts der steigenden Online-Konkurrenz versuchen die Zeitungsunternehmen zugleich Kosten zu senken und in neue Bereiche zu investieren. Scheitern die Versuche, wegbrechende Print-Erlöse durch Online-Geschäftsmodelle zu kompensieren, könnten schon bald viele Verlagshäuser existenziell bedroht sein. Deshalb haben die Branchenführer bereits vor Jahren damit begonnen, ihre Produktpalette so zu diversifizieren, dass im Internet neue Erlöspotenziale erschlossen werden können.

Springers digitale Geschäfte. Selbsternannte Speerspitze der Offensive in digitale Geschäftsfelder ist die Axel Springer AG. Deren Vorsitzender Mathias Döpfner gab bereits vor sechs Jahren die Devise „Online first“ heraus. Mittlerweile werden Artikel sogar zuerst eigens für das Internet geschrieben und gestaltet und erscheinen – nahezu als Beigabe – erst am nächsten Tag gedruckt. Damit sind die Zeiten, in denen der Online-Sektor reine Zweitverwertung für gedruckte Texte war, vorbei.

Im vergangenen Jahr steuerte der Bereich der digitalen Medien fast ein Drittel aller Erlöse in der Bilanz der Axel Springer AG bei. Das Unternehmen hat nach eigenen Angaben pro Tag durchschnittlich 190.000 Kunden, die für digitale Inhalte bezahlen. Zum Konzern gehören nicht nur die Online-Ableger von *Bild* & Co., sondern unter anderen auch Online-Unternehmen wie Idealo, Zanox, StepStone, Immonet oder Kaufda. Noch aber erwirtschaften auch bei Springer die klassischen Printprodukte deutlich höhere Gewinne. So lag die EBITDA-Rendite – also der Umsatzanteil des Ergebnisses vor Steuern, Zinsen und Abschreibungen – im Digitalgeschäft 2011 bei 16,4 Prozent, bei den Zeitungen des Verlags hingegen bei 24,3 Prozent und bei den Zeitschriften bei 22,0 Prozent.

Strategische Beteiligungen. Auch andere deutsche Großverlage erzielen längst wesentliche Umsatzanteile im Internet. Burda hält Anteile an mehr als fünfzig Unternehmen, die etwa ein Drittel zum Umsatz des Verlags beitragen. Die Holtzbrinck Ventures KG ist an fast fünfzig Online-Unternehmen beteiligt, und die digitalen Medien machen fast zehn Prozent der Holtzbrinck-Gruppe aus. Bei den Regionalzeitungsverlagen liegen die Umsatzanteile der Online-Aktivitäten hingegen meist nur im einstelligen Prozent-Bereich. Zwei Jahrzehnte nach Einführung des World Wide Web befinden sich fast alle Zeitungshäuser noch immer im Experimentierstadium. Zuletzt etwa machte die WAZ-Gruppe einen Schritt zurück, als sie erklärte, beim Online-Portal *Der Westen* werde künftig wieder größerer

Zwei Jahrzehnte nach Einführung des World Wide Web befinden sich fast alle Zeitungshäuser noch immer im Experimentierstadium.

Wert auf die einzelnen Zeitungstitel (*Westdeutsche Allgemeine Zeitung, Westfälische Rundschau, Westfalenpost, Neue Ruhr/Rhein-Zeitung*) gelegt. Als das Portal vor fünf Jahren eingeführt worden war, hatte es noch geheißen, die einzelnen regionalen Zeitungsmarken seien im Internet nicht mehr so wichtig (siehe S. 24). In Thüringen verkauft die WAZ-Gruppe digitale Ausgaben ihrer Zeitungen für 79 Cent über einen elektronischen Kiosk (thueringen-kiosk.de).

Vieles von dem, was Zeitungsverlage im Internet versuchen, hat mit ihrem ursprünglich publizistischen Wirken nichts mehr zu tun. So beteiligte sich etwa die *Neue Osnabrücker Zeitung* am digitalen Pferdemarkt ehorses.de, die Mediengruppe Madsack hält Anteile an deine-tierwelt.de, die Mediengruppe M. DuMont Schauberg engagierte sich finanziell beim Internet-Foodservice Lieferando und Holtzbrinck beim Online-Modeshop Zalando. Solche strategischen Beteiligungen sollen das Kerngeschäft stärken, erinnern aber oft auch an das Vorgehen von Risikokapitalgebern.

Print-Version nur als Zugabe? Viele Verlagsmanager können sich bereits vorstellen, künftig ganz auf gedruckte Produkte zu verzichten. Basels neue Hybridzeitung *Tages-Woche* beispielsweise wird im Internet täglich aktualisiert, erscheint gedruckt aber nur jeweils freitags. Auch die *Jungfrau Zeitung* (Interlaken) ist in der Schweiz als Printausgabe nur noch dienstags und freitags erhältlich. Allerdings erhalten die etwa 8.000 Abonnenten für 122 Euro jährlich rund um die Uhr kontinuierlich aktuelle Texte und Videos via Internet und Mobile Media.

Wie stark der digitale Vertrieb für Zeitungen an Bedeutung gewinnen kann, machen aktuelle Zahlen der *New York Times* deutlich: Von den gedruckten Werktagsausgaben der US-Zeitung wurden nach Angaben des Audit Bureau of Circulations (ABC) im Durchschnitt zwischen Oktober 2011 und März 2012 erstmals weniger verkauft als von den Online-Ausgaben. Von solchen Verhältnissen sind deutsche Verlage noch weit entfernt. Ein ähnlicher Trend aber zeichnet sich beispielsweise auch für die *Bild*-Zeitung ab: Deren verkaufte Auflage (2,7 Millionen) ist im ersten Quartal im Vergleich zum entsprechenden Vorjahreszeitraum um fast sieben Prozent gegenüber dem Vorjahr gesunken, die Zahl der Online-Besuche bei *Bild.de* aber stieg um 22 Prozent – allerdings ist *Bild.de* gratis und dürfte zu weiteren Auflagenverlusten von Deutschlands größtem Boulevardblatt beitragen. ■

www.nytimes.com/services/mobile/apps/

Zeitungen fürs Display

Größere Spielräume mit Smartphones und Tablet-Computer

© wwwebmeister / Fotolia.com

Mit der steigenden Beliebtheit von Smartphones und Tablet-Computern vergrößern sich auch für Zeitungsverlage die Spielräume, gegen Entgelt geeignete Online-Publikationen anzubieten. Allein in Deutschland sind zurzeit etwa 24 Millionen Smartphones im Einsatz. Darüber hinaus wurden im vergangenen Jahr mehr als zwei Millionen Tablet-PCs verkauft, weltweit etwa 64 Millionen und damit dreimal so viel wie 2010.

Während sich Smartphone-Apps eher für die schnellen Informationen zwischendurch eignen, fallen journalistisch aufbereitete Inhalte für Tablet-PCs meist opulenter aus. Sie werden in der Regel als Download bezogen und ähnlich wie Printmagazine genutzt, also periodisch mit dem Anspruch auf Hintergrundinformationen oder dem Wunsch nach Reportagen. Vieles, was in gedruckten Magazinen nie möglich war, kann für Tablet-PCs digital realisiert werden: die Einbindung von Videos, interaktive Grafiken, Leser-Feedback und multimediales non-lineares Storytelling.

Wollen die Zeitungsverlage verhindern, dass Tablet-PCs im Medienmix der Rezipienten zum Feind gedruckter Nachrichten werden, weil zum Beispiel nicht-journalistische iPad-Apps immer mehr Aufmerksamkeit auf sich lenken, dann müssen die Verlage selbst die Touchscreens erobern. Zurzeit bieten etwa fünfzig deutsche Verlage Inhalte für das iPad und für Android-Tablets an. Gemäß einer Untersuchung der Hamburger Beratungsfirma Bulletproof Media stehen in Deutschland zurzeit etwa 250 journalistisch geprägte Tablet-Anwendungen für Apples iPad nur 51 Anwendungen für Android-Geräte (Smartphones und Tablets) gegenüber. Dass es mehr iPad- als Android-Applikationen gibt, liegt auch daran, dass es jenseits der Apple-Endegeräte eine Fülle unterschiedlicher Display-Größen und -Auflösungen gibt. Dies macht es für die Verlage schwieriger, Inhalte zu erstellen, die auf all diesen unterschiedlichen Touch-Screens optimal abgebildet werden.

Die Befragung von etwa 3.300 Lesern der Internetseiten von acht Zeitungsverlagen zeigte, dass 82 Prozent der Tablet-PC-Nutzer sich für Kombiangebote aus Zeitungsabonnement plus App interessieren. An der Studie im Auftrag des Bundesverbandes Deutscher Zeitungsverleger (BDZV) beteiligten sich acht Zeitungsverlage. Eine weitere BDZV-Studie ergab, dass 52 Prozent der Besitzer von Apples iPad täglich eine Zeitungs-App nutzen. Etwa achtzig Prozent dieser Nutzergruppe zeigten sich bereit, für journalistische Online-Inhalte Geld auszugeben.

Die Monetarisierung fällt bei Apps im Vergleich zum Gratis-Content des stationär genutzten Internets auch deshalb leichter, weil die Verbraucher den Bezahlvorgang bei digitalen Kiosken gewohnt sind. „Den Zeitungen bietet die neue Gerätegeneration die Möglichkeit, den Kardinalsfehler aus den Anfängen des Internets zu korrigieren und journalistischen Content kostenpflichtig anzubieten“, heißt es im Begleittext einer neuen BDZV-Publikation mit dem Titel „Alles digital“. **Matthias Kurp** ■

Studenten machen Medien: druckfrisch, elektronisch, crossmedial

Mit mephisto auf Sendung,

Logo von Campusradio Jena

Wie ticken Studenten heute? Welche Themen diskutieren künftige Akademiker mit ihren Kommilitonen, wie sind ihre Musikinteressen, welche Clubs sind die Renner ...? Die Antworten finden sich in über 150 deutschsprachigen Studentenzeitungen, mehr als 50 Studentenradios und über 30 Campus-TVs. Auf eigenen Websites bieten sie Online-Nachrichten und ihre Printmedien als PDF an, locken mit Podcasts zum Hören und Schauen, nutzen YouTube, Facebook und Twitter für ihre Botschaften. Dabei ist die Vielfalt der Studentenmedien groß, nicht nur im Erscheinungsbild, sondern auch in ihren Konstruktionen als Verein oder mit Anbindung an Studierendenräte, an Studiengänge, Lokalsender oder auch Landesmedienanstalten.

Logos von Campusradio Jena (oben) Campus Wave (oben Mitte)

Wenn der ICE von Berlin nach München nicht mehr rast, weil er sich durch das Tal der Saale schlängeln muss, läuft er bald in der Station „Jena Paradies“ ein. Und wie im Paradies können sich auch die Studierenden in Jena fühlen, denn in den beiden Hochschulen, der Friedrich-Schiller-Universität und der Ernst-Abbe-Fachhochschule mit insgesamt 25.000 Studierenden, haben sich die Studierendenräte zusammengeschlossen. Sie finanzieren nicht nur die Zeitschrift *Akrützel*, sondern auch ein Campusradio, das 120.000 Hörer über den Offenen Kanal mit wochentäglich fünf Stunden Sendezeit erreichen kann, und das Campus TV, das im Regionalfernsehen Jena TV alle drei Wochen eine Sendung hat sowie auf YouTube und Facebook agiert.

Die Jenaer Studentenräte legen Wert auf Qualität, denn sowohl die Chefredakteurin der Zeitschrift, Maria Hoffmann, wie auch der Leiter des Radios, Tobias Krone, machen ihren Job nicht nur nebenbei. Für zwei Semester beim Studentenrat angestellt mit einem Verdienst in BAföG-Höhe und von der Uni freigestellt, können sie sich ganz der Redaktionsleitung widmen. Ihren Studienfächern werden sie sich erst im nächsten Wintersemester wieder zuwenden. Für Krone und seine 30köpfige Radioredaktion gibt es ein eigenes Studio in der Fachhochschule.

Für das Campus TV hat das Jenaer Paradies dann in diesem Sommersemester nicht mehr ganz gereicht. Deshalb teilen sich zwei junge Frauen die Chefredaktion, um die Arbeit neben dem Studium zu schaffen. Nina Gawol, ein Teil der weiblichen Doppelspitze, betont, dass Campus TV an keinen Studiengang angedockt ist, sondern offen für alle Studierenden der Stadt. Allerdings können sich die Studenten der Kommunikationswissenschaften die Mitarbeit als Praktikum anrechnen lassen.

Lokalsender auch für Studis. Auch an der Ernst-Moritz-Arndt-Universität in Greifwald werden die Studenten multimedial mit Neuigkeiten versorgt. *Webmoritz.de, Moritz Magazin*, „Moritz TV“ und „radio 98eins“ kämpfen um die Aufmerksamkeit der Studis. Dabei hat „radio 98eins“ in seinen „Hinweisen von Medium zu Medium“ nicht nur dezidierte Vorstellungen, wie sein Name zu schreiben ist, sondern unterstreicht: „radio 98eins versteht sich als Lokalsender, nicht als Studentenradio.“

Ein Klassiker unter den Uniradios: Leipzigs „mephisto 97.6“. Seit Mai 1995 auf Sendung und von jeher eng mit dem Studiengang Journalistik verzahnt, ist „mephisto“ dennoch für alle Studenten und für die Einwohner der Region offen. Seit der Umstellung auf Bachelor und Master gibt es keinen grundständigen Journalistik-Studiengang in Leipzig mehr, sondern nur noch zwei Master-Angebote. Eines davon ist der „Master Hörfunk“. Der Politikstudent Fabian Biastoch kam über Lokalsportberichte in Online-Medien zum Sender. Olympia spielt für ihn als freien Mitarbeiter in den nächsten Wochen natürlich eine große Rolle, denn „mephisto“ wird senden, wie es den Leipziger Sportlern an der Themse ergeht. Eigentlich war Print- und Onlinejournalismus sein Traum. Aber jetzt ist er vom Radio begeistert, weil „man alles von der Pike auf lernt und ausprobieren kann“. Es imponiert ihm, dass unter den aktuell zehn Volontären beim MDR so viele „ehemalige mephistos“ sind. Und sie sind nicht nur dort zu finden, sondern auch in anderen Rundfunksendern.

Foto: Tino Höfert

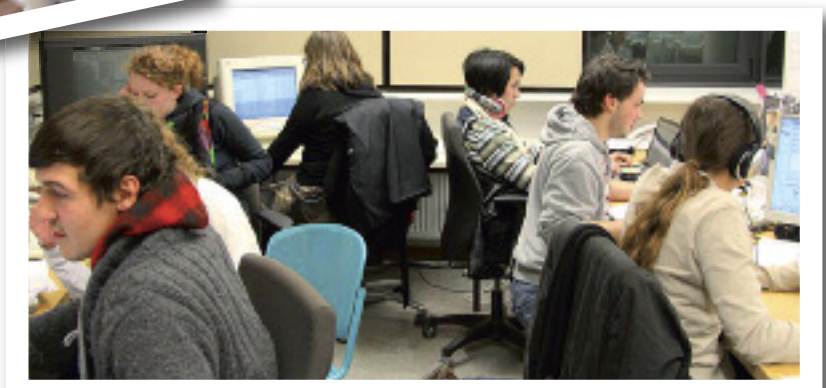


Foto: mephisto 97.6

Stellv. Redaktionsleiter und Redaktionsleiterin online bei Präsentation des heuler (Foto oben)

mephisto Redaktion (Foto rechts)

Abb: www.campuswave.de

mit dem heuler online

Praxispartner MDR. Immer wieder gehen neue Studentenradios an den Start, mit ganz verschiedenen Zielgruppen. An der Martin-Luther-Universität Halle-Wittenberg ist im Oktober 2010 ein berufsbegleitender Masterstudiengang Online-Radio gestartet. Dabei arbeitet die Uni mit den Hochschulen Magdeburg-Stendal, Merseburg und Burg Giebichenstein/ Hochschule für Kunst und Design Halle zusammen. Praxispartner ist der MDR. Der Masterstudiengang ist als universitäre Weiterbildung allerdings nicht umsonst zu haben: 1.750 Euro werden pro Semester fällig.

In Hannover sendet „Campus News International“ einmal im Monat auf „Leinehertz 106einhalb“. Es ist ein Projekt des Zentrums für Fremdsprachen der Fachhochschule, wendet sich an deutsche und ausländische Studenten, immer rund um das Thema „Sprachen und Kulturen“. Dafür hat „Campus News“ im Dezember 2011 den Integrationspreis des Oberbürgermeisters erhalten.

Foto: Lisa Konstantinidis

Foto: Jana Wolf

Zwei neue Radiosendungen von Studierenden sind in diesem Frühjahr in Berlin bei „88vier“, der UKW-Frequenz für nicht-kommerzielle Radioprojekte, auf Sendung gegangen: „Couch FM“ im Programmteil von ALEX und die „KulturWelle“ bei Pi-Radio. Die „KulturWelle“ startete Mitte April und sendet nun alle vier Wochen mittwochs von 21.30 bis 22.30 Uhr. Dabei hat die Sendung einen thematischen Schwerpunkt, der das Thema einer Lehrveranstaltung aufgreift, so dass die Radiobeiträge auch für das Studium der Kulturwissenschaften an der Humboldt-Universität gewertet werden können. Ökonomie – oft als Gegenpart zur Kultur verstanden – hieß das Thema der Mai-Sendung. Die Studierenden spürten mit ihren Mikrofonen dennoch der Kultur in Einkaufszentren nach. Die „KulturWelle“ hat schon einen zweijährigen Vorlauf „ als Vorlesungspodcast“, wie Sebastian Schwesinger berichtet, der das Praxisseminar und die Sendung leitet. Diese Erfahrung ist den Beiträgen und der Moderation anzumerken.

Förderung für Ausbildungsradio. Zum „Abchillen auf der Couch“ will mit seiner relaxten Musikauswahl das neue Campusradio der Medienwissenschaften an der Humboldt-Uni einladen. Durch einen Aufruf der Medienanstalt Berlin-Brandenburg MABB ist „Couch FM“ entstanden. Im Mai 2009 kündigte die MABB an, Ausbildungsradios zu fördern und ihnen im neuen Medieninnovationszentrum MIZ in Potsdam-Babelsberg die Technik zur Verfügung und erfahrene Radiomacher zur Seite zu stellen. Das Campus-Radio der HU stehe Studenten aller Fachrichtungen offen, wie der publizistisch Verantwortliche, Professor Wolfgang Mühl-Benninghaus betont. Es ist in die Berufsqualifizierende Zusatzausbildung eingebunden. Praktische Kenntnisse werden in Workshops vermittelt. Dabei, so Mühl-Benninghaus, sollen sich die Studierenden in ihren Aufgaben abwechseln, jeder soll einmal Verantwortung übernehmen. Den Chef vom Dienst wählen die Studierenden selbst. Seit dem 11. Mai kann der erste Jahrgang im Campus-Radio jeden Freitag zwischen 17 und 18 Uhr zeigen, was er gelernt hat. Bis zum Herbst ist die Sendung noch nicht live, aber die Radioneulinge müssen trotzdem so arbeiten. Die Versprecher werden nicht rausgeschnitten. Nach einem Jahr Vorbereitung endlich „on Air“ regiert erst mal die Nervosität, wenn die Moderatorinnen die Rubrik USO, die Suche nach dem „unbekannten Stadtobjekt“ ankündigen.

Der zweite Jahrgang für das Campus-Radio hat gerade mit seiner Ausbildung begonnen. Es können sich aber jederzeit neue Initiativen anderer Hochschulen in Berlin und Brandenburg melden, unterstreicht Steffen Meyer, der Projektmanager am MIZ. Dabei müsse noch kein fertiges Konzept vorliegen, es könne auch gemeinsam entwickelt werden. Langfristig hofft Meyer, dass diese und künftige Ausbildungsredaktionen zum Kern eines neuen Berlin-Brandenburgischen Campus-Radios zusammenwachsen. Seit 1996 hatte schon mal ein UniRadio Berlin-Brandenburg gesendet, wurde aber von der MABB 2009/10 eingestellt, als von den ursprünglich 13 Hochschulen nur noch drei im Trägerverein übrig waren.

Foto: heuler

Campus Wave

Zu „Campus Wave“ gehören die „Campus Crew Passau“, „GöHört“ aus Göttingen, „Unimono“ aus Halle, der „Studentenfunk Regensburg“, Welle 20“ von der Zeppelin-Uni Friedrichshafen, „UR Würzburg“, das Campusradio Jena und auch die Berliner „KulturWelle“.

Auf einer Zugfahrt entwickelten Benjamin Hartwich, Passauer Medienstudent, und Martin Winter, Münchner Informatiker, eine Idee ganz eigener Art. Sie wollten die Möglichkeiten der Uniradios erweitern und entwarfen die Podcast-Plattform „Campus Wave“. „Ich mache selbst seit drei Jahren bei einem Uniradio mit“, begründet Hartwich den Plan. „Aber was ich leider nie so wirklich mitbekommen hatte, war die Arbeit anderer Campus-Radios“. Auch in Berlin ist „Campus Wave“ einmal im Monat zu hören. Die Gründer hatten bei ALEX nachgefragt, da sie den „Hauptstadtfaktor“ ihrer Podcast-Site stärken wollten. „Wir sind offen auch für Formate aus anderen Regionen“, begründete Jenny Zeidler von ALEX die Aufnahme von „Campus Wave“.

Doch Hartwich ist enttäuscht über die geringe Resonanz der Campusradios für seine Podcast-Idee: „Wir haben unzählige Mails an Uniradios und Presse geschrieben. Immer wieder haben wir unsere Konzepte etwas abgeändert. Aber nach fast zwei Jahren Arbeit kann ich eigentlich nur sagen: Wir sind so gut wie gescheitert, denn die meisten haben keine Ambitionen mitzumachen.“

Wie Campus TV in Jena arbeiten auch andere studentische Fernsehmacher mit kommerziellen Lokalsendern zusammen, beispielsweise Campus TV Bayreuth mit dem Oberfrankenfernsehen. Medienanstalten unterstützen mit den von ihnen geförderten Bürgermedien studentischen Rundfunk, beispielsweise die Landesanstalt für Kommunikation in Baden-Württemberg und die Landesanstalt für Medien in Nordrhein-Westfalen.

HD Campus TV

Außerhalb der Landesredaktion in Freiburg berichten die Studierenden aus Karlsruhe, Mannheim, Heidelberg, Kehl, Offenburg, Freiburg, Furtwangen, Ludwigsburg, Stuttgart, Calw, Tübingen und Reutlingen für HD Campus TV.

HD Campus TV, das Unifernsehen in Baden-Württemberg, läuft täglich 24 Stunden frei zugänglich im digitalen Kabel BW. Studentische Redaktionen produzieren Beiträge aller Genre rund um den Campus und das Studium für eigene Sendungen und ein Landesmagazin. Für die moderierte Sendung hat die Landesredaktion in Freiburg den Hut auf. Die Hochschulen stellen den Redaktionen Räume und Ausrüstung zur Verfügung und betreuen sie personell.

In Nordrhein-Westfalen sind es inzwischen 15 Lehr- und Lernredaktionen, die seit Juli 2009 im landesweiten Lehr- und Lernsender „nrwision“ ihre Beiträge einspeisen. (Aufstellung „ Bürger- und Ausbildungsmedien in Deutschland 2010/11“, herausgegeben von den Landesmedienanstalten www.tlm.de/tlm/buergerrundfunk/alm_bam2011.pdf)

Programmveranstalter von „nrwision“ ist die Technische Universität Dortmund, die mit ihrer Journalistenausbildung lange Erfahrung mit studentischem Fernsehen hat. Bereits im Mai 1998 startete dort das halbstündige Magazin „do1 – universelles Stadtfernsehen“. Jetzt koordinieren die Journalistik-Studenten die angelieferten Beiträge aus den Lernredaktionen an Universitäten, Fachhochschulen und

Berufskollegs wie in Marl, Bielefeld oder Recklinghausen. Der ZDF-Journalist und Dortmunder Professor Michael Steinbrecher, selbst ein Absolvent des Dortmunder Studiengangs, leitet den Sender.

Im Studio-Talk „Die Macher“ stellen sich die verschiedenen Lernredaktionen und Bürgergruppen vor, die Beiträge für „nrwision“ liefern. Da „nrwision“ allen eine Plattform bietet, „die sich mit redaktionellen Beiträgen beteiligen wollen“, kann es schon mal zum Streit kommen über Themen, Inhalte, Handwerk. Deshalb hat „nrwision“ einen eigenen Mediator, den emeritierten Dortmunder Medienwissenschaftsprofessor Ulrich Pätzold.

Heidelberger Ruprecht und „Doppelkeks“. Über 150 Studentenzeitungen aus Deutschland, Österreich und der Schweiz, aber auch Besonderheiten wie die Zeitung des Germanistischen Instituts der ungarischen Universität Szeged, listet die Studentenzeitung der Heidelberger Ruperto-Carolina-Universität *Ruprecht* auf. Einst als *Schlagloch* gegründet, lehnt sich *Ruprecht* seit 1991 mit ihrem Titel an den Uninamen an. Drei kostenlose, durch Werbung finanzierte Ausgaben werden pro Semester in einer Auflage von 10.000 Exemplaren produziert. Die Verbundenheit der ehemaligen Redakteure zu ihrem *Ruprecht* ist groß: 2002 gründeten sie den Verein „Doppelkeks“, um das journalistische Handwerkszeug an ihre Nachfolger weiterzugeben. „Lesen können wir schon, schreiben lernen wir jetzt auch“, berichtete *Ruprecht* im Januar 2002 selbstironisch. Aus dem Heidelberger „Doppelkeks“ ist inzwischen ein Verein zur Förderung des Studentischen Medien-Nachwuchses „im Rhein-Neckar-Gebiet und darüber hinaus“ gewachsen.

Preis für die Besten. „ProCampus-Presse“ heißt eine andere Initiative zur Unterstützung von studentischen Zeitungen unter Federführung des Verlages Rommerskirchen in Rolandseck am Rhein. Sie vergibt seit 2004/2005 jährlich Preise für die besten Studentenzeitungen und bezieht auch die Online-Auftritte mit ein. *Ruprecht* hat ihn übrigens auch schon gewonnen, den „ProCampus-Presse Award“. Zu der Initiative gehören inzwischen 113 deutschsprachige Studentenzeitungen von Kiel bis Bozen und von Trier bis Wien. Am Wettbewerb nehmen aber jeweils nur rund ein Drittel der Redaktionen teil. Katharina Skibowski, frühere Chefredakteurin von *Insight* und aktuell Mitglied der Geschäftsführung des Verlags Rommerskirchen, ist seit Wettbewerbsbeginn als Jurorin im Einsatz, glaubt, „dass sich einige einfach noch keine Chancen

Foto: Simon Vogt

Mitglieder der Redaktionen des heuler, des moritz und der Grünen Wiese bei einem studentischen Medientreffen MV während der gemeinsamen Blattkritik

ausrechnen, unter die Ersten zu kommen." Allerdings haben 2011 deutlich mehr Medizinstudenten ihre Zeitschriften eingereicht. „Die haben wohl Mut bekommen, weil 2010 *Appendix* aus Freiburg, von Medizinern gemacht, den ersten Platz belegt hatte."

Dass es die Jury nicht leicht hat, versteht, wer sich die Gewinner dieses Jahres anschaut, den *Ottfried* aus Bamberg, den *heuler* aus Rostock, dazu noch mit einem Sonderpreis für die Gestaltung *Eigenart* von der Universität der Künste in Berlin. „Die Qualität hat sich deutlich gebessert", so Skibowski. „Am Anfang gab es Einsendungen, deren Machart der einer Schülerzeitung aus den 80ern entsprach, mittlerweile sind die meisten Zeitschriften handwerklich sauber gemacht."

Der *heuler*, vergangenes Jahr schon Dritter des Wettbewerbs, hat mit zwei Chefredakteurinnen für Print und Online die aktuelle Quotendebatte der Medienbranche schon überwunden. Seine Stärken sind laut Jury die Themenvielfalt und das klare Layout. Inhaltlich arbeiten die beiden Redaktionen zusammen, finanziell sind sie strikt getrennt. Während das Heft, das zweimal pro Semester erscheint, von der Studierendenschaft finanziert wird, muss sich die erst vor einem Jahr gegründete Redaktion von *heuler Online* mit Anträgen und Anzeigen über Wasser halten. Die vier größten Themenblöcke, die der *heuler* seit 1995 bearbeitet, sind Universität, (Studenten)Leben, Politik und Kultur, erläutert Printchefin Gesa Römer. „Wichtig ist bei den Themen immer ein studentischer Bezug – beim Heft allerdings noch mehr als online." In der Printausgabe, erklärt sie, berichtet die Redaktion nur dann über Olympia, wenn ein Rostocker Student dort antritt oder arbeitet.

Rund 60 Studierende schreiben und fotografieren für den *heuler*, im verantwortlichen Kreis sind sie zu sechst. Für den *Ottfried* engagieren sich etwa 30 Leute. Die Redaktion ist als unabhängiger Verein aufgestellt. *Ottfried* hat eine Herausgeberin, die beiden Chefredakteure werden für jede Ausgabe neu gewählt. Herausgeberin Hannah Illing betont: „Als unabhängige Zeitschrift finanzieren wir uns komplett über Anzeigen, werden also nicht von der Unileitung oder Studierendenvertretung gesponsert." An der preisgekrönten Ausgabe des *Ottfried* lobte die Jury vor allem die „frechen, kritischen Beiträge" und die „mutigen Interviews, die vor Ort Themen setzen". Auch der *Ottfried* war schon auf vorderen Plätzen im Pro-Campus-Presse Award dabei. Im Editorial der ersten Ausgabe nach dem Preis, der natürlich auf der Titelseite des Printhefts prangt, zeigen sich die beiden Chefredakteure kokett: Es sei doch alles so langweilig, fischen sie nach Komplimenten der Leser.

ver.di ist mit dabei. Der in Bremen gemachte *Campusreporter.de* gehört zu den reinen Online Produkten auf dem Markt der Studentenmedien. Er wendet sich bundesweit an Studierende. Campus-web.de berichtet für Studis in Bonn und Köln. Hier ist nach der ver.di-Gründung eine ungewöhnliche, aber sehr erfolgreiche Kooperation entstanden: Der dju-Ortsverein Bonn unterstützt die Online-Publikation. Das – auch finanzielle – Engagement bei Campus-Web.de ist zur tragenden Säule der lokalen Nachwuchsarbeit geworden. Die dju-Mitglieder schulen die jungen Leute in journalistischen Stilarten, besprechen in Redaktionssitzungen die Texte, sind Ansprechpartner bei presserechtlichen Fragen.

Öffentlichkeitsarbeit. Doch nicht überall, wo Campus draufsteht, ist nur studentisches Engagement drin. An den Universitäten Mannheim und Heidelberg sowie der Hochschule Mannheim wird Campus TV als „Instrument der Öffentlichkeitsarbeit" betrachtet und im Rhein-Neckar-Fernsehen gesendet. Dabei berichtet die Sendung mit dem Untertitel „Das Hochschul- und Forschungsmagazin aus der Europäischen Metropolregion" auch aus Forschungseinrichtungen wie den Max-Planck-Instituten.

Die Hochschule Niederrhein präsentiert sich seit 2011 ebenfalls mit einem Campus TV beim regionalen Fernsehsender CityVision in Mönchengladbach und Krefeld. „Mit Campus TV möchten wir die zahlreichen Facetten unserer Hochschule in bewegten Bildern darstellen", erklärte der Präsident der Hochschule zum Start der jeweils 15minütigen Sendung, die einmal im Monat produziert wird. Die Redaktion der Sendung liegt in den Händen einer Wissenschaftsjournalistin, die technische Umsetzung leistet der regionale Sender. Ähnlich sieht es an der Technischen Hochschule Wildau aus: Die Chefredakteurin aller Sendungen, die beim lokalen Sender KW TV laufen, also auch von Campus TV, ist in Personalunion die Geschäftsführerin des Lokalsenders. Ihre Arbeit beschreibt sie in einem Video: „Ich bin sozusagen die Schnittstelle zum Hochschulmarketing."

Redaktion Campus-TV

Foto: Campus-TV.com

Und dann gibt es auch noch „campustv-b2b", das ganz andere Fernsehen auf dem Campus. Seine Bildschirme hängen in den Mensen und bringen digitale Speisekarten, Infotainment und Veranstaltungsinfos an die hungrigen Hochschüler.

Susanne Stracke-Neumann ■

ver.di FilmUnion bündelt Interessen für gemeinsame sozialpolitische Ziele

„Engagiert euch für das, was euch wichtig ist!"

Seit Anfang des Jahres ist es spruchreif, der Bundesfilmverband in ver.di heißt nun schlicht: ver.di FilmUnion. Der Name ist neu, der Inhalt nicht. Wir sprechen mit Claudia Rhein und Henning Brümmer, Mitglieder des Vorstands der ver.di FilmUnion Berlin über das bisher Erreichte und über das, was in der Zukunft unbedingt getan werden muss.

Claudia, Henning, was macht ihr beruflich?

Claudia Rhein: Ich bin Produktionsassistentin an der Deutschen Film- und Fernsehakademie (dffb) in Berlin. Dort habe ich vor allem mit dem Filmnachwuchs zu tun, kenne aber auch die Situation der auf Produktionsdauer Beschäftigten.

Henning Brümmer: Ich bin freier Kameramann und Lichtdesigner, und lebe in Berlin. Ich arbeite auf der einen Seite im Bereich Dokumentarfilm und Spielfilm als klassischer Director of Photography (DoP), also Bildgestalter, zusätzlich bin ich auch im Fernsehbereich als lichtsetzender Kameramann für Multikameraproduktionen beschäftigt. Durch meine unterschiedlichen Tätigkeiten komme ich mit vielen Kollegen aus den verschiedenen Bereichen in Berührung.

Henning, du bist künstlerisch tätig und dennoch gewerkschaftlich organisiert?

Henning Brümmer: Richtig. Ich war mehrere Jahre lang ein stilles Mitglied. Doch irgendwann hat mich meine Gewerkschaftssekretärin angerufen und mich zur nächsten Sitzung eingeladen. Dort trafen viele neue Gesichter aufeinander, Typen, die sich auf Anhieb sympathisch waren und ähnliche Hintergründe hatten. Daraus ist der jetzige Vorstand der ver.di FilmUnion Berlin entstanden. Eine heterogene Mischung von jungen aktiven Filmemachern, viele von ihnen freiberuflich, wie ich.

Was genau kann ver.di einem Mitglied aus dem Film- oder Fernsehbereich bieten?

Claudia Rhein: Ein Medienschaffender in der ver.di FilmUnion kommt in den Genuss aller Vorteile, die eine Gewerkschaft mit über 2 Millionen Mitgliedern zu bieten hat: Rechtsberatung und -schutz, Fortbildungen, Reisen. Aber vor allem: Teil einer Gemeinschaft von engagierten Menschen zu sein, die sozialpolitische Ziele gemeinsam umsetzt. Das ist für mich besonders motivierend. Als Betriebsrätin der dffb habe ich ver.di zudem als sehr hilfreich auch in der Beratung, Schulung und Betreuung der Arbeit von Betriebsräten kennengelernt.

Henning Brümmer: Die Gewerkschaft vertritt einen gerade auch in unserer Branche zu selten gebrauchten Begriff: die Solidarität. Ein Gewerk allein, eine Sparte allein kann nichts ändern. Daher finde ich es selbstverständlich, Mitglied einer Gewerkschaft zu sein, die spartenübergreifend operiert. Es ist wichtig, dass viele Gewerke zusammengeschlossen sind, besonders wenn man bedenkt, dass sich in unserer Gesellschaft viele Menschen hauptsächlich für ihre eigenen Belange einsetzen. Zusätzlich bin ich noch Mitglied im Berufsverband Kinematografie (BVK).

Produktionsassistentin Claudia Rhein

Foto: Christian v. Polentz / transitfoto.de

Wie entscheidet ihr, für welche Themen ihr euch in der FilmUnion engagiert?

Claudia Rhein: Viele von uns im Vorstand sind freie Filmschaffende und daher sehr nah dran an den Problemen der Branche. Die wissen also, was sich ändern muss. So kämpfen wir seit längerem für einen verbesserten Zugang zum Arbeitslosengeld I (ALG I). Denn obwohl sie während ihrer Beschäftigung oft hohe Beiträge in die Arbeitslosenversicherung zahlen, haben viele der auf Produktionsdauer Beschäftigten keinen Anspruch auf ALG I und rutschen gleich in den Bezug von ALG II hinein. Eine Thematik, die im Übrigen in Zukunft immer mehr Arbeitnehmer betreffen

wird, da unbefristete Beschäftigungsverhältnisse zunehmend durch befristete Jobs ersetzt werden.

Henning Brümmer: „6 statt 12“, die von Claudia beschriebene Regelung, ist übrigens ein großer Erfolg der FilmUnion. Das betrifft ihr Zustandekommen 2009, genauso wie auch ihre Neuregelung, die jetzt im Sommer ansteht, und die von ver.di vehement eingefordert wurde.

Wo wir gerade bei den Erfolgen sind...

Henning Brümmer: ... da gäbe es einige zu nennen: erfolgreich gestaltete Tarifverhandlungen beispielsweise, ob es sich dabei um den Rahmentarifvertrag oder spezielle Verträge für ein Gewerk handelt. Denn beinahe überall, wo es etwas im Interesse der Filmschaffenden zu verhandeln gab und gibt, ist ver.di als Verhandlungsführer dabei. Auf dem Gebiet der Höchstarbeitszeit haben wir es immerhin zum ersten Mal geschafft, dass in einem Tarifvertrag der Film- und Fernsehschaffenden (FFS) eine Obergrenze genannt wird, die aber mit 13 Stunden Schichten und einer gleichzeitigen umstrittenen Arbeitsbereitschaft noch lange nicht das Ende der Fahnenstange bei den Verhandlungen ist. Die Einführung von Zeitkonten durch viele Produktionsfirmen betrachten wir ebenfalls als Erfolg.

Trotz dieser Leistungen sind viele Filmschaffende immer noch überrascht, wenn sie hören, dass es auch eine „Filmgewerkschaft“ gibt. Wie werdet ihr für eine größere Sichtbarkeit sorgen?

Henning Brümmer: Wir erarbeiten gerade einen komplett neuen Internetauftritt für die ver.di FilmUnion, um eine größere Öffentlichkeit für uns herzustellen. Auf dieser Seite werden die aktuellen Tarife für die FFS und für den Verband technischer Betriebe für Film und Fernsehen (VTFF) stehen, Tarif- und Brancheninfos, unser Newsletter, die Social Spots, die wir gedreht haben. Mitglieder und Interessenten finden darüber hinaus Informationen zu Projekten und Kampagnen, z.B. zu unseren Setbesuchen, bei denen wir Filmschaffende über unsere Arbeit informieren, zu der Lobbyarbeit zum Filmfördergesetz (FFG), zu den neusten Entwicklungen zu „6 statt 12“. Dazu werden Termine und Veranstaltungen veröffentlicht, und es wird ein Forum geben, auf dem sich dann allerdings nur Mitglieder austauschen können. Die Seite soll noch diesen Sommer kommen.

Ein wichtiges Instrument einer Gewerkschaft im Arbeitskampf ist der Streik. Wäre ein Streik auch denkbar für die ver.di FilmUnion?

Henning Brümmer: Anders als bei Festangestellten einer Firma birgt ein Streik für Freiberufler einige Risiken. Denn die Gefahr ist groß, dass sich ein Selbstständiger mit einem Streik selbst um sein aktuelles Projekt bringt. Oft ist er ja schnell ersetzbar, und dass er es sich mit einem Streik mit seinem aktuellen Auftraggeber bis in alle Zukunft verdirbt, ist auch möglich.

Foto: Paul Hahn

Freier Kameramann und Lichtdesigner Henning Brümmer bei Dreharbeiten zu einem ver.di Social Spot

Claudia Rhein: Indem einige Mitglieder des Bundesverbands Film- und Fernsehschauspieler (BFFS) während der Dreharbeiten ihre Mittagspausen am Set verlängerten, hat dieser Verband letztes Jahr etwas Ähnliches wie einen Streik als Druckmittel versucht. Es ging dabei zwar nur um 15 Minuten, aber dennoch sind die Produzenten in helle Aufregung geraten. Ihre Phantasie war genügend angeregt, sie konnten sich leicht vorstellen, was für finanzielle Konsequenzen ein Streik von einem oder mehreren Tagen haben könnte.

Henning Brümmer: Im Moment klärt ver.di eine generelle Streikbereitschaft hinsichtlich von konkreten Tarifzielen für die „normale Tarifrunde“. Außerdem werden Streikmaßnahmen bei ungebundenen Unternehmen geprüft. Dazu beschäftigen wir uns aktuell auch mit dem „Code of Practise“ innerhalb der Vereinbarungen von Gewerkschaft – Produzenten – Sendern.

Was bedeutet das?

Henning Brümmer: Wir fordern, dass Freie bzw. auf Produktionsdauer Beschäftigte so viel verdienen sollen wie die festangestellten Beschäftigten der Sender. Oder kurz gesagt: gleiche Bezahlung für gleiche Arbeit, also: „Equal Pay“ und „Equal Treatment“. Der „Code of Practise“ bezieht sich auf alle Arbeitsbereiche, also auch auf Auslandseinsätze, Spesen, Zuschläge, Pensionskasse etc. Die ver.di FilmUnion plant, mit der Produzenten Allianz und den Sendern Gespräche, um auf Missstände aufmerksam zu machen, die sowohl fiktionale Produktionen betreffen, als auch Produktionen von Fernsehdokumentationen und -beiträgen. Für alle unsere Ziele und Aufgaben brauchen wir aber eine breite Basis, mit der wir Forderungen an Produzenten und Sender stellen können.

Wie geht ihr bei der Umsetzung des „Codes of Practise“ konkret vor?

Claudia Rhein: Der Bundesvorstand setzt eine Arbeitsgruppe ein, die eine 10-Gebote-Tafel der Beschäftigung von „Freien“ erarbeitet. Die Regeln müssen in Zukunft eingehalten werden, zumindest von ARD/ZDF. Im kommenden Jahr werden dann größere Ak-

In ver.di wird die FilmUnion unterstützt von connexx.av, der gewerkschaftlichen Interessenvertretung von Medienschaffenden in Rundfunk, Film, AV-Produktion und Neuen Medien. www.connexx-av.de

www.verdi-filmunion.de

tionen im Rahmen der neuen Haushaltsabgabe stattfinden. Das Ziel ist, bei den Sendern ein Bewusstsein zu schaffen, dass es so nicht weitergehen kann. Wir müssen sie zwingen zu reagieren. „Haushalte finanzieren massenhaft Dumping-Löhne und einzelne Millionäre“ – die Schlagzeile will wohl keiner lesen.

Ihr führt aber auch Aktivitäten anderer Art durch, zum Beispiel auf der Berlinale. Wird es die auch weiterhin geben?

Claudia Rhein: Unsere Veranstaltungen, wie das Berlinale-Frühstück am ersten Samstag des Festivals, wie auch die Diskussionsveranstaltung einen Tag später, am Sonntagmorgen, besitzen ja fast schon Tradition. Natürlich wird es beide „Events“ weiterhin geben, denn sie sind gut besucht, und besonders das Panel am Sonntag bietet durch die regelmäßig hochkarätig besetzte Talkrunde die perfekte Gelegenheit, sich über neuste Entwicklungen bei film- und fernsehrelevanten Themen zu informieren – und danach mit Gleichgesinnten auszutauschen. Eine weitere regelmäßige Veranstaltung ist die Verleihung des ver.di-Fernsehpreises, die Dank unseres Engagements dieses Jahr zum ersten Mal als festliche Abendveranstaltung stattfinden wird.

Henning Brümmer: Ich möchte allen Kollegen da draußen noch Folgendes mitgeben: Ich kann als Mitglied der Gewerkschaft nur das von ihr verlangen, was ich auch selber bereit bin zu liefern. Engagiert euch also zu möglichst Vielen für das, was euch wichtig ist. Dann sind wir ein ernst zu nehmender Verhandlungspartner.

Das Gespräch führte Christoph Brandl ■

ver.di FilmUnion

Worte gegen rechts

Verband Deutscher Schriftsteller ruft zu Wettbewerb und Engagement auf

Als im vergangenen Herbst die Nachrichten von rassistischen Morden rechtsextremer Terroristen für Entsetzen sorgten, war auch der Verband deutscher Schriftsteller in ver.di alarmiert. Erschüttert rief der Bundesvorstand von einer Sitzung in Hamburg zu einem Text-Wettbewerb unter seinen Mitgliedern auf: „WORTE gegen RECHTS“. Der Berliner Bildhauer und Grafiker Hans Scheib wurde für die Gestaltung des Aufrufs gewonnen (siehe unser Bild). Und unter den zahlreichen Einsendungen wählte eine Jury vier Gedichte aus, die neben dem hier abgebildeten Aufruf als Plakate gedruckt sind. Es sind vier relativ kurze Texte, der Form geschuldet, die dennoch nichts Sloganhaftes aufweisen. Die aber immer auch den Bogen zwischen Vergangenheit und Gegenwart spannen, wie Heinrich Peuckmanns „ Immerhin jener“. Ein Gedicht, das er einem Pfarrer Schulze in Kamen-Heeren widmete.

Immerhin jener

„Immerhin, da war
auch jener, der jeden Weg
und selbst den kürzesten
mit seinem Fahrrad machte
der nicht drauf fuhr
sondern es schob, die beiden Hände
fest am Lenker

Es einzig deshalb tat
um seine Hände dort zu lassen
um bloß den Arm nicht frei zu haben
ihn schräg in die Luft zu stellen
Richtung Verderben
‚Heil Hitler, Herr Pfarrer!
‚Guten Tag.

Vielfach sind die Drucke bereits von antifaschistischen Initiativen und Kirchen angefordert worden. Sie waren auch schon auf Demonstrationen zu sehen oder sie mahnen von vielen Büro-Wänden herab. „Der Hass der Rechtsradikalen auf Menschen mit ausländischer Herkunft erschüttert die humanistischen und kulturellen Werte in Deutschland und Europa“, wird der VS-Vorsitzende Imre Török nicht müde zu warnen. Ausgehend von der Plakat-Aktion gab es viele Presseberichte und Lesungen unter dem Motto „WORTE gegen RECHTS“ in den Landesbezirken und auf der Leipziger Buchmesse.

Um das Engagement weiter zu verstetigen, soll es nun einen weiteren bundesweiten Wettbewerb des VS unter Schriftstellern geben, bei dem neben unveröffentlichten Gedichten auch Prosatexte eingereicht werden können. Diesmal druckt die kulturpolitische ver.di-Zeitschrift *KUNST+KULTUR* die besten zehn von einer Jury ausgewählten Texte ab. Die Plakate mit den vier Gedichten (Gestaltung: Gabriela Schill) sind im Netz zu lesen: www.wortegegenrechts.de – und sie können bei der Bundesgeschäftsstelle kostenlos bestellt werden: vs@verdi.de

bal ■

Plakat: www.wortegegenrechts.de

Abseits von Schlagzeilen

Medienübergreifendes NDR-Projekt gegen Neonazis in Norddeutschland

Mit einem bislang einmaligen Projekt will der NDR in seinem gesamten Sendegebiet neonazistische Aktivitäten jenseits der medialen Tagesaktualität dokumentieren: im Hörfunk, Fernsehen oder im Web, mit Reportagen und Dokumentationen, als Blog oder virtuelle Landkarte. Das Projekt soll außerdem all diejenigen porträtieren und ermutigen, die sich seit Jahren gegen rechts engagieren, unbemerkt von der medialen Öffentlichkeit.

Den Startschuss gab NDR-Intendant Lutz Mamor in seinem Grußwort zur diesjährigen Tagung von netzwerk recherche in Hamburg, während gleichzeitig in der Hansestadt zehntausende gegen NPD und rechten Terror demonstrierten: „Heute startet im NDR auch ein trimediales Projekt im Zusammenhang mit rechter Gewalt. ‚Der Norden schaut hin – Die rechte Szene in Norddeutschland'. Darin geben die Kolleginnen und Kollegen einen Überblick in Hörfunk, Fernsehen und Online über rechte Übergriffe und Gegenaktionen von Menschen, die das nicht hinnehmen wollen", so Mamor. Besonderen Dank zollte der Intendant seinen redaktionellen Mitarbeitern: „Dem Engagement von NDR-Journalisten ist es zu verdanken, dass es dieses Projekt gibt."

Doch vor dem Engagement stand, wie so oft, eine bittere Erkenntnis: Wieso bedurfte es erst einer Mordserie der NSU (Nationalsozialistischer Untergrund), um sich mit der alltäglichen rechten Gewalt zu beschäftigen? Wieso das immer gleiche Warten auf Schlagzeilen, auf exklusive Fotos oder skandalträchtige Bilder, wenn doch der Kampf gegen rechts täglich in der Region stattfindet? Gleich nebenan.

Kuno Haberbusch, Initiator des NDR-Projekts: „Natürlich müssen wir uns genau diese Frage stellen: Haben wir – mit Ausnahmen – als Medien immer so genau hingeguckt, oder waren wir nicht ganz froh, dass wir so ein paar Einzelkämpfer hatten, auf die wir uns, wenn es etwas Spektakuläres gab, bequem zurückziehen konnten. Wie sieht es da mit unserer Pflicht aus? Natürlich gab es Versäumnisse."

Diese Versäumnisse aufzuholen, das war die Idee, die in Kollegengesprächen erörtert wurde und sofort Anklang fand. Haberbusch: „Die Idee ist so banal: Abseits von Schlagzeilen zeigen wir drauf. Im Mittelpunkt stehen hier ausschließlich die Aktivitäten in Norddeutschland."

Und dabei kann der NDR trotz aller Hierarchien und gewachsener Eigenständigkeit auf einen gewaltigen Fundus zurückgreifen: Neben der Zentrale in Hamburg gibt es die vier Landesfunkhäuser (Schleswig-Holstein, Mecklenburg-Vorpommern, Niedersachsen, Hamburg). Hinzu kommt noch Radio Bremen, das mitten im Sendegebiet liegt. Haberbusch: „Ich bin ganz erstaunt, was die Landesprogramme da geliefert haben. Das kriegen wir hier nur nicht so mit, weil es halt Regionalprogramm ist. Wir haben eine Auflistung gemacht, was da alles über Rechtsradikale lief? Wir nehmen vieles nur nicht wahr, was da gemacht wird."

Zum ersten Mal spielen Fernsehen, Hörfunk und Online Hand in Hand, lernen voneinander: Die TV-Macher erfahren die Selbstverständlichkeit, dass ein Fernseh-O-Ton im Hörfunk nicht unbedingt sendefähig ist. Und die Onliner stellen fürs Web klar: Alles kann rein, aber nie länger als fünf Minuten.

Jede Menge juristischer Probleme müssen geklärt werden: Was darf auf die Seite (http://www.ndr.de/regional/rechtsextremismus179.html) gestellt werden? Was ist mit dem Drei-Stufen-Plan für die Mediathek, mit der Verweildauer von alten und neuen Beiträgen auf der NDR-Internetseite? Was mit gedrehtem, aber (noch) nicht gesendetem Material? Welche Persönlichkeits- und Senderechte sind bei Archivstücken zu beachten? Gerade im NDR-Archiv liegt ein wahrer Schatz, der wieder zugänglich gemacht werden soll. Aktuelle Beiträge werden mit Archivmaterial ergänzt, Entwicklungen aufgezeigt und rechte Strömungen ebenso wie Gegenaktivitäten eingeordnet.

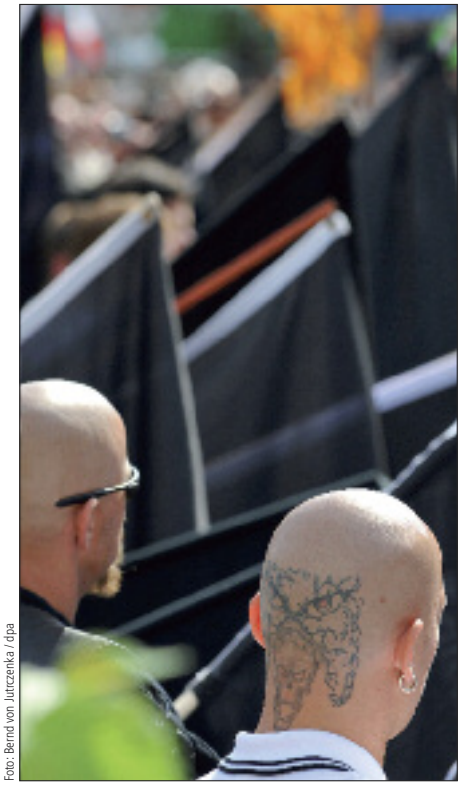


Foto: Bernd von Jutrczenka / dpa

Rechtsradikale Gewalt, Hintergrund und Gegenwehr. Dokumentiert und analysiert im NDR-Projekt „Der Norden schaut hin – Die rechte Szene in Norddeutschland"

Haberbusch: „Es war noch nie der Fall, dass sich so viele Akteure beteiligt haben. Alle Landesfunkhäuser, das Zentralprogramm, der Hörfunk, die Onliner. Von daher ist es schon ein Riesenprojekt mit dem ehrgeizigen Ziel, zu reportieren, zu dokumentieren, was da los ist. Abseits von NSU und aktuellen Schlagzeilen." Und auch abseits der eingefahrenen NDR-Strukturen. Ein festes Projektteam mit Vertretern der Landesfunkhäuser wurde gebildet. Dazu kommen Mitglieder aus Redaktionen aller Bereiche, 18 Festangestellte, die sich regelmäßig treffen. Im Netz wurde ein Laufwerk eingerichtet, zu dem sie Zugriff haben. Dort findet die Kommunikation statt. Etwa 25 freie Autorinnen und Autoren arbeiten mit.

Abseits der Aktualität wird für das Sendegebiet dokumentiert, worüber sich die Öffentlichkeit nur noch in Ausnahmefällen medial aufregt. Haberbusch: „Ein banales Beispiel: Es gibt die Finanziers der NPD. Wir fragen die, warum sie die NPD finanziell unterstützen. Ganz banal. Dann ist für andere Organisationen bekannt, wer die Hintermänner sind. Wir versuchen, mit denen in Kontakt zu kommen, sie bei ihren Aktivitäten zu filmen. Das stellen wir online und verorten das zu der Region. Gleichzeitig wird eine Liste und eine Landkarte rechtsradikaler Gewalt erarbeitet."

Es ist ein Projekt des gesamten NDR. Extra freigestellt wurde niemand. Aber der Sender steht dahinter. Haberbusch, früher Leiter von Panorama: „Am Anfang, als ich die Idee hatte, war die Euphorie groß. Und diese Euphorie, diese Motivation müssen wir halten."

Wulf Beleites ■

Gegen eine Zusammenlegung

Offener Brief der Betriebsräte des Deutschen Rundfunkarchivs an die Intendanten der ARD

Die Intendanten der ARD haben vor zwei Jahren für ihre Gemeinschaftseinrichtungen ein Sparziel von 15 % bis zum Jahr 2020 vorgegeben.

Betroffen davon ist auch die Stiftung Deutsches Rundfunkarchiv (DRA). Trotz Erfüllung dieses Sparziels erhielten Vertreter der DRA-Stifter den Auftrag, die Aufgaben und weitere Einsparungspotenziale des Rundfunkarchivs zu prüfen.

Zwischenzeitlich war sogar von Auflösung der Einrichtung die Rede. Zwar haben sich die Intendanten mittlerweile für den Erhalt des DRA ausgesprochen, jedoch steht jetzt eine mögliche Zusammenlegung der beiden Standorte Frankfurt am Main und Potsdam-Babelsberg zur Diskussion.

Am 25. Juni (nach Drucklegung der M) wollen die Intendanten auf der Verwaltungsratssitzung des DRA darüber entscheiden. Die Betriebsräte beider Standorte und der Gesamtbetriebsrat stellen sich vehement gegen eine Zusammenlegung der Standorte und haben sich in einem Offenen Brief an die Intendanten der ARD gewandt und ihre Standpunkte hierzu dargelegt:

- **Zukunft des Deutschen Rundfunkarchivs (DRA)**
- **Zwei Standorte auch künftig betriebswirtschaftlich und unternehmerisch sinnvoll**
- **Zusammenlegung schafft soziale Unverträglichkeiten ohne Not!**

Auf den Offenen Brief der DRA-Betriebsräte hat die ARD-Vorsitzende Monika Piel geantwortet. Beide Briefe sowie aktuelle Informationen sind auf der ver.di-Seite http://medien-kunst-industrie-hessen.verdi.de/nachrichten_allgemein/dra dokumentiert und können dort abgerufen werden.

Sehr geehrten Damen und Herren,
nach insgesamt zweijähriger interner Prüfung durch die DRA-Prüfgruppe steht nunmehr die Entscheidung zur Zukunft des DRA unmittelbar bevor. Der Gesamtbetriebsrat (GBR) nimmt dies zum Anlass, hierzu seine Position, die nicht nur sozialpolitisch motiviert ist, sondern auch die Interessen des Unternehmens im Auge hat, noch einmal ausdrücklich und zusammenfassend darzustellen:

1. Die Untersuchung durch die DRA-Prüfgruppe hat ergeben, dass sich die Profile / Kompetenzen / Aufgaben der heutigen Standorte Frankfurt a.M. und Babelsberg deutlich unterscheiden.
Die Standorte sind nicht miteinander vergleichbar. Es bestehen definitiv keine Doppelstrukturen.
Eine Zusammenlegung an einem Standort schafft daher keine wirtschaftlich bedeutsamen Synergien.

2. Im Gegenteil: Die Zusammenlegung der heutigen Standorte führt zu Kosten in erheblichem Umfang:
- Personalkosten für Mitarbeiter, die das tarifliche Übergangsgeld in Anspruch nehmen werden (75 % des Bruttoentgelts bis zum Renteneintritt, je nach Standort 17 bzw. 25 MA, insgesamt ca 1 Mio € Übergangsgeld / Jahr für bis 15 Jahre) am Standort Frankfurt), sowie die Personalkosten für die Ersatzmitarbeiter (insgesamt ca. 1,2 Mio € / Jahr für die Dauer von bis zu 15 Jahren). Das führt zugleich zu einem Wegfall von Expertenwissen / Know How in großem Umfang.
- Sozialplankosten (Abfindungen für den Verlust des Arbeitsplatzes, Umzugskosten, doppelte Haushaltsführungskosten, Reisekosten für Wochenendpendler etc.) bis zu ca. 850 T€ nach arbeitgeberseitiger Schätzung
- Kosten für die Verlagerung der Betriebsstätte (nach Schätzung des Unternehmens ca. 300 T€)
- Bauliche Maßnahmen zur Neueinrichtung von Archiven, Magazinräumen, Büroräumen etc.
- Kosten für die Migration der Infrastruktur (IT-Systeme, Archivsysteme etc.)

3. Ein Verschlankung der Organisationsstrukturen des DRA (insb. eine Reduktion der Abteilungen) – wie von der Prüfgruppe vorgeschlagen – und hieraus resultierende Kosteneffekte als Folge des Abbaus von Führungskräften (500 T€ / Jahr ab 2018) ist auch bei einer Zwei-Standort-Lösung möglich und wird vom GBR mitgetragen. Dies gilt umso mehr, als das DRA seine Sparvorgaben mit dem Konzept DRA 2020 mehr als vorbildlich erfüllt hat.

4. Der GBR ist nicht aus grundsätzlichen Erwägungen gegen jede Veränderung des heutigen Status Quo. Eine räumliche Verlagerung von Betriebsstätten kommt aus Sicht des GBR jedoch nicht vor dem Abschluss der bereits begonnenen Digitalisierung in Frage. Der erste Meilenstein ist erst ab dem Jahr 2025 geplant. Deshalb ist aus heutiger Sicht eine definitive Entscheidung völlig verfrüht und nicht opportun.

5. Vor dem dargestellten Hintergrund ist die Standortentscheidung in erster Linie eine politische Entscheidung. Überzeugende Sachgründe und durchschlagende Argumente für eine Zusammenlegung der Standorte sind nach Auffassung des GBR nicht erkennbar. Die Zukunft des DRA und der heutigen Standorte ist aber viel zu wichtig, als dass sie einer überwiegend politisch und nicht an Sachgründen orientierten Entscheidung geopfert werden darf.

6. Der GBR wird sich mit allen ihm zur Verfügung stehenden politischen und (arbeits)rechtlichen Mitteln gegen eine Zusammenlegung zum jetzigen Zeitpunkt zur Wehr setzen. Wir sagen allen Kolleginnen und Kollegen zu, dass dabei die Sicherung Ihrer Arbeitsplätze und die Vermeidung von Nachteilen jeder Art stets im Vordergrund stehen werden.

Frankfurt am Main, Babelsberg, 25. Mai 2012

Wolfgang Herschbach
Betriebsratsvorsitzender Frankfurt a.M.
Gesamtbetriebsrat

Alexandra Luther
Betriebsratsvorsitzende Babelsberg

Abb: shooarts / Fotolia.com

Digital ist top

Baden-Württemberg startet in ein neues Radiozeitalter

Seit einigen Monaten läuft der entscheidende Countdown für deutsche Radiosender: Entweder sie schaffen auf eigenem Sendernetz den Sprung aus der analogen in die digitale Welt, oder sie müssen sich für die künftige Verbreitung mit einer Gastrolle bei anderen Digital-Übertragungswegen begnügen. Denn: Nach dem jahrzehntelangen Scheitern von DAB gibt's nun mit DAB+ die letzte Chance. In Baden-Württemberg startet das Digitalradio neu durch.

Erst ein Bericht zum Baustammziehen, dann Jennifer Rush mit „Flames of Paradise" und schließlich ein Gewinnspiel. Der selbsternannte Feriensender „Schwarzwald Radio" aus dem Kinzigtal ist eines der ungewöhnlichsten Lokalradiokonzepte der Republik – und seit einigen Wochen zum Landessender aufgestiegen. Bislang konnten nur Einheimische und Touristen die Welle hören, auf UKW 93,0. Jetzt ist die Welle in weiten Teilen Südwestdeutschlands empfangbar – per DAB+. In Baden-Württemberg, traf sich Radio-Schwarzwald-Chef Markus Knoll zum Start im Mai mit Kollegen aus dem ganzen Bundesland auf dem Stuttgarter Fernsehturm. Digital ist top, das war die Botschaft. Oder wie der SWR-Hörfunkdirektor Bernhard Hermann an dem Tag kommentierte: „Mit dem Digitalradio starten wir in ein neues Radiozeitalter mit einem großem Schub bei Qualität und Bedienkomfort. „ Große Worte – man könnte beinahe vergessen, dass es bereits der zweite Versuch ist, ein neues digitales Radiozeitalter zu beginnen.

Der erste Versuch, der nur DAB hieß – ohne das Plus –, ist in den vergangenen Jahren grandios gescheitert. Es gab kaum Sender. Die Geräte waren weit teurer als analoge UKW-Radios, nur einige hunderttausend verkauften sich in Deutschland. Wer sich dennoch eine digitale Kiste anschaffte, der hatte oft keinen Empfang aufgrund des schwachen Signals, das von wenigen Masten abstrahlte. All das soll nun behoben sein. Technisch hat sich zwar nicht besonders viel getan; vor allem die sogenannte Codierung des Tonmaterials ist noch sparsamer geworden. Deutschlandradiochef Willi Steil jubelt dennoch über das neue Digitalradio: „Es ist energieschonender und es ist für uns kostengünstiger." Und DAB+ sei auch störungsfreier als die Vorgängerversion. Knoll mit seinem „Schwarzwald Radio" kennt wie alle Radiomacher die Kritik am alten DAB-Standard, er glaubt dennoch an einen Erfolg bei der Neuauflage: „Es gibt bereits mehr Auswahl bei den Endgeräten." Tatsächlich kann der Kunde etwa beim Technikversender Conrad zwischen einigen Dutzend verschiedenen Digitalradios wählen. Zudem säßen nun private und öffentlich-rechtliche Sender an einem Tisch, um über Marketingarbeit zu sprechen, sagt Knoll.

Diese Runde ist die Folge einer interessanten Zwangslage und Interessenkonstellation: Die KEF, die Kommission zur Ermittlung des Finanzbedarfs der Rundfunkanstalten, hatte das Projekt DAB vor einigen Jahren für gescheitert erklärt: „Die Kommission kommt zu dem Schluss, dass eine Fortführung der DAB-Finanzierung nicht in Frage kommt", hieß es in einem Bericht zur Verwendung der GEZ-Gelder. Die Rundfunk-Schatzmeister verwiesen darauf, dass mittlerweile Internetradios, Satellitenradios, MP3-Player und Podcasts die Audio-Welt verändert hätten. Geld gebe es nur noch, wenn sich Öffentlich-rechtliche, private Hörfunksender und der Netzbetreiber Media Broadcast über gemeinsame Ausstrahlungen einigen könnten. Doch Media Broadcast und die Privatradios stritten ohne Ergebnis über die Finanzierung. Ausgerechnet ein Technologieunternehmen – „Frontier Silicon" aus London, eigenen Angaben zufolge führend bei Chips für Digitalradios – musste in Deutschland in die Bresche springen. Der Deal: Vier Jahre lang machen die Radios Werbung für Frontier. Der Chiphersteller finanziert im Gegenzug die Verbreitungstechnik in Deutschland mit. Und rettet damit den Neustart von Digitalradio. Auch die KEF gab nach der Einigung Gelder im zweistelligen Millionenbereich frei.

Umstiegswillige Hörer gesucht. Seitdem forcieren viele Hörfunkveranstalter das Digitale, obwohl UKW mit 250 Millionen Geräten sehr gut verbreitet ist. Für Knoll und sein Funkhaus hat der neue Digitalstandard den Vorteil: Der Radiomacher kann auf einen Schlag mehr Menschen erreichen, zumindest theoretisch. Bei „Schwarzwald Radio" ist auch der Tourismusverband engagiert; der Sender soll Werbung für den Standort machen. Und dafür fallen im Moment beim neuen Verbreitungsweg vergleichsweise überschaubare Einspeisungsgebühren an: Etwa 60.000 Euro kostet das Versenden über DAB+ im Südwesten. Für das Übertragen eines Radiosignals über analoges UKW muss Knoll dagegen 300.000 Euro überweisen – nur um die Menschen im Landkreis zu erreichen.

Ab 2014 sollen die Werbeeinnahmen die Einspeisegebühr und den Moderator finanzieren, hofft er. Auf den „Handel" komme es dabei an, der müsse den Verkauf mit günstigen Geräten noch mehr pushen. Dort allerdings argumentiert man andersherum: DAB+Geräte seien „flächendeckend" verfügbar, heißt es von der gemeinsamen Pressestelle der Elektronikketten Media Markt und Saturn. Mit dem Kundenzuspruch ist man allerdings nur „zufrieden". Aus Sicht des Konzerns ist klar, woran die ausbaufähige Begeisterung liegt: „Das Senderangebot auf DAB+ ist noch relativ überschaubar." Vor allem fehlen aber umstiegswillige Hörer und damit Reichweite.

Max Hägler ■

Gemeinsam on Air

Mit sechs Programmen des Südwestrundfunks und drei privaten Hörfunkprogrammen startet das Digitalradio in Baden-Württemberg neu durch. Mit weiteren 13 nationalen Angeboten, die seit vergangenem Herbst ausgestrahlt werden, können jetzt mehr als 20 digitale Radiosender im Land empfangen werden. Empfangskarten, Programme und mehr: www.digitalradio.de

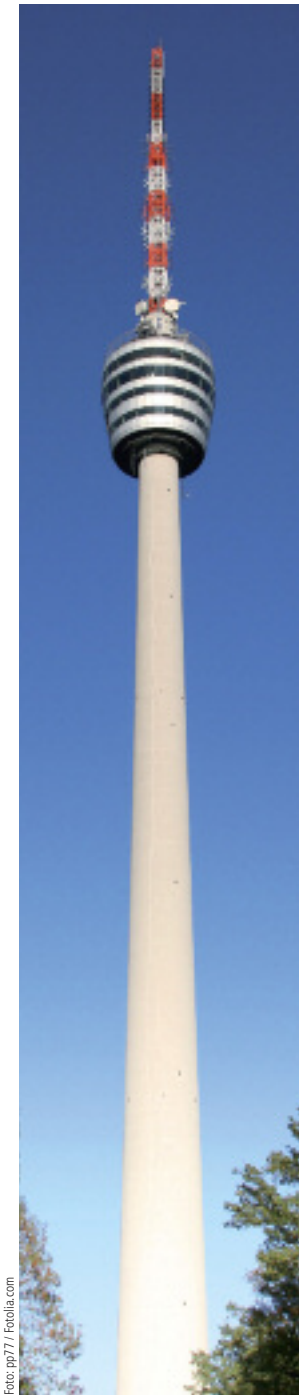


Foto: pp77 / Fotolia.com

Der Stuttgarter Fernsehturm mit einer Höhe von 216,61 Meter strahlt UKW, DAB und DAB+ aus

Merkels Termine bleiben tabu

Beim Informationszugang wird gemauert und es dauert

Die Informationsfreiheit war auch im Frühjahr wieder Thema in den Medien. Aus aktuellem Anlass: Das Oberverwaltungsgericht Berlin-Brandenburg hatte am 20. März 2012 entschieden, dass die Bundesregierung die Gästeliste für das Geburtstagsessen von Deutsche-Bank-Chef Ackermann herausgeben muss. Auslöser war eine Anfrage nach dem Informationsfreiheitsgesetz (IFG) von Juli 2009 zu Merkels Einladung ins Bundeskanzleramt im April 2008. Der Fall ist exemplarisch dafür, wie es um die seit dem 1. Januar 2006 neu gewonnene Informationsfreiheit in diesem Land steht. Es wird gemauert und es dauert. Auch spielt sie als Mittel der Recherche für Journalisten nur ausnahmsweise eine Rolle.

Im Kanzleramtsfall gingen Anfrage und Klage von Verbraucherschützer Thilo Bode, Gründer und Chef von Foodwatch, und der Berliner Rechtsanwältin Katja Pink aus, die mit Blick auf die Bankenkrise und eventuelle Verflechtungen von Wirtschaft und Politik Details zu Planung und Kosten des Abendessens erfahren wollten.

Die Medien von *Spiegel* bis zur *Bild*-Zeitung hatten den Empfang des Chefbankers und 30 Freunden aus Politik, Wirtschaft, Unterhaltung und Sport zu einem Abendessen im Bundeskanzleramt nur genüsslich goutiert, ohne nachzufragen, wer denn die Zeche für wen, in welcher Höhe und warum eigentlich gezahlt hat.

Das änderte sich erst schlagartig nach einem Bericht des ARD-Magazins Report über ein Jahr später, im August 2009. Die Medien überschlugen sich quasi in der Berichterstattung und auch der Haushaltsausschuss des Bundestags nahm sich des Themas an.

Übrigens wurde nun auch die Gästeliste recherchiert. Ob die Veröffentlichung vollständig ist, bleibt allerdings bis heute unklar. Bode und Pink erhielten im November 2009 jeweils nur teilweise geschwärzte Kopien der Gästelisten und gegen ein Urteil des Verwaltungsgerichts Berlin vom 7. April 2011 (Az.: VG 2 K 39.10), dass das Kanzleramt die Gästeliste komplett offenlegen müsste, ging die Bundesregierung in die Berufung. Auch nachdem das Oberverwaltungsgericht (OVG) diese Entscheidung am 20. März 2012 (Az.: OVG 12 B 27.11) bestätigt hat und eine Revision gegen das Berufungsurteil nicht zuließ, will das Kanzleramt erst einmal prüfen, ob es Beschwerde gegen die Nichtzulassung der Revision einlegen wird.

Abgelehnt hat das OVG – wie schon das VG Berlin – allerdings die verlangte Einsicht in den Terminkalender der Bundeskanzlerin für den fraglichen Zeitraum vor und nach der Ackermann-Party. Zwar handele es sich bei den Eintragungen von dienstlichen Terminen im Kalender um amtliche Informationen im Sinne des Gesetzes, doch stehe dem Informationszugang ein gesetzlicher Ausschlussgrund entgegen. Die Offenlegung des Terminkalenders könne nachteilige Auswirkungen auf die innere Sicherheit, insbesondere die Sicherheit der Bundeskanzlerin, haben.

Für den Bundesbeauftragten Peter Schaar stand dieser Fall dennoch an erster Stelle, als er am 24. April seinen Tätigkeitsbericht zur Informationsfreiheit für die Jahre 2010 und 2011 vorlegte. Untermauert die OVG-Entscheidung doch Schaars Feststellung: „Insbesondere die Rechtsprechung hat in den letzten zwei Jahren wichtige Beiträge für eine breitere Anwendung des Informationsfreiheitsgesetzes geleistet."

Regierungstätigkeit kein Tabu. Die bedeutendste Entscheidung für die Informationsfreiheit fällte das Bundesverwaltungsgericht in zwei Urteilen vom 3. November 2011 (Az.: BVerwG 7 C 3.11 und 4.11). Die obersten Richter in Leipzig urteilten, dass auch Informationen über die Regierungstätigkeit grundsätzlich herausgegeben werden müssen. Konkret ging es um hausinterne Unterlagen des Bundesjustizministeriums zu einem Gesetzgebungsverfahren sowie um Stellungnahmen gegenüber dem Petitionsausschuss. „Das Gericht hat damit der Verwaltung beim Erfinden von Verweigerungsgründen einen Riegel vorgeschoben", bewertet Schaar dies.

Zwar gewähren die Bundesbehörden in der überwiegenden Zahl bei IFG-Anfragen den Informationszugang wie beantragt oder zumindest teilweise, doch über die Jahre wurde in rund 20 Prozent aller Fälle der Zugang auch abgelehnt. 2011 war die Zahl der Ablehnungen nach der vom Innenministerium geführten IFG-Statistik mit 904 besonders hoch. Das hat aber wohl nicht nur mit der mehr als verdoppelten Anzahl der Anfragen (3.280 gegenüber 1.557 in 2010) zu tun, sondern mit zwei in der Sache gleichlautenden Massenanfragen, wie *heise online* berichtet. So ist auch die Zahl von 681 Widersprüchen von Antragstellern (2010: 164) und 404 neuen gerichtlichen Klagen, davon 424 noch anhängig (2010: 56 neue, 80 insgesamt noch anhängig), deutlich höher als in allen Jahren zuvor.

Behörden mauern weiter. Ein weiteres positives Urteil, das Peter Schaar als Beispiel anführt, ist die Entscheidung des VG Berlin zum Deutschen Bundestag vom 1. Dezember 2011 (Az.: VG 2 K 91.11). Dieser hatte den Zugang zu einem Gutachten seines wissenschaftlichen Dienstes mit der Begründung abgelehnt, dass die Veröffentlichung in die Wahrnehmung der verfassungsrechtlichen Aufgaben eingreifen würde. Das Verwaltungsgericht war dieser Argumentation nicht gefolgt und hatte den Informationszugang bestätigt. Allerdings hat der Bundestag gegen diese Entscheidung Berufung eingelegt und weitere Anträge zu Gutachten abgelehnt.

Informationsfreiheit: Hilfen für Anfragen

dju-Broschüre
„Informationsfreiheit – IFG, Auskunftsrechte und Recherche":
die zwölfseitige Infoschrift gibt es in den dju-Geschäftsstellen und im Download als pdf-Datei – wie die anderen Hefte der Reihe „journalismus konkret" – unter:
http://dju.verdi.de/service/publikationen/konkret

Frag den Staat:
diese Website veröffentlicht Anfragen nach den Informationsgesetzen und hilft, selber Anfragen an den Staat zu stellen:
http://fragdenstaat.de

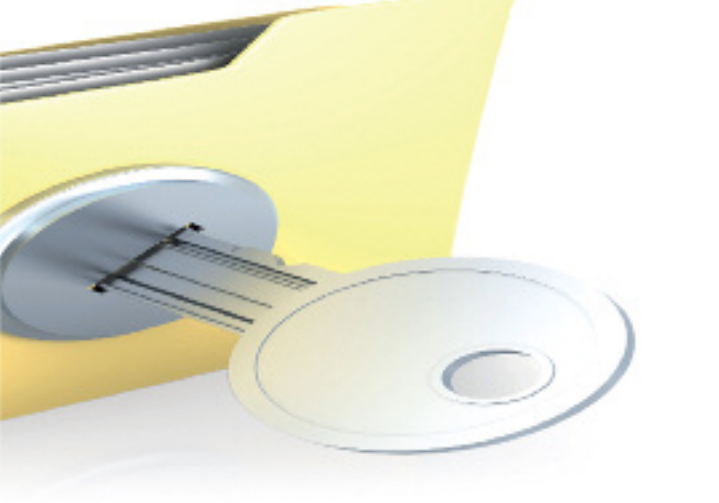


Abb (M): Spectral-Design / Fotolia.com

Das ist überhaupt keine Ausnahme. In den weiteren herausragenden Fällen, die Schaar bei der Vorlage seines Tätigkeitsberichts für die vergangenen beiden Jahre anführte, wurde der Informationszugang ganz oder überwiegend verweigert – der Zugang zum Mustervertrag für Vorstände der Bundesbank ebenso wie das Sicherheitskonzept der längst ad acta gelegten Münchner Transrapid-Flughafenverbindung durch das Eisenbahnbundesamt (2007 beantragt) und Informationen über sogenannte Anwendungsbeobachtungen von Arzneimitteln durch die Kassenärztliche Bundesvereinigung.

Gegen die sprach der Bundesbeauftragte in einem anderen Fall sogar wegen eines besonders schwerwiegender Verstoßes gegen das Informationsfreiheitsgesetz eine formelle Beanstandung aus, eine zweite im Berichtszeitraum gegenüber dem Bundesministerium des Innern. Dabei ging es um die Korruptionsprävention beim BMI. Angedroht hatte er eine Beanstandung gegenüber der Arbeitsagentur Hamburg. Das sorgte immerhin 18 Monate nach Antragstellung für den beantragten Zugang zu ihrem Organigramm sowie der Namensliste der Mitglieder des Verwaltungsausschusses (soweit die Betroffenen zugestimmt hatten).

Einheitliche Gesetzesregelung. Angesichts des restriktiven Umgangs mit dem Informationsanspruch forderte Schaar die Bundesregierung erneut auf, „den Informationszugang zu erleichtern, indem die auf verschiedene Gesetze aufgeteilten Regelungen einheitlich gestaltet und erweitert werden“. Eine Stärkung des Rechts auf Zugang zu öffentlichen Dokumenten erhofft er sich von der laufenden, durch den Bundestag angestoßenen Evaluation des Informationsfreiheitsgesetzes.

Bereits im Vorjahr hatte Schaar sich für ein Grundrecht auf Informationsfreiheit ausgesprochen. Dann müsse das öffentliche Interesse an Akteneinsicht mit anderen Grundrechten wie dem auf Eigentum abgewogen werden. Denn bisher schützt das IFG Betriebs- und Geschäftsgeheimnisse absolut. Einen Gesetzentwurf für eine entsprechende Ergänzung des Grundgesetzes haben die Grünen im Mai in den Bundestag eingebracht.

Rüdiger Lühr ■

★★★★★★★

Auskunftspflicht für GmbH

Die Berlin Partner GmbH muss einem *taz*-Journalisten Auskunft über eingeworbene Sponsorengelder für ein Hoffest des Regierenden Bürgermeisters geben. Nach einer Entscheidung des Verwaltungsgerichts Berlin vom 22. Mai 2012 (Az.: VG 27 K 6.09) ist die GmbH Behörde im Sinne des Presserechts, weil sie von der öffentlichen Hand beherrscht werde. Bei den insgesamt 55 Prozent der Anteile im öffentlichen Eigentum müssten auch die Anteile der Berliner Handwerks- sowie der Industrie- und Handelskammer berücksichtigt werden. **lü** ■

Anzeige

pensionskasse rundfunk

Foto: webphotographeer | iStockphoto

Ihre Altersversorgung mit Weitblick.

Maßgeschneidert für Sie als freien Mitarbeiter.

Weitere Informationen unter:
www.pk-rundfunk.de/mmm

Gebremste Offensive

Essener WAZ-Mediengruppe baut erneut Redaktionen um

Nach der mehrheitlichen Übernahme der WAZ-Mediengruppe durch Petra Grotkamp Ende Januar 2012 ging ein spürbares Aufatmen durch die Redaktionen der vier NRW-Zeitungstitel der Gruppe. Mit der Familie Grotkamp verband sich die Hoffnung auf klare Ansagen aus der Geschäftsführung und die gradlinige Umsetzung eines Kurses. Nur knapp vier Monate später mehren sich die Fragezeichen, wohin es gehen soll.

Vordergründig scheint klar zu sein: Die Ressourcen sollen zurück ins Lokale. Den Anstoß gab Verlagsgeschäftsführer Manfred Braun. Details sind kaum bekannt. „Wir planen eine Lokaloffensive, die den Wünschen unserer Leserinnen und Leser entspricht", lässt er via Pressestelle verlauten. Alle Maßnahmen dafür würden mit den Redaktionen unter Beibehaltung des Personalstandes umgesetzt. Alles Weitere sei momentan Inhalt der Gespräche mit den Betriebsräten. Darüber werde keine Auskunft gegeben.

Jedoch, so viel scheint sicher: Auch in der Ära Grotkamp wird es keine Neueinstellungen in den ausgedünnten Lokalredaktionen geben. Deshalb gibt es das recht mühsame und zeitraubende Verfahren der Stellenausschreibung, bei dem sich jeder intern bewerben kann. Von ca. 70 Stellen ist die Rede. So soll das Redaktionspersonal ermuntert werden, sich wieder zurück ins Lokale zu bewerben – all jene, die vor drei oder vier Jahren zum Essener Contentdesk, den Regiodesks oder in die Titelredaktionen versetzt worden waren. Nach allem was aus dem Hause WAZ zu hören ist, fallen die Reaktionen der Betroffenen recht unterschiedlich aus. Ein Teil scheint bereit zu sein, das hohe Tempo mitzugehen, das von der WAZ-Geschäftsführung bei der Umsetzung der Lokaloffensive angestrebt wird. Viele wollen nur noch wissen, woran sie zukünftig sind. Die Beschäftigten an den Desks und in den Titelredaktionen erwarten eine noch stärkere Belastung und fürchten um ihre Titelidentität. Dabei sind sich die Beteiligten einig, dass das Ziel richtig ist. Als unstrittig gilt, dass nur mit inhaltlich und personell wieder aufgewerteten Lokalteilen der rapide über dem Branchendurchschnitt liegende Auflagenverlust der Titel *Westdeutsche Allgemeine Zeitung, Neue Ruhr / Neue Rhein Zeitung, Westfälische Rundschau* und *Westfalenpost* gestoppt werden kann.

Künftig im Fotopool. Schon mit dem Start der Offensive hat die Geschäftsführung allerdings einiges an Kredit und Vertrauen in der Belegschaft verspielt. So bekamen die zehn Fotografen der *Westfälischen Rundschau* Ende März mitgeteilt, dass sie zukünftig – um Platz zu schaffen für die neuen Kollegen – nicht mehr bei „ihrer Rundschau" sondern beim WAZ-Fotopool in Essen beschäftigt werden sollen. Auch wenn deren Rechte nach § 613 a BGB weitgehend gewahrt bleiben, sie nicht in Essen arbeiten müssen und überwiegend ihre Einsatzgebiete behalten werden, hat die Versetzung an die tarifungebundene WAZ New Media Sorgen geschürt. Wer weiß, was als Nächstes kommt?

Foto: Jakob Studnar / WAZ FotoPool dpa

Manfred Braun, Verlagsgeschäftsführer

Als dann Anfang Mai noch die Nachricht die Runde machte, dass die sehr erfolgreich arbeitende Redaktion der *Siegener Rundschau* geschlossen werden sollte, erlebte der Protestblog medienmoral-nrw.de höchst lebendige Zeiten. Gerade erst war den Siegenern ein Zuwachs von zwei Stellen zugesichert worden. Rasch bekam die lokale Offensive das Etikett der „Mogelpackung" verpasst. Unterdessen hat die Geschäftsführung nach einem Protestschreiben des Betriebsrats der *Rundschau* klargestellt, dass Siegen zukünftig von einer Gemeinschaftsredaktion von *Westfalenpost* und *Westfälischer Rundschau* betreut wird. Allerdings nun unter Verantwortung der *Westfalenpost*. Keinesfalls, so Braun in einem Schreiben an den Betriebsrat, drohe der *Rundschau* das Aus. Im Gegenteil: beide Titel sollten im Wettbewerb mit dem Marktführer *Siegener Zeitung* gestärkt werden.

Kritische Beobachter der WAZ-Mediengruppe wie Horst Röper vom Dortmunder Formatt-Institut glauben zwar, dass „die Entscheidung für das Lokale auch als Rolle rückwärts richtig ist. Wenn der Ankündigung der Offensive aber erst mal nichts folgt, scheint der Elan schon wieder erloschen". Und die Entscheidungen der Geschäftsführung bezüglich der Redaktion in Siegen zeigten „allenfalls wie es um die Halbwertzeit von Entscheidungen in der WAZ-Zentrale bestellt ist", so Röper.

Online Rolle rückwärts. Auch beim Onlineauftritt der WAZ-Mediengruppe gibt es eine Rolle rückwärts. Nachdem 2007 mit viel Pomp und Gloria und der neuen Chefredakteurin Katharina Borchert *derwesten.de* als gemeinsame Dachmarke der vier Zeitungstitel online ging, gibt es nun eine Rückkehr zu den vier „alten" – sprich lokalen – Marken, die gestärkt werden sollen.

An Geld für Neuerwerbungen und Neueinstellungen fürs Führungspersonal scheint es weiter nicht zu mangeln. Beim Kartellamt beantragte die WAZ-Gruppe gerade die Übernahme der zweimal wöchentlich erscheinenden Sportzeitung *Reviersport*. Zur Entlastung von Verlagsgeschäftsführer Manfred Braun rückt zusätzlich Karin Hilbert, die 2001 von Springer zur WAZ gewechselt war, in die neu geschaffene Position Verlagsgeschäftsführerin Anzeigen auf. Unterstützung bekommt Braun zudem ab 1. August von Frank Fligge, bis dahin stellvertretender Chefredakteur der *Westfälischen Rundschau*. Er soll „titelübergreifend an der Qualitätssicherung und -entwicklung der lokalen Berichterstattung" arbeiten und an der Konzeptionierung neuer Printprodukte mitwirken.

Für den Bereich Finanzen wird von einer finanzstarken Immobilientochter der Metro Thomas Ziegler geholt. Dieser wird neben Christian Nienhaus und Braun zukünftig als „Chief Financial Officer" in der Gruppengeschäftsführung firmieren. Die Belegschaft hofft einstweilen darauf, dass die Erkenntnis greift, „dass man nicht noch mehr Häuptlinge, sondern auch Indianer braucht".

Frank Biermann ■

Stress in der Thüringer Allgemeinen

Redakteure beschweren sich mit einem Brief bei ihrem Chefredakteur

Die meisten Leser der *Thüringer Allgemeinen (TA)* wissen nichts von dem Konflikt, der hinter den Kulissen schwelt: 75 der 130 Redakteure fordern in einem Brief an den Chefredakteur mehr Respekt, bessere Arbeitsbedingungen und eine Korrektur bei der Ausrichtung der Zeitung.

Die Unzufriedenheit in der *TA*-Redaktion begann vor mehr als zwei Jahren: Im November 2009 löste der WAZ-Konzern, zu dem die *TA* gehört, den langjährigen Chefredakteur Sergej Lochthofen ab und setzte der Belegschaft Paul-Josef Raue vor die Nase. Raue hat radikal umgebaut: einen Thüringen-Tisch für die 14 Lokalredaktionen eingeführt und einen Nachrichten-Tisch für den überregionalen Mantelteil, die Mantelressorts für Politik und Unterhaltung aufgelöst, Blattmacher und Reporter getrennt und die tägliche Redaktionskonferenz in der bisherigen Form abgeschafft. Die Folgen für die Redaktion waren gravierend. Vor allem Jüngere haben gekündigt, ihre Stellen wurden nicht neu vergeben. Einige Lokalredaktionen sind inzwischen chronisch unterbesetzt. Von „stetigem Personalrückgang“ schreiben die Verfasser, „wachsender Arbeitsbelastung in Lokalredaktionen und an den Produktionstischen“ und Themen, die nur aufgrund des Engagements Einzelner ins Blatt finden. Die Chefs der Produktionstische müssten die Lücken schließen, „unzureichend geregelte Zuständigkeiten“ abfangen und zudem Blattproduktion, Qualitätssicherung, Personalplanung und Terminmanagement sicherstellen.

Abb: Zeitungsgruppe Thüringen GmbH & Co. KG

Die Zeitung sei nicht besser geworden. Die Autoren beklagen Relevanz- und Brisanzverlust sowie die Zunahme von Agenturbeiträgen und fordern „bei einer noch stärkeren Gewichtung auf das Lokale“ den „überregionalen Anspruch einer wichtigen Stimme in Ostdeutschland“ wieder herzustellen. Raue hat die *TA* strikt auf Regionales fokussiert. „Ich glaube, grundsätzlich kann eine solche Ausrichtung gut funktionieren“, sagt Steffi Dobmeier, bis 2011 Politik-Redakteurin bei der *TA*, heute Chefin vom Dienst bei der *taz*. Dobmeier fürchtete damals, die *TA* würde zu stark ins Provinzielle rutschen, und kündigte. Wenn sie die Zeitung heute betrachte, seien ihre Befürchtungen wahr geworden, sagt sie.

Raue gelingt es zudem nicht, die Mitarbeiter zu motivieren. Die 75 Redakteure kritisieren seine „Glaskasten-Mentalität“, mit der er „demonstrativ“ „die Kompetenz und Kreativität seiner Mitarbeiter geringschätzt“. Das Betriebsklima sei auf einen „bisher unerreichten Tiefpunkt“ gesunken. Immerhin laufen inzwischen Gespräche zwischen Redaktion und Chefetage. Der Betriebsrat hat eine Arbeitsgruppe gebildet, die neue Kommunikationsmodelle finden soll. „Wir haben uns darauf verständigt, keine Statements zu geben, um den Dialog nicht zu gefährden“, erläutert Betriebsrätin und Mitunterzeichnerin Britt Mandler.

Der Chefredakteur ist gesprächiger. Nach den sehr intensiven Veränderungen der letzten Jahre finde nun in der Redaktion eine „erfreuliche Debatte“ statt, kommentiert er. Schließlich sei die Trennung zwischen Blattmachern und Reportern gerade mal ein Jahr her. In einigen Köpfen seien die Umbauten noch nicht angekommen. „Jeder Chefredakteur ist glücklich, wenn die Redaktion kommt und debattieren will.“ Er verweist stolz auf Erfolge der Zeitung, die zweimal hintereinander einen der deutschen Lokaljournalistenpreise erhalten habe.

„Im Kern sehe ich keinen Konflikt“, so auch Geschäftsführer Klaus Schrotthofer. Befürchtungen, dass der *TA* in nie gekanntem Ausmaß die Leser weglaufen, widerspricht er energisch. „Wir haben den Auflagenrückgang der vergangenen drei Jahre erheblich bremsen können“, teilt er mit, räumt jedoch ein: „Wir sind nicht zufrieden mit der Entwicklung der ersten vier Monate des Jahres.“

Anke Engelmann ■

Anzeige

Otto Brenner Stiftung

OTTO BRENNER PREIS 2012

KRITISCHER JOURNALISMUS

„Gründliche Recherche statt bestellter Wahrheiten“

Preis-Kategorien: Otto Brenner Preis (1. Preis, 2. Preis, 3. Preis)
Otto Brenner Preis „Spezial“ (Leitartikel, Kommentar, Essay)
Newcomerpreis und Medienprojektpreis
3 Recherche-Stipendien, ausgelobt in Zusammenarbeit mit netzwerk recherche e.V.

Der Otto Brenner Preis ist mit einem Preisgeld von insgesamt **47.000 Euro** dotiert

Bewerbungsformulare und Informationen zum Preis finden Sie unter: **www.otto-brenner-preis.de**

Einsendeschluss für Bewerbungen ist der 31. Juli 2012

© Foto: www.marco-urban.de

Freie im Personalrat

WDR setzt einen Meilenstein für Arbeitnehmerrechte

Alle vier Jahre wird in den öffentlich-rechtlichen Sendern ein neuer Personalrat (PR) gewählt. Für den Wahlvorstand beim WDR war diesmal alles anders. Denn erstmals hatten arbeitnehmerähnliche Freie das aktive und passive Wahlrecht. ver.di konnte bei den Wahlen Ende Mai 13 von 23 Sitzen gewinnen.

CDU-Ministerpräsident Jürgen Rüttgers hat die Mitbestimmung während seiner Regierungszeit erheblich zurückgefahren. „So nicht“ fand 2010 die frischgebackene rot-grüne Minderheitsregierung und hat die Mitbestimmung wieder nach vorne gebracht. Mit Unterstützung von ver.di und dem DGB entstand im vergangenen Jahr in Nordrhein-Westfalen ein neues Landespersonalvertretungsgesetz, das die Rechte der arbeitnehmerähnlichen Mitarbeiter und der Arbeitnehmer-Überlassungs-Kräfte (AÜG) beim WDR enorm stärkt. Der Personalrat ist nunmehr nicht mehr allein für Angestellte, sondern auch für andere Beschäftigte zuständig. Wer beim WDR den sogenannten 12a Status hat, also arbeitnehmerähnlich ist, darf jetzt als freier Mitarbeiter den Personalrat mitwählen und sogar selbst kandidieren – und das haben viele Freie auf der ver.di-Mitgliederversammlung zu Beginn des Jahres auch getan, als es um die Kandidaten für den neuen PR ging.

Der Wahlvorstand mit seinem Vorsitzenden Dirk Schuwerack

Foto: WDR / Bernd-Michael Maurer

Ergebnisse der PR-Wahl

Wahlberechtigt waren über 7.000 WDR-Mitarbeiter, davon rund 2.000 Freie. Die Wahlbeteiligung lag bei 53 Prozent. Es entfielen auf:

Liste 1 VRFF	430 Stimmen	2 Sitze
Liste 2 DOV	197 Stimmen	1 Sitz
Liste 3 Weiter so war gestern	275 Stimmen	1 Sitz
Liste 4 ver.di	1.970 Stimmen	13 Sitze
Liste 5 DJV	985 Stimmen	6 Sitze

Zum Beispiel Johannes Höflich. Er ist erfolgreicher Fernseh-Autor für „Monitor“ und die „WDR story“ und engagiert sich seit Jahren in der Freienarbeit. Er ist Mitglied in der „Kommission Freie“, in der die Gewerkschaften mit dem WDR Themen am Rande von Tarifverhandlungen diskutieren. Johannes Höflich errang Platz 8 der ver.di-Liste. Karl Horn, lichtsetzender Kameramann, hat Platz 14 erreicht und wird sich als „Nachrücker“ künftig vor allem tatkräftig für seine Kollegen in der Fernseh-Produktion einsetzen. Feature-Autor Achim Nuhr engagiert sich ebenfalls seit Jahren für Freie und ist immerhin auf Platz 25 gelandet. Das heißt, er wird über kurz oder lang als Nachrücker ebenfalls aktiv im Personlarat mitarbeiten können. Und last but not least, bin ich selbst – Anja Arp, Feature-Autorin im Hörfunk – weit vorne auf Platz vier der ver.di-Liste platziert worden. Für ver.di bin ich seit vielen Jahren Freiensprecherin und Verhandlungsführerin im WDR.

Mit rund 40 anderen Kandidaten standen wir Freien auf der ver.di-Liste und haben erstmals für den Personalrat kandidiert. Denn durch die über 1.800 sogenannten 12a Freien und die Arbeitnehmer-Überlassungs-Kräfte wurde der Personalrat aufgestockt. Bisher hatte er 21 Mitglieder, von denen 7 freigestellt waren. Nunmehr gibt es 23 Mitglieder und 10 Freistellungen, für die auch wir Freien kandidieren könnten. Johannes Höflich und ich könnten also eigentlich eine Freistellung anstreben. Doch letztlich macht das für uns als Freie wenig Sinn, denn im Zweifelsfall fängt man dann nach vier Jahren „nur“ Personalrat als freier Mitarbeiter wieder bei Adam und Eva an. Deshalb kommen bei uns wahrscheinlich nur Teilzeit-Freistellungen in Frage.

Viele neue Wähler. Mitte Mai hat der Wahlvorstand die Unterlagen für die Briefwahl an rund 7.000 Wahlberechtigte im WDR verschickt – so viele wie noch nie. Das hat einige Mühe und Aufregung bereitet, erklärt Dirk Schuwerack, Vorsitzender des Wahlvorstandes. Denn das Landespersonalvertretungsgesetz wirft erst einmal viele Fragen auf, wenn es um die konkrete Umsetzung geht. Einer der Knackpunkte ist zum Beispiel der sogenannte 12a-Status von Freien. Da ist die Sache für den Wahlvorstand allerdings eindeutig: „Das neue Personalvertretungsgesetz ist ein Landesgesetz und da der WDR die einzige Landesrundfunkanstalt in NRW ist, gilt die 12a-Definition nach dem Bestandschutz-Tarifvertrag des Senders.“ Das heißt, wer die Bedingungen nach dem Tarifvertrag erfüllt und einen Anspruch auf Urlaubsgeld beim WDR hat, darf den Personalrat mit wählen und auch für ihn kandidieren. Dafür müssen die Freien ihre Beschäftigung beim WDR in den sechs Monaten vor dem Stichtag nachweisen. Das Ganze gilt jedoch nicht für Freie, die beim WDR nur ihren Ergänzungsurlaub bekommen und ihren ersten Urlaubsantrag zum Beispiel beim Deutschlandradio oder beim SWR gestellt haben. Irritationen gab es teilweise, ob die sogenannten Ortskräfte in den Auslands-Studios mitwählen dürfen – sie dürfen, daran hat das neue Landespersonalvertretungsgesetz nichts geändert. Auch die ständige Aktualisierung des Wählerverzeichnisses hat den Wahlvorstand sehr beschäftigt. Die Fluktution ist bei diesen Beschäftigten einfach größer, als bei ihren angestellten Kollegen.

Viele begrüßen das neue Landespersonalvertretungsgesetz, weil es den tatsächlichen Beschäftigungsverhältnissen im WDR entspricht. Und die freien Mitarbeiter erhoffen sich dadurch natürlich mehr Durchsetzungskraft ihrer berechtigten Interessen. So ist in Zukunft der Personalrat auch zuständig, wenn es um die Einhaltung der Tarifverträge für Freie geht. Der alte und neue Vorsitzende des Personalrats, Heri Stratmann freut sich, „dass einige 12a Freie kandidiert haben und auch gewählt wurden. Das ist ein deutlicher Fortschritt auch für die tägliche Arbeit des Personalrates. Ich erhoffe mir dadurch frischen Wind für den Personalrat. Zum ersten Mal haben alle eine Stimme, die ihren Beitrag für das WDR-Programm leisten – egal ob angestellt oder frei!“

Anja Arp ■

Unzulässige Altersdiskriminierung

Höherer Urlaubsanspruch im öffentlich-rechtlichen Rundfunk kann jetzt beantragt werden

Altersdiskriminierung durch Besserstellung älterer Beschäftigter? Durch altersabhängige Staffelung des tariflichen Jahresurlaubs können junge Beschäftigte gegenüber älteren in unzulässiger Weise diskriminiert werden, so entschied das Bundesarbeitsgericht. Ein höherer Urlaubsanspruch Älterer lasse sich nur mit altersbedingt erhöhtem Erholungsbedarf rechtfertigen, einen solchen gebe es aber im Alter von 40 Jahren noch nicht. Da Tarifverträge stets nur Mindestansprüche der Beschäftigten festlegen, müssen bei tariflichen Urlaubsstaffeln mit Altersstufen unter oder bis 40 alle Beschäftigten altersunabhängig Urlaub entsprechend der höchsten Stufe erhalten.

Das Bundesarbeitsgericht hatte im Verfahren 9 AZR 529/10 über die Zulässigkeit der Urlaubsstaffel im öffentlichen Dienst zu entscheiden. Damals galt nach TVöD: Unter 30 Jahren sollte es nur 26 Tage Urlaub geben, ab 30 Jahren 29 Tage und erst ab Alter 40 dann 30 Tage. Dies beurteilte das Gericht als Diskriminierung der jüngeren Beschäftigten und entschied, dass allen Beschäftigten des öffentlichen Dienstes bis auf weiteres 30 Urlaubstage zu gewähren sind.

Die Tarifparteien des öffentlichen Dienstes haben sich sehr schnell auf eine Änderung des TVöD verständigt, die das Urteil des BAG hinfällig werden lässt: Sie haben die Staffelung so verändert, dass man sie nun tatsächlich mit altersbedingt erhöhtem Erholungsbedarf begründen kann, was nach allgemeiner Rechtsauffassung bei 55-Jährigen der Fall ist. Danach erhalten die Unter-30-Jährigen nun 3 Tage mehr Urlaub, während die 40-bis-54-Jährigen nun einen Tag weniger Urlaub haben.

	Unter-30-Jährige	30-bis-39-Jährige	Ab-40-Jährige	
			40 bis 54	ab 55
TVöD bisher	26	29	30	30
BAG	30	30	30	30
TVöD neu	29	29	29	30

Urlaub im öffentlich-rechtlichen Rundfunk. Alle öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten haben in ihren Manteltarifverträgen altersabhängige Urlaubsstaffeln mit Stufen bei Alter 30 bzw. 40. Damit sind auch diese Urlaubsregelungen offensichtlich altersdiskriminierend und deshalb unwirksam. Dennoch hat bisher noch keine Anstalt das Urteil des Bundesarbeitsgerichts umgesetzt.

Vielleicht liegt das aber auch ganz einfach daran, dass die betroffenen Beschäftigten bisher von ihrem nun höheren Urlaubsanspruch noch gar nichts mitbekommen haben. Deshalb hier unsere Ermunterung, den längeren Urlaub zu beantragen und zu nehmen. Wenn die Anstalt diesen Urlaubsanspruch bestreitet, muss man nicht gleich zum Gericht laufen – zunächst reicht es, den Anspruch gegenüber der Anstalt schriftlich geltend zu machen, damit er nicht im Zuge der relativ kurzen tariflichen Ausschlussfristen verfällt. Die regionalen Senderverbände in ver.di haben Musterschreiben vorbereitet, mit denen das auch ohne vorheriges Jurastudium ganz einfach geht.

Eine der Anstalten, die Deutsche Welle, ist bereits mit der Forderung aufgetreten, die neue Urlaubsstaffel des TVöD zu übernehmen. Dies ist in der Tat eine 'Forderung', denn das würde bei Rundfunkanstalten massiv sparen. Im Rundfunk gibt es keine Beamten, bis hinauf zu den Abteilungsleitern sind alle Tarifangestellte – und die einfachen Dienste wurden schon vor Jahren abgebaut bzw. ausgelagert. So sind z.B. bei der DW lediglich 69 von 1407 Angestellten unter 30 Jahre alt und könnten profitieren, während etwa die Hälfte aller Beschäftigten im Alterssegment 40 bis 55 ist und auf einen Tag Urlaub verzichten müsste.

Tarifverträge anpassen. ver.di strebt eine Anpassung der Manteltarifverträge der Rundfunkanstalten an die Rechtsprechung des Bundesarbeitsgerichts an. Es sollen also alle Beschäftigten ein und denselben Urlaubsanspruch erhalten, und zwar den höchsten in der bisherigen Staffel.

Tobias Bossert ■

Anzeige

AUSSCHREIBUNG

EXPOPHARM MEDIENPREIS 2012

• Die EXPOPHARM, Europas internationale pharmazeutische Fachmesse, schreibt zum achten Mal in Folge den EXPOPHARM Medienpreis aus. Der Wettbewerb steht unter dem Thema:

Die Apotheke in der Gesellschaft

• In insgesamt vier Kategorien werden journalistische Arbeiten ausgezeichnet, die zwischen dem 1. Juli 2011 und dem 30. Juni 2012 in einem allgemein zugänglichen deutschsprachigen Medium veröffentlicht oder gesendet worden sind.

• Der EXPOPHARM Medienpreis 2012 ist mit insgesamt 20.000 Euro dotiert.

• Preise von jeweils 5.000 Euro werden für Beiträge aller Mediengattungen in folgenden Kategorien vergeben:

- **Apotheke und Politik**
- **Apotheke und Ökonomie**
- **Apotheke und Verbraucher**
- **Pharmazie und Forschung**

Einsendeschluss ist der 15. Juli 2012!

• Weitere Informationen und Ausschreibungsunterlagen erhalten Sie von:
Maren Hoffmann
>Pressereferentin
EXPOPHARM Medienpreis<
Müggelwerderweg 21c
D-12589 Berlin
Tel.: 0172 6 147 147
Mail: maren.hoffmann@mh-pr.de

oder im Internet unter:
expopharm-medienpreis.de

Manteltarifvertrag gilt unverändert weiter

In Bayern und in NRW haben sich die Tarifvertragsparteien sowohl beim Entgelt als auch beim Manteltarifvertrag für die Angestellten in den Zeitschriftenverlagen geeinigt.

Bayern. Beim Entgelt wurde eine Erhöhung von 2,9 Prozent ab Juli 2012 vereinbart – bei einer Laufzeit von 20 Monaten bis zum 31. Oktober 2013. Und der seit vielen Monaten arbeitgeberseitig gekündigte Manteltarifvertrag (MTV) wird jetzt ohne jegliche Verschlechterung bis 31. Dezember 2014 wieder in Kraft gesetzt. Zur Erinnerung: noch in der ersten Verhandlung im März 2012 hatten die Arbeitgeber auf 10 Prozent Einsparung im Bereich der tariflichen Personalkosten bestanden und dabei vorrangig eine unbezahlte Arbeitszeitverlängerung von 35 auf 38 Stunden pro Woche gefordert. Das ist vom Tisch: bis Ende 2014 wird sich am Manteltarifvertrag nichts ändern.

Im Internet aktuell informiert: http://medien-kunst-industrie.verdi.de/

Nordrhein-Westfalen. Die Verleger und ver.di haben sich auch in NRW auf einen neuen Gehalts- und Lohntarifvertrag für die Beschäftigten in Buch- und Zeitschriftenverlagen verständigt. Danach werden die Gehälter, Löhne und Ausbildungsvergütungen ab 1. Juli 2012 um 2,8 Prozent erhöht. Der Gehalts- und Lohntarifvertrag hat eine Laufzeit von 18 Monaten und kann mit einer Frist von einem Monat erstmals zum 31. Dezember 2013 gekündigt werden.

In NRW wurde zu Verhandlungsbeginn von Arbeitgeberseite erneut auf die seit langem existierende Forderung nach einer Verlängerung der Arbeitszeit auf 40 Stunden hingewiesen. Beim Gehalt wurden lediglich 2,5 Prozent ins Gespräch gebracht. Für ver.di war das nicht akzeptabel. Auch in NRW bleibt der Manteltarifvertrag nun bestehen. Er kann mit einer Frist von drei Monaten erstmals zum 31. Dezember 2014 gekündigt werden. **Red.** ■

Drei Prozent mehr für Lokalfunk NRW

In der zweiten Verhandlungsrunde für einen neuen Gehaltstarifvertrag zwischen der Tarifgemeinschaft Lokalfunk NRW und den Gewerkschaften DJV NRW und ver.di Landesbezirk NRW ist am 24. Mai ein Ergebnis erzielt worden. Ab dem 1. Juli 2012 erhalten die ca. 600 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter der nordrhein-westfälischen Lokalfunkstationen linear drei Prozent mehr Gehalt. Mit dem Juligehalt wird außerdem eine Einmalzahlung in Höhe von 100 Euro für Volontäre und 200 Euro für die anderen Beschäftigten ausgezahlt. Die Laufzeit des neuen Gehaltstarifvertrags beträgt 26 Monate ab dem 1. Juli 2012.

Eine paritätisch besetzte Arbeitsgruppe wird sich mit den weiteren Forderungen der Gewerkschaften nach zwei weiteren Altersstufen und dem Einstieg in eine vom Arbeitgeber finanzierte Altersvorsorge beschäftigen und Vorschläge erarbeiten. **PM** ■

Schon entdeckt?

DER KOJOTE
DEUTSCHLANDS UNMÖGLICHES NACHRICHTENMAGAZIN

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

Der Kojote

„Fühle ich ein inneres Kichern, weiß ich, diese Themen muss ich bringen." Bernhard Pöschla ist seit November 2010 mit seinem Satire-Magazin „Der Kojote" online, augenzwinkernd auch als „Deutschlands seriösestes Nachrichtenmagazin" tituliert. Hauptberuflich „Verwaltungsmensch", dreht Pöschla „nebenberuflich und als Einzelkämpfer" Alltagsbeobachtungen, Nachrichten und aktuelle Entwicklungen ins Absurde. „Ich hatte schon immer eine Affinität zum Humor, bis ich mir sagte, nun mach was draus", erinnert sich der 47Jährige Berliner. Er gab seiner Website eine zeitungsähnliche Struktur, überlegte sich Rubriken wie Wissen, Zeitgeschehen, Berlin, Meinung, seit kurzem auch Sport. Seine Frau, die ihn organisatorisch unterstützt, fand den Namen „Der Kojote" – in der Indianertradition Symbol für einen Gewitzten, Bissigen. Das Satire-Magazin füllte Pöschla nach und nach mit Inhalt und schickte es nach einem Vierteljahr Vorbereitung an den Start.

Heute ist es für ihn „ein gefundenes Fressen", wenn Themen des Mainstreams eine „witzige Fallhöhe" haben. So machte er für die Wende im Skandal um die verschobene Fertigstellung des Hauptstadtflughafens einen neuen Chef-Bauleiter mit seinem „Task Force Team" Rollo und Buddel ausfindig: „Yo, wir schaffen das!" Blaue Latzhose, gelber Helm, Schubkarre – das Foto zeigt eine Spielzeugpuppe. Von einigen ernst genommen wurde die Einladung zum Pfingstwochenende auf dem Berliner Kollwitzplatz. „Es kamen Beschwerden, als da nix los war. Spätestens aber bei der Ankündigung einer Gondelfahrt durch die Kulisse einer unsanierten Mietwohnung ohne Carloft zum Eintritt von 17 Euro netto/kalt hätte man stutzig werden müssen."

Alltagssituationen wecken in Pöschla oft spontane Ideen, für kompliziertere Themen baut er sich Assoziationsketten und „mind-maps" auf. „Das Schreiben geht dann meist sehr schnell. Ein Gag, an dem man zu lange bastelt, wird nichts." Pöschla ist kritisch, verwirft manches, was seine Frau für brauchbar hält. Etwa fünf Mal in der Woche füttert er den Kojoten, ein bis zwei Stunden täglich sammelt er, klopft die Themen auf Logik ab, lässt Gegenlesen und aktualisiert die Rubriken. Bissiges ist dabei, auch Nonsens wie die Nachricht von der Weltneuheit eines TRASH COME Fix-Net Phones – ein schlichtes altes Telefon mit Wählscheibe.

Die Reaktionen auf den Kojoten sind „rundweg positiv. Es lachen auch diejenigen, die aufs Korn genommen werden – wie Leute mit Nerdbrille und Uniformitätszwang." Vielleicht, weil das Konzept aufgeht, bissige oder komische Geschichten zu erzählen, aber nie verletzend zu sein. Pöschla befürchtet nicht, dass ihm die Ideen ausgehen. „Ich habe keine Motivationsprobleme. Unter Druck setze ich mich höchstens selbst."

Geld verdient Pöschla mit dem Kojoten nicht – die Seiten sind werbefrei, ein Spendenbutton fährt bislang höchstens Servicekosten ein – aber er wird weitergereicht. Ein Verlag wird bald ein Buch zum Kojoten mit Best Offs und unveröffentlichten Geschichten herausbringen. Für die Zukunft überlegt Pöschla, Gastautoren zur Mitarbeit einzuladen, um dem Kojoten „mehr Größe" zu verleihen – „Leute, die so viel Spaß daran haben wie ich". Denn Honorare wird es nicht geben.

www.kojote-magazin.de **Bettina Erdmann** ■

Holtzbrinck verkauft Saarbrücker Zeitung

Keine einschneidenden Veränderungen für die Beschäftigten

Die Verlagsgruppe Georg von Holtzbrinck verkauft einen Teil ihrer Anteile an der *Saarbrücker Zeitung* an die Gesellschaft für staatsbürgerliche Bildung Saar (GSB).
Die GSB erhöht ihren Anteil an der SZ von derzeit 26,0 Prozent zum 1. August auf 46,9 Prozent.

Bis Mitte 2014 will Holtzbrinck alle Anteile an der Saarbrücker Zeitung Verlag und Druckerei GmbH von bisher insgesamt 52,33 Prozent veräußert haben. Über den Kaufpreis wurde Stillschweigen vereinbart. Die Transaktion erfolge vorbehaltlich der Zustimmung des Bundeskartellamtes und in Abstimmung mit der Beteiligungsgesellschaft (BG) der Mitarbeiter, die derzeit 15 Prozent der Anteile hält. Die *SZ* selbst ist mit 6,67 Prozent beteiligt. Erklärtes Ziel der GSB ist es, die neu erworbenen Anteile mittelfristig an ein anderes Verlagshaus zu verkaufen. Die Mitarbeiter haben bei einer Veräußerung von *SZ*-Anteilen ein Vorkaufsrecht. Würden sie ihre Anteile auf 25 Prozent aufstocken, hätte sie in wichtigen Fragen eine Sperrminorität.

Als Grund für die Veräußerung nannte Stefan von Holtzbrinck in einem Interview mit der *Saarbrücker Zeitung* „die grundsätzliche strategische Neuausrichtung der Verlagsgruppe“. Künftig wolle man sich auf drei Standbeine konzentrieren: „Bildung und Wissenschaft, Literatur und digitale Geschäftsmodelle“. Dazu gehöre aber auch die Beteiligung an der Wochenzeitung *Die Zeit*, so Holtzbrinck. Für die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter werde es keine einschneidenden Veränderungen geben, versicherte Rudolf Warnking von der GSB im gleichen Zeitungsgespräch.

Die Unternehmensgruppe Saarbrücker Zeitung verfügt noch über eine Mehrheitsbeteiligung an der Saarländischen Wochenblatt Verlagsgesellschaft mbH. Tochterunternehmen geben den *Pfälzischen Merkur* (Zweibrücken), den *Trierischen Volksfreund* und die *Lausitzer Rundschau* (Cottbus) heraus. **wen** ■

ver.di errang die meisten Sitze

Im RBB und im Deutschlandradio wurden im Mai neue Personalräte gewählt. An allen Standorten in Berlin und Köln konnte ver.di die meisten Sitze erringen.

Beim RBB gewann die offene Liste 9 der 13 Sitze. Von 1907 Wahlberechtigten haben 1032 gewählt. Das entspricht einer Wahlbeteiligung von 55,16 Prozent, es gab 1019 gültige und 13 ungültige Stimmen. Die Stimmen der Listen: Offene Liste ver.di = 619 Stimmen; „Courage“ = 213 Stimmen; DJV = 133 Stimmen und VRFF = 54 Stimmen. Das bedeutet, dass der DJV mit einem Sitz und die Liste „Courage“ mit drei Sitzen vertreten sein werden. Bei den nächsten Wahlen zum Personalrat will sich der RBB-Senderverband dafür stark machen, dass endlich auch die freien Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter mit wählen und gewählt werden können.

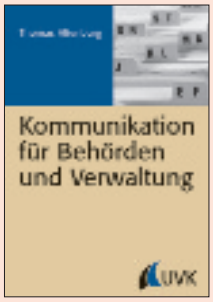
Bei den Personalratswahlen im Deutschlandradio in Berlin hat ver.di mit Abstand die meisten Stimmen gewonnen. Beim Örtlichen Personalrat kam die ver.di-Liste auf 220 Stimmen (75,6%), der DJV auf 71. Bei der Wahl zum Gesamtpersonalrat erreichte ver.di 244 Stimmen (84%), der DJV 48.

ver.di verfügt damit in Berlin über 7 Mandate (bisher 8). Zwei Sitze erhält der DJV. Im Gesamtpersonalrat kann ver.di (einschließlich des Kölner Ergebnisses) seine Mandate von 7 auf 8 steigern. Der DJV erhält nur noch 3 statt 4 Sitze. In Köln hat ver.di die Mehrheitsverhältnisse drehen können. Nachdem beim letzten Mal der DJV vorn lag, stellt ver.di künftig auch dort wieder die Mehrheit. „Sehr gefreut hat uns die extrem hohe Wahlbeteiligung in Berlin“, so der Personalrat. „Sie erreichte mit 86,4 % einen Rekordwert (2008: 76,8%, 2004: 74,7%, 2000: 64%).“ **Red.** ■

Anzeige

UVK: Neue Fachbücher für Medienpraktiker

Neu



Thomas Altenburg
Kommunikation für Behörden und Verwaltung
2012, 266 Seiten
30 s/w Abb., br.
ISBN 978-3-86764-345-0
€ (D) 29,99
PR Praxis Band 27

Neuauflage

Sabine Streich
Videojournalismus
Ein Trainingshandbuch
2., überarbeitete Auflage
2012, 246 Seiten
50 farb. Abb., br.
ISBN 978-3-86764-294-1
€ (D) 29,99
Praktischer Journalismus Band 72

Neuauflage

Svenja Hofert
Erfolgreich als freier Journalist
3., überarbeitete Auflage
2012, 192 Seiten, br.
ISBN 978-3-86764-337-5
€ (D) 19,99
Praktischer Journalismus Band 53

www.uvk.de

UVK

Impressumpflicht und andere Unwägbarkeiten für Facebook-Seiten von Journalisten

Gefällt-mir-Manie mit Folgen

Die Fernsehjournalistin Edith Dietrich hat das soziale Netzwerk Facebook zu nutzen gewusst. Die Autorin der Reihe „ARD Markencheck" war auf der Suche nach jungen Protagonisten für einige Produkttests. Fündig wurde sie bei dem Sozialen Netzwerk. Innerhalb von Stunden hatte sie Studenten gefunden, die bereit waren, in ihrem Film mitzuwirken. Damit hat Facebook genau das geleistet, was es am besten kann und wofür es der Legende nach auch gegründet worden ist: Leute zusammenbringen.

Über 900 Millionen Menschen sind mittlerweile bei dem Netzwerk registriert, mehr als 500 Millionen sollen nach Firmenangaben Facebook täglich nutzen. Das Schließen digitaler „Freundschaften", wie die Kontaktaufnahme via Facebook heißt, hat es im Englischen sogar zum geflügelten Wort gebracht: „to friend". Im Deutschen greifen wir wieder mal auf krudes Denglish zurück und sprechen von „adden" (zur Freundesliste hinzufügen) und „deaden" (also wieder abmelden). Es wird mehr ge-added als ge-deaded: 125 Milliarden solcher Freundschaftsbeziehungen hat Facebook bereits weltweit gestiftet.

Wichtige Facebooklinks:

- Facebook-Seite mit allen Hinweisen zu Änderungen der Datenschutzrichtlinien: http://www.facebook.com/fbsitegovernance?ref=ts
- Die neueste Version der „Datenverwendungsrichtlinie" von Facebook: http://www.facebook.com/note.php?note_id=10151730990165301
- Herunterladen der von Facebook gespeicherten Daten: „Allgemeine Kontoeinstellungen >> Lade eine Kopie deiner Facebook-Daten herunter" oder Email an: datarequests@fb.com
- Löschen eines Nutzerprofils: https://www.facebook.com/help/delete_account

Klar, dass sich in dem sozialen Netzwerk auch Journalisten tummeln. Neben der Möglichkeit, sich mit Kollegen auszutauschen oder Interviewpartner zu finden, bietet Facebook für Journalisten noch andere Vorteile als Instrument des Selbstmarketing und als zusätzlicher Publikationskanal für journalistische Inhalte.

Genau diese Nutzungsarten sind allerdings für Journalisten hochproblematisch. Gerichte gehen nämlich davon aus, dass in solchen Fällen nicht mehr von einer privaten Nutzung ausgegangen werden kann. Mit gravierenden Folgen: So müssen beispielsweise nach einem Urteil des Landgerichts Aschaffenburg gewerblich genutzte Facebook-Seiten ein Impressum haben. Dieses Impressum muss neben dem Klarnamen des Profilinhabers auch Anschrift und Telefonnummer ersichtlich machen, damit man im Fall des Falles innerhalb von 24 Stunden erreichbar ist. Unerkannt im Netz? Das ist zwar gerade für investigativ recherchierende Journalisten äußerst wichtig, in den sozialen Netzwerken aber juristisch nicht eingeplant.

Fotos: SVLuna / Fotolia.com

Auch technisch bereitet die Impressumspflicht in Facebook Schwierigkeiten: Eine Impressumseite ist nämlich in den Profilen gar nicht vorgesehen. Hier kann man sich nur so behelfen, dass man mithilfe von Zusatzprogrammen einen eigenen Dokumentenreiter einfügt, der die entsprechenden persönlichen Informationen enthält. Oder der Journalist nimmt einen entsprechenden Verweis auf eine eigens gestaltete externe Webseite in seine Weblinks auf, der so aussehen könnte: „Impressum: http://www.meineseite.de/impressum". In der mobilen Facebook-Anwendung funktionieren solche Tricks allerdings nicht. Hier sieht der Wettbewerbsrechtler Dr. Lars Jaeschke schon eine große Abmahnwelle aufkommen. Nach §55 des Rundfunkstaatsvertrags müsste außerdem bei meinungsbildenden Publikationen ein Verantwortlicher im Sinne des Presserechts benannt werden, der seinen ständigen Wohnsitz im Inland hat. Darauf weist der Kölner Medienanwalt Christian Solmecke hin. „Es wäre ja eher zu fragen, welches Posting bei Facebook nicht meinungsbildend sein soll", so der Anwalt.

Die „Zwei-Klick-Lösung". Nicht nur das eigene Facebookprofil ist problematisch. Auch der „Gefällt mir"-Button auf anderen journalistischen Webseiten birgt Gefahren. Ob es sich bei diesen Seiten um die persönliche Webvisitenkarte, den Internetauftritt einer Produktionsfirma oder die Website eines Autorenkollektivs handelt: Als Betreiber einer gewerblichen, nämlich: journalistischen Internetseite trägt man auch die Verantwortung für den Datenverkehr, den Facebook mit dem blauen „Daumen hoch"-Symbol betreibt. Denn unter Umständen holt sich Facebook Informationen über die Besucher solcher Seiten, die das Facebook-Plugin eingebunden haben, nicht nur, wenn diese den „Like"-Button bedienen, sondern auch völ-

lig unabhängig davon. „Usertracking“ heißt das. Aus diesem Grund hat der Schleswig-Holsteinische Datenschutzbeauftragte Thilo Weichert alle Website-Betreiber aufgefordert, den „Gefällt mir“-Button zu entfernen. Gewerblichen Anbietern von Internetseiten droht Weichert mit Bußgeld bis zu 50.000 Euro. Also auch Journalisten.

Die Computerzeitschrift C’t empfiehlt für dieses Problem die „2-Klick-Lösung“. Wenn ein Besucher ein erstes Mal klickt, wird auf eine auf der Website hinterlegte rechtssichere Datenschutzerklärung hingewiesen. Erst mit dem zweiten Klick wird die „Gefällt mir“-Prozedur von Facebook und damit auch das „Usertracking“ gestartet. Für weitverbreitete Blog-Programme wie Wordpress gibt es mittlerweile kleine Zusatzprogramme, die diese elegante Lösung bequem auf der eigenen Webseite einrichten.

Wenn facebook zu gewerblichen Zwecken verwendet wird, gibt es viele juristische Fallstricke

Wer ein eigenes Nutzerprofil auf Facebook unterhält, ist nicht Kunde, sondern das Produkt von Facebook. Denn das soziale Netzwerk verdient sein Geld mit Werbung und damit, diese Werbung zielgerichtet an den Mann und an die Frau, sprich: an uns zu bringen. Die „Gefällt mir“-Manie liefert Facebook wichtige und geldwerte Datenspuren über die ganz persönlichen Präferenzen in Hobby, Beruf und Alltag von Millionen Menschen. Wer häufig Restaurantseiten „liked“, wird künftig hauptsächlich Werbung aus dem Feinschmeckermilieu auf seiner eigenen Facebookseite finden. „Datamining“ heißt dieses Verfahren, das Facebook milliardenschwer gemacht hat. Welche persönlichen Datenspuren Facebook allerdings gespeichert hat, ist unklar. Für Journalisten ist dieser Umstand sehr unbefriedigend, da anhand dieser Datenspuren zum Beispiel auch Recherchen im Netz, die Teilnahme an politischen Veranstaltungen oder Kontaktaufnahmen mit Informanten für Dritte nachvollziehbar sein könnten. Alle Facebook-Nutzer außerhalb der USA und Kanada unterhalten ihre Geschäftsbeziehung ausschließlich mit Facebook Ireland Ltd. Damit unterliegt Facebook den europäischen Datenschutzrichtlinien und ist verpflichtet, eine Kopie aller Daten herauszugeben, die das Unternehmen über seine Nutzer gespeichert hat. Der Wiener Jurastudent Max Schrems war der erste, der dies förmlich forderte und daraufhin von Facebook Daten erhielt, die zwar nicht vollständig waren, aber trotzdem ausgedruckt schon über 1.200 Seiten ausmachten. Seitdem haben über 40.000 Anwender ihre Daten sehen wollen und Facebook hat ein eigenes Download-Programm geschaffen. Wer allerdings über dieses Programm seine Daten abruft, erhält nach Informationen der von Schrems initiierten Website europe-v-facebook.org nur 22 von möglichen 84 Datensätzen. Wer mehr erfahren will, muss darum weiterhin schriftlich oder per E-Mail anfragen.

Mittlerweile sind bei der irischen Datenschutzbehörde mehr als zwanzig Anzeigen eingegangen, weil Facebook sich bislang nicht ausreichend an europäische Gepflogenheiten des Datenschutzes hält. Auch die neueste Version der Facebook-Bestimmungen, die bezeichnenderweise nicht mehr „Datenschutzrichtlinien“, sondern „Datenverwendungsrichtlinien“ heißen, ist lückenhaft, ungenau und entspricht nicht geltendem Recht. Datenschützer wie der Hamburger Datenschutzbeauftragte Johannes Caspar monieren schon, dass diese Richtlinien und deren Änderungen nicht allen Facebook-Nutzern kundgetan werden. Nur wer auf der Seite „Facebook Site Governance“ den „Gefällt mir“-Button geklickt hat, wird laufend darüber unterrichtet, wenn es Neues von der Datenschutzfront bei Facebook gibt. Über 2 Millionen Facebook-Nutzer haben diese Seite immerhin schon „ge-liked“. Bei über 900 Millionen Facebookanwendern weltweit ist das aber nur ein verschwindend kleiner Bruchteil der Nutzer. Jeder Einzelhändler muss seine Allgemeinen Geschäftsbedingungen für alle Kunden gut sichtbar in seinem Laden aushängen. Facebook meint aber, seine Datenrichtlinien auf entfernten Unterseiten verstecken zu dürfen.

Die Eigentumsfrage. Der für Urheber aller Art schwierigste Punkt ist der Passus, demzufolge Facebook „der verantwortliche Dateninhaber für deine persönlichen Informationen“ sei. Das würde nämlich bedeuten, dass jedes Foto, jeder Artikel und jeder andere Inhalt, den Journalisten zu Publikations- oder Marketingzwecken auf ihrer Facebook-Seite einstellen, ins Eigentum der Firma Facebook überginge. Die Fotoagentur Laif hat daraus schon ihre Konsequenzen gezogen. „Wir verwenden gar keine Fotos auf Facebook oder setzen sie so klein, dass man sie nicht weiterverwenden kann“, erklärt Regina Plaar, Mitglied der Geschäftsleitung von Laif. Denn selbst wenn der Passus in Deutschland oder Europa ungültig wäre, könnte er doch international weiter gelten, und Fotoagenturen wie Laif vermarkten ihre Bilder nun einmal weltweit.

Schwierigkeiten auf Facebookseiten können natürlich auch die urheberrechtlich geschützten Werke anderer bereiten. Heftig diskutiert wird momentan der Fall „Bade-Enten-Foto“: Ein „Freund“ hatte einem anderen auf seine Pinnwand bei Facebook das Foto eines Quietscheentchens gepostet. Der Fotograf des Entchens hat daraufhin den Inhaber der Pinnwand von einem Anwalt abmahnen lassen und Schadenersatz gefordert. Ähnlich problematisch könnte die unter Journalisten

Abb (M): ThesIMPLIFY / Fotolia.com

weit verbreitete Praxis sein, Links auf Artikel in Onlinemedien wie zum Beispiel *Spiegel Online* auf der eigenen Pinnwand zu posten. Automatisch wird nämlich die kleine Version eines Artikelfotos sowie der Anlauf des Artikels auf der Pinnwand veröffentlicht. Sowohl Foto als auch Text können aber urheberrechtlich geschützt sein und im Ernstfall eine teure Abmahnung auslösen. Auf bis zu 15.000 Euro schätzt Anwalt Christian Solmecke den Wert der möglichen Abmahnungen auf einer normalen Facebookseite.

Umstritten sind auch die Facebook-Auftritte der öffentlich-rechtlichen Sender. Denn sie sind laut Staatsvertrag verpflichtet, außerhalb enggesteckter Grenzen nur in werbefreiem Umfeld zu publizieren. Davon kann aber bei einer Werbeplattform wie Facebook keine Rede sein. Die Hauptangebote von ARD und ZDF hat Facebook bislang freiwillig von Werbung frei gehalten. Damit könnte aber bald Schluss sein. Die stellvertretende ARD-Sprecherin Bettina Altenkamp sieht dennoch keine Probleme auf den Sennerverbund zukommen. Schließlich seien die Werbebanner von Facebook optisch klar abgegrenzt und eine Vermengung von redaktionellem Inhalt und Werbung sei nicht ersichtlich. Die ARD habe auf die bei Facebook platzierte Werbung keinen Einfluss, habe sie nicht initiiert und profitiere auch nicht davon. „In den 3-Stufen-Tests und den dazugehörigen Telemedien-Konzepten ist ausdrücklich vorgesehen, dass die ARD auch auf den Plattformen von Drittanbietern wie Facebook präsent sein darf“, so Altenkamp. Der österreichische Gesetzgeber sah das übrigens anders. Das ORF musste kürzlich 29 Facebook-Profile löschen, weil die österreichische Regulierungsbehörde KommAustria dies gefordert hatte.

Mühevolles Löschen. Wer sich ob all dieser Unwägbarkeiten aus Facebook wieder zurückziehen will, hat auch keine leichten Karten. Denn Facebook macht feine Unterschiede zwischen „Entfernen“ und „Löschen“. Die Standardoption ist das „Entfernen“. Dabei werden allerdings die in Facebook eingestellten Inhalte lediglich versteckt und nicht entfernt. Wer sein komplettes Profil löschen will, muss sich einer mühsamen Prozedur unterziehen und 90 Tage Zeit dafür einrechnen. Auch dann gibt es keine Gewähr, dass alle persönlichen Spuren in dem sozialen Netzwerk entgültig gelöscht sind. Nachrichten, die man an andere gesendet hat, und Postings, die man in Facebook-Gruppen hinterlassen hat, können gar nicht gelöscht werden. Selbst die Accounts von Verstorbenen können in Facebook nicht ohne Weiteres abgeschaltet werden. Denn Facebook möchte selbst über die Daten der Toten weiter verfügen und versetzt deren Profile in den Zustand „in memoriam“. Irgendwann wird Facebook auf diese Weise zu einem gigantischen Friedhof. Und ruhe in Frieden. **Hektor Haarkötter** ■

Trommelwirbel

Erfolgreicher CineStar-Aktionstag in Dortmund

Foto: Frank Biermann

Fröhlich und doch bestimmt: Pfeifen für höhere Löhne.

Über 150 Beschäftigte des bundesweit agierenden Kino-Konzerns CineStar haben sich am 3. Juni vor dem Dortmunder CineStar versammelt, um ihrer Forderung nach einem Haustarifvertrag eindrucksvoll Nachdruck zu verleihen. Um Punkt 18 Uhr legten die nun schon seit einem halben Jahr immer wieder streikenden Dortmunder Beschäftigten ihre Arbeit nieder. Sie wurden von Delegationen u.a. aus Osnabrück, Bielefeld, Frankfurt, Mainz, Fulda und Bamberg lautstark mit Trommelwirbeln und Trillerpfeifen und dem langgezogenen „aauuuhh“-Streikruf begrüßt. „Je länger ich hier vor der Tür stehe, umso mehr ist auch Spaß dabei“, sagte Christian Krüger für die Dortmunder Beschäftigten. Er und die Sprecher anderer Standorte machten unmissverständlich deutlich, dass sie nicht länger bereit sind, für Stundenlöhne von 6,30 oder 6,80 Popcorn oder Tickets zu verkaufen. Was deutlich unter dem liegt, was von anderen Kinoketten gezahlt wird. „Wir werden nicht eher mit dem Streik aufhören, bis wir einen Mindestlohn von 8,50 Euro für alle bekommen.“

Ein profitables Haus. Thomas Winzberg vom ver.di-Bundesvorstand der Fachgruppe Medien berichtete aus den Tarifverhandlungen. „Wenn die Geschäftsführer sagen, wir können nicht mehr zahlen, wir haben kein Geld, dann stimmt das nicht. Das Cinestar in Dortmund gehört zu den zehn profitabelsten Häusern in Deutschland.“ Horst Kortwittenborg übermittelte solidarische Grüße der ver.di-Vertrauensleute der Stadt Dortmund. Es treibe ihm die Zornesröte auf die Stirn, wenn der Arbeitgeber, der die Streikfolgen durch den regelmäßigen Einsatz einer zweiten Crew von Leiharbeitern mindert, die Beschäftigten mit erfolgsabhängigen Einmalzahlungen abspeisen wolle. „Es ist richtig, dass ihr Euch dagegen wehrt, und wenn hier heute Abend im Kino Filme mit Helden gezeigt werden, dann brauch ich mir die gar nicht anzugucken. Denn die eigentlichen Helden habe ich hier leibhaftig und unmittelbar vor mir stehen“, rief Kortwittenborg den jubelnden Streikenden zu. **fbi** ■

Lauter Protest

Arbeitskampf bei CineStar in Mainz und Frankfurt am Main

Foto: Ferhat Altan

Für bessere Arbeitsbedingungen in Mainz

Solidarität im Warnstreik. Beim CineStar in Mainz hatte die Gewerkschaft zum Warnstreik aufgerufen. Die Mehrheit der Beschäftigten ist daraufhin am 6. Juni für vier Stunden raus gegangen. „Die Stimmung war sehr gut. Die Kollegen waren keine Sekunde leise. Es gab Beschwerden von den Anwohnern wegen des Lärms, so dass auch die Polizei mal vorbei kam und freundlich mahnte“, beschrieb ver.di-Sekretär Ferhat Altan den öffentlichkeitswirksamen Auftritt der Kinobeschäftigten, die vor allem für höhere Stundenlöhne kämpfen. Aus Osnabrück und aus Frankfurt kamen Kolleginnen und Kollegen nach Mainz, um sich mit den Streikenden zu solidarisieren.

„Um den Betriebsablauf trotz der massiven Proteste in Gang zu halten, hatte der Betriebsleiter Leiharbeitnehmer angelernt, die zum Einsatz kamen“, so Altan. Nach dem Warnstreik reagierte der Arbeitgeber, die Lübecker CineStar-Mutter „Greater Union Filmpalast GmbH“, mit Aussperrungen. Die von den Beschäftigten angebotene Arbeitskraft wurde nicht angenommen. Die nächste Verhandlung soll (nach M-Redaktionsschluss) am 25. Juni stattfinden.

Aussperrung rechtswidrig. Die Beschäftigten des Frankfurter Großkinos CineStar Metropolis kämpfen weiter für einen Haustarifvertrag. Am 16. Juni legten sie zum sechsten Mal seit Ende April die Arbeit nieder, um Druck für höhere Löhne und bessere Arbeitsbedingungen zu machen.

Nach dem Ende des befristeten Warnstreiks wurde den beteiligten Arbeitnehmerinnen und Arbeitnehmern um 20.00 Uhr mitgeteilt, sie würden für den Rest des Arbeitstages bis 02.30 Uhr ausgesperrt. „Die Aussperrung ist ein Arbeitskampfmittel der Arbeitgeberseite, das nach Artikel 29 Absatz 5 der Hessischen Verfassung aus gutem Grund rechtswidrig und damit generell verboten ist“, erklärt der Leiter des hessischen ver.di-Landesfachbereichs Medien, Manfred Moos. Die Aussperrung beschränke drastisch die Möglichkeit der Arbeitnehmer, durch Streik Druck auf den Arbeitgeber auszuüben. Deshalb ist die von CineStar Metropolis praktizierte Aussperrung nach Auffassung von ver.di in jedem Fall unverhältnismäßig, da die Aussperrung länger dauerte als der vorhergehende Warnstreik.

wen/PM ■

Haftstrafe für Kino.to-Gründer

Der Gründer und Chef des illegalen Streaming- und Downloadportals kino.to wurde am 14. Juni 2012 von der Wirtschaftskammer des Landgerichts Leipzig wegen gewerbsmäßiger Urheberrechtsverletzungen in drei tatmehrheitlichen Fällen zu 4 Jahren und 6 Monaten Haft verurteilt. Zudem muss Dirk B. bis zu 3,7 Mio. Euro an den deutschen Staat abführen, die er durch Werbung bei kino.to eingenommen hatte. Das volle Geständnis bewahrte ihn vor einer deutlich höheren Haftstrafe. Über die Seite waren bis zu ihrer Sperrung durch die Behörden im Juni 2011 rund 135 000 raubkopierte Filme, Serien und Dokus im Internet erreichbar. Fünf weitere Mitarbeiter sind bereits verurteilt worden – darunter der damalige Chefprogrammierer zu drei Jahren und zehn Monaten Gefängnis. **cb** ■

Anzeige

GEW

Die Gewerkschaft Erziehung und Wissenschaft (GEW) will ihre Präsenz im Bereich der elektronischen Medien, insbesondere der Website und dem Web 2.0, weiterentwickeln und sich hierfür personell verstärken. Der GEW-Hauptvorstand, Standort Frankfurt a. M., sucht zum **1. September 2012**

eine/n Online-Redakteur/in (3/4-Stelle).

Das Aufgabengebiet umfasst:

– Die technisch-administrative sowie redaktionelle Betreuung und Weiterentwicklung der GEW-Website (www.gew.de).
– Die Strategieentwicklung für den Auftritt der GEW im Bereich Social Media sowie deren technische und redaktionelle Umsetzung.
– Unterstützung der internen digitalen Kommunikation.

Als Qualifikationen werden vorausgesetzt:

– Abgeschlossenes geistes- oder sozialwissenschaftliches Hochschulstudium.
– Journalistische Ausbildung, etwa Volontariat bei Printmedien, und/oder qualifizierte Ausbildung in den Neuen Medien, gute Kenntnisse im Umgang mit Web-Content-Management-Systemen und HTML sowie Berufserfahrung.
– Kenntnisse bildungs- und gesellschaftspolitischer Fragestellungen sowie Arbeitserfahrungen in gewerkschaftlichen Zusammenhängen sind von Vorteil.
– Besonderer Wert wird auf Kommunikations- und Teamfähigkeit sowie Problemlösungskompetenz und Kreativität gelegt.
– Die Beherrschung des Englischen in Wort und Schrift wird vorausgesetzt.

Sie arbeiten in dem kleinen, motivierten Team der Abteilung Presse- und Öffentlichkeitsarbeit.

Die GEW bietet eine dem Aufgabenbereich angemessene Dotierung und gute zusätzliche soziale Leistungen.

Schriftliche Bewerbungen mit den üblichen Unterlagen richten Sie bitte bis zum **20. Juli 2012** an den GEW-Hauptvorstand, z. H. des Geschäftsführers Ulrich Hinz,
Postfach 90 04 09, 60444 Frankfurt am Main, ulrich.hinz@gew.de.

Presseversorgung mit guter Bilanz für 2011

Auch in diesem Jahr war es für den Verwaltungsratsvorsitzenden Dr. Laurent Fischer kein Problem, „eine barmherzige Seele" zu finden, die die Entlastung des Vorstandes der Presseversorgung beantragte. Aufgrund der guten Ergebnisse inmitten der Krise der Finanzmärkte gab es auf der Jahreshauptversammlung überwiegend Lob für die Geschäftspolitik. Beitragseinnahmen, Neugeschäft und Kapitalanlagen sind 2011 gegenüber dem Vorjahr erneut gewachsen. Das Neugeschäft legte um 9,6 Prozent zu, die Versicherungssumme nähert sich dem Wert von 10 Milliarden Euro bei einem Bestand der Kapitalanlagen von 5,2 Milliarden Euro.

Die Versicherten der Presseversorgung erhalten im laufenden Jahr eine Gesamtverzinsung von mindestens 4,8 Prozent. Je nach Entwicklung der Bewertungsreserven kann sich dieser Wert noch um bis zu 0,1 Prozentpunkte leicht erhöhen. Er ist etwas niedriger als in Vorjahren, liegt aber deutlich über dem Marktniveau.

Die Zahl der Versicherungsverträge ist mit 157.848 leicht gestiegen. Erneut zurückgegangen ist aber die Zahl der aus tarifvertraglichen Regelungen resultierenden „obligatorischen Versicherungen". Hier macht sich weiter deutlich bemerkbar, dass tariflich gesicherte Arbeitsverhältnisse abgebaut und der Tarifvertrag über die Altersversorgung für Zeitschriftenredakteure nicht allgemeinverbindlich ist. Auch das Fehlen einer tarifvertraglichen Regelung für die Redakteurinnen und Redakteure der Agentur dpad spielt hier eine Rolle. Die Vorgängeragentur AP hatte ihre Redakteurinnen und Redakteuren noch bei der Presseversorgung versichert.

Die Anzahl der versicherten Redakteurinnen und Redakteure bei Tageszeitungen, Zeitschriften und Agenturen sank auf 21.785. Das sind 180 weniger als noch 2010. Den stärksten Rückgang gab es erneut bei den Zeitschriftenredakteuren, deren Versichertenzahl in einem Jahr von 5.812 um 1,5 Prozent auf 5.727 gesunken ist.

Seit 2001 (25.208 versicherte Redakteurinnen und Redakteure) sind fast 3.500 tariflich gesicherte Arbeitsplätze in den Redaktionen abgebaut worden, ein Minus von vierzehn Prozent, also fast jeder siebte Arbeitsplatz.

Die Anlagepolitik des Presseversorgungswerks, die von der Finanzkommission des Verwaltungsrats bestimmt wird, bekam 2011 durchweg gute Noten. Die in vierteljährlichem Abstand erfolgende Prüfung der Risikotragfähigkeit durch die Bundesanstalt für Finanzdienstleistungsaufsicht („Stresstest") wurde in allen Stufen und zu jedem Zeitpunkt problemlos bestanden. Vertreter von ver.di in der Finanzkommission ist seit vielen Jahren der Kollege Gerhard Manthey (Stuttgart).

Der Beirat der Versorgungskasse, der ebenfalls in Hamburg tagte, fasste den Beschluss, die Renten aus der Versorgungskasse der Presseversorgung Wirkung ab 1. Januar 2013 um 2,5 Prozent zu erhöhen.

Manfred Moos ■
(Mitglied im Verwaltungsrat der Presseversorgung)

Wechseln oder gehen

Computer-Bild: 58 droht Verlust des Arbeitsplatzes

Bei *Computer-Bild* sollte die tarifgebundene Redaktion, tätig bislang in der Springer AG, in eine tariffreie GmbH versetzt werden. Im Mai, nach den Streiks der Redaktion von *Computer-Bild* bei Springer schien die Welt eigentlich in Ordnung: Eine Betriebsvereinbarung konnte erreicht werden: Sicherheiten für die wechselbereiten Mitarbeiter. Und für die, die nicht zu dieser neuen, nicht tarifgebundenen Tochtergesellschaft Computer-Bild-Digital GmbH wollten, wurde zusätzlich zu den Leistungen aus dem Rationalisierungsschutz eine Sonderzahlung von vier Monatsgehältern und ein verlängerter Kündigungsschutz von drei Monaten ausgehandelt. (M 4/2012)

Foto: Marcus Brandt dpa / lno

Redaktionsmitglieder der Computer-Bild streikten im April in Hamburg vor dem Verlagsgebäude der Axel Springer AG

42 Mitarbeiter, inklusive Chefredaktion, wechselten zum neuen „Billiganbieter", 58 widersprachen der Umsetzung. Ihnen droht nun der Verlust des Arbeitsplatzes. Sie wurden Anfang Juni von der Arbeit freigestellt und ihnen wurde ein Aufhebungsangebot unterbreitet. Bei den Personalgesprächen, die Mitte Juni begannen, werden sie vom Betriebsrat begleitet. BR-Vorsitzende Inge Bocionek: „Viele wussten, dass ihnen eventuell gekündigt wird. Aber viele haben gesagt, das machen wir nicht mehr mit."

Auch wenn Springer-Sprecher Tobias Fröhlich sich sicher ist, dass „die Produktion der aktuellen Ausgaben der Gruppe sichergestellt" ist, wird dies langfristig bezweifelt. Ein Mitarbeiter: „Zum Zusammenschustern haben die genug auf Lager. Aber lange werden sie nicht durchhalten." **WB** ■

Blitz Tip entlässt alle Mitarbeiter

Als das im Blitz Tip Verlag erschienene Anzeigenblatt *Äppler* Ende Mai eingestellt wurde, sah die Belegschaft einen Großteil der Arbeitsplätze im Verlagshaus als gefährdet an. Von etwa 50 Prozent sprach die Chefetage. Auf einer Kundgebung protestierten die Beschäftigten am 6. Juni in Frankfurt am Main gegen drohende Jobverluste in dem Haus, dass auch noch das Blatt *Blitz Tip* herausgibt. Entgegen ihrer ursprünglichen Aussage gaben Geschäftsführer und Gesellschafter des Verlages am 19. Juni nunmehr Folgendes bekannt: Ein Weiterbetrieb des *Blitz Tip zum Wochenende* werde ohne eigenes Personal durchgeführt. Alle nötigen Dienstleistungen, um den Titel weiter am Markt zu positionieren und erscheinen zu lassen, würden eingekauft.

Für alle 53 Beschäftigten der Verlag Blitz Tip GmbH & Co. KG in Neu-Isenburg, die zum Teil schon seit Jahrzehnten im Betrieb sind, bedeutet dies den Verlust ihrer Arbeitsplätze. Gesellschafter des Verlags, der zu den ältesten und größten Anzeigenblattverlagen Deutschlands gehört und im vergangenen Jahr sein 40-jähriges Bestehen feierte, sind die Frankfurter Rundschau, die Verlagsgesellschaft Madsack in Hannover und die Mainzer Verlagsgruppe Rhein Main. **Red.** ■

Ausschüttung erst später

Urteil stellt Grundlagen der VG Wort in Frage

Nach dem Ausnahmejahr 2009 mit 434 Millionen Euro und dem zweitbesten Ergebnis im Vorjahr (131,7 Millionen) war 2011 für die VG Wort mit Erlösen von rund 120 Millionen Euro wieder ein „gewöhnliches" Geschäftsjahr. Außergewöhnlich: Derzeit ist offen, wann die Verwertungsgesellschaft die Tantiemen an Autoren und Verlage ausschütten kann.

Ausgelöst hat dies ein Urteil des Landgerichts München vom 24. Mai 2012, über dessen Konsequenzen auf den Versammlungen der VG Wort am 1. und 2. Juni in Berlin informiert und diskutiert wurde. Im Kern hält das Gericht die Bestimmungen über die Ausschüttung nach pauschalisierten Quoten zwischen Urhebern und Verlagen in den Verteilungsplänen für rechtswidrig.

Zwar wird die VG Wort gegen diese erstinstanzliche Entscheidung Berufung einlegen, doch steht die gemeinsame Rechtewahrnehmung als Basis der Ausschüttungen – seit Gründung nicht nur von der VG Wort, sondern auch anderen Verwertungsgesellschaften praktiziert – nun unter dem Verdikt der Rechtswidrigkeit.

Weitere Infos zum „VG Wort-Urteil":

http://medien-kunst-industrie-bawue.verdi.de/publikationen/mediamaker/2012-2/vg-wort

Karikatur: Reinhold Löffler

Ausschüttungsquoten 2012 für 2011 für Urheber/-innen in Euro (= 2010)

Pressespiegel: Sockel 32,00 (75,00) / Punktewert 5,50 (4,50)
Elektronische Pressespiegel: Faktor 2,2 (2,2)
Presse-Repro: Punktewert 12,00 (4,50)
Bibliothekstantieme: mindestens 73,79 (73,40)
Beiträge Wissenschaft: 4,00 pro Normseite(4,00)
Buch Wissenschaft: 800,00 (800,00)
Broschüre Wissenschaft: 6,00 pro Druckseite (6,00)
Hörfunk: 10-Punktewert 1,50 (1,50)
Fernsehen: 10-Punktewert 0,35 (0,35)

METIS (Texte im Internet): 6,00, 9,00 ab 6.000 und 12,00 ab 24.000 Abrufe
METIS-Sonderausschüttung: 12,00 (bis 20 Texte) in 6 Stufen von 36,00 (21 – 60 Texte) bis 576,00 (über 480 Texte pro Domain)

Deshalb wurde das Deutsche Patent- und Markenamt (DPMA) als Aufsichtsbehörde um unverzügliche aufsichtsrechtliche Prüfung gebeten. Erst nach einem entsprechenden Bescheid des DPMA wird die VG Wort Ausschüttungen vornehmen. Die Schecks oder Überweisungen der Hauptausschüttung 2012 werden also wohl später kommen als wie gewohnt Anfang Juli, wenn die Aufsichtsbehörde ihr denn zustimmt.

Weniger Einnahmen für Rundfunk. Deutliche Unterschiede gibt es im Geschäftsjahr 2011 in der Entwicklung zwischen der Reprografie und dem audiovisuellen Bereich. Die Ausschüttungsempfänger – 2011 waren es rund 148.000, darunter 142.000 Autorinnen und Autoren – werden es künftig zu spüren bekommen, besonders die im Rundfunk. Denn für die Zeit ab 2010 sind bei der für die Verwertungsgesellschaften verhandelnden ZPÜ (Zentralstelle für private Überspielrechte) praktisch keine Zahlungen der Geräteindustrie mehr eingegangen. Über die PC-Vergütungen wird zwar noch verhandelt, ansonsten sind die Verhandlungen für die meisten Geräte und Speichermedien abgebrochen worden. Langwierige Schiedsstellen- und Gerichtsverfahren sind zu erwarten.

Die Einnahmen der VG Wort im Bereich Hörfunk / Fernsehen sanken folglich von 26,8 auf 7,8 Millionen Euro, nahezu ausschließlich erzielt durch die Vergütung für öffentliche Wiedergabe („Kneipenrecht"). Außerdem ist auch noch das Aufkommen aus der Kabelweitersendung etwas auf 6,37 Millionen Euro gesunken. Immerhin konnten die Quoten für den Rundfunk-Bereich gehalten werden. Außerdem steht noch eine Nachausschüttung der PC-Vergütungen für die Jahre 2008 bis 2010 an, sobald der neue ZPÜ-Verteilungsplan für die Verteilung unter den Verwertungsgesellschaften durch das DPMA gebilligt ist.

Warten auf EuGH-Entscheidung. Größter Einnahmeposten der VG Wort war auch im Geschäftsjahr 2011 die Reprografie-Vergütungen für das Vervielfältigen von Texten. Hier stiegen die Einnahmen von 66 auf 74 Millionen Euro. Dies beruht auf einem Anwachsen der Kopiergerätevergütung von 61,1 auf fast 69,5 Millionen Euro aufgrund gestiegener Verkaufszahlen. Auch in diesem Bereich dürften die Ausschüttungen an Autoren künftig geringer ausfallen. Zwar konnte der Gesamtvertrag mit dem ITK-Industrieverband BITKOM für PC und Drucker verlängert werden, doch ab 2012 werden – so vereinbart – die Einnahmen für Drucker zurückgestellt bis zu einer Entscheidung des Europäischen Gerichtshofs oder anschließend des Bundesgerichtshofs über die Vergütungspflicht von Druckern und PCs nach der bis Ende 2007 geltenden Rechtslage. 2011 wurden 13 Millionen Euro für Drucker von BITKOM an die VG Wort gezahlt.

Die 120 Millionen Euro Einnahmen des Jahres 2011 sind – neben Rückstellungen zum Beispiel für Internettexte (METIS) – die Basis für die Hauptausschüttung 2012.

Rüdiger Lühr ■

Urheberrechte verletzt

Wenn der eigene „Pressespiegel“ zur Haftungsfalle wird

Der Gesetzgeber hat festgelegt, was ein elektronischer Pressespiegel ist und was darin nichts verloren hat. Viele Medienverantwortliche vermuten fließende Grenzen. Diese Fehleinschätzung eines Pressesprechers kam einem Finanzdienstleister teuer zu stehen.

Der Fall: Ein freier Journalist hatte 2010 in einem Fachmagazin über Trends bei der betrieblichen Altersvorsorge berichtet. Neben Forschungsergebnissen hatte er auch die Einschätzungen von Branchenkennern eingeholt. Nach Erscheinen seines Fachbeitrages übermittelte der Autor an die in seiner Abhandlung zitierten Quellen und Personen je einen Beleg, mit dem Hinweis, dass diese Kopie nur für interne Zwecke (Archiv) verwendet und nicht über elektronische Medien verbreitet werden darf. Bei späteren Recherchen stellte sich dann heraus, dass eine der „Dankeskopien“ im Internet online gestellt wurde. Rasch war als „undichte Stelle“ der so genannte „Pressespiegel“ des Onlineportalbetreibers „Deutsche Gesellschaft für betriebliche Altersvorsorge AG (DGbAV)“ ausgemacht.

Der Autor verlangte die sofortige Entfernung seines Textes von der Website. Der DGbAV-Pressesprecher hingegen war der Meinung, dass es „nicht unüblich sei, Artikel mit Zitaten, an denen man selbst mitgewirkt habe, (auch ohne Zustimmung des Urhebers) in den eigenen Pressespiegel zu stellen“. Darin sah der Autor eine Beeinträchtigung seiner Urheberrechte, zumal von den knapp 15.000 Zeichen seines Fachartikels lediglich rund 20 Zeilen aus der Feder des DGbAV-Mitarbeiters stammten.

Wegen der Wiederholungsgefahr verlangte der Autor eine Unterlassungserklärung. Da der presserechtlich Verantwortliche dies verweigerte, forderten die Anwälte des geschädigten Journalisten den Vorstand auf, den Beitrag künftig nicht mehr im Internet präsentieren zu lassen, eine strafbewehrte Unterlassungserklärung abzugeben und den entstandenen Schaden zu ersetzen. Als auch dieses verweigert wurde, wandten sich die Anwälte an das Landgericht Düsseldorf. Die 12. Kammer des LG Düsseldorf gab dem Journalisten recht und hat mit Anerkenntnisurteil (12 O 237/11) die Forderungen des Klägers auf Unterlassung und Schadensersatz bestätigt.

Der Bundesgerichtshof (BGH) hatte bereits 2002 (I ZR 255/00) per Entscheidung festgestellt, dass auch ein (echter) elektronischer Pressespiegel nur in einer Form zugänglich gemacht werden darf, die sich im Falle der Speicherung nicht zu einer Volltextrecherche eignet. Wer statt der Bezeichnung „Pressespiegel“ den Begriff „Presseschau“, „Pressestimmen“, „Presseecho“ oder „Die Presse über uns“ verwendet und meint, damit wäre alles im grünen Bereich, der irrt gewaltig. Das Kopieren und Verbreiten von Veröffentlichungen fremder Autoren ist grundsätzlich nur mit der Zustimmung des Urhebers bzw. des Verwertungsberechtigten zulässig. Außerdem sind für die Inhalte eines Pressespiegels, wie der Gesetzgeber ihn definiert, Lizenzgebühren an die Verwertungsgesellschaft Wort (VG Wort) bzw. an die PMG Presse-Monitor GmbH zu entrichten. **Lex Lemax** ■

Foto: Kay Herschelmann

„Es ist bedauerlich, dass der Bundesgerichtshof die freien Journalisten als regelmäßig schwächere Vertragspartei im Regen stehen lässt“, erklärte der stellvertretende ver.di-Vorsitzende Frank Werneke.

BGH kippt Springer-AGB – nur Teilerfolg für Freie

Die Honorarbedingungen der Axel Springer AG für freie Journalisten verstoßen in wesentlichen Teilen gegen geltendes Recht und dürfen deshalb nicht länger angewandt werden. Das hat nun auch der Bundesgerichtshof entschieden (Az.: I ZR 73/10). Zufrieden sind die Journalistengewerkschaften dju in ver.di und DJV mit dem – nach zweimaliger Verschiebung – am 31. Mai 2012 verkündeten Urteil allerdings nicht.

Sie wollten mit der Revision gegen das schon positive Urteil des Kammergerichts Berlin vom März 2010 erreichen, dass der BGH umfangreiche Rechtseinräumungen in Buy-out-Verträgen als unvereinbar mit dem Urheberrecht erklärt. Dazu hätte Karlsruhe mit seinem Urteilsleitsatz von 1982 brechen müssen, nach dem der Umfang der einzuräumenden Rechte nicht der gerichtlichen Kontrolle von Allgemeinen Geschäftsbedingungen im Wege der Verbandsklage unterliegt. So entschieden seit Mitte 2011 mehrere Oberlandesgerichte, der I. Zivilsenat unter Vorsitz von Richter Joachim Bornkamm jetzt aber nicht.

„Es ist bedauerlich, dass der Bundesgerichtshof die freien Journalisten als regelmäßig schwächere Vertragspartei im Regen stehen lässt“, erklärte der stellvertretende ver.di-Vorsitzende Frank Werneke. DJV und ver.di kündigten an, nun gemeinsam beim Gesetzgeber auf Reformen des Urhebervertragsrechts zu drängen.

Immerhin hat der BGH über das Berliner Urteil hinaus weitere pauschale Vergütungsregelungen in den Springer-AGB wegen Verstoßes gegen das Transparenzgebot für unwirksam erklärt. Nach den Honorarregelungen des Verlages sei völlig unklar, ob der Journalist für weitergehende Nutzungen eine gesonderte Vergütung erhalten soll oder nicht. Es sei davon auszugehen, dass solche Pauschalvergütungen, bei denen mit dem vereinbarten Honorar sämtliche weitergehenden Nutzungen abgegolten sind, häufig nicht angemessen seien und daher im Einzelfall korrigiert werden müssten.

Beginnend mit dem Springer-Verlag sind DJV und dju seit 2007 vor Gericht erfolgreich gegen Buy-out-Verträge vorgegangen, mittlerweile bei mehr als einem Dutzend Verlagshäusern. Zuletzt haben am 9. Mai gleich zwei Oberlandesgerichte die Honorarbedingungen von Zeitungsverlagen für Freie für unwirksam erklärt, die der Suhler Verlagsgesellschaft (Freies Wort und Südthüringer Zeitung) und der Nordost Mediahouse GmbH, die den Nordkurier herausgibt.

Angesichts der erfolgreichen Gewerkschaftsprozesse setzen einige Verlage mittlerweile auf eine Verhandlungslösung. So haben DJV und ver.di mit Spiegel Online im Mai faire Honorarbedingungen für Freie erreicht. Sie lösen die alten AGB ab, gegen die beide Gewerkschaften im April 2011 vorgegangen waren. Verhandelt wird noch in weiteren Verlagen. **lü** ■

Aktuelle Infos:

http://dju.verdi.de/freie_journalisten/verlags-agb

Solidarität an erster Stelle

Jahrestagung der EJF in Bergamo beschloss rechtliche Veränderungen

„Ich bin einer dieser Terroristen", meinte Ahmet Sik – der Journalist saß 13 Monate lang wegen kritischer Berichterstattung in der Türkei im Gefängnis. Regierungsvertreter des Landes stellen unliebsame Journalisten immer wieder auf eine Stufe mit Terroristen. Mehr als 100 sind noch in Haft. Manche kamen wieder frei. Man habe ihnen „das Halsband abgenommen", heißt es dann. „So bleiben wir für die Regierung die Hunde", stellte Sik fest. Auf der Jahrestagung der Europäischen Journalisten-Föderation (EJF) im italienischen Bergamo berichtete er über das Klima der Angst unter kritischen Kollegen und Kolleginnen in der Türkei. Ihre Verfolgung war ein Schwerpunktthema bei der Versammlung.

Die Solidarität mit verfolgten Kolleginnen und Kollegen und die Verteidigung der Meinungs- und Pressefreiheit sind zentrale Anliegen der EJF, aber das ist nicht alles. Franco Siddi, der Generalsekretär der gastgebenden italienischen Journalistengewerkschaft FNSI, brachte es auf den Punkt: „Die Würde der Arbeit muss unser Leitstern sein. Journalisten und Journalistinnen müssen frei arbeiten können. Das können sie jedoch nur, wenn ihre Arbeit auch ausreichend bezahlt wird – egal ob sie fest angestellt sind oder als Freie arbeiten". In den meisten Ländern Europas aber nimmt der Druck auf Journalistinnen und Journalisten und ihre Gewerkschaften von Seiten der Medienbesitzer zu.

Die Aufgabe der EJF besteht darin, den Mitgliedsgewerkschaften Hilfestellung im Kampf um die Rechte der Kolleginnen und Kollegen zu geben, versicherte der seit einem halben Jahr amtierende neue EJF-Generalsekretär Stephen Pearse. Breiten Raum nahm die Diskussion über die Zukunft der Freien in veränderten Medienmärkten ein – im Spagat zwischen verkappten prekären Arbeitsverhältnissen und Unternehmertum.

„Die Europäische Journalisten-Föderation ist das Herzstück der Internationalen Journalisten-Föderation", erklärte der IJF-Präsident Jim Boumelha. Wie viele andere Redner formulierten Cornelia Haß und Wolfgang Mayer das Interesse, in diesem Sinn die EJF stärken zu wollen. In der Frage der Strategie gingen die Einschätzungen der Delegierten aber auseinander.

Mit knapper Mehrheit beschloss die Versammlung am Ende die Eintragung der EJF als eigenständige Organisation nach belgischem Recht. Breiten Raum nahm die Reform der EJF-Satzung ein. Die dju stimmte gegen die rechtliche Verselbständigung, weil die Konsequenzen auf die Finanzen und die Personalstruktur ungeklärt blieben und ein solcher formaler Schritt noch nicht automatisch die angestrebte Verbesserung in der Effizienz der EJF-Arbeit bedingt. Der Schritt bedeutet keine Trennung von der IJF – die EJF bleibt zugleich Teil derselben. Der Antrag von dju und DJV, nun unverzüglich die Diskussion über einen Personal- und Finanzplan zu starten, wurde einstimmig angenommen und soll nun die EJF in die Lage versetzen, die in sie gesetzten Erwartungen zu erfüllen. Dazu zählt die bessere Sichtbarkeit als Interessenvertretung. Die dju hätte sich die Klärung der Strukturen als ersten Schritt vor der Eintragung als eigenständige Organisation gewünscht. Neu im Kreis der EJF-Mitglieder ist nun auch die russische Journalisten-Union mit 57 000 Mitgliedern. wm ■

http://dju.verdi.de ■ http://europe.ifg.org/en

Foto: Cornelia Haß

EJF-Generalsekretär Stephen Pearse (li.) und dju-Vertreter Joachim Kreibich in Bergamo

News

Russischer Redakteur mit dem Tod bedroht

Reporter ohne Grenzen (ROG) ist schockiert über die Drohungen gegen den stellvertretenden Chefredakteur der Zeitung *Nowaja Gaseta*, Sergej Sokolow. „Wenn Journalisten mit dem Tod bedroht werden, nehmen wir das sehr ernst", sagte ROG-Vorstandsmitglied Gemma Pörzgen Mitte Juni in Berlin. „Seit dem Amtsantritt Wladimir Putins im Jahr 2000 sind in Russland 26 Journalisten getötet worden, allein fünf von ihnen aus der Redaktion der *Nowaja Gaseta*."

Der russische Chefermittler Alexander Bastrykin war am 4. Juni mit dem Journalisten Sergej Sokolow in einen Wald bei Moskau gefahren, hatte ihn dort wegen eines kritischen Artikels beschimpft und gedroht, sollte dem Journalisten etwas zustoßen, werde er – Bastrykin – die Ermittlungen leiten. Sokolow war daraufhin ins Ausland geflohen.

Bastrykin ist als oberster Ermittler der Generalstaatsanwaltschaft auch für die Untersuchungen im Mordfall Anna Politkowskaja verantwortlich. Sie hatte für die *Nowaja Gaseta* über die Gewalt in Tschetschenien berichtet und wurde vor fünfeinhalb Jahren in Moskau erschossen.

Mehr dazu unter: www.reporter-ohne-grenzen.de ■

Im Österreichischen Presserat sind keine Verleger in den Senaten

Auch auf eigene Initiative

Fotos: Ch. v. Polentz / transitfoto.de

Seit nunmehr anderthalb Jahren hat auch Österreich wieder einen Presserat, nachdem 2002 der Zeitungsverlegerverband ausgetreten war und sich das Gremium aufgelöst hatte.

Über Ergebnisse und Erfahrungen seitdem sprach M mit Geschäftsführer Alexander Warzilek.

Wie kam es zur Neugründung des Österreichischen Presserates im Herbst 2010?

Alexander Warzilek: Es gibt in 58 Prozent der Mitgliedsländer des Europarates derartige Institutionen. Für eine Demokratie westlicher Prägung ist das ein Grundstandard. Daher sollte auch Österreich, ein Land mit entsprechender demokratischer Tradition, so eine Einrichtung haben. Es gab auch eine Vorgabe der EU zur Kontrolle der Finanzjournalisten. Angesichts der Gefahr, dass diese Kontrolle von der staatlichen Finanzaufsicht übernommen wird, entschied man sich lieber für die freiwillige Selbstkontrolle.

Ihr Presserat verfügt über zwei Senate. Sind sie vergleichbar mit den hiesigen Beschwerdeausschüssen?

Das ist durchaus vergleichbar. Wir haben allerdings eine anders strukturierte Verfahrensordnung. In den beiden Senaten gibt es jeweils sieben Mitglieder, darunter sechs Journalisten und einen juristischen Vorsitzenden. Anders als in Deutschland sind bei uns keine Verleger in den Senaten.

Der Rat wird nicht nur auf Beschwerden kritischer Leser aktiv, sondern er kann auch Eigeninitiative ergreifen?

Ja, aber der Rat geht mit diesem Instrument sehr sorgsam um. Wir haben im laufenden Jahr bisher 68 Fälle, und nur in zwei Fällen sind die Senate eigenständig aktiv geworden. Ein Fall betrifft eine weit rechts orientierte Wochenzeitschrift. Dabei geht es darum, ob der Begriff „Neger" in einem Artikel, der die Kriminalberichterstattung über Ausländer betrifft, verwendet werden darf. Der zweite Fall betrifft Anders B. und steht im Zusammenhang mit dem Massaker in Norwegen. Beide Fälle sind noch nicht entschieden.

Welche Sanktionen kann der Presserat verhängen?

Wir haben nicht die gleichen Möglichkeiten wie die Gerichte. Wir können weder Zwangsmaßnahmen setzen noch Geldstrafen aussprechen oder Schadensersatz zusprechen. Das ist aber auch gar nicht Sinn und Zweck unserer Institution. Die Medienbranche nimmt unsere Entscheidungen durchaus ernst. Die Tatsache, dass ein Fachgremium festhält, dass da etwas falsch gelaufen ist, dürfte Journalisten manchmal sogar mehr schmerzen als eine gerichtliche Verurteilung.

Gibt es überhaupt so ein Instrument wie die öffentliche Rüge mit der Verpflichtung zum Abdruck durch das betreffende Organ?

Es gibt bei uns zwei Verfahrenstypen. In der ersten Variante, dem „selbstständigen Verfahren", regt ein engagierter Leser ein Verfahren an. Hier gibt es nicht die Möglichkeit, unsere Entscheidung bzw. eine Rüge abzudrucken. Anders bei der zweiten Variante: Bei diesem sogenannten Beschwerdeverfahren muss man persönlich von der Veröffentlichung betroffen sein. Mit dem Presserat wird dann eine Schiedsvereinbarung abgeschlossen, mit der Beschwerdeführer und -gegner einverstanden sein müssen. Einige Verlage haben hier eine generelle Einverständniserklärung für derartige Fälle abgegeben. Bei anderen muss es im Einzelfall geschehen. Die Kehrseite der Medaille ist, dass der in seinen Persönlichkeitsrechten Verletzte dann aber in der Sache selbst einen Rechtsverzicht abgeben muss. Das heißt, er kann sich nicht parallel an die Gerichte wenden. Allerdings kann der Betroffene im Anschluss an das Verfahren den Abdruck der Entscheidung des Presserats gerichtlich erzwingen.

Wieso kam es 2002 zu einer Einstellung der Tätigkeit des früheren Presserates?

Ausgangspunkt war ein Rechtsstreit mit der *Kronen Zeitung*, dem wichtigsten Boulevardblatt des Landes. Dabei ging es um den festgenommenen, aber noch nicht rechtskräftig verurteilten Bombenattentäter Franz F. Unter der Abbildung des mutmaßlichen Täters hatte die *Krone* getitelt: „Franz Fuchs, ein Bild wie ein Geständnis". Der damalige Presserat sah darin einen Verstoß gegen die Persönlichkeitsrechte des Betroffenen sowie einen Verstoß gegen die Unschuldsvermutung. Die *Kronen Zeitung* verklagte daraufhin den Presserat, unterlag aber vor Gericht. In der Folge verließ der Verband österreichischer Zeitungen (VÖZ) den nur lose organisierten Presserat, der daraufhin seine Tätigkeit einstellte. Jetzt nach dem Neustart sind wir rechtlich solider organisiert, als Verein, zu dessen Trägern die

Skurrile Beschwerden: Fall 1

„Ein Leser hat sich darüber aufgeregt, dass ein Journalist in einem Interview in einer Gratiszeitung gesagt hat, dass Thunfischesser Verbrecher seien.
In einem Telefonat mit mir hat der Leser gemeint, es könne doch nicht sein, dass er öffentlich als Krimineller bezeichnet werde, bloß weil er so gern Thunfisch esse.
Der Senat hat den Fall nicht aufgegriffen, mit der Begründung, dass es sich um ein Werturteil handele. Der Journalist habe zudem hier nicht im klassischen Sinn journalistisch gehandelt, sondern sei selbst Interviewpartner gewesen. Letztlich ging es um moralische Zweifel daran, ob es gut ist, dass man Thunfisch kauft, weil der durch Überfischung mittlerweile vom Aussterben bedroht ist."

wichtigsten Branchenorganisationen gehören: die Journalistengewerkschaft, der VÖZ, der Verein der Chefredakteure, der österreichische Zeitschriften- und Fachmedienverband, der Verband der Regionalmedien Österreichs und der Presseclub Concordia.

Die *Kronen Zeitung* war doch nie Mitglied im Presserat – warum hat sie so viel Einfluss?

Die *Kronen Zeitung* ist natürlich allein aufgrund der Auflage und der Leserzahl ein bedeutender Faktor in Österreich. Grundsätzlich sind wir für alle Printmedien zuständig, auch für die, die sich dem Presserat gegenüber nicht verpflichtet haben. Für die *Kronen Zeitung* sind wir derzeit nur im Rahmen eines „selbstständigen Verfahrens" zuständig. Dieses Verfahren schließt jedoch den zwingenden Abdruck einer „Rüge", um bei der deutschen Terminologie zu bleiben, aus. Die Entscheidung des Presserates, ob negativ oder positiv, wird auf unserer Internetseite oder auch über eine Presseaussendung bekannt gegeben.

Sind noch weitere Blätter nicht im Presserat?

Einige Medien halten sich noch zurück. Dazu gehört *Die Presse*, eine wichtige Qualitätszeitung in Österreich. Ein Beitritt in Kürze ist angekündigt. Auch zwei weitere wichtige Zeitungen aus dem Boulevardbereich machen noch nicht mit. Das sind die Tageszeitungen *Österreich* und *Heute*. Letztere hat vor allem in Wien großen Einfluss. Mit der *Kronen Zeitung* und *Heute* bin ich immer wieder in Gesprächen und hoffe, dass sie noch mitmachen werden.

Welche Verstöße gegen medienethische Grundsätzen kommen am häufigsten vor?

Die wichtigsten Themen sind der Persönlichkeitsschutz, die Anwendung unseres Antidiskriminierungsparagrafen, dann der Grundsatz, dass man als Journalist ordentlich und gewissenhaft recherchieren muss und auch die Vorgabe, dass zwischen redaktionellem Inhalt und Werbung zu trennen ist. Unter den Beschwerdeführern finden sich sowohl Personen, die persönlich betroffen sind, als auch engagierte Leser, die sich ernsthaft mit den Inhalten in den Printmedien auseinandersetzen. Manchmal gibt es auch Eingaben ohne Substanz, die eher zum Schmunzeln verleiten. Bei uns entscheidet der Senat, ob überhaupt ein Verfahren eingeleitet wird oder nicht. Falls es nicht dazu kommt, teilt der Senat dem Leser oder der Leserin eine Begründung dafür mit.

Gibt es Fälle, in denen zwischen Persönlichkeitsschutz und öffentlichem Interesse abgewogen werden musste?

Im Fall der umstrittenen Bilder von der Hinrichtung des libyschen Diktators Gaddafi hatten wir drei Mitteilungen. Wir haben diese Beschwerden nicht einzeln behandelt, sondern dazu eine Grundsatzerklärung mit eben dieser Güterabwägung abgegeben. Da Gaddafi jahrzehntelang Diktator eines Landes war, besteht grundsätzlich ein legitimes Interesse daran, wie er zu Tode gekommen ist. Wenn allerdings die in diesem Zusammenhang publizierten Bilder besonders blutrünstig und entstellend sind, greift auch bei Gaddafi der Persönlichkeitsschutz.

In Österreich wurde in letzter Zeit auch über verdeckte Recherchemethoden diskutiert?

Anlass für eine solche Diskussion gab der ehemalige Europaparlamentsabgeordnete und ÖVP-Politiker Ernst Strasser. Journalisten des *Guardian* hatten sich als Manager aus dem Finanzwesen ausgegeben und ihm 100.000 Euro angeboten, damit er im Gegenzug die Finanzgesetzgebung entsprechend zu ihren Gunsten beeinflusse. Er ist darauf eingestiegen und wurde dabei heimlich gefilmt. Das Ganze löste einen großen Skandal in Österreich aus, und Herr Strasser musste zurücktreten. Da hat man darüber diskutiert, ob das in Ordnung war, dass die Journalisten sich nicht zu erkennen gegeben haben und im Geheimen gefilmt haben.

Ein Schwerpunkt der Arbeit des Rates ist sicher auch das Gebot der Trennung von Werbung und redaktionellen Inhalten?

Ja, in einem recht interessanten Fall war sowohl dieses Trennungsgebot als auch unsere Antidiskriminierungsbestimmung betroffen. Es geht dabei um eine vermeintliche Reportage über ein Bordell in Klagenfurt, in einer Gratiszeitung. Bei genauerem Hinsehen wurde jedoch klar, dass es sich dabei um eine reine Werbeeinschaltung handelte. Das Wörtchen Anzeige war nur in einem kleinen Info-Kästchen versteckt. Zudem waren die Inhalte menschenunwürdig und frauendiskriminierend – die Frauen wurden „als qualitativ hochwertig" angepriesen. Das war dann recht klar und einfach zu entscheiden.

Wieso kommen zentrale Begriffe wie Quellenschutz und Zeugnisverweigerungsrecht in Ihrem Kodex nicht vor?

Grundsätzlich muss ich dazu sagen, dass der deutsche Kodex und die dazu gehörenden Richtlinien detaillierter sind. Auch die Gesetze sind in Deutschland häufig viel umfangreicher als in Österreich. Das kann Vor- und Nachteile haben. Wir haben aber jüngst in einer Entscheidung festgestellt, dass das Redaktionsgeheimnis zu schützen ist und dass in diesem Zusammenhang auch der Informantenschutz ein ganz wichtiger Grundsatz ist.

Das Gespräch führte Günter Herkel ■

ÖSTERREICHISCHER PRESSERAT

Skurrile Beschwerden: Fall 2

„Die Geschichte betrifft Herrn Schaumburg-Lippe, dessen Show auf Astro TV auch in Deutschland bekannt sein dürfte. In einem Artikel über ihn wurde geschrieben, er habe früher mit bürgerlichem Namen Mario Wagner geheißen und habe sich „hochadoptiert". Darüber hat er sich mächtig aufgeregt.
Der Senat konnte aber keinen Verstoß gegen medienethische Grundsätze feststellen. Bei der Nennung des früheren bürgerlichen Namens handlte es sich um eine korrekte Tatsachenaussage. Auch die Formulierung, er habe sich „hochadoptiert", wurde vom Senat als zulässig bewertet. Begründung: Schaumburg-Lippe trete im Rahmen seiner TV-Show explizit mit seinem neuen Adelsnamen auf, einer Show, in der er unter anderem „Reichtumselixier" und „Wunscherfüllungscolliers" verkaufe, also Produkte, deren Wirksamkeit laut Senat anzuzweifeln sei.
Herr Schaumburg-Lippe warf daraufhin dem Presserat vor, er fördere Schmutzkübeljournalismus. Mittlerweile hat er einen eigenen Presserat gegründet, den Schaumburg-Lippe-Presserat, mit einer Sektion Österreich. Der befindet jetzt über angebliche medienethische Verletzungen im Zusammenhang mit der Berichterstattung über den Adel."

Pressefreiheit nur auf dem Papier

Ukrainische Medien fest in der Hand regierungstreuer Oligarchen

Überwachung, Korruption und Selbstzensur – acht Jahre nach der Orangenen Revolution sind in der Ukraine die Hoffnungen auf wirkliche Pressefreiheit geplatzt. Oligarchen verhindern kritische Berichte, Journalisten lassen sich bestechen und Reporter werden vom Geheimdienst bespitzelt.

Abb [M]: Teastock / Fotolia.com

„Tjemniki" – wenn Journalist Sergej Leschtschenko dieses Wort hört, läuft es ihm eiskalt den Rücken herunter. Der Ausdruck bedeutet eigentlich nur „Thema". Die „Themen" waren jedoch Anfang der Zweitausender eine gefährliche Waffe. Der damalige Präsident Leonid Kutschma ließ mit den „Tjemniki" die Medien kontrollieren. Einmal pro Woche verteilte die Regierung Meldungen an Zeitungen und Fernsehsender. „Die Redakteure mussten über die Mitteilungen berichten, ansonsten wurden sie gefeuert", erinnert sich Leschtschenko. Nach der Orangenen Revolution 2004 befreiten sich die Medien von der Obrigkeit des Staates. Seitdem gibt es keine Zensur mehr, kritische Journalisten müssen nicht mehr um ihr Leben fürchten wie früher. Die Pressefreiheit ist in der Verfassung verankert. Unabhängig sind die meisten Journalisten dennoch nicht. Große Zeitungen und Fernsehsender sind in der Hand von regierungstreuen Oligarchen – und die lassen keine kritischen Berichte zu. Zeitungsartikel werden auf Bestellung gedruckt und Fernsehbeiträge für Schmiergeld inszeniert.

Leschtschenko arbeitet seit über zehn Jahren bei der Internetzeitung *Ukrainska Prawda*. Die Zeitung ist für ihre investigative Berichterstattung bekannt und wird täglich 200.000 Mal abgerufen. Im Dezember deckte der 28jährige Journalist einen Skandal bei der Vorbereitung der Fußball-EM in der Ukraine auf: Infrastrukturminister Boris Kolesnikow soll sich beim Bau von Sportstätten bereichert haben. Seine Firma hatte einen Millionenauftrag zur Rekonstruktion des Kiewer Sportpalastes erhalten. Die Affäre sorgte für Empörung – zurücktreten musste der Minister jedoch nicht. Leschtschenko schrieb auch über den Palast von Präsident Viktor Janukowitsch auf einem 140 Hektar großen Grundstück nahe Kiew. Den Präsidenten scheint die schlechte Publicity nicht zu stören. „Ich bin noch nie bei der Arbeit behindert worden", sagt Leschtschenko. „Solange wir nur ein kleines Publikum erreichen, kümmert sich die Regierung nicht um Kritik." Denn es sind meist kleine Medien, die über Korruption und Vetternwirtschaft berichten. Wie die Zeitungen *Ukraina Moloda* und *Djen* oder die TV-Kanäle „TVi" und „Kanal 5".

Überregionale Zeitungen und Fernsehsender berichten kaum über die Fehltritte von Politikern. Meist geht es um Klatsch und Tratsch, Politik spielt nur eine Nebenrolle. Wie bei der zweitgrößten Tageszeitung *Sewodnija*. Hier dominieren Stars und Sternchen. Wenn über Politik geschrieben wird, dann im Sinne von Janukowitsch und seiner Regierung. Eigentümer des Blattes ist Oligarch Rinat Achmetow, der größte Finanzier der „Partei der Regionen" von Präsident Viktor Janukowitsch. Ähnlich einseitig ist das Programm des größten Fernsehsenders „Inter". Der ist im Besitz von Walerij Choroschkowskij, dem Finanzminister und ehemaligen Geheimdienstchef. Die Kanäle „ICTV" und „STB" werden von Viktor Pintschuk kontrolliert, der Sender 1+1 gehört zum Imperium von Igor Kolomoiskij. Beide Wirtschaftsmagnaten sind mit Präsident Janukowitsch eng befreundet.

Viele Ukrainer halten die Presse ohnehin für unglaubwürdig – egal ob es sich um kritische oder regierungstreue Medien handelt. Denn Journalisten lassen sich in der Ukraine ebenso gern bestechen wie Politiker. Sie schreiben Artikel auf Bestellung, übernehmen Werbetexte oder senden inszenierte Fernsehbeiträge. Das Verbreiten unechter Nachrichten ist auch bekannt unter dem Schlagwort „Jeansa" – sich Geld in die Jeans stecken. Die manipulierten Beiträge werden von Unternehmen, Politikern oder PR-Agenturen in Auftrag gegeben. Im Dezember soll der Fernsehsender 1+1 im Auftrag eines Lokalpolitikers einen Nachrichtenbeitrag produziert haben. In der Sendung war zu sehen, wie der Politiker Weihnachtsgeschenke an Kinder verteilte. Die bekannte Politikerin Natalia Korolewska soll sich positive Berichte in der Zeitung *Sewodnija* erkauft haben. Journalisten verdienen in der Ukraine zwischen 300 und 600 Euro im Monat. Die Gehälter liegen nur knapp über dem Durchschnitt. Angesichts hoher Lebenshaltungskosten in Städten wie Kiew fällt es manchem schwer, der Bestechung zu widerstehen. Für manipulierte Zeitungsartikel zahlen PR-Agenturen 800 bis 1.000 Dollar, für inszenierte Fernsehbeiträge bis zu zehntausend Dollar.

Interesse an Journalisten zeigt auch der Ukrainische Sicherheitsdienst (SBU). Eine ukrainische Reporterin der Deutschen Welle bestellte der Geheimdienst im vergangenen Jahr zu einer „Befragung" in ein Straßencafé. Die Journalistin hatte zuvor ein Praktikum im Deutschen Bundestag absolviert. Der Agent wollte Informationen über Bundestagsabgeordnete herausbekommen. Einen Korrespondenten der *Frankfurter Allgemeinen Zeitung* ließ der SBU bespitzeln. Der Journalist hatte während des Wahlkampfes mehrere Artikel über die kriminelle Vergangenheit von Präsident Janukowitsch geschrieben. „So schlimm wie in Weißrussland ist es aber noch nicht", sagt Andreas Umland, Politologe an der Kiewer Mohyla Akademie. „Die Pressefreiheit ist eine Errungenschaft der Orangenen Revolution und die lassen sich die Medien nicht mehr wegnehmen." – Aber was ist das Papier wert, auf dem sie steht, wenn die Oligarchen das Sagen haben?

André Eichhofer ■

Jagd auf Mandela

Medien belagern das hochbetagte frühere Staatsoberhaupt Südafrikas

Südafrikas Freiheits-Ikone Nelson Mandela steht besonders bei gesundheitlichen Problemen im Fokus der Medien, ein Task Team soll die teils chaotische Berichterstattung nun koordinieren.

Als Nelson Mandela Ende Mai die Jahrhundertflamme seines African National Congress in seinem Haus in Empfang nahm, bekam Südafrika seinen Freiheitshelden erstmals seit Oktober 2011 wieder für kurze Zeit zu sehen. Das staatliche Fernsehen zeigte Mandela in einem Sessel, als er sagte, er sei froh, die Flamme zu sehen. Ihr Jubiläum feierte die jetzige Regierungspartei bereits im Januar, der kurze Auftritt des Friedensnobelpreisträgers sorgte dennoch weltweit für Schlagzeilen. Die Auftritte des bald 94-Jährigen sind selten, das globale Interesse an dem seit Jahren gebrechlich wirkenden Mann ist aber weiter riesig – bisweilen sogar zu groß für die Südafrikaner.

„Mandela ausspioniert" titelte die *Sunday Times*, Südafrikas größte Sonntagszeitung, im Dezember vergangenen Jahres. Ein Aufschrei der Empörung ging durch das Land, als bekannt wurde, dass die Nachrichtenagenturen Associated Press (AP) und Reuters Kameras auf dem Grundstück einer Nachbarin installiert hatten. Spionage war das freilich nicht, sondern Teil der Vorbereitung auf das unausweichliche Medienereignis Südafrikas – Mandelas Beerdigung. Um die teils chaotische Berichterstattung um die gesundheitlichen Belange des einstigen Staatsoberhaupts zu koordinieren, hat die Regierung inzwischen ein Task Team aus „Offiziellen" und Medienvertretern einberufen.

Alle Beteiligten wüssten, dass „Madiba", wie Mandela in Südafrika liebevoll nach seinem Clan-Namen genannt wird, „in der Tat eine Person von nationalem Interesse und eine globale Ikone" sei, so Regierungssprecher Jimmy Manyi in der offiziellen Erklärung nach der konstituierenden Sitzung des Task Teams. Gleichzeitig hätten alle Parteien die „Bedenken in Hinblick auf Madiba's Privatsphäre und Sensibilität beim Kommunizieren seines Gesundheitszustands" anerkannt. Die Notwendigkeit solcher Absprachen war bei zwei Krankenhausaufenthalten Mandelas offensichtlich geworden. Bereits im Januar 2011 kursierten während einer mehrtägigen stationären Lungenbehandlung Nachrichten seines Todes auf Twitter. Im Februar dieses Jahres belagerten Journalisten erneut zwei Krankenhäuser in Johannesburg und der Hauptstadt Pretoria, in denen der für seinen Kampf gegen die Apartheid einst 27 Jahre inhaftierte ehemalige ANC-Führer vermutet wurde. Noteinfahrten waren versperrt. Die Polizei verhaftete schließlich kurzzeitig einen Fotografen und vertrieb die Pressevertreter. „Wir können keine Situation zulassen, in der ein Mann, der solch einen großen Teil seines Lebens als Gefangener verbracht hat, nun noch einmal Gefangener der Gesellschaft ist", echauffierte sich Verteidigungsministerin Lindiwe Sisulu.

Doch die Regierung scheint auch erkannt zu haben, dass sie nicht nur schweigen kann, will sie ins Kraut schießende Spekulationen und würdeloses Chaos verhindern. Das Task Team soll da Abhilfe schaffen und nach der offiziellen Ankündigung „zukünftige Krankenhausaufenthalte" Mandelas und die Berichterstattung darüber koordinieren. Die genauen Absprachen, selbst die Regelmäßigkeit der Sitzungen sind jedoch streng vertraulich, weder Regierungs- noch Medienvertreter äußern sich zu Details. Das Thema ist hochsensibel, denn es ist ein offenes Geheimnis, dass es in den Gesprächen auch um die Planungen der Berichterstattung von Mandelas Beerdigung gehen soll, um praktische Details wie die Bereitstellung von Bildmaterial und Zugangsberechtigungen für Medienvertreter.

Denn die großen Medienorganisationen haben längst geplant, sich Unterkünfte und Stringer-Dienste in Mandelas Heimatort Qunu für den Tag X gesichert. Selbst sämtliche Hubschrauber in der Region sollen Presseberichten zufolge bereits gebucht sein. AP, dessen Sprecher Paul Colford klarstellte, dass die Kameras der Agentur ausgeschaltet gewesen seien und nur im Falle „einer großen Nachrichten-Geschichte um den ehemaligen Präsidenten" benutzt worden wären, hat in dem Dorf nach Angaben der *Sunday Times* ein eigenes TV-Studio eingerichtet. Und die staatliche SABC geriet bereits vor drei Jahren in die Schlagzeilen, weil sie von einem Mandela-Enkel die Übertragungsrechte der Beerdigung gekauft haben soll – beide Seiten bestritten das allerdings. Das Thema ist nicht neu und das Vorgehen bei Persönlichkeiten von der Bedeutung Mandelas auch weltweit nicht unnormal. Verwunderlich ist lediglich die öffentliche Ankündigung der Task-Team-Schaffung durch den Regierungssprecher.

„Ich nehme an, das war nach dem Fiasko um Mandelas letzten Krankenhausbesuch der Versuch, zu demonstrieren, dass sie die Situation im Griff haben", sagt der Johannesburger Journalistik-Professor Anton Harber, der die südafrikanische Regierung in der Pflicht sieht. „Ich kann die Diskretion und Geheimhaltung verstehen, aber wenn es nur ruhig ist, weil sie nichts vorbereiten, dann sind sie ernsthaft fahrlässig". Die Probleme bei der Planung führt der Medienwissenschaftler auch auf das angespannte Verhältnis zwischen ANC-Regierung und Medien zurück, auf eine Mischung aus „mangelnder Professionalität" und „Missvertrauen, sogar Geringschätzung". Die Einberufung des Task Teams sei daher ein Schritt in die richtige Richtung. „Ich hoffe, die Regierung handelt nicht nur defensiv, sondern sieht die Angelegenheit als wichtigen Moment, um die Nation zusammenzubringen. Wenn nicht, könnte es zu einem nationalen Trauma werden."

Christian Selz, Kapstadt ■

Bild: Peter Andrews / Reuters

Nelson Rolihlahla Mandela

Mandela wurde am 18. Juli 1918 im Dorf Qunu in der Nähe von Umtata, Transkei geboren. Er studierte Jura an der Witwatersrand-Universität in Johannesburg. Als Rechtsanwalt ließ er sich mit seinem Partner Oliver Tambo, dem späteren ANC-Vorsitzenden, in der ersten schwarzen Anwaltskanzlei nieder. Für seinen Kampf gegen die Apartheid verbrachte er 27 Jahre als politischer Gefangener in Haft. 1991 wurde Mandela zum Präsidenten des ANC gewählt. Von 1994 bis 1999 war er der erste schwarze Präsident Südafrikas. 1993 erhielt er den Friedensnobelpreis.

Unterstützung für kommunitäre Radios in Honduras

Die Menschenrechtssituation drei Jahre nach dem Putsch in Honduras wird im Mittelpunkt eines zweimonatigen Aufenthalts deutscher und österreichischer Journalistinnen und Journalisten in dem mittelamerikanischen Land im Juli und August stehen. Im Rahmen des Honduras-Journalisten-Projekts des Ökumenischen Büros für Frieden und Gerechtigkeit e.V. werden sie dort mit honduranischen Kolleginnen und Kollegen kommunitärer Radiosender zusammenarbeiten. Die Sender sind Sprachrohr indigener Gemeinschaften, deren Mitarbeiter immer wieder bedroht und deren technische Einrichtungen in der Vergangenheit sabotiert und zerstört wurden.

Screenshot: www.hondurasdelegation.blogspot.de

Die Interamerikanische Kommission für Menschenrechte (CIDH) weist in ihrem Jahresbericht 2011 explizit auf die Beeinträchtigung und Bedrohung der Arbeit kommunitärer Radios hin und fordert den Schutz der dort tätigen Mitarbeiter. Allgemein berichtet die Kommission von einer besorgniserregenden Sicherheitslage für Journalistinnen, Menschenrechtsverteidiger, indigene Gemeinschaften, LGBT-Personen sowie Bauern unter anderem in der Region Bajo Aguán. Die Morde der letzten Monate an Journalisten, Menschenrechtsaktivisten, Vertretern von indigenen Organisationen und Mitgliedern der nach dem Putsch entstandenen zivilen Widerstandsbewegung bestätigen diese Einschätzung. Mit dem Aufenthalt der europäischen Journalisten soll daher die Sicherheit der honduranischen Kollegen erhöht werden, gleichzeitig stehen gemeinsame Recherchen und Berichte zu geplanten und laufenden Großprojekten in den Bereichen Tourismus oder „Grüne Ökonomie" auf dem Programm, die oft die Lebensgrundlagen der indigenen Gemeinschaften gefährden.

Ab Ende Juni werden die Teilnehmerinnen und Teilnehmer des Projekts laufend über aktuelle Ereignisse und Erfahrungen berichten und damit auch an die Arbeit der Hondurasdelegation 2010 anknüpfen: **www.hondurasdelegation.blogspot.de** **Jutta Blume** ■

Hilfe für Journalisten

Reporter ohne Grenzen (ROG) informiert nicht nur über Verstöße gegen die Pressefreiheit weltweit, sondern hilft Journalisten auch in konkreten Notfällen. So stellt ROG nach Überfällen Geld für Ärzte und Anwälte bereit oder kann helfen, zerstörte Kameras und Computer zu ersetzen. Über das Nothilfereferat in Berlin unterstützt die Organisation zudem Journalisten, die wegen ihrer Arbeit aus der Heimat fliehen mussten. **Der neue Bericht „Hilfe für Journalisten in Not" unter www.reporter-ohne-grenzen.de.** ■

AMNESTY INTERNATIONAL

Aktion für Faisal Mohammed Salih, Sudan

Journalist schikaniert und angeklagt

Jeden Tag können sie aufs Neue vor der Tür stehen. So wie es die Mitarbeiter des sudanesischen Geheimdienstes NSS in den vergangenen Wochen immer wieder gemacht haben. Faisal Mohammed Salih, ein im Sudan bekannter Journalist, ist seit Ende April immer wieder festgenommen und verhört worden. Anlass für die Schikane sind offenbar kritische Artikel sowie ein Interview mit dem arabischen Fernsehsender al-Dschasira vom 19. April. Darin ging es um eine Rede von Präsident Omar al-Bashir.

Wenige Tage nach dem Interview befragten ihn Angehörige des NSS. Offen forderten sie ihn auf, vorsichtiger zu sein, wenn er mit ausländischen Medien spreche. In den nächsten zwei Wochen musste Salih jeden Tag beim Geheimdienst vorstellig werden – befragt wurde er nicht, man ließ ihn einfach sitzen. Daraufhin zog es der Journalist vor, am 8. Mai nicht zu erscheinen. Darauf hatten die Behörden nur gewartet: Angehörige des NSS holten Salih in seinem Haus in der Hauptstadt Khartum ab und sperrten ihn zwölf Stunden lang ohne Kontakt zur Außenwelt ein. Am Abend wurde er wieder freigelassen, erhielt aber die Anweisung, am nächsten Tag wiederzukommen.

Salih widersetzte sich der Anordnung, und auch nach seiner neuerlichen vorübergehenden Festnahme am nächsten Tag weigerte er sich weiter. Die nächste Festnahme folgte ein paar Tage später, und dabei eröffnete ein Staatsanwalt dem Journalisten, dass gegen ihn eine Anklage wegen „Widersetzens gegen eine öffentliche Anordnung „ erhoben worden sei. Es ist nicht die erste Klage, die Salih einschüchtern soll: Er muss sich bereits wegen „Diffamierung" vor Gericht verteidigen. Hintergrund ist ein Artikel vom März 2011, in dem der Journalist von einer Vergewaltigung durch Mitarbeiter des NSS berichtet hatte.

Die Lage der Medien im Sudan hat sich offenbar als Folge des arabischen Frühlings in den nördlichen Nachbarländern verschlechtert. Amnesty International hat unter anderem Beispiele von Drangsalierungen und Zensur, von willkürlichen Anklagen und Behinderungen des Vertriebs von Presseorganen dokumentiert.

Was können Sie tun?
Schreiben Sie an densudanesischen Präsidenten und fordern Sie, dass alle Anklagen gegen den Journalisten Faisal Mohammed Salih fallengelassen und die Schikanen gegen ihn beendet werden. Erinnern Sie daran, dass sich der Sudan in internationalen Verträgen zur Achtung der Pressefreiheit verpflichtet hat. Schreiben Sie auf Arabisch, Englisch oder Deutsch an:

President
HE Omar Hassan Ahmed al-Bashir
Office of the President
People's Palace
PO Box 281
Khartoum
SUDAN
E-Mail: info@sudan.gov.sd

Senden Sie eine Kopie an:
BOTSCHAFT DER REPUBLIK SUDAN
S. E. Herrn Baha'aldin Hanafi Mansour Waheesh
Kurfürstendamm 151
10709 Berlin
Fax: (030) 8940 9693
poststelle@botschaft-sudan.de

amnesty international
Postfach
53108 Bonn
Tel.: 0228 / 98 37 30
www.amnesty.de

ver.di

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

Spielball der Regierung

Das unabhängige Klubrádió in Ungarn sendet – noch

Im privaten ungarischen „Klubrádió" gibt es der Medienaufsichtsbehörde zufolge zu wenig ungarische Musik, dagegen werde zu viel und wohl auch zu offen gesprochen. Mit Hilfe des international kritisierten Mediengesetzes sollte der unabhängige Radiosender erneut mundtot gemacht werden. Aber das ungarische Parlament entschied in einer Nachbesserung dieses Gesetzes Ende Mai immerhin über eine Stärkung des Quellenschutzes von Journalisten und eine Verringerung der Möglichkeiten staatlicher Zensur. Der Passus, der den Weiterbetrieb des Klubradios gefährdet, wurde dagegen nicht gestrichen.

Dem äußeren Anschein nach hat sich nichts verändert seit meinem ersten Besuch im „Klubrádió" vor gut einem Jahr, als der anspruchsvolle private, auf seine Unabhängigkeit pochende Radiosender kurz vor dem Aus zu stehen schien. Aber – es gibt ihn immer noch. In jener kleinen Seitenstraße der Bécsi utca, der Wiener Straße in Budapest. In dem mehrstöckigen Gebäude residiert neben dem Radio mit seinen wenigen Büros und dem kleinen Studio im Parterre auch die Dunaholding GmbH. Deren Chef, András Arató, ist zugleich Gründer und Eigner des „Klubrádiós". Er hat ihm zu seinem heutigen Profil verholfen, nachdem er dessen Frequenzen 2001 vom namengebenden ungarischen Autoklub abgekauft hatte.

Ein Mitarbeiter betritt das Foyer, geschätzt um die 60 Jahre. György Bolgár wird seine Live-Sendung vorbereiten, „Megbeszéljük" (Wir sprechen darüber), in der sich Hörerinnen und Hörer telefonisch zum Tagesgeschehen zu Wort melden können. Bolgár ist sozusagen eine Ikone des Rundfunks in Ungarn. Lange Jahre war er als Journalist und Moderator in der Führungsriege des öffentlich-rechtlichen Ungarischen Rundfunks, im „Mágyar Rádió", tätig. Bis zu seiner Entlassung nach dem Wahlerfolg der Fidesz-Partei und der Machtübernahme von Viktor Orbán. Was ihn im „Klubrádió" hat vorstellig werden lassen. Das gleiche Schicksal teilt ein Großteil der rund 40 journalistischen Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter dieses Senders. Chefredakteur Ferenc Vicsek war bereits von der ersten Entlassungswelle im „Magyár-Radio" im Zuge eines Regierungswechsels von links nach rechts betroffen. Damals, vor etwa sieben Jahren, war er u.a. Chefredakteur des „Petöfi-Radios", der Kulturwelle von „Mágyar Rádió".

Fotos: www.facebook.com/klubradio/photos

Direktor Arató und sein Team haben nie einen Hehl um ihre zur Linken tendierende politische Ausrichtung und ihre offene Ablehnung aller Parteien im rechten, nationalistischen bis rechtsradikalen Spektrum gemacht. So wie die Verhältnisse in Ungarn sind, nämlich immer parteipolitisch polarisiert, fällt es schwer, das „Klubrádió" an seinem selbst definierten Anspruch der Unabhängigkeit, zu messen. Namhafte ungarische Schriftsteller wie György Dalos und Péter Nádas sprechen mit Blick auf die Gemengelage in Ungarn von einer schier unversöhnlichen Hasskultur. Sie spalte Intellektuelle und Künstler ebenso wie Familien oder Nachbarschaften. Nicht nur entlang der verfeindeten linksliberalen und rechtsnationalen Parteien, sondern auch nach völkischen Gesichtspunkten, in gute oder schlechte Ungarn, in Patrioten oder Landesverräter.

„In Ungarn herrscht ein anderes Verständnis von öffentlich-rechtlichen Medien, das sich sehr von dem in Deutschland unterscheidet. Auch in Bezug auf deren demokratische Qualität", versucht Arató die spezifische Lage in seinem Land zu erläutern. „Die öffentlich-rechtlichen Medien wurden bald nach der Wende immer vereinnahmt von den jeweils regierenden Parteien. Und dies gelang besonders gut den Rechten. Andersdenkende, Linke und Liberale, sind in der absoluten Minderheit. So etwas wie unser Klubrádió als privater Informationssender mit vielen offenen Debatten über aktuelle gesellschaftliche, politische und kulturelle Themen gibt es nicht noch einmal in Ungarn." Chefredakteur Ferenc Vicsek sekundiert: „Das größte Problem, mit dem wir konfrontiert sind, ist der Realitätsverlust, den unsere Bevölkerung erleidet, die Verzerrung der Wirklichkeit durch diesen massiven Abbau an Demokratie und die Machtkonzentration mit Einflussnahme auf alle Sektoren des öffentlichen und privaten Lebens, was Manipulation und Desinformation Tür und Tor öffnet."

Ein Vorbild wie etwa die BBC oder einen Überbau mit Aufsichtsgremien wie im Öffentlich-rechtlichen Rundfunk in Deutschland habe man im „Klubrádió" nicht nötig, meint Vicsek selbstbewusst: „Die Philosophie des „Klubrádiós" bildet ein kohärentes demokratisch ausgerichtetes Ganzes. Schließlich sind praktisch alle Mitarbeiter aus dem öffentlich-rechtlichen Rundfunk hier gelandet und bringen die entsprechenden Erfahrungen und ethischen Prinzipien mit ein." – Weit unterbezahlt und unterbesetzt, gemessen am Arbeitsaufwand.

Mehr als ein Jahr hat das „Klubrádió" in Ungarn unter den neuen Rahmenbedingungen überlebt. Obwohl es kaum Werbeeinnahmen gibt, weil sich Unternehmen nicht zugunsten dieses regierungskritischen Senders positionieren wollen, erläutert Ferenc Vicsek. Sie seien mit der Androhung einer Steuerprüfung unter Druck gesetzt worden. Und auch der Spendenaufruf an die Hörer verhalle zunehmend ohne Echo wegen der allgemeinen wirtschaftlichen Misere. Einen ersten Streit vor Gericht um die Sendelizenz, vertraglich genehmigt von der alten, sozialistischen Regierung, aufgehoben von der neuen unter Viktor Orbán, hatte das „Klubrádió" gewonnen. Es darf in Budapest auf einer anderen Frequenz weitersenden. Aber einige landesweite Frequenzen, zum Beispiel in Westungarn, in der Region um den Plattensee, gingen im Laufe einer Neuausschreibung verloren. Die im Mediengesetz nach wie vor sanktionierte Intransparenz bei den Vergaberichtlinien für Frequenzen belässt diesen Sender weiterhin als Spielball der rechtsnationalen Regierungsmehrheit.

Ursula Rütten ■

www.klubradio.hu/ und www.facebook.com/ klubradio

Ungleich mächtig

Margreth Lünenborg /
Jutta Röser (Hrsg.):
Ungleich mächtig.
Das Gendering von Führungspersonen aus Politik, Wirtschaft und Wissenschaft in der Medienkommunikation.
Transcript Bielefeld 2012.
274 Seiten. 26,80 Euro

In diesem praxisrevelanten und wissenschaftlich fundierten Buch haben die Kommunikationswissenschaftlerinnen Margreth Lünenborg und Jutta Röser die Ergebnisse eines breit angelegten Projektes zu Spitzenfrauen und -männern in den Medien zusammengestellt. Sie nahmen mit ihrem Team 13 Printprodukte und vier Fernsehsender unter die Lupe – werteten deren Beiträge über Politik, Wirtschaft und Wissenschaft inhaltsanalytisch aus, führten Interviews mit RedakteurInnen und sprachen mit jungen Erwachsenen über die medialen Präsentationen.

Einige Befunde zur Politikberichterstattung 2008: Während Frauen 43 Prozent des Personals der Bundesregierung ausmachen, sind ihnen nur 30 Prozent der Beiträge gewidmet. Diese Zahl relativiert sich noch durch den „Merkel-Faktor“, denn mehr als die Hälfte aller Nennungen entfallen auf die Kanzlerin. Folglich können Journalisten und Journalistinnen nicht auf ihr professionelles Selbstverständnis verweisen, Wirklichkeit nur abzubilden, sondern sind auch verantwortlich für die Unterrepräsentanz von Politikerinnen. Sie reproduzieren einen Geschlechterdualismus, der sich auch in den – wenn auch modernisierten – medialen Präsentationen von politischem Spitzenkräften zeigt: Kanzlerin Merkel als fürsorgliche „Mutter der Nation“ und der damalige SPD-Kanzlerkandidat Steinmeier als kämpferischer „Löwe“.

Zusammen mit einer CD bietet der Band anregendes Material zur journalistischen Selbstreflexion.

Bärbel Röben ■

Blende offen … und hoffen

Was für ein Start, aber ich hatte Glück…. Das Fazit einer Weltreise, in deren Verlauf sich der Autor entschließt, künftig als Freier in seinem Beruf als Kameramann fürs Fernsehen zu arbeiten, könnte auch als Motto über dem ganzen Bändchen stehen. Lockere Geschichten, viel Abenteuer, Phantasie und Improvisationsgenie neben ermüdendem, aber auch planbarem Alltag und dazu das sichere Fährwasser beruflicher Routine – der Autor, von den Kollegen freundschaftlich Lusches genannt – erzählt spontan, amüsant und immer noch animiert von seinem Beruf. Aber auch nachdenklich: Was machen wir da eigentlich? Wohin geht die Reise, woher kommt die Kraft – was entsteht aus dem, was wir zeigen und tun?

Unvermutet und wie beiläufig rührt an die Grundfragen, was als nettes Kollegengespräch am Tresen zu beginnen schien. **umf** ■

Ludger Bußmann-Wigger
Blende offen... und hoffen. Fernsehgeschichten
Münster 2011,
Edition Octopus im Verlagshaus Monsenstein und Vannendar OHG Münster.
8,50 Euro

Der entfesselte Skandal

Bernhard Pörksen,
Hanne Detel
Der Entfesselte Skandal. Das Ende der Kontrolle im digitalen Zeitalter
Herbert von Halem Verlag,
ISBN 978-3-86962-058-9
248 Seiten, 19,80 Euro

Skandale, einst entfacht von einer Handvoll Journalisten. Im digitalen Zeitalter sind es die Massen, die etwa per Twitter-Botschaft eine Empörungswelle auslösen. Dass sich die Art der Enthüllungen geändert hat, belegt eine weitere These: „Jeder kann Skandale auslösen“, versichern die Tübinger Autoren Bernhard Pörksen und Hanne Detel. Als prominentestes Beispiel stellen sie den Rücktritt des ehemaligen Bundespräsidenten Horst Köhlers vor, den ein Tübinger Politikstudent ins Rollen brachte. „Es kann jeden treffen“, ist die dritte und die vierte Hauptthese: „Diese Skandale kann niemand mehr kontrollieren.“

Dass sich mit Smartphones, Sozialen Netzwerken oder Blogs die Daten schneller, für ewig und weltweit einstellen lassen, zeigen die Medienwissenschaftler ebenfalls auf. Doch verteufeln Pörksen/Detel die neuen Medien nicht. Als positive Enthüllung bewerten sie beispielsweise einen Film vom irakischen Gefängnis Abu Ghraib, der die Folterungen der Gefangenen dokumentierte: Beweise, die nur durch die neue Aufzeichnungstechnik möglich waren.

Birgit Vey ■

Journalistenrecht

Der Titel ist Programm. Das Buch gibt Antworten auf typische Rechtsfragen aus dem journalistischen Berufsalltag. Geordnet nach praxisnahen Stichworten bietet es eine gute Hilfestellung für feste und freie Journalisten.

Frank Fechner / Axel Wössner (Hrsg.):
Journalistenrecht,
Die wichtigsten Fragen aus dem redaktionellen Berufsalltag
2. Auflage, Mohr Siebeck 2012,
ISBN 978-3-16-151659-7, 219 Seiten,
Broschur 19 Euro

Leute

Leute, Preise, Veranstaltungen – http://mmm.verdi.de/service

Nikolaus Albrecht, früher bei Condé Nast u. a. Chefredakteur der Zeitschriften Glamour und Vanity Fair, zuletzt selbstständig mit der Agentur Albrecht-Mink, übernahm die Chefredaktion des Lifestyle-Magazins Max, das vom Burda Verlag 2008 eingestellt worden war, nun aber regelmäßig mindestens einmal im Jahr erscheinen soll. Zusätzlich folgt er im September als Chefredakteur des Frauenmagazins Freundin auf **Ulrike Zeitlinger**, die sich dann dem von ihr entwickelten Titel Freundin Donna widmen und Redaktionsdirektorin von Burda Style wird.

Katja Balzer, bisher stellv. Leiterin des Boulevardmagazins „Maintower" (HR-Fernsehen), löst als Redaktionsleiterin **Frank Böhm** ab, der Leiter der „Hessenschau" wird.

Oliver Havlat, bislang Redaktionsleiter Online beim Schleswig-Holsteinischen Zeitungsverlag, folgt als Redaktionsleiter von RP Online, dem Webportal der Rheinischen Post, auf **Rainer Kurlemann**, der als Chef vom Dienst zur RP wechselte.

Landespressekonferenz Saar: Der Vorsitzende **Michael Kuderna** (SR) wurde ebenso wiedergewählt wie die Vorstandsmitglieder **Lothar Warscheid** (Saarbrücker Zeitung), **Michael Thieser** (SR) und **Cathrin Elss-Seringhaus** (Saarbrücker Zeitung); **Christian Otterbach** (SR) löste im Vorstand **Volker Roth** ab, der aus beruflichen Gründen nicht mehr kandidierte.

Christiane Meier, früher Auslandskorrespondentin in Washington, dann in der Gemeinschaftsredaktion Fernsehen des ARD-Hauptstadtstudios tätig, folgte als Korrespondentin und Büroleiterin des ARD-Morgenmagazins im Berliner Studio auf **Werner Sonne**, der in den Ruhestand trat.

Christoph Minhoff, derzeit einer der beiden Programmgeschäftsführer von Phoenix, dem Ereignis- und Dokumentationskanal von ARD und ZDF, wird zum 1. Oktober Hauptgeschäftsführer des Bundes für Lebensmittelrecht und Lebensmittelkunde (BLL) in Berlin sowie der Bundesvereinigung der Deutschen Ernährungsindustrie. Er folgt in beiden Positionen auf **Matthias Horst**, der mit Erreichen der Altersgrenze ausscheidet.

Reinhard Mirmseker, bisher Unterhaltungschef der Hörfunkwelle MDR Radio Sachsen, wurde wegen Verstoßes gegen die Dienstvorschriften entlassen.

Sven-David Müller, als Chefredakteur bei der Frankfurter Agentur für Kommunikation und IT Cocomore tätig, löst zusätzlich als Redaktionsleiter des Cocomore-Portals ellviva.de **Frauke Seng** ab, die in Elternzeit geht.

Personalien NDR: **Clas Oliver Richter**, bisher Redakteur im Programmbereich Zeitgeschehen des NDR-Fernsehens, zuletzt in der Abteilung Ausland und Aktuelles, folgte als Studioleiter Fernsehen im Studio Stockholm auf **Claudia Bruckenmaier**, die in Hamburg Redaktionsleiterin des Auslandsressorts wurde. Gleichzeitig löste **Tim Krohn**, bislang Schlussredakteur bei NDR 2, im Hörfunkstudio Stockholm **Albrecht Breitschuh** ab, der nunmehr bei NDR 2 das aktuelle Tagesprogramm der Welle verantwortet.

NDR-Landesrundfunkrat Hamburg: **Claus Everdiking**, der im NDR-Rundfunkrat das Erzbistum Hamburg vertritt, löste als neuer Vorsitzender des Gremiums **Antje Blumenthal** ab. Stellv. Vorsitzende ist **Angelika Huntgeburth** (Pro:fem Verbund Hamburger Frauen- und Mädcheneinrichtungen e. V.).

NDR-Rundfunkrat: Zum Vorsitzenden gewählt wurde **Uwe Grund**, Vorsitzender des DGB Hamburg, der von der SPD-Landesorganisation Hamburg entsandt wurde. Stellv. Vorsitzende sind **Ute Schildt** (SPD-Landesverband Mecklenburg-Vorpommern), **Dagmar Pohl-Laukamp** (Landesnaturschutzverband Schleswig-Holstein) und **Ursula Thümler** (Landesfrauenrat Niedersachsen).

Stephan Ott, u. a. als Autor, Journalist und Dozent im Bereich Design tätig, übernahm die Chefredaktion des traditionsreichen Designmagazins form, das mit neuem Eigentümer und Herausgeber (Dr. **Peter Wesner**) nunmehr in einem eigenständigen Verlag (Verlag form GmbH & Co KG, Frankfurt am Main) mit Redaktionsbüro in Berlin erscheint. Executive Editor ist die Designexpertin und Autorin **Sophie Lovell**.

Lars Reckermann, bisher Redaktionsleiter der Westfälischen Rundschau (WAZ-Gruppe) in Unna, folgte als stellv. Chefredakteur des Blatts auf **Frank Fligge**, der zum Berater des Geschäftsführers **Manfred Braun** avancierte und als Bindeglied zu den Chefredakteuren der WAZ-Gruppe fungieren soll.

Beate Ritter, Leiterin der Abteilung Mittelbewirtschaftung und Personalentwicklung Hörfunk beim WDR, löste als Datenschutzbeauftragte des Senders **Thomas Drescher** ab, der in den Ruhestand ging.

Der Journalist und Autor **Michael Ruhland**, Experte für Berg-Themen, bisher u. a. für die SZ tätig, folgt im Juli als Chefredakteur des Magazins Bergsteiger auf **Andreas Kubin**, der in den Ruhestand tritt.

Sanya Saydo, Chefredakteurin von Kinder- und Jugendzeitschriften aus dem Egmont Ehapa Verlag, wurde Chefredakteurin der neuen Kinderzeitschrift Galileo Genial (Lizenz des Wissensmagazins „Galileo", ProSieben).

Jochen Schlosser, bislang stellv. Ressortleiter Sport bei der Abendzeitung (München), löst zum 1. Oktober als Ressortleiter Sport bei der Schwäbischen Zeitung (Leutkirch / Ravensburg) **Rolf Schneider** ab, der in den Ruhestand tritt.

Karen Schmied, bisher Projekt- und Programm-Managerin beim RBB-Radiosender Fritz, folgte als Programmchefin der Welle auf **Stefan Warbeck**, der den Posten im Herbst 2011 abgab. **Wilhelm Matejka**, Leiter des RBB-Kulturradios, geht zum 1. August in den Ruhestand.

Jan Schnoor, bisher Mitglied der Redaktionsleitung bei bild.de, wechselt zum 1. August als Digital-Chef zur Financial Times Deutschland, bei der die Trennung zwischen Print- und Online-Redaktion abgeschafft wird. Stellvertreter des Nachrichtenchefs **Dirk Benninghoff** wurden **Joachim Dreykluft**, bislang Nachrichtenchef Online bei den G+J Wirtschaftsmedien, und **Philipp Jaklin** von der FTD.

Michael Suck, zuletzt Redaktionsleiter beim CP-Experten Heller & Partner (München), früher für Computer Bild und Chip tätig, folgte als Chefredakteur des PC Magazins (Weka Media Publishing GmbH) auf **Wolfgang Koser**, der das Unternehmen verließ.

Stephan Ueberbach, bislang stellv. Leiter des SWR-Hörfunk-Hauptstadtstudios, folgte als dessen Leiter auf **Birgit Wentzien**, die zur neuen Chefredakteurin des Deutschlandfunks berufen wurde.

Uwe Vorkötter, bisher zusammen mit **Brigitte Fehrle** Chefredakteur der Berliner Zeitung und des Schwesterblatts Frankfurter Rundschau, bei der auch **Rouven Schellenberger** der Chefredaktion angehört, gab seine redaktionellen Führungspositionen bei der Verlagsgruppe M. DuMont Schauberg ab und wurde zum Berater des Vorstands berufen. Fehrle wird die Berliner Zeitung alleine führen.

Stefan Wagner, bisher Nachrichten-Chef bei Focus Online, scheidet zum 1. August aus.

Marianne Weidt, bislang stellv. Leiterin der Hauptabteilung Personal beim NDR, löste als Leiterin **Marion Braun** ab, die den Sender verließ. **Hendrik Lünenborg**, bisher Chef vom Dienst und stellv. Leiter beim Radioprogramm N-JOY, folgt als Leiter der NDR-Intendanz auf **Martin Ganslmeier**, der als Hörfunk-Korrespondent nach Washington wechselt.

Wie erscheint man in der Rubrik Leute / Preise?

Durch unsere Auswertung von Pressediensten, Zeitungen, Informationen der Institutionen, Redaktionen, Verbände …
oder besser durch eigene kurze Mitteilung an die „Redaktion M":
Fax (030) 69 56 36 76 oder per E-Mail: karin.wenk@verdi.de

connexx.av
Die Vertretung von Medienschaffenden.
Privater Rundfunk, Film,
AV-Produktion und Neue Medien

Stellenausschreibung

Gewerkschaftssekretär/in
connexx.av Köln
15. Juni 2012

connexx.av ist ein Projekt von ver.di in den Zukunftsbranchen der Mediengesellschaft. Wir arbeiten für die Verbesserung der Arbeits- und Lebensbedingungen von Medienschaffenden aus Rundfunk, New Media, Film und AV-Produktionsbetriebe.
Unser Ziel ist die Verankerung und Stärkung betrieblicher Mitbestimmung sowie die Vertretung und Durchsetzung der Interessen der Beschäftigten und Freien/Selbstständigen. Wir verstehen uns als Schnittstelle im aktiven Dialog mit ver.di und der Medienszene.
Standorte des Projekts sind Berlin/Leipzig, München, Hamburg, Frankfurt und Köln/Düsseldorf. Für das Büro Köln ist die Stelle eines/r Projektmitarbeiters/in ab sofort wieder zu besetzen. Der/die Projektmitarbeiter/in untersteht der Planung von connexx.av und der Landesfachbereichsleitung 8 NRW.

Arbeitsschwerpunkt ist die Betreuung der Medien in NRW/Köln innerhalb des Fachbereichs 8 von ver.di
Dazu gehören insbesondere
- Betreuung von und Kontakte zu Betriebs- und Personalräten, Mitarbeitern und Freien
- Betreuung von Einzelmitgliedern
- Betreuung des Verbandes Privater Rundfunk
- Betreuung ver.di FilmUnion West
- Betriebs- und Konzernbetreuung entsprechend connexx.av Schwerpunkten

Anforderungen an die Projektmitarbeiter/innen sind:
- Kenntnisse in Arbeitsrecht, Tarifrecht, Betriebsverfassungsrecht, Personalvertretungsrecht, Urheberrecht, Sozialrecht
- Branchenkenntnisse im öffentlich-rechtlichen und privaten Rundfunk, New Media, Film, AV Produktion
- Fähigkeit und Bereitschaft zur Teamarbeit und in Projektstrukturen
- Durchsetzungsvermögen, Moderations- und Beratungskompetenz
- Kompetenz in der Büroorganisation
- Umfassende PC-Kenntnisse (MS Office, Outlook), versierter Umgang mit modernen Kommunikationsmitteln (E-Mail, Internet, Portalen etc.)
- Sicheres Auftreten sowie gute verbale und schriftliche Ausdrucksfähigkeiten
- Bereitschaft zu Reisetätigkeit
- Bereitschaft zu selbstständigem und eigenverantwortlichem Arbeiten
- Bereitschaft zur Arbeit auch an Wochenenden und in den Abendstunden

Die Eingruppierung der Stelle erfolgt nach den Allgemeinen Anstellungsbedingungen der ver.di (Gehaltsgruppe 7.1 später 7.3.)

Schriftliche Bewerbungsunterlagen bitten wir schnellstmöglich an die folgende Anschrift zu richten:

connexx.av GmbH
c/o ver.di
Geschäftsführung
Wille Bartz
Goseriede 10-12
30159 Hannover

Infos bei Geschäftsführung connexx.av,
Wille Bartz – Mobil: 0170 / 635 80 89

Medienpolitische Tagung

Neue Medien, neue Herausforderungen – der Journalismus in einer sich verändernden Medienlandschaft

19. bis 21.Oktober 2012 in Lage-Hörste

Als „vierte Gewalt" im Staat soll der Journalismus unserer Demokratie dienen und sie sichern. Die Arbeit von Journalistinnen und Journalisten ist dabei von höchstem gesellschaftlichem Wert. Doch Theorie und Praxis fallen immer weiter auseinander. Der zunehmende ökonomische Druck in allen Mediengattungen und das Auftreten neuer Medienplayer führen zu spürbaren Veränderungen für das journalistische Arbeiten. Wenn der Journalismus aber auch in Zukunft seine dienende Funktion erfüllen soll, müssen wir diesen Wandel aktiv gestalten. Die Tagung bietet deshalb Einblicke in die aktuellen Entwicklungen und Debatten.

Freitag, 18 Uhr: Abendessen.
19 – 21 Uhr Begrüßung: Josef Peitz (Leiter ver.di-Institut IMK), Karlheinz Grieger (Medienpädagoge)
Einführungsvortrag: Global Player – wer gestaltet den digitalen Wandel? Stephan Kolbe, Koordinator für Medienpolitik beim ver.di-Bundesvorstand

Samstag, 9 – 12.30 Uhr: Vorträge
- Leistungsschutz- und Urheberrechte – wie Journalisten von ihrer Arbeit leben können. Wolfgang Schimmel, Rechtsanwalt
- „Bild und Wulff – ziemlich beste Partner. Fallstudie über eine einseitig aufgelöste Geschäftsbeziehung". Dr. Hans-Jürgen Arlt, Gastprofessor für strategische Organisationskommunikation, Universität der Künste Berlin
- Spenden, Stiftungen, Steuersätze – Formen der zukünftigen Finanzierung des Journalismus. Marc Jan Eumann, Vorsitzender der SPD-Medienkommission

13:30 – 18.00 Uhr: Workshops
- Qualität hat ihren Preis – Arbeitsbedingungen für einen guten Journalismus. Martin Dieckmann, ver.di-Landesfachbereichsleiter Nord, FB Medien
- Kunst kommt von Können – Ansprüche an eine journalistische Aus- und Weiterbildung. Prof. Dr. Barbara Thomaß, Professorin für Mediensysteme im internationalen Vergleich, Ruhr-Universität Bochum
- Eine Krähe hackt der anderen kein Auge aus?! Der Konflikt zwischen öffentlich-rechtlichen und privat-kommerziellen Medien. Horst Röper, Formatt-Institut Dortmund

Sonntag, 9 – 12 Uhr
- Berichterstattung aus den Workshops
- Denkanstöße und Schlussfolgerungen – eine Vision für die Zukunft. Uli Janßen, dju-Bundesvorsitzender

Anmeldungen und Informationen:
Institut für Bildung, Medien und Kunst (IMK)
Teutoburger-Wald-Str. 105, 32791 Lage-Hörste
Telefon 05232 / 983 - 420 (Rainer Pohle)
Telefax 05232 / 983 - 462 E-Mail bst.imk@verdi.de
oder online buchen unter: www.imk.verdi.de/aktuell.php

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 Eine schriftliche Anmeldung online ist erforderlich.

Strategisches Selbstmarketing erhöht den Verdienst!

29. August 2012, 19 – 21 Uhr

Wer kennt mich, wen muss ich kennen? Was kann ich und was kann ich eigentlich noch? Über die Kunst, die eigenen Fähigkeiten mehrfach zu verwerten, und dabei dem Zufall zu vertrauen.
Referentin: Alexandra-Katharina Kütemeyer, Journalistin & Dozentin
Moderation: Ulrike Fürniß, Selbstständige und Freie, ver.di Hamburg

AGB und Rahmenverträge – Wie reagieren? Was ist wirksam? Wo sind Stolpersteine?

25. September 2012, 17 – 19 Uhr

Durch Gewerkschaftsklagen sind viele Allgemeine Geschäftsbedingungen von Verlagen für Freie von Gerichten für unwirksam erklärt worden. Sollte man auch eigene AGB haben? Wir informieren und diskutieren.
Referent: Wolfgang Kreider, Rechtsanwalt und ver.di-Sekretär
Moderation: Rüdiger Lühr, freier Journalist und mediafon-Berater

Berufsbegleitende Lehrgänge an der Journalistenakademie München

Pressearbeit, Online-PR und Social Media parallel zum Beruf lernen und ein Zertifikat der Journalistenakademie erwerben – für ver.di-Mitglieder geht das zu einem erschwinglichen Preis:
Am 12. Oktober 2012 abends startet in München der bewährte **9-monatige Lehrgang Presse- und Öffentlichkeitsarbeit**. Gleichzeitig beginnt nunmehr zum zweiten Mal der **Kurs PR und Medienmanagement**. Dieser ebenfalls berufsbegleitende Lehrgang umfasst zusätzlich kaufmännisches Grundwissen wie Buchhaltung und Controlling.
In Präsenzkursen an neun Wochenenden und in zusätzlichen E-Learning-Aufgaben vertiefen die Teilnehmenden ihr Praxiswissen. Sechs Module sind verpflichtend. Weitere drei Module wählt man nach den eigenen Interessen aus weiteren sechs Themen wie 'Fundraising' oder 'Content-Management' individuell aus. Ein Praxisprojekt am Schluss vermittelt eine einschlägige Arbeitsprobe und Referenz.
Die Lehrpläne im Einzelnen mit allen Terminen stehen auf **www.journalistenakademie.de.**
Ein Lehrgang kostet 3.500 Euro, dju-Mitglieder erhalten 50 Prozent Rabatt auf den kompletten Lehrgang. Ratenzahlung ist möglich.

Service, Leute, Preise finden Sie im Web
http://mmm.verdi.de/service

CINQUE TERRE
WANDERN & MEER

FeWo oder Haus mit Terrassen, traumhafter Meerblick.
Idealer Ausgangspunkt zum Wandern + Schwimmen im Meer.

www.arucca.com
Tel+Fax 0039-0187-821304

WANDERN & MEER

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. 17 gültig ab 1.1.2012

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: Henrik Müller Tel. 030 / 69 56 – 10 76

Redaktionsschluss:
M 5.2012: 04.06.2012
M 6.2012: 15.08.2012
ISSN-Nr.: 09 46 – 11 32

Pressestellenanzeigen erhalten einen **Rabatt von 30 %** auf den Grundpreis.
Bei Fragen steht Ihnen Frau Claudia Härtig unter der Telefonnummer (030)255 94 160 gern zur Verfügung.

SOZIALVERBAND VdK BAYERN

Zukunft braucht Menschlichkeit.

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

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

na•presseportal
Die Recherche-Plattform von news aktuell
www.presseportal.de