

M *MENSCHEN* *MACHEN* **MEDIEN**

Medienpolitische ver.di-Zeitschrift Nr. 5 / 07 Jahrgang 56

ver di

Web 2.0



inhalt

titelthema web 2.0

- 8 **Die multimediale Welt: Jeder kann mitmachen**
Von Holger Wenk
- 10 **Strategien – Fehlanzeige**
Medienunternehmen tun sich schwer mit Web 2.0
- 12 **An Podcast kann keiner vorbei**
Radiocontent aufpeppen um die Hörer zu halten
- 13 **Quellenwahl**
Die Macht und Ohnmacht der Suchmaschinen

aktuell

- 4 **Erfolgreicher Protest bei AP**
- 4 **VG Bild-Kunst – Stimmen übertragen!**
- 21 **Erste Warnstreiks in der Druckindustrie**
- 21 **Frankfurter Rundschau im Tabloid-Format**
- 21 **Neuer online-Auftritt von ver.di-Publik**

ver.di aktuell

- 5 **Sprecherinnen gewählt**
Medien-Fachbereich: Konstituierende Sitzung des Bundesfrauenvorstandes

porträt

- 6 **Die Spielmacherin**
Renée Möhler – die Frau aus dem Saarland beim Steuermann

kolumne

- 7 **Nur Gewinner**
EU-Verfahren um Rundfunkgebühren in Deutschland abgeschlossen

journalismus

- 14 **Krieg als Reality Show**
Propaganda mit Medienbildern – eine Tagung in Potsdam
- 16 **Der Journalist beim BND**
Aufgeflogener Agent Wilhelm Dietl rechtfertigt sich publizistisch



Foto: Siegfried Steinbach / Voller Ernst

rundfunk

- 17 **Streit um Rundfunkgebühr**
„Wegweisende Klarstellung“ vom Bundesverfassungsgericht erwartet

print

- 18 **Verhaltenskodex für WAZ-Journalisten**
Betriebsräte forderten Mitbestimmung ein
- 19 **Bild-Umzug: 3. Oktober?**
- 19 **Schon entdeckt? iz3w**

jugend

- 20 **Vier Thesen schlagen Wellen**
Youth media Convention auf Fahrt zum Wirtschafts-journalismus

- 22 **Überzeugen durch Qualität**
ARD-Vorsitzender Fritz Raff zu den öffentlich-rechtlichen Programmstrategien für die digitale Zukunft
- 24 **Spannungsfelder**
TV-Produzenten hoffen auf „Renovierung der Partnerschaft“
- 25 **Mehr Gehalt für Privatkunker**
- 25 **Grundstein für ZDF-Nachrichtenstudio**
- 25 **Erstes trimediales WDR-Studio eröffnet**
- 25 **Anklage gegen Ex-Sportchef vom hr**

film

- 26 **Permanente Schlankheitskur**
Tarifrecht existiert bei den Bavaria Studios nur auf dem Papier
- 26 **Job 2.0 – Medienberufe im digitalen Wandel – eine Podiumsdiskussion**

Abstellgleis

Von Kirsten Liese | Spielplätze für Senioren? Solche Berichte und Initiativen zur Fitness-Steigerung älterer Menschen, mit denen vereinzelte Kommunalpolitiker in Nürnberg oder Berlin auf die demografische Entwicklung reagieren, wie unlängst in der „Frankfurter Rundschau“ nachzulesen, entdeckt man äußerst selten.

Dabei wäre es angesichts der demografischen Entwicklung eigentlich nahe liegend, Senioren als Leser zu umwerben. Das Gegenteil aber ist der Fall: Für ein Lifestyle-Magazin wie die „Park Avenue“ kommen – wie aus der Textredaktion zu hören – selbst Prominente über 60 als Interviewpartner nur in Ausnahmefällen infrage. Und das, obwohl doch Ältere dankbare Gesprächspartner sind. Schließlich liegt es doch in der Natur der Sache, dass sie aus ihrem reichen Schatz an Lebenserfahrung schöpfen können, während die Jungen oftmals noch recht wenig zu sagen haben.

Gleichwohl klammern auch viele andere Verlage und in verstärktem Maße auch der öffentlich-rechtliche Rundfunk die Generation 60 Plus bei ihrer Zielgruppenbestimmung aus. So trug sich der Bayerische Rundfunk unlängst mit der Absicht, seinen überwiegend von älteren Hörern bevorzugten Klassiksender B4 in eine Jugendwelle umzuwandeln, – ein Vorhaben, das jedoch angesichts massiven Protests zum Glück scheiterte. Bei Tageszeitungen aber sprießen Schüler-, Jugend- und Familienseiten wie Pilze aus dem Boden – nur von Seniorensenken keine Spur.

kommentiert &

Nichts gegen eine bessere Familienpolitik. Aber muss denn ein geradezu hysterischer Schrei nach mehr Kindern zwangsläufig Hand in Hand gehen mit einer Alterschelte?

Ausgerechnet in der akademischen Wochenzeitung „Die Zeit“ wettete jüngst die Autorin Susanne Gaschke in einem entwürdigenden Artikel unter dem Titel „Furchtbar rüstig“ neiderfüllt über „Energievampire“, die ihren Lebensabend sinnvoll mit Reisen, Sprachkursen, Gasthörerschaften an Unis oder Internetaktivitäten ausfüllen. Gaschke beklagt einen „unanständigen Zeitreichtum“ der Rentner, sagt im Klartext: Die Alten sollen bitte schön malochen, bis sie ausgelaut sind und danach gefälligst abtreten. Und bitte schön keine Ansprüche mehr stellen: „Eine allzu kurze Lebensarbeitszeit (sorgt) für schlechte Stimmung, wenn die lustigen Rentnerinnen im Reisebüro (...) – eine geschlagene Stunde! – brauchen, um eine Woche Badeurlaub zu buchen. Und das noch begleitet von trotzigem Beiseite-Bemerkungen ans stöhnende Publikum: „Wir sind eben alt, bei uns dauert’s“.

■ Mit Respekt für das Alter

Ein kleiner Trost vielleicht, dass auf solch hässliche Tiraden nicht nur bergeweise Leserbeschwerden eingingen, und in der folgenden Ausgabe ein souveräner Gegenartikel des Kolumnisten Haug von Kuenheim erschien, der höchst weise mit dem

editorial

Online mitmischen

- 27 **Filmrezension:**
Ein Lied für Argyris
- 28 **Wem gehört das Lied?**
Internationales Frauenfilmfesti-
val mit dem Fokus auf Musik

internationales

- 29 **Journalisten im Visier**
Übergriffe gegen deutsche
Korrespondenten in Russland
- 29 **Äthiopien: Nach Protesten
freigelassen**
- 29 **Aktion für
Misael Habana, Mexiko**
- 30 **Medienfreiheit
am Hindukush**
Kritische Berichterstattung vom
Afghanischen Staat torpediert
- 31 **Freispruch durch
Schweizer Militärgericht**
- 31 **Haft für Journalistin
von Al-Dschasira**

rubriken

- 4 **Briefe an M**
- 32 **Service / Seminare**
- 34 **Impressum**
- 27 **Leute / Preise**

Die multimediale Welt: Segen oder Fluch, oder von jedem etwas? Während Journalisten im Tagesgeschäft mitunter droht, von der Infolut erschlagen zu werden, tummeln sich andere gern und stundenlang in den Weiten des Web. Faszinierend ist es allemal, was neue Techniken und Plattformen möglich machen. Nicht nur die bunte Mischung von Text, Grafik, Bild, Video und Audio, sondern eine bislang nicht gekannte Form von vernetzter Kommunikation. Nicht abhängig sein von der Redaktions-Auswahl bei Leserbriefen oder den dargebotenen Nachrichten und Berichten, sondern selbst mitmischen, das eigene „Medienprogramm“ zusammenstellen. Nicht nur Konsument, sondern auch Produzent sein! Web 2.0 bietet viele Möglichkeiten dafür (Titel S. 8–13).

Doch es gibt auch unübersehbare Risiken wie die Flucht aus dem realen Leben in die virtuelle Welt eines „Second Life“. Obwohl nur eine

Scheinwelt, eignet sie sich wunderbar, Träume und Wünsche „lebendig“ werden zu lassen und gerade damit dem drögen Alltag samt Medieneinerei zu entfliehen. Millionen Nutzer auch in Deutschland tun es.

Da ist es nicht verwunderlich, dass die klassischen Medien im Zugzwang sind. Nicht zuletzt fließen Werbeeinnahmen ins Netz ab. Selbst im Second Life meinen Medienkonzerne wie Springer, präsent sein zu müssen.

Inzwischen regen sich die etablierten Verlagshäuser und gehen mehr als einfach nur Online. Neben dem Einstellen der Beiträge bieten sie zunehmend auch Möglichkeiten des direkten Diskurses mit dem Leser, offerieren Audio- und Video-Inhalte (S. 11). An Podcast kommt keiner vorbei: Radioprogramm wird individuell abrufbar, um Hörer zu halten (S. 12–13). Stellt sich die Frage: Räumen Journalisten der klassischen Medien für die Bürger-Partizipation oder gar einen Journalismus 2.0 das Feld? Oder rin-

gen sie mit qualitativ hochwertigen journalistischen Inhalten um mehr Akzeptanz und Glaubwürdigkeit? Hilfreich dafür kann sicher ein Verhaltenskodex für Redakteure sein, wie der gerade verabschiedete der WAZ-Gruppe. Im Kern geht es um journalistische Unabhängigkeit, die durchaus im Web-Portal der Blätter ebenso gelten soll (S. 18).

Überzeugen durch Qualität will in der digitalen Zukunft auch der öffentlich-rechtliche Rundfunk, wobei Kooperationen mit Web 2.0-Playern wie bei der BBC eher noch nicht geplant sind, so ARD-Vorsitzender Fritz Raff im Interview (S. 22/23). Die Gefahr, dass zu viele Mittel in Online-Aktivitäten fließen, sieht Raff ebenfalls nicht. Auch wenn die Deckelung der Online-Ausgaben künftig aufgehoben wird, wie der Kompromiss im nun abgeschlossenen EU-Gebührenstreit verspricht (S. 7).

*Karin Wenk,
verantwortliche Redakteurin*

aufgespießt

Vermerk endete, das Altern sei nun mal naturgegeben. Ein Blick auf die kulturelle Landschaft aber bestätigt, dass offenbar doch schon viele so denken wie Gaschke: Wie viele großartige Schauspieler oder Regisseure stehen etwa schon auf dem Abstellgleis? Angelica Domröse, Jutta Lampe, Edith Clever oder Peter Stein, den bezeichnenderweise nach längerer Auszeit nun der selbst in die Jahre gekommene Claus Peymann für seinen „Wallenstein“ noch einmal Raum gibt. Und nicht zufällig kommt ein Film wie „Die Herbstzeitlosen“, der liebevoll für Agilität und Respekt für das Alter wirbt, aus der Schweiz. Dass die Regisseurin Bettina Oberli mit diesem Film, der auch das mangelnde Verständnis der Jungen anprangert, den Nagel auf den Kopf getroffen hat, zeigt sich in Umfragen mit Ruheständlern, die sich auch im öffentlichen Leben verstärkt ausgegrenzt fühlen. Nicht zuletzt, weil sie auch bei Kandidaturen in Vereinen oder Verbänden mit Anfang 70 schon nicht mehr erwünscht sind.

Wer das alles nicht glauben will, dem sei der Selbsttest empfohlen: Erreicht sie der Anruf eines Unternehmens, das Sie mit lästigen Produktumfragen behelligen will, sagen Sie einfach, Sie seien schon über 70. Sie werden überrascht sein, wie schnell sich die Gegenseite von Ihnen verabschiedet.

PS: Die Autorin dieses Artikels ist zwar erst 43, hat auf diese Weise allerdings schon erfolgreich diverse Fritzen abwimmeln können.

Bunte Duden

Von Angelika Boese | Höchst aktiv warb und wirbt der gelbe Duden für seine 24. Auflage, über die nicht nur Korrektoren und Schlussredakteure ausgesprochen froh sind. Dürfen sie sich doch seit vergangenem Sommer damit – dank dessen mit gelben Markierungen empfohlenen Schreibweisen – endlich an einheitlichen Richtlinien orientieren. Großes Aufatmen nach den verwegenen Variationen und Alternativen in den Auflagen zuvor. Auch Buchverlage sind erleichtert, und die wenigen störrischen Anhänger der rot markierten älteren neuen Schreibe werden hoffentlich bald kapieren, dass ihre Sturheit junge wie alte Leser irritiert.

Nun gibt es jedoch nicht nur den gelben, sondern auch viele andere bunte Duden – von dem für Fremdwörter bis zum Kreuzworträtsellexikon. Besonders unverzichtbar ist dabei der mittelgrüne für richtiges und gutes Deutsch („Wörterbuch der sprachlichen Zweifelsfälle“), der wie der populäre Sprachpingel Bastian Sick („Der Dativ ist dem Genitiv sein Tod“) Unkorrektheiten aufzeigt und all die gängigen falschen Bezüge und Begriffe klar verbietet. Derzeit gibt es kein gültiges Ausdrucks-Nachschlagewerk. Wir brauchen aber dieses Regelwerk dringend – und zwar upgegradet in die aktuellste Orthografie. Doch denkste. Was hören wir vom Dudenverlag? Dieses Jahr kommt der neue Grüne eh nicht. Nächstes wohl auch nicht. Und übernächstes? Mal sehen. Sollte da doch etwa schon wieder eine veränderte Auflage vom Gelben abgewartet werden?

Wir freuen uns über Briefe. Vor allem über kurze. Wir wollen möglichst viele zu möglichst vielen Themen erhalten und abdrucken. Manchmal müssen wir Leserbriefe kürzen. Wir bitten um Verständnis.

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

Telefon: (030) 69 56 23 26
Fax: (030) 69 56 36 76

E-Mail:
karin.wenk@verdi.de

Todesschüsse aus deutschen Waffen im Iran

**„Pulitzer Preis für iranischen Fotografen“
in M 01 / 02.2007**

Das mit dem Pulitzer Preis ausgezeichnete Foto kenne ich aus der Publikation: „Im Visier: Heckler & Koch“ (S. 16) über die Waffen des deutschen Waffenherstellers. Diese Hinrich-

tung von elf Kurden wurde mit dem G-3 Gewehr von Heckler und Koch durchgeführt. Frühere Bundesregierungen vergaben von 1961 – 1981 großzügig Lizenzen an 15 Staaten weltweit zum Nachbau des Schnellfeuergewehres G-3 darunter 1967 an den Iran. Lizenzhalter ist die Bundesrepublik. Im Iran wurde dann 1968 eine Waffenfabrik mit bundesdeutscher Hilfe gebaut. Aus dem Iran wurden G-3 Gewehre unter anderem nach Darfur/Sudan für die Reitermilizen exportiert unter Verletzung des Lizenzvertrages ohne Protest der Bundesregierung. Vermutlich wusste der Fotograf nicht, dass diese Gewehre deutschen Ursprungs sind. Wohl ist die Abbildung so klein, dass der Textschreiber dies nicht sehen konnte und somit die Waffen keine Erwähnung fanden. Ich halte dies aber für bedeutend, dass der Pulitzer Preis für ein Foto vergeben wurde, auf dem deutsche Waffen „totbringend“ abgebildet sind. Die umfassende Firmengeschichte von Heckler & Koch finden Sie auf folgender Homepage: www.rib-ev.de/daks

*Bernhard Vetter,
Nürnberg*

Medienhatz gegen Personengruppen

**„Betreiber von Internetforen haften für Veröffentlichungen“
in M 04.2007**

In dem Beitrag wird anhand eines BGH-Urteils mitgeteilt: „Betreiber von Internetforen können auch dann für Beleidigungen haftbar gemacht werden, wenn diese von Dritten stammen.“ Im konkreten Fall habe ein Vereinsvorsitzender den Betreiber eines Internetforums wegen Beleidigung verklagt. Begründung: „Er war in dem Forum selbst als pädophil bezeichnet worden.“

Von der medienpolitischen Zeitschrift meiner Gewerkschaft erwarte ich, dass sie die Medienhatz gegen bestimmte Personengruppen anklagt. M hätte die als Vehikel des politischen Grundrechteabbaus stramm rechts motivierte, von den kriminologischen Fakten alles andere als gedeckte Massenhysterisierung zu skandalisieren und die Kolleginnen und Kollegen dafür zu sensibilisieren, statt sie durch stillschweigende Billigung zu befördern wie in diesem Beitrag. Mir liegt ein zum Gesamtkontext des beschriebe-

nen Falles gehörendes, eine der beteiligten Parteien betreffendes und von Brigitte Zypries veranlasstes Schreiben des Bundesministeriums der Justiz vom 18. April 2007 vor. Darin steht es klipp und klar: „Pädophilie als bloße sexuelle Orientierung ist in Deutschland nicht strafbar.“ In keiner Demokratie sind sexuelle Orientierungen strafbar – im Gegensatz zu sexueller Gewalt, egal, gegen wen und welche Altersgruppe sie sich richtet.

Wenn ver.di „Gender Mainstreaming“ propagiert, ihre Homo-Gruppe kein Feigenblatt ist und sie Diskriminierung aufgrund von sexueller Orientierung und Geschlecht strikt ablehnt, so zieht dies zwingend nach sich, daß ihre Medien die (ggf. auch fälschliche oder polemische) Zuschreibung „pädophil“ ebenso als justitiable Beleidigung bekämpfen wie die Zuschreibungen „schwul“, „lesbisch“, „männlich“ und „weiblich“. Denn entweder sind alle Geschlechter und sexuellen Orientierungen legal und somit moralisch gleich oder wir spielen hier nur Demokratie.

*Eike Stedefeldt,
Journalist, Berlin*

Erfolgreicher Protest bei AP

Mit Erfolg haben die Beschäftigten der Nachrichtenagentur AP für einen neuen Tarifvertrag demonstriert. Mehr als 30 Kolleginnen und Kollegen stärkten der gewerkschaftlichen Verhandlungskommission beim Auftakt der 4. Verhandlungsrunde am 17. April in Frankfurt am Main den Rücken. Nachdem sich zuvor monatelang in den Verhandlungen kaum etwas bewegt hatte, kam es dann drei Tage später zum Abschluss: 2,2 Prozent mehr Gehalt ab Mai. Zudem konnten die schlimmsten der von AP geforderten Verschlechterungen im Manteltarifvertrag abgewehrt werden.

Links im Bild: AP-Geschäftsführer Oliver Lux stellt sich dem Protest der Belegschaft.



Foto: E. Ostrop

VG Bild-Kunst – Stimmen übertragen!

Im Kampf für gerechte und angemessene Vergütungen für UrheberInnen und Leistungsschutzberechtigte sind die Verwertungsgesellschaften besonders wichtig - deshalb müssen die richtigen Leute als Interessenvertreter gewählt werden. Wer wahrnehmungsberechtigt ist, sollte sein Wahlrecht für die ver.di-VertreterInnen ausüben!

Die Verwertungsgesellschaft Bild-Kunst bestimmt am 7. Juli in Bonn Verwaltungsrat und Vorstand in den drei Berufsgruppenversammlungen neu.

Bei der VG Bild-Kunst kann jeder, der nicht teilnehmen kann, sein Stimmrecht auf eine Berufsorganisation der jeweiligen Berufsgruppe übertragen. Dafür reicht es, eine Postkarte auszufüllen, die den Mitgliedern demnächst zugeschickt wird.

Bitte nutzt diese Postkarten und übertragt Eure Stimme an Eure jeweilige ver.di-Fachgruppe! Gruppe I: Bildende Kunst, Gruppe II: Fotografie, Design etc. (Fachgruppe Medien – dju), Gruppe III: Film (Fachgruppe Medien – Rundfunk, Film, AV).

Sprecherinnen gewählt

Medien-Fachbereich: Konstituierende Sitzung des Bundesfrauenvorstandes

Am 21. April traf sich der neu gewählte Bundesfrauenvorstand des Fachbereichs Medien, Kunst und Industrie (FB 8) zur konstituierenden Sitzung in Fulda. Er besteht aus 12 ordentlichen Mitgliedern, davon sind 8 Frauen neu in diesen Vorstand gewählt worden, was auch die Tagesordnung der Sitzung bestimmte. Daher beschäftigten sich die Vorstandsfrauen zunächst mit den durch Satzung, Frauen- und Gleichstellungsrichtlinie und Fachbereichsstatut dokumentierten Aufgaben des Bundesfrauenvorstandes. Nach einer Vorstellungsrunde wurde deutlich, dass der Frauenvorstand auf breit gefächertes Fachwissen zurückgreifen kann. Bis auf die Musik sind alle Fachgruppen repräsentiert und die Gewerkschaftsfrauen waren sich einig, dass es Freude machen wird, miteinander zu arbeiten und Gewerkschaftspolitik zu bewegen.

Die Frauen entschieden sich für eine neue Arbeitsform im Gegensatz zu den letzten Amtsperioden. Sie wählten keine Vorsitzende, sondern ein Sprecherinnengremium aus drei gleichberechtigten Frauen, unter anderem deshalb, weil es die Integration der neuen Frauen in die Arbeit des Bundesfachbereichsfrauenvorstandes fördert. Die drei Frauen sind: Brigitte Zielinski-Luplow (Fachgruppe Verlage, Druck, Papier) aus NRW, Barbara Tedeski (Fachgruppe Darstellende Kunst) aus Bayern, Almut Broer aus Hamburg als Mentorin für die im nächsten Jahr „einsteigende“ Silke Gorsegner (Fachgruppe Medien) aus Rheinland-Pfalz-Saar. In den Bundesfachbereichsvorstand wurden Brigitte Zielinski-Luplow sowie als Stellvertreterin Silke Gorsegner entsandt.

Der Bundesfrauenvorstand legt Wert auf Kontinuität in der Arbeit. Deshalb wird im Bundesfrauenrat ver.di weiter Almut Broer, Bildende Künstlerin aus Hamburg mitarbeiten. Stellvertreterin ist Agnes Kottmann, Dramaturgin aus München.

Eine Tarif AG, bestehend aus Mitgliedern des Frauenvorstandes und eventuell weiteren interessierten Frauen ist, wie schon in der Vergangenheit, installiert worden. Die Tarif-AG Frauen arbeiteten seit geraumer Zeit mit Erfolg an der Umsetzung frauenpolitischer Gleichstellung. Zu nennen ist als ein Arbeitsergebnis die Untersuchung der Tarifverträge des Fachbereichs auf mittel- und unmittelbare Diskriminierung. Um weiterhin das tarifpolitische Mitspracherecht im Fachbereich wahrzunehmen, wurden Elke Barbato von der Westdeutschen Zeitung und Brigitte Zielinski-Luplow von der Westdeutschen Allgemeinen Zeitung KG in den zentralen Bundestarifausschuss der Fachgruppe Verlage, Druck, Papier entsandt. Über die Vertretung in der Bundestarifkommission der Darstellenden Kunst und über die Besetzung der – wie bereits ebenfalls in der Vergangenheit installierten – AG Freie Frauen wird in der nächsten Sitzung diskutiert und entschieden.

Brigitte Zielinski-Luplow ■

Kontakt:

Christine Glaser, Ansprechpartnerin für Frauen- und Gleichstellungspolitik im FB 8, christine.glaser@verdi.de, Telefon: 030 / 69 56 – 23 02, Fax: 030 / 69 56 – 36 51 und Brigitte Zielinski-Luplow, brizzi@versanet.de, Tel. 02 01 / 41 07 98



Foto: Christian von Polentz / transit

Die Spielmacherin

Renée Möhler – die Frau aus dem Saarland beim Steuermann

dem Bayern aus NRW ausbrach und zu heftig tobte.

Zurück zur Stellvertretenden Vorsitzenden: Renée Möhler, 46, verheiratet, zwei Söhne, freie Hörfunkredakteurin beim SR. „Mein Berufsleben,“ so sagt sie scherzend in aller Bescheidenheit, „ist das vorgelebte Leben der neuen Fachgruppe Medien.“ Dieses begann 1986 als Tontechnikerin beim SR. Zwölf Jahre später entschloss sie sich zum Wechsel in den Journalismus und begann 1998 ein Volontariat – natürlich beim Saarländischen Rundfunk. Im Jahre 2000 dann, nach dem abgeschlossenem Volontariat, die große Frage: Weitermachen als festangestellte Tontechnikerin oder aber als freie Journalistin in der Nachrichtenredaktion? Sie entschied sich für die Redaktion und wechselte zur dju, in der sie aber längst schon heimisch war. Denn auch im Saarland gilt: Wer sich einmal irgendwo in der Gewerkschaft engagiert, findet sich schon bald auch anderswo in einer weiteren gewerkschaftlichen Funktion wieder.

■ Freie Hörfunkredakteurin

Möhler: „1986 trat ich als Tontechnikerin der RFFU bei und war auch schon bald im Senderverbands-Vorstand. 1989 wurde ich Mitglied im Bezirksvorstand der IG Medien. Und dann kam ver.di. Wir hatten im Landesbezirk Rheinland-Pfalz-Saar immer schon einen gemeinsamen Vorstand von dju und RFAV. Im Landesbezirksvorstand wurde dann der dju-Platz vakant und unsere Mediensekretärin hat mich gefragt. Ich hab Ja gesagt und so bin ich in die dju gekommen.“

Aber so ist sie, auch irgendwie, in der RFAV geblieben: Maßgeblich hat sie, auch als Mitglied des Bundesfachbereichsvorstandes (FB 8), an der Vorbereitung zu der neuen, gemeinsamen Fachgruppe Medien in endlosen Sitzungen mitgearbeitet. Gegenseitiges Misstrauen galt es abzubauen – auf beiden Seiten. Und wer eignete sich dazu besser, als eine Kollegin, die zwar nicht crossmedial arbeitete, die aber beide Seiten, RFAV und dju, in ihrem Eigenleben bestens kannte.

Seit acht Jahren gehört sie dem dju-

Bundesvorstand an, auch da war mal irgendwann ein Platz vakant und Renée Möhler wurde gefragt und sagte Ja. Und auch hier blieb es nicht bei einer schlichten Zustimmung, sondern sie engagierte sich sofort in den Bereichen Mitglieder-gewinnung, Nachwuchsarbeit und dem dju-Hochschulprojekt.

Eine vernünftige journalistische Ausbildung war und ist für sie das Wichtigste im Zugang zu diesen Beruf. Und ohne eine vernünftige Ausbildung könne der Artikel 5 des Grundgesetzes, so Möhler vor drei Jahren auf der Youth Media Convention vor 150 jungen Nachwuchsjournalisten, nie mit Leben gefüllt werden: „Jeder hat das Recht, seine Meinung in Wort, Schrift und Bild frei zu äußern und zu verbreiten und sich aus allgemein zugänglichen Quellen ungehindert zu unterrichten. Die Pressefreiheit und die Freiheit der Berichterstattung durch Rundfunk und Film werden gewährleistet. Eine Zensur findet nicht statt.“ Dieses Zitat wurde auf der Fähre zwischen Kiel und Oslo immer wieder aufgegriffen und diskutiert.

Renée Möhler weiter: „Nur wer sein Handwerk gründlich gelernt hat, ist später im Stande, mit seinen Fähigkeiten zu spielen, ohne gleich niveaulosen Journalismus darzubieten.“ Qualitätsjournalismus und Handwerk, so die Rundfunkjournalisten dann viel später beim Bier, würde auch immer einen Blick in den „Duden“ bedeuten, jenem Buch, das mit den herrlichen Umschlagsfarben Gelb und Schwarz gestaltet sei.

■ Grünkohlkönigin

Denn eine Überleitung zu den Borussen von Dortmund findet die engagierte Spielmacherin immer und immer wieder. Und wenn ihr Steuermann Werner Ach als Büttenredner der „Fassenacht“ gefeiert wird, so kann die zierliche Saarländerin sich gleichgewichtig als „Grünkohlkönigin 2006 von Westerstede/Ostfriesland“ in die Bütt werfen. Was das jedoch wiederum zu bedeuten hat, wird die ganze Mannschaft des neuen Bundesvorstandes Medien wohl eines Tages selbst herausfinden müssen und selbst erfahren. ■

Von Wulf Beleites | Als ein guter Steuermann wurde an dieser Stelle vor einem Monat Werner Ach, der neue Vorsitzende der Fachgruppe Medien, treffend beschrieben. Und einem guten Steuermann wird nicht nur jederzeit eine Hand breit Wasser unterm Kiel, sondern auch eine gute Mannschaft an seiner Seite gewünscht. Und diese braucht einen guten Spielmacher oder eine gute Spielmacherin für passgenaue Vorlagen, fein geschlenzte Flanken oder überraschende, gefährliche Konter. Solche Spielzüge in Theorie und Praxis passen zu ihr, zur neuen Stellvertretenden Vorsitzenden der Fachgruppe Medien, zu Renée Möhler.

Als Nachrichtenredakteurin beim Saarländischen Rundfunk gehören Bundesliga und Tabelle zu ihrem redaktionellen Alltag, neutral aufgelistet, unkommentiert an die Sportredaktion oder die Nachrichten weitergegeben. Privat hingegen sieht das ganz anders aus: Da engagiert sich die Kollegin aus Saabrücken vehement für Borussia Dortmund, bekennt Farbe durch ihre BVB-Mitgliedschaft. Im letzten dju-Bundesvorstand musste daher schon mal auf die Netiquette im Mailverkehr hingewiesen werden, wenn am Rande einer ernsthaften Diskussion plötzlich die Schlacht zwischen der Borussin aus dem Saarland und



Foto: Matthias Urbach

Aufgabe und kommerziellen Aktivitäten – und damit um ein hohes Gut des öffentlich-rechtlichen Rundfunks, um Glaubwürdigkeit jenseits von „heute“ und „tagesschau“. Hier hat vor allem das ZDF, bei dem beispielsweise die Werbezeiten-vermarkter immer noch in-house und nicht bei einem klar vom gebührenfinanzierten Teil der Anstalt getrennten Tochterunternehmen organisiert sind, Nachholbedarf. Die ARD hat hier ihre Hausaufgaben schon in den vergangenen Jahren gemacht, ist vor bösen Überraschungen nicht gefeit – wie gerade wieder bei der Telefilm Saar des Saarländischen Rundfunks zu sehen: Die derzeit die ARD führende Landesrundfunkanstalt hat den Geschäftsführer ihrer Produktions-Tochterfirma wegen Betrugsverdachts in die Wüste geschickt. Doch die Zeche zahlt vermutlich auch hier wieder der Gebührenzahler.

Insgesamt können ARD, ZDF & Co. mit dem Brüsseler Ergebnis zufrieden sein: Die Digitalkanäle sind – wenn auch beschränkt auf jeweils drei für ARD und ZDF – zulässig, die Deckelung der Online-Ausgaben abgeschafft, die 10-Prozent-Quote für Sportberichterstattung bereitet in der Praxis keine Probleme.

Dass der Maßnahmenkatalog auch die Kompetenzen der Rundfunk- bzw. Fernsehräte stärkt, ist erst recht positiv. Allerdings ist hier der Einwand einiger öffentlich-rechtlicher Granden ernst zu nehmen, die darauf hinweisen, dass die quasi ehrenamtliche Gremientätigkeit wohl nur im Ausnahmefall die dafür notwendigen Kenntnisse und Kompetenzen hervorbringt. Hier sind die Gremien gefordert, sich über den nun notwendigen Quantensprung Gedanken zu machen. Vielleicht führt ja auch hier die neue Macht zu einer dringend gebotenen Neujustierung der Selbstkontrolle durch die Medienpolitik. Wenn sich selbst die von ARD-Programmdirektor Günter Struve gern als „Urmutter aller Öffentlich-Rechtlichen“ apostrophierte BBC mit dem BBC-Trust neue, zukunftsfähige Strukturen geschaffen hat – nicht auszudenken, wenn die BBC auch hier noch einmal zum Vorbild für Deutschland würde.

Die Krux der EU-Bedingungen liegen also weniger im Detail, als im Grundsätzlichen: Etwas simpel formuliert hat Brüssel nichts gegen den öffentlich-rechtlichen Rundfunk, als vielmehr gegen die durch das Staatsferne-Gebot in Deutschland notwendigen Kapriolen. Mit anderen Ländern wie Frankreich oder Großbritannien, in denen der staatliche Einfluss auf das öffentlich-rechtliche System viel konkreter und vor allem einfacher geregelt ist, tut man sich bei der Kommission wesentlich leichter. ■

Nur Gewinner

EU-Verfahren um Rundfunkgebühren in Deutschland abgeschlossen

Von Steffen Grimberg | Eigentlich müsste die EU-Kommission das duale Rundfunksystem in Deutschland lieben: Es erschafft ähnlich wie die Brüsseler Bürokratie Wortungetüme wie „Rundfunkänderungsstaatsverträge“, kreiert beamtete Arbeitsbereiche namens „Kinder- und Jugendmedienschutz“ und verfügt über so schöne Institutionen wie ganz eigene Kommissionen wahlweise „zur Ermittlung des Finanzbedarfs der öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten“ (KEF) oder auch „zur Ermittlung der Konzentration im Medienbereich“ (KEK).

Doch weit gefehlt: Weil die EU-Kommission die deutsche Rundfunkgebühr seit Jahren als möglicherweise unerlaubte Beihilfe beargwöhnt, wurden seit bald fünf Jahren in den Länder-Staatskanzleien, Sender-Justiziaten – aber auch bei der Morgenluft witternden Privatfunklobby, Überstunden geschruppt.

Am Ende haben nach eigenen Bekundungen mal wieder alle Seiten gewonnen: Die Rundfunkgebühr für die öffentlich-rechtlichen Sender ist nach der Sicht der EU-Kommission zwar eine Beihilfe, aber immerhin eine begründbare – und das öffentlich-rechtliche System damit für's Erste aus dem Schneider.

Die Bundesländer frohlocken, weil sie in Brüssel noch einmal die nach EU-Sicht ziemlich verschrobene Konstruktion des dualen Systems deutscher Prägung durchgeboxt haben. Ob sie dabei allerdings tatsächlich Verständnis für die föderalstaatsferne Rundfunkverfassung erheischen konnten oder eher die Tatsache, dass Deutschland zum Januar 2007 die EU-Ratspräsidentschaft übernahm, eine

segensreiche Rolle spielte, sei mal dahin gestellt. Ein vollumfängliches Beanstandungsverfahren Brüssel vs. Berlin hätte auf jeden Fall etwas sehr misslich ausgesehen.

Und natürlich sieht sich auch der Verband der privaten Rundfunkveranstalter VPRT als Sieger: Er hatte durch seine Beschwerden in Brüssel das Beihilfeverfahren seit 2003 maßgeblich befeuert, von einem „Freispruch auf Bewährung“ spricht nun VPRT-Präsident Jürgen Doetz. Damit keine Missverständnisse aufkommen, macht Doetz auch gleich klar, dass er nur zu gerne den Bewährungshelfer spielt und peinlich genau auf die Umsetzung der umfanglichen Arbeitsliste achten wird, die die Ministerpräsidenten ihren Anstalten aus Brüssel mitgebracht haben.

■ Mehr Transparenz

Machen wir uns also nichts vor: Der einzige wahre Sieger in diesem Systemvergleich heißt Brüssel und er stand, wenig verwunderlich, schon von vornherein fest. Deutsche Rundfunkpolitik für beide Bereiche des dualen Systems wird in Zukunft noch enger an den Maßstäben der EU gemessen und wird nach deren Vorgaben funktionieren müssen.

Das muss nicht von vornherein schlecht sein: Die nun in den nächsten zwei Jahren in einem Rundfunkänderungsstaatsvertrag umzusetzenden EU-Auflagen sind sogar geeignet, dem öffentlich-rechtlichen System in einem Bereich auf die Beine zu helfen, in dem ARD wie ZDF in jüngster Zeit nicht eben glücklich agierten: Es geht um Transparenz, die klare Trennung von gebührenfinanzierter

Die multi- mediale Welt: Jeder kann mitmachen

Seit drei Jahren ist der Begriff ein wahrer Renner: Web 2.0. Optimisten gebrauchen das Schlagwort gern als Synonym für Demokratisierung und digitale Kommunikationsrevolution, Pessimisten sprechen eher vom multimedialen Hype und einer weiteren Internet-Blase. Fakt ist: Durch neue Techniken ist das World Wide Web in eine neue Entwicklungsphase getreten. Doch: Was bleibt, was ändert sich? Gibt es etwa einen Journalismus 2.0?

Von Holger Wenk

Noch sind nur reichlich die Hälfte aller Deutschen online – von anderen Ländern ganz zu schweigen –, da zeigt Google bei der entsprechenden Suche 193 Millionen Treffer für „Web 2.0“ an. In Deutsch sind’s immerhin noch 4,54 Millionen Fundstellen – und die weltweit führende Suchmaschine bietet nur einen Ausschnitt aller WWW-Inhalte. Doch was ist dieses Web mit der für Software üblichen Versionsnummer? Was bedeutet 2.0 – im Gegensatz zu 1.0 oder 3.0? Geprägt haben den Begriff Web 2.0 die beiden Experten Tim O’Reilly und Dale Dougherty, als sie Ende 2004 eine Veranstaltungsreihe zu neuen Trends im Internet aus der Taufe hoben.

Da war das Medium schon längst mehr als nur Kommunikationsmittel von Wissenschaftlern, Computer nicht mehr nur das Spielzeug von Informatikern und Freaks. Fast alle klassischen Medienhäuser – Verlage, Radio- und TV-Sender – fütterten das WWW, neue Serviceanbieter offerierten ihre Dienste und nebenbei lief die individuelle Kommunikation der Nutzer via Mail und Chats. Das Internet der ver-

netzten Computer schien die berüchtigte „eiermilchlegende Wollsau“ – nur mit dem Geldverdienen klappte es nach der geplatzten Internet-Börsenblase 2001 schlecht.

■ Andere arbeiten lassen

Das wollten überlebende und neue Anbieter mit echter Multimedialität und Interaktion ändern. Neue Techniken und sich ausbreitende Breitbandanschlüsse erlaubten den Transport größerer Datenmengen, stärkere Vernetzung, dezentrales Arbeiten im Netz, dynamische Veränderungen an Webseiten und einfaches Einstellen von eigenen Inhalten. Abgesehen von kommerziellen Riesen wie Google und eBay stehen Wikipedia und MySpace genau so für das neue Internet wie Plattformen à la Flickr, Youtube und del.icio.us oder Portale wie last.fm und Xing. Ganz zu schweigen von der virtuellen 3D-Welt Second Life mit ihren fast sechs Millionen „Bewohnern“ oder den 70 Millionen Weblogs.

Ihnen allen gemeinsam ist das „aal“-

Prinzip – andere arbeiten lassen, also die aktive Nutzung von Inhalten, die die Nutzer selbst einstellen – und die „jkm“-Mentalität: jeder kann mitmachen. Zugleich stehen die verschiedenen Firmen für sehr unterschiedliche Trends der neuen Web 2.0-Welt, die sich in fünf wesentlichen Anwendungsgruppen zusammenfassen lassen. Weblogs als private, meist textbasierte Internettagebücher sind vernetzte, jedermann zugängliche Formen der personalisierten Meinungsäußerung – überwiegend nicht von Berufsjournalisten. Zunehmend wird diese Form aber – ob ihrer Nutzerbindung – auch von fast allen etablierten Online-Medienanbietern im Netz genutzt. Sonderformen sind Experimente wie die Readers Edition als Leserzeitung oder webnews. Fortgeschrittene Blogger wie Spreeblick bieten auch Audio und Video. Eines der hierzulande bekanntesten Web-TV-Programme ist Ehrensenf (M06/2006) – es läuft inzwischen auch bei Spiegel Online.

Die Gruppe der Podcast und Vodcast umfasst vor allem professionelle Audio- und Videoangebote, die oft von etablierten und neuen Anbietern zum kostenlosen Herunterladen zur Verfügung gestellt werden. Ihren Siegeszug traten sie mit dem iPod und der iTunes-Software von Apple an – daher auch die Zusammensetzung aus Pod in Verbindung mit der Endung von Broadcast (Rundfunk). Sie erlauben die Zusammenstellung personalisierter Programme, die unabhängig vom Zeitpunkt der Ausstrahlung auf transportablen Playern vom Nutzer gehört / gesehen werden können. Im erweiterten Sinn kann man zu dieser Gruppe auch die Audio-Plattform last.fm zählen, die die

Übersichtsangebote Web 2.0

www.oreilly.de/topics/web20
 www.twozero.de
 www.drweb.de/web20
 www.web2null.de
 www.web-zweinnull.de
 www.worldweb.de
 www.web20spot.de
 www.webbusiness20.de

Begriffe des Web 2.0

Außer den zahlreichen seriösen Definitionen und Erklärungen von wichtigen Begriffen der neuen Internet-Kommunikation beim Online-Lexikon Wikipedia (www.wikipedia.org) sowie bei Fachdiensten wie heise (www.heise.de) gibt's auch eine wirkliche witzige Variante bei der mit dem Grimme-Online-Preis 2006 ausgezeichneten Plattform Spreblick: www.media.nrw.de/imblickpunkt/themen/web20/07_web20.php.

Foto: Siegfried Steinach / Völlner Ernst

Titellisten und Musikvorlieben der beteiligten Nutzer zu einem personalisierten Webradio bündelt.

Last.fm nimmt dabei Anleihe bei etwas, was die dritte Gruppe der Web 2.0-Anwendungen auszeichnet: die Vernetzung und Bündelung von Nutzerinteressen auf speziellen Plattformen. Die Spannweite reicht von Adressen und Geschäftsplattformen wie bei StudiVZ oder Xing (früher openBC) über MySpace und YouTube bis zu Link-/Bookmark-Sammlungen à la del.isio.us. Auch etablierte deutsche Medien wie die großen TV-Gruppen RTL und ProSiebenSat.1 haben mittlerweile mit clifish und myvideo Videoplattformen für jedermann, aus denen sogar neue Sendungen in klassischen TV-Programmen kreiert werden.

Eine spezielle Gruppe der neuen Web-Anwendungen sind Wikis, also Online-Datensammlungen, in denen tausende Nutzer ihr Wissen zusammentragen – die bekannteste ist die inzwischen größte Internet-Enzyklopädie Wikipedia. Dank offener Anwenderschnittstellen sind auch Mashups entstanden – sie verbinden zum Beispiel Google-Maps mit dem örtlichen Veranstaltungskalender. So genannte Social Software ermöglicht die gemeinsame Nutzung von PC-Programmen etwa Textverarbeitung, Adress- und Terminverwaltung.

Flucht in die virtuelle Welt

Eher aus dem Bereich der Spiele kommt dagegen eine Gruppe von Web 2.0-Anwendungen, die sich unter dem Begriff Virtual Life zusammenfassen lässt. Berühmtester Vertreter ist die Welt von

Second Life, in der sich seit dem offiziellen Start 2003 inzwischen knapp sechs Millionen Internetnutzer mit ihren Avataren (Kunstfiguren) als „Bewohner“ in der 3D-Simulation angemeldet haben. Nach den USA liegen Deutsche seit März 2007 an zweiter Stelle in dieser Ersatzwelt, tauschen echtes Geld in Linden-Dollars und umgekehrt, kaufen Land, bauen oder mieten und bewegen so täglich fast 600.000 echte Dollars!

Unter den mindestens 20.000 Euro teuren Firmenfilialen in Second Life sind etliche deutsche Medienkonzerne: Spiegel Online wirbt für sich mit seinem Avatar Sponto, der Axel Springer Verlag bietet mit AvaStar eine virtuelle Boulevard-Wochzeitung zum Kauf, „Vanity Fair“ hat einen Zeitungskiosk, die Radioholding Regiocast baut an einem „Radio der nächsten Generation“ und der Berliner Rocksender starfm hat zwei deutsche Avatare in seinem virtuellen Studio verheiratet. Beate.Uhse.tv ist auch schon da, uprom.tv aus München ist mit Videoschnipseln auf Sendung und der Berliner Sender LIFA-4-U übertrug im April ein Live-Konzert der Band Juli aus der realen in diese geklonte Welt. Der WDR führte in einem ausgebuchten Kino dieser Kunstwelt seine Sendung „echt böhmerrmann“ aus seinem Dritten Fernsehprogramm auf und selbst Sabine Christiansen will als gleichnamiger Avatar mit ihrer neuen CNBC-Sendung „Global Players“ im zweiten Leben durchstarten.

Genau der Riesen-Hype um Second Life (52,3 Millionen Goggle-Treffer!) zeigt wie kaum eine andere neue Internet-Anwendung die Gefahren des Web 2.0: Der Realitätsflucht in eine digital-virtuelle Scheinwelt halten Kritiker zu Recht den Slogan „First live in first life“ entgegen. Und selbst der des Zukunftspessimismus unverdächtige Web-Journalist Mario Sixtus ätzt über Second Life als „Asyl für Ewiggestrige“. Kommunikationsspezialist Rudolf Maresch spricht von „Bühnen des Mobs und der Wichtigtuer“, die entstehen, wenn die digitale Revolution „ihre Kinder ins Mitmach-Web“ entlässt. Seine Hauptkritikpunkte an Web 2.0 sind Geschäftemacherei, Anonymität bei Blogs und Wikis sowie Intransparenz und Verantwortungslosigkeit.

Um den „gläsernen Nutzer“ sorgt sich selbst eine Broschüre des O'Reilly-Verlags zu Web 2.0 und warnt davor, persönliche Daten allzu freigiebig preiszugeben. Auch das EU-Jugendschutzprogramm „Safer Internet“ will sich des Problems künftig annehmen und erwartet bis Anfang Juni Vorschläge. Norbert Bolz, Professor für Medienwissenschaft an der TU Berlin moniert, dass die „jungen Medien ein neues Forum für Exhibitionis-

mus“ bieten und „Schamgrenzen der Selbstdarstellung“ senken. Gesammeltes „Laienwissen“ trete „in Konkurrenz zum Expertenwissen“. Der Erfinder des Begriffs „virtual reality“ und Digitalvisionär Jaron Lanier kritisiert, dass „nur das große Ganze, das Kollektiv“ zähle und weniger der einzelne Mensch, was „totalitären Ideologien“ oder einer „neuen Religion“ gleiche. Die Macht des „Durchschnitts von Meinungen“ führe zu „Gedankengleichmacherei“, er selbst habe „Wiki-Lynchjustiz“ verspürt.

Grauzone um den Journalismus

Trotzdem beharren Optimisten darauf, dass das Web 2.0 kommunikativ jeden Empfänger zugleich zum Sender macht, jeden Konsumenten von Medien zugleich zu deren Produzent. Bringt das dann auch einen Journalismus 2.0 her-

Technische Begriffe

AJAX (Asynchronous JavaScript and XML):

Nicht synchronisierter Datenaustausch zwischen Server und Browser ermöglicht das personalisierte Nutzen von Internetseiten.

RSS (Really Simple Syndication):

Die „wirklich einfache Verbreitung“ ermöglicht dem Nutzer, Inhalte von Internetseiten zu abonnieren, bei deren Änderung er automatisch informiert wird.

Mashup (Vermischung): Ermöglicht die Erstellung neuer Webinhalte durch die Kombination bereits bestehender Inhalte und Anwendungen.

Tag (gemeinschaftliches Indexieren):

Mit Schlagwörtern versehene Webinhalte ermöglichen Lesezeichen und das schnelle Auffinden sowie die gemeinsame Nutzung dieser Sammlungen.

Trackback (Rückfluss): Bezeichnet eine Funktion, mit der Webinhalte kommentiert werden können und darüber die Nutzer automatisch informiert werden.

vor? PR-Meldungen wie von webnews als „wohl größte Nachrichtenagentur Deutschlands“ mit mehr als „30.000 Redakteuren“ suggerieren das. „Nicht jeder Bürger ist ein Journalist, aber jeder Journalist ist natürlich ein Bürger“ – auf diese griffige Formel bringt es die Publizistin Ursula Pidun. Die frühere Chefmoderatorin der Readers Edition hat nicht nur geholfen, für „Bürgerjournalismus“ eine Plattform zu schaffen, sondern prophezeit auch, dass künftig am „einträchtigen Nebeneinander“ von „Blogs und Leserzeitungen mit klassischen, etablierten Medien“ kein Medium mehr vorbeikom-

men wird. Der frühere kress-Chefredakteur und jetzige „Vanity Fair“-Blogger Peter Turi warnt davor, das „Phänomen Web 2.0“ als „mediale Herrschaft der Massen“ zu unterschätzen. Konflikte sieht er eher im „Aufeinandertreffen von Verlagen, die sich dem Web 2.0“ öffnen müssen, und den „Alpha-Tieren der Blogszene“, die gern ihre Deutungshoheit über die Sphäre behalten würden. Interessante Einblicke dazu bot auch die Berliner

Szene-Konferenz re:publica 07 Mitte April mit über 700 Aktivisten (s.u.a. www.connexx-av.de). Von einer „Grauzone um den Journalismus herum“ spricht die neue Studie „Klicks, Quoten, Reizwörter“ der Friedrich-Ebert-Stiftung. In ihrem Auftrag haben die beiden Online-Journalisten Steffen Range und Roland Schweins Nachrichten-Sites im Internet analysiert und festgestellt, dass „dieser Parajournalismus kaum journalistischen Qualitäts-

ansprüchen“ genügt. Nachrichten im Web würden „nicht nach Wichtigkeit und Relevanz ausgewählt, sondern nach Einschaltquote“, was Einfluss auf Themen-selektion und Gestaltung nach „Massengeschmack“ habe. Fazit der beiden Mitt-Dreißiger: „Von Laien betriebene Vor- und Scheinformen von Journalismus in Gestalt sozialer Netzwerke und Weblogs erweisen sich als Bedrohung für den redaktionell betriebenen Journalismus“. ■

Strategien – Fehlanzeige

Medienunternehmen tun sich schwer mit Web 2.0

Die Zeitungskrise spitzt sich mit dem ungeheuren Erfolg von Web 2.0-Diensten zu. Sie gewinnen binnen weniger Monate Millionen von Mitgliedern, die untereinander Kontakte knüpfen und ausbauen, Inhalte wie Texte, Bilder und Videos bereitstellen, materielle und immaterielle Güter tauschen, kaufen und verkaufen – und die Plattformen verdienen kräftig mit Online-Werbung.

Rupert Murdoch bestellte die Chefredakteure seiner Zeitungen Anfang Mai nach Kalifornien. Es ging um nichts Geringeres als eine Überlebensstrategie für sein globales Zeitungsimperium zu schmieden. Die Zeitungskrise ist nämlich noch längst nicht überwunden: Immer mehr vom Werbebudget wandert in den Online-Bereich, die Umsätze der Zeitungen stagnieren. Murdoch investierte immerhin 580 Millionen US-Dollar in den Kauf der Kontaktplattform MySpace – doch wie mit digitalen Nachrichten künftig noch Geld zu verdienen ist, scheint auch dem Medienzar nicht klar.

Bislang adaptieren die Verlage nur einige Versatzstücke von Web 2.0 in einer Art Experimentiermodus – oder sie schnappen nahezu unkontrolliert zu. Wie Murdoch hat sich auch der Holtzbrinck-Konzern mit StudiVZ in einem Millionenhandstreich eine Kontaktplattform gesichert. Doch was bedeutet das für das Stammgeschäft? Klar scheint nur eins zu sein: Ohne neue, innovative Angebote können die Verlage nicht überleben – sie müssen sich in den nächsten Jahren quasi neu erfinden. Gleichwohl klammern sich

einige an die Hoffnung, ihre traditionelle Funktion ins neue Medienzeitalter retten zu können. Bernd Kundrun, Vorstandsvorsitzender von Gruner + Jahr, fabuliert von einem Web 3.0, in dem das unüberschaubar gewordene Angebot des Web 2.0 durch Gatekeeper wie seinen Verlag stark strukturiert wird.

Web 2.0 und die Nutzer

Web 2.0 gehört noch nicht zum Alltag der Deutschen. Eine repräsentative Umfrage der PR-Agentur ZPR vor einem halben Jahr ergab, dass nur sechs Prozent der 1000 Befragten mit dem Begriff Web 2.0 etwas anfangen konnten und weitere sechs Prozent keine genauen Vorstellungen haben, was sich hinter dem Begriff verbirgt. Weitere 12 Prozent konnten Aussagen zu Web 2.0 nicht korrekt bewerten. Die Anwendungen werden auch nur von Minderheiten genutzt: drei Prozent bloggen selbst, neun Prozent lesen regelmäßig Weblogs, 14 Prozent nutzen Podcast und 16 Prozent sind Mitglied einer Community.

Eine Studie der Agentur Komjuniti mit repräsentativ ausgewählten 3.500 Teilnehmern zwischen 15 und 65 Jahren ergab übrigens, dass 915 Millionen (91,1 Prozent) der täglichen Gespräche ohne Internet erfolgen. Nur 89,4 Mio persönliche Konversationen erfolgen über die neuen Medien. Dabei drehen sich 41,8 Prozent aller Gesprächsinhalte um Medien und Medienberichte.

Bis jetzt allerdings scheinen die etablierten Verlagshäuser viele Entwicklungen verschlafen zu haben. Oft haben sie gar nicht erkannt, mit welch neuen Kanalisierungsmechanismen für Aufmerksamkeit sie es zu tun haben. Ein kleines Indiz: Focus Online etwa führte erst kürzlich die öffentliche Kommentierung von Artikeln ein – beim Online-Magazin Telepolis gehört das bereits seit der Gründung Mitte der 90er Jahre zum Standard. Vor dem Projekt des Guardian, „Comment is Free“, das Kolumnisten des Guardian und Observer in einem Gruppenblog zusammenbringt und Lesern breiten Kommentarraum einräumt, scheinen die Verlagshäuser jedoch noch zurückzuschrecken. Auch das Prinzip „online first“ wird im Verlagshaus Heise, zu dem nicht nur Telepolis, sondern auch die renommierte Computerzeitschrift c’t gehört, seit Jahren praktiziert. Die Online-Ableger von Spiegel, Focus und Stern scheinen das Prinzip erst im Jahr 2007 zu entdecken (s. Kasten).

Ein Hauch Revolutionäres

Zurzeit stellen deutsche Verlage reinweise Blogger ein, die dem journalistischen Angebot etwas Revolutionäres einhauchen sollen. Vorzeigebeispiel ist die Bloggerin Katharina Borchert, die seit kurzem Chefredakteurin des Online-Portals der Westdeutschen Allgemeinen Zeitung (WAZ) ist. In der Blogosphäre wurde sie bekannt mit ihrem „Lyssas Lounge“, einer Art privates Tagebuch. Nun wirbt sie Blogger für das WAZ-Portal an, die über eine Region oder ein bestimmtes Themengebiet bezahlt bloggen sollen. Der Tagesspiegel hat die Mitbegründerin des Digital-Lifestyle-Magazins „De:Bug“, Mercedes Bunz, zur Chefredakteurin seines Online-Angebots gemacht, um künftig „elektronische Lebenskultur“ zu bieten.

Solche Aktivitäten sind letztlich nur Tropfen auf dem heißen Stein: Die neuen Webtechnologien bringen neue Anwendungen, neue Arten der Software-Ent-

wicklung, neue Märkte und Geschäftsmodelle, aber auch neue Öffentlichkeiten mit sich. Die ehemaligen Gatekeeper werden zu Materiallieferanten für Dienste, die auf persönliche Interessen zugeschnitten sind. Wie stark der Druck der neuen auf die traditionellen Medien ist, war anlässlich des Amoklaufs an der Virginia Tech zu spüren: CNN berichtete einen Tag lang fast ausschließlich über das Massaker – aus Angst, die Zuschauer an andere Informationsflüsse zu verlieren.

■ Persönlicher Nachrichtendienst

Erheblich verschärft wird die Lage mit RSS (s. Kasten S. 9). Von Artikeln und Schlagzeilen, über Bilder aus Fototauschbörsen bis zu Veränderungen von Wiki-Seiten können Nutzer sich damit ihren persönlichen Nachrichtendienst zusammenstellen, der sekundengenau die neuesten Informationen von Spiegel.de, Heise.de oder CNN.com auf einer einzigen Website zusammenführt. Ergänzen können sie dies mit aktuell gespeicherten Bookmarks anderer Nutzer. Mit Ajax wird das Web zum Desktop: Office-, Kalender-, und E-Mail-Funktionen finden sich im Web wieder und ermöglichen gemeinsames Arbeiten mit anderen. Offene Schnittstellen von Anbietern wie Google, eBay, Amazon oder Flickr, aber auch von Polizei- und Wetterdiensten sorgen dafür, dass Anwender sich ihre eigenen lokalen Informationsdienste (Mashups) basteln können. So stellt etwa der Dienst XMLTV die Programmangebote aller Fernsehstationen der Welt zusammen – Fernsehzeitungen werden damit überflüssig.

Andere Dienste sammeln Verkaufs- und Vermietungsinformationen von Immobilien und zeigen sie auf den Landkarten von GoogleMaps – wozu braucht der Leser noch den nur mühsam durchsuchbaren Immobilienteil einer Tageszeitung?

Kooperative Technologien des Web 2.0 ermöglichen eine zugleich offene und fokussierte Zusammenarbeit – und dies in Zeiten, in denen auch die geistige Leistung zunehmend unter dem Gesichtspunkt des Eigentums und der Ware gesehen wird. Deshalb bewegen sich Verlage, die mit partizipativen Diensten unter dem Motto „Bürgerjournalismus“ experimentieren, sofort in einer Konfliktzone zwischen freiem Wissen und geistigem Eigentum. Auf Bilder und Videos setzt etwa der Burda-Verlag mit der Plattform „Focus Live“ – und stößt damit bei den Berufsfotografen auf wenig Gegenliebe. Der vom Online-Fotodienst Flickr und der Video-Plattform Youtube inspirierte Focus-Online-Chefredakteur Jochen Wegner hofft auf die Exklusivität von Laien-Bildreportern: „Stellen Sie sich vor: Der

► Verlage auf Web 2.0-Kurs

Fast alle Medienhäuser in Deutschland haben heute einen Online-Auftritt – allein Tageszeitungsverlage über 650. Über 100 Zeitungen und Zeitschriften in Deutschland bieten Video- und Audio-Inhalte an, 240 Websites regionaler Zeitungen Blogs. Zunehmend werden Web 2.0-Anwendungen integriert, die Online-Angebote ausgebaut.

Einige aktuelle Beispiele:

Süddeutsche Zeitung: 15 zusätzliche Redakteure zu den 10 Festangestellten und 10 Pauschalisten bei sueddeutsche.de, Ausbau als Autoren- und Meinungsportal.

Spiegel: Schwarze Zahlen mit einem Jahresumsatz von 15 Millionen Euro, Ausbau aller Ressorts über die bisher 60 Redakteure bei Spiegel Online hinaus, Erweiterung bei Video in Kooperation mit Spiegel TV, neue Community-Elemente.

Stern: Bei stern.de soll die Zahl der Redakteure von 20 auf 60 steigen und eine Nachrichtenredaktion eingerichtet werden.

Axel Springer Verlag: Zahl der 60 Online-Redakteure bei welt.de soll erweitert werden, um Video, Audio, Weblogs und Podcast auszubauen, Motto: „Online first“.

Gruner+Jahr: Derzeit erstellt die RTL-Tochter UFA 50 Stunden Bewegtbildinhalte für verschiedene Online-Auftritte und DVD-Ausgaben mehrerer Zeitschriftenmarken.

nächste Tornado in Hamburg, Schneechaos in Bayern, Überschwemmung oder Fußball-Weltmeisterschaft – und viele User haben tolle Bilder, an die man sonst nicht so schnell kommen würde.“ Tatsächlich schafften es zur Fußball-Weltmeisterschaft einige der über 2000 eingesandten Fanbilder sogar mehrmals auf Doppelseiten in den Print-Focus.

■ Redigierte Laientexte

Auf Texte von Laien setzen die Readers' Edition und RP-Online mit „Opinio“. Vorbild ist die südkoreanische Newsplattform Ohmynews. Bei der von der Netzeitung 2006 gegründeten Readers' Edition standen Leserbriefe für die Idee Pate, den Usern eine Plattform anzubieten, auf der sie gleich selbst redaktionelle Beiträge publizieren können. Die Autoren wählen ihre Themen völlig frei und schreiben nur über Dinge oder Ereignisse, die sie interessieren. Für das Sichten und Redigieren investieren ehrenamtlich ar-

beitende Moderatoren täglich im Schnitt eine Stunde. Der ehemalige Chefredakteur der Netzeitung, Michael Maier, will jedoch bereits im Sommer die Reader's Edition mit einem überarbeiteten Konzept neu auflegen. Dabei orientiert er sich stärker am südkoreanischen Vorbild: Die Texte der Bürger sollen von Journalisten überarbeitet werden.

■ Mitarbeiterblogs

Vorbildlich für das interne Wissensmanagement ist die BBC. Wissensmanager Euan Semple beobachtete, dass die Mitarbeiter in den Schneideräumen und Tonstudios oftmals mehr mit Externen über interne Probleme reden als mit ihren Kollegen. Er überlegte sich deshalb, wie die Mitarbeiter untereinander besser in Kontakt kommen können – und entschloss sich für Blogs und Wikis. Inzwischen bloggen bereits über 150 Mitarbeiter – Zugpferd der Entwicklung ist Richard Sambrook, der Leiter des BBC World Service. Er betreibt ein offenes geschriebenes Blog – mit über 8.000 Besuchern im Monat.

Das Web 2.0 wird nicht automatisch einen Journalismus 2.0 bringen, doch es wird journalistische Tätigkeiten schärfer profilieren. Auf Fremdmaterial wie Agenturmeldungen können die Verlage auch künftig nicht verzichten, doch sie werden merken, dass nur Qualität verbunden mit Exklusivität reputationssteigernd wirkt. Reputation, die Währung im sozialen Web 2.0, ist aber nur mit hochprofessionellem Arbeiten zu gewinnen. Es gelte im Journalismus „Professionalität neu zu definieren und ihre Vorzüge unmissverständlich herauszuarbeiten“, sagt Lorenz Lorenz-Meyer, Professor für Online-Journalismus an der Hochschule Darmstadt: „Recherche ist nicht Google, sondern basiert auf Erfahrung, Netzwerken und Vertrauensbeziehungen“. Unvermeidbar scheint auch eine zunehmend stärkere Differenzierung von Aufgabenbereichen – Redakteure werden sich entscheiden müssen zwischen professionellem Content-Management für extern zugeliefertes Material und zeitaufreibender investigativer Eigenrecherche.

All diese Neuerungen müssen aber auch finanziert werden. Passende Geschäftsmodelle werden händierend gesucht. Ob aber eine simple Adoption bewährter Web 2.0-Dienste wie Youtube oder StudiVZ die Erlösung bringen wird, ist noch nicht ausgemacht. Der einzige Weg scheint ein nachhaltiges Innovationsmanagement zu sein – hier stehen die deutschen Medienunternehmen allerdings erst am Anfang.

Christiane Schulzki-Haddouti ■

An Podcast kann keiner vorbei

Radiocontent aufpeppen um die Hörer zu halten

Im großen Stile produziert und genutzt werden Podcasts seit 2004. Drei Formen lassen sich dabei unterscheiden: Angebote, die von unabhängigen Personen, oft professionellen Laien erstellt werden, PR-Casts von Unternehmen, die das Medium für ihre Werbung im Internet nutzen, und Podcasts von klassischen Medienanbietern, die Teile ihres Programms für eine nichtlineare Nutzung ins Netz stellen.

Inzwischen hat sich das Medium so stark etabliert, dass kein Radiosender mehr am Podcasting vorbeikommt – will er seine Hörer halten. Andreas Schulz, Programmchef des privaten Hit Radio FFH, musste feststellen, dass seine Stammgemeinde immer weniger Radio hört, dafür aber zunehmend im Internet surft. Nun versucht der Sender, seine Hörer zu UKW zurückzuholen oder zumindest an die Marke zu binden. Ein Mittel dazu ist Podcast. Was die Radiomacher ins Netz stellen, stößt allerdings je nach Inhalt auf unterschiedliche Resonanz. Vertiefende Informationen zu Radiobeiträgen werden kaum abgerufen. Comedystücke dagegen kommen gut an. Rund 3000 Downloads im Monat konnte man im vergangenen Jahr registrieren. Besser noch schlug die Idee ein, Radio-comedy mit Bildern zu unterlegen. Hier konnte man auf Anhieb 8000 Abrufe zählen. „Den Radiocontent aufpeppen“ nennen das die Privatfunker. Zusätzlich Geld verdienen lässt sich damit jedoch nicht.

Dieses Problem haben die Öffentlich-Rechtlichen nicht. Für sie ist Podcast der verlängerte Arm des terrestrischen Hörfunks. „Damit wird Radio nachhaltig“, schwärmt Rainer Tief, Programmbereichsleiter der BR-Welle Bayern 3. Ohnehin hat mit dem Podcasting-Boom die Stunde der Öffentlich-Rechtlichen geschlagen: Endlich können sie mehr als zuvor ihre, wie es heißt, „Premiuminhalte“, ins Licht der Öffentlichkeit rücken und den Stellenwert des gut recherchierten Worts deutlich machen. Die Nutzungszahlen sprechen jedenfalls für sich. 50 Angebote gleichzeitig stellt etwa der Bayerische Rundfunk kostenlos ins Netz. Über 370.000 mal im Monat werden Sendungen komplett runter geladen.



■ Interview mit dem Köln-Berlin ■ Medienexperten und ■ Radiopionier Helmut G. Bauer

M | Sind die Podcasts, die von interessierten Laien angeboten werden, eine Bedrohung für den klassischen Journalismus?

HELMUT G. BAUER | Bei diesen Angeboten handelt es sich um Podcasts, die vergleichbar sind mit dem, was es früher in den Öffentlichen Kanälen gab, wo jeder-mann die Möglichkeit hatte, sich zu positionieren und darauf zu hoffen, dass es Menschen gibt, die dabei zuhören. Das läuft sehr erfolgreich. Ein Beispiel ist „Schlaflos in München“, wo eine Journalistin als Zeitvertreib einen sehr erfolgreichen Podcast gestaltet. Daraus ist keine Bedrohung für den Journalismus oder für irgendeine Mediengattung zu sehen, aber wichtig ist, dass man das aufmerksam beobachtet, weil es wiederum eine Fundgrube von Informationen ist und Recherchematerial bietet, auf das man Geschichten aufsetzen kann.

M | Inzwischen stellen auch die klassischen Rundfunkveranstalter eine Vielzahl an Podcasts ins Netz. Ist das eine Domäne der Öffentlich-Rechtlichen, da diese ja, anders als die Privaten, über die Inhalte verfügen, die sich podcasten lassen?

BAUER | Das ist selbstverständlich eine Domäne vom öffentlich-rechtlichen Rundfunk, weil der aufgrund seiner Archive und seiner vielen Wortbeiträge, die er täglich produziert, natürlich einen riesen Fundus hat. Nicht umsonst sind BBC, Deutschlandradio Kultur und Deutschlandfunk die Vorreiter auf diesem Gebiet. Die Privaten hinken dem hinterher, weil sie stark Musik orientiert sind und die Musikindustrie natürlich überhaupt kein Interesse hat, Podcasts zu lizenzieren. Sie will die Titel selbst verkaufen und möchte die Radiostation nicht als Zwischenhändler haben. Aber das muss ja nicht so bleiben. Wenn es zur Digitalisierung des Hörfunks kommt, stehen ihnen auch vielmehr Flächen zur Verfügung und dann werden sie massiv ins Wort investieren wollen und müssen, um dort ein Gegengewicht zu den Öffentlich-Rechtlichen zu schaffen.

M | Können Podcasts das klassische Radio ablösen?

BAUER | Podcast ist ein neues Medium, und wir wissen aus der Mediengeschichte, dass ein neues Medium kein altes Medium verdrängt hat, sondern ihm eine neue Funktion gegeben hat. Sicher sollte man seitens der Radioveranstalter Podcasts aufmerksam beobachten und schauen, wie man sich zu diesem Medium positionieren kann. Dass Radio von Podcasts abgelöst wird, wie am Anfang befürchtet wurde, glaube ich nicht. Im Gegenteil, ich vermute, dass der Hörfunk davon positiv beeinflusst wird, weil er seine Inhalte auf mehreren Wegen verteilen kann.

M | Womit wird Radio auch in Zukunft punkten können?

BAUER | Der Vorteil von Radio ist, dass ich ein fertiges Produkt bekomme. Ich muss mich nicht um die Auswahl kümmern, ich kann das als Nebenbeimedium wunderbar konsumieren. Umgekehrt muss ich bei Podcasts eine eigene Aktivität entwickeln. Ich muss es mir downloaden, ich muss es mir irgendwo beschaffen und selbst wenn es automatisch zu geliefert wird, ist es ein weiterer Prozess, mit dem ich zu tun habe.

M | Sind Podcasts nur ein zusätzliches Marketinginstrument für die Sender oder lässt sich daraus ein eigenständiges Geschäftsmodell entwickeln?

BAUER | Beides. Zum einen ist es ein Marketinginstrument, weil die Sender ihre Inhalte weiter verbreiten können. Zum anderen kostet ein solches Instru-

ment natürlich auch Geld. Aber wir wissen, dass Podcasts inzwischen auch mit Werbung versehen sind. Das heißt, es gibt Sponsoren dafür, selbst für Podcasts wie „Schlaflos in München“, der von einer Privatperson gemacht wird.

M | Es wird vermutet, dass sich die Hörgewohnheiten durch Podcasts ändern, weil sie dem Nutzer mehr Zeitsouveränität geben.

BAUER | Ich kann diese These bestätigen. Allerdings kratzen die Untersuchungen, die bis heute dazu existieren, noch massiv an der Oberfläche. Tatsache ist, wenn wir Endgeräte haben, wo ich per Knopfdruck Sendungen mitschneiden kann, wo ich in der Lage bin, Werbung raus zu schneiden – so schlimm das für die Werbung treibenden Sender ist – dann wird der Podcast wunderbare Möglichkeiten bieten, dann, wenn ich es will, mein Programm zu hören. Aber denken Sie bitte an die vielen Nutzungssituationen, in denen Sie Radio nicht allein hören, sondern

mit anderen zusammen, beispielsweise im Büro. Dann kommt etwas anderes als Radionutzung gar nicht in Frage, denn dann ist das ein Gemeinschaftserlebnis. Es wird immer Radio geben.

M | Neben Podcast gibt es auch Videocast. Das ZDF zum Beispiel will ab der nächsten Funkausstellung große Teile seines Programms ins Netz stellen. Wird das ein ähnlicher Hype wie Podcast?

BAUER | Youtube ist ein wunderbares Beispiel dafür, Clipfish in Deutschland entwickelt sich auch. Und jetzt kommen natürlich die Fernsehsender dazu und sagen: „Wie können wir die Programme, die wir teuer produziert haben, unseren Nutzern weiterhin zur Verfügung stellen?“ Dann bietet sich Videocast natürlich an. Die BBC ist extrem weit damit. Das ZDF wird es auch machen, natürlich immer nur bezogen auf die eigenproduzierten Programme. Es wird noch lange dauern, bis man eine Möglichkeit hat,

Spielfilme ins Netz zu stellen, weil die Hersteller dieser Produkte sie natürlich selbst vermarkten wollen.

M | Womit die Möglichkeiten von Pod- und Videocast auch immer durch die Verwertungsrechte begrenzt sind!

BAUER | Das sind natürlich die klassischen Rechteprobleme, die man immer hat, wenn ein neues Medium hinzukommt. Die Frage für den Autor heißt: „Habe ich meine Rechte nur für eine bestimmte Verbreitungsart abgegeben oder dürfen aus meinen Werken auch Podcasts und Videocasts hergestellt werden? Das ist eben eine Frage von Machtbalance zwischen den Rechteinhabern und denen, die Rechte kaufen. Das ist ein Thema, das immer wieder eine Rolle spielt und wo die Gewerkschaften nicht früh genug beginnen können, sich darüber im Klaren zu werden, wie diese Rechte abzugelten sind.

Das Gespräch führte Vera Linß ■

Quellenwahl

Die Macht und Ohnmacht der Suchmaschinen

Empfehlungs- und Bewertungssysteme sind die Basis des Web 2.0. Weil die Auswahlmechanismen stark selektiv sind, kann es jedoch zu Wirklichkeitsverzerrungen kommen, wenn Journalisten sich vornehmlich auf die Ergebnisse von Suchmaschinen verlassen. Bestimmte Websites haben nämlich keine Chance, auf die vorderen Rankingplätze zu kommen. Hinzu kommt, dass die Ergebnislisten manipulationsanfällig sind – seit einiger Zeit gibt es auch bezahlte Plätze in den Trefferlisten, allerdings gekennzeichnet.

Der Suchmaschinenbetreiber Google gilt heute als das wertvollste Medienunternehmen der Welt – gemessen an seinem Börsenwert von rund 150 Milliarden Dollar. Zu 98,9 Prozent erwirtschaftet Google seinen Umsatz mit Werbeeinnahmen, die auf personalisierten Anzeigen beruhen. Googles Erfolg basiert auf seinem Suchalgorithmus, der die Reputation von Informationen in kalkulierbare Werte fasst. Indem er bei der Reihung der Ergebnisse berücksichtigt, wie oft und von wem eine Website verlinkt wurde, wertet er den Link als Empfehlung.

Journalistische Funktionen üben Suchmaschinen dann aus, wenn sie sich auf die Suche nach aktuellen Inhalten

spezialisieren. GoogleNews, Yahoo!News oder MSN Newsbot stoßen in journalistische Bereiche hinein. Die Auswahl der Quellen bei GoogleNews kritisiert Medienwissenschaftler Marcell Machill in seinem neuen Buch „Die Macht der Suchmaschinen“ jedoch als „nebulös“ und „intransparent“. So behandelt GoogleNews etwa auch Pressemitteilungen wie aktuelle Nachrichten. Bei den AltaVista-Nachrichten und Paperball stammen nach einer Studie sogar 75 Prozent der Meldungen von nur zehn verschiedenen Angeboten. Bei Google News werden 38 Prozent von zehn Quellen gespeist.

Aber auch neue Web 2.0-Dienste stoßen mit Techniken wie RSS in den Bereich der Nachrichtenportale. Ein be-



„Die Macht der Suchmaschinen“, Marcell Machill / Markus Beiler, 352 Seiten, Herbert von Halem Verlag, ISBN-10: 3938258330

kanntes Beispiel hierfür ist Diggdot.us, das Feeds von technologieorientierten Nachrichtenquellen wie Digg.com, Slashdot.org, aber auch von sozialen Bookmarkdiensten wie Del.icio.us zusammenführt. Links werden so nicht mehr allein nur von Suchmaschinen ausgewertet, sondern von vielen Nutzern.

Weitere Instrumente der Empfehlung und Bewertung im neuen Web 2.0 sind Trackbacks, Link-Listen oder so genannte Tags, die im Sinne der Selbstorganisation der Nutzer Schneiden in den Internetdschungel schlagen. Mit einem Trackback etwa benachrichtigt ein Blogger einen anderen, dass er einen seiner Beiträge kommentiert hat. Link-Listen sind bei Nachrichtenportalen etwa Rankings mit den „meist gelesenen Nachrichten“ oder den „meist kommentierten Artikeln“, oder bei Musikportalen Playlists mit den „meist gespielten Songs“. Mit Schlagwörtern oder Tags versucht ein Nutzer, seine Inhalte zur besseren Auffindbarkeit zu klassifizieren. Kombiniert man nun die verschiedenen Tags der unterschiedlichen Surfer, lassen sich dann auch, wie etwa bei der Fototauschplattform Flickr.com, Interessensgruppen organisieren. Damit bieten Web 2.0-Dienste alternative Suchmöglichkeiten, die einen noch stärkeren Empfehlungscharakter wie herkömmliche Suchmaschinen haben. Und die klassischen Suchmaschinen des Web 1.0 stellen sich darauf ein: Del.icio.us etwa gehört seit 2006 dem Suchdienst Yahoo!.

Christiane Schulzki-Haddouti ■

Krieg als Reality Show

Propaganda mit Medienbildern – eine Tagung in Potsdam

„Wie die Medien Kriege begründen, befördern und mit rasanten ‚specials‘ beschreiben“, das war Thema des „2. Potsdamer Tages der Medienkritik“ Ende April auf dem Gelände der Universität Potsdam veranstaltet von der Rosa-Luxemburg Stiftung und der dju in ver.di.

Das Bewusstsein der Herrschenden für die Macht der Bilder ist recht groß. Als am 27. Januar US-Außenminister Colin Powell mit seinem berühmt-berüchtigten Dia-Vortrag vor der UNO die Existenz von Massenvernichtungswaffen im Irak „beweisen“ wollte, musste zuvor Picassos Guernica-Tapisserie hinter ihm verhängt werden. Zu groß war offenbar die Furcht vor der symbolischen Kraft des emblematischen Anti-Kriegs-Motivs in einer Situation, in der die Zustimmung der US-Bevölkerung für die lange geplante Invasion des Irak erreicht werden sollte.

■ Irakkrieg als „Bilderkrieg“

Für Gerhard Paul, Medienwissenschaftler an der Uni Flensburg, war der Irakkrieg vor allem auch als „Bilderkrieg“ angelegt. Mit einem Kriegsbeginn, der pünktlich in die Prime Time der Hauptnachrichtensendung gelegt wurde, aus der Feldherren-Perspektive von den Dächern aus, die von fast allen Fernsehkanälen – auch den deutschen – mit übernommen wurde. Für die Invasoren ein propagandistischer Vorteil: „In der Totalen erlischt das Elend, es ist nicht mehr sichtbar“, analysierte Paul. Die wahren Schrecken des Krieges – Verstümmelungen, Blut, Tote oder auch nur der erbärmliche Alltag der Zivilbevölkerung – bietet nur die Nahperspektive. Die aber geriet und gerät selten in den Blick der Medien – schon aus Sicherheitsgründen. Und wenn die Journalisten mal ganz nah dran waren, dann als „embedded“ Reporter, also gewissermaßen im Bett mit den Invasoren. Diese Art von „reality show“ mag Teile des Publikums faszinieren. Einen relevanten Erkenntnis-

gewinn bieten sie nicht, so Paul in seinem Eröffnungsvortrag.

Paul nannte Beispiele für eine an der „shock-and-awe“-Strategie orientierte Inszenierung der Realität. Die Siegerpose von Bush junior nach der „Blitzkrieg“-Einnahme Bagdads auf einem US-Flugzeugträger – sie fand nicht im Persischen Golf statt, sondern in der weitaus ungefährlicheren Bucht von San Diego, Kalifornien. Die Zurschaustellung der getöteten Saddam-Söhne, durch Maskenbilder aus Hollywood notdürftig identifizierbar geschminkt, die Vorführung von Saddam Hussein nach der Entdeckung seines Erdlochverstecks – als symbolische Entmachtung und reale Verhöhnung des geschlagenen



Inszenierung des Sieges durch das Pentagon: Die von Panzern umgerissene Statue Saddams mit „jubelnden Irakern“ auf vielen Titelseiten.

nen Feindes oder die Bilder entführter britischer Geiseln in Terroristengefangenschaft.

Dennoch haben die Vereinigten Staaten nach der schnellen Besetzung des Irak den Propagandakrieg an der visuellen Front früh verloren. Und zwar, so Paul aufgrund ihres Vertrauens auf einen „verkürzten, eindimensionalen Bildbegriff“. Dahinter habe die Vorstellung gesteckt, „dass man Bilder genau so in ein Ziel lenken kann wie im Grunde eine Präzisionswaffe, durch die Propaganda“.

► Buchtipp

Der Bilderkrieg – Inszenierungen, Bilder und Perspektiven der „Operation irakische Freiheit“ Prof. Dr. Gerhard Paul, Verlag Wallenstein, Göttingen 2005.

Bilder des Krieges – Krieg der Bilder. Die Visualisierung des modernen Krieges. Prof. Dr. Gerhard Paul, Verlag Ferdinand Schöningh, Paderborn 2004, Verlag Neue Zürcher Zeitung, Zürich 2004. www.prof-gerhard-paul.de

Brigadegeneral a. D. Dr. Heinz Loquai: Balkan-Afghanistan – Irak. Krieg als Mittel der Politik. Abschrift nach dem Mitschnitt eines Vortrages am 14.02.03 im EineWeltHaus München. www.gegenentwurf-muenchen.de/lobafir.htm

Medien und Krieg – verhindern, dulden oder rechtfertigen? Beiträge zur Militärgeschichte und Militärpolitik, Lothar Schröter / Frank Schubert (Hrsg.) Schkeuditzer Buchverlag, 2006.

Die Bedingungen, dass so was funktioniert, seien aber im digitalen Zeitalter schlechter denn je. Es gibt kein Monopol einer Partei auf Bilder. Man kann schnell, einfach und kostengünstig Bildinformationen produzieren und ins Internet stellen. „Die Dinge werden sehr viel schneller kommuniziert, das heißt, weltweit global vertrieben, und dieser Prozess, den hat man wohl unterschätzt“, so Paul. Sein Resümee: Nicht „die geschönten, sorgsam geplanten glatten Feuerwerksbilder der nächtlichen Angriffe und des Vormarsches auf Bagdad“ oder die Bilder des praktizierten Terrors des besiegten Saddam-Regimes hätten die öffentlichen Diskurse geprägt. Als Skandal seien vielmehr die Pornobilder aus Abu Ghraib empfunden worden. Die Hoffnung der US-Militärs, „das Schlachtfeld völlig zu de-realisieren und den Krieg mit ihrer in Hollywood erdachten narrativen Spielhandlung zu überziehen, ging nicht auf“.

■ Regelrecht weggeschnitten

Für den Marburger Medienwissenschaftler Karl Prümm agiert das Leitmedium Fernsehen nicht nur als „Begläubigungsagentur“, sondern auch als „Agentur der gesteigerten sinnlichen Wahrnehmung“. Zugleich ist es auch ein gesellschaftliches Kontrollmedium, das seine „Überwachungskameras“ überall verteilt hat. Bildkontrolle und Definitionsmacht sind allerdings fließend“, konstatierte Prümm. Der Kosovo-Krieg habe zunächst in Deutschland – vor allem auch durch die

recht einseitige Medienberichterstattung – eine hohe Akzeptanz gehabt, bis eher später aufgrund der sich häufenden „Kollateralschäden“ in der Zivilbevölkerung die Stimmung gekippt sei. Nach Kriegsende sei es aber versäumt worden, dieses traurige Medienkapitel aufzuarbeiten. Im gegenwärtigen Afghanistan-Konflikt irritiert Prümm die nahezu völlige Abwesenheit von Bildern. Im Krieg gegen den Taliban-Terror drohe somit eine „Verdunkelungsgefahr“. Bei der Berichterstattung über die Entsendung von Bundeswehr-Tornados werde zwar detailreich über technische Einzelheiten wie Ausrüstung und Tankstopps informiert. Der Kontext, in dem diese Luftwaffen agierten, ihre konkreten Einsätze werde jedoch „regelrecht weg geschnitten“. Es ergebe sich ein „grotesker Gegensatz zwischen Überbebilderung, Überbelichtung des Krieges und absoluter Bildlosigkeit“. Damit fehlten die entscheidenden Hintergrundinformationen zu einem Vorgang, der immerhin auf Bundestagsbeschlüssen beruhe. Angesichts des Verfassungsauftrags der audiovisuellen Medien müsse die Öffentlichkeit ihr Recht auf Kontrolle „einklagen“, forderte Prümm.

Sebastian Köhler von der Uni Leipzig erläuterte am Beispiel der Berichterstattung über die Hinrichtung von Saddam Hussein die Wirkung verschiedener Videofassungen auf die einzelnen Teilöffentlichkeiten. Vor allem die im Internet publizierte „Langfassung“ habe für eine Spaltung des Publikums gesorgt. Die unüberhörbaren Beschimpfungen und Verhöhnungen des irakischen Ex-Diktators dürften vor allem in Teilen der islamischen Welt negativ aufgenommen worden sein. Köhler plädierte in diesem Zusammenhang für eine „nachhaltige Narrativität“ und eine „Pluralität der Berichterstattung“, die die Menschen in die Lage versetzen, eine breite gesellschaftliche Diskussion über so relevante Geschehnisse zu führen. Dazu gehöre die – auch im deutschen Fernsehen häufig missachtete – Regel, bei Filmeinspielungen die Quelle zu benennen.

■ Mit Feindbild Ängste schüren

Heinz Loquai, Brigadegeneral a.D. sieht in der gegenwärtigen Medien-Politik gegenüber dem Iran Parallelen zur Bericht-

erstattung im Vorfeld des Irak-Krieges. Bewusst werde von Teilen der Medien der Eindruck erweckt, als verfüge der Iran bereits über Nuklearraketen oder nukleare Bomben. Per Zeichnungen werde suggeriert, das Land sei kurz davor, sich Raketen zu beschaffen, die Amerika erreichen könnten. Dies sei eine „Verfälschung der tatsächlichen Situation“. Egal ob im Kosovo-Konflikt oder im Irakkrieg – der Mainstream der Medien finde immer ein hitlerähnliches Monster, das trefflich als Feindbild taue, mit dem sich Ängste schüren ließen. Nach Slobodan Milosevic und Saddam Hussein werde jetzt dem iranischen Präsidenten Mahmud Ahmadi-nedschad diese Rolle zugeteilt. Loquai warnte vor der neuerlichen Produktion von Feindbildern. Der Iran sei mehr als die Karikatur eines antisemitischen, verbal-aggressiven Präsidenten. Das Feindbild Islam werde auch im Hinblick auf den Iran gepflegt. Die differenzierten Herrschaftsstrukturen im Iran kämen in der Medienberichterstattung viel zu kurz. Offenbar, so Loquais skeptisches Fazit, „haben die meisten deutschen Medien aus dem Irak-Krieg nichts gelernt“.

Günter Herkel ■

Anzeige

Der Journalist beim BND

Aufgeflogener Agent Wilhelm Dietl rechtfertigt sich publizistisch



Foto: Peter Niggli

Wilhelm Dietl auf der Pressekonferenz in Berlin und Dieter Muscholl – Eichborn Verlag (l.)

Er interessierte sich für das Leben der Anderen, bis zum Hindukusch. Jetzt hat Geheimagent „Dali“, alias Wilhelm Dietl, Journalist aus der Oberpfalz, seine Weltreisen als Agent des Bundesnachrichtendienstes (BND), in einer surrealistischen Lebensbeichte auf den Markt gebracht. Als BND-Emissär mit Presseausweis wähnt er sich noch immer als Patriot: „Es war ein Arbeitsverhältnis und zu alledem“, so will er es verstanden sehen, „diente es der Sicherheit Deutschlands.“

Schon 1984 hatte Ex-Stern-Redakteur Manfred Bissinger auf einer Tagung der Deutschen Journalistinnen und Journalisten-Union (dju) zum Thema „Massenmedien und Geheimdienste“ die plumpe Bauernfängerei des BND skizziert. Bei so genannten Chef-Gesprächen zu denen der Pullacher Dienst immer wieder namhafte Vertreter der Medien einlud, war immer wieder, so Bissinger, „von den gemeinsamen Interessen“ die Rede, das Wort „Deutschland“ fiel sehr häufig, man „ziehe doch am gleichen Strang.“ Der Schnittmusterbogen traf wohl in diesen Jahren punktgenau auch auf den BND-Einsteiger Dietl zu. Wieder entstand jene unerfreuliche Symbiose, vor der nicht oft genug gewarnt werden kann. Erst jüngst hat die dju in Ergänzung ihrer Charta ausdrücklich

unterstrichen: „Journalismus ist mit Tätigkeiten für Geheimdienste nicht vereinbar.“

Rund ein Dutzend Pressevertreter war dieser Tage der Einladung zur Buchvorstellung des Geheimdienst-Journalisten Wilhelm Dietl ins Berliner Hotel Albrechtshof gefolgt. Als Ouvertüre gab es etwas Asche auf's eigene Haupt: Er sei zwar im Kontext mit der Journalistenbespitzelung des BND enttarnt worden, er sei daran jedoch nie beteiligt gewesen.

■ Vergeltung gewittert

Die Zahl der Agenten des Bundesnachrichtendienstes, die allein darauf angesetzt seien, Journalisten auszuhorchen, siedelt Dietl „im zweistelligen Bereich“ an. Hinter seiner Enttarnung in dieser Affäre durch die Chefrüge der Pullacher Schlapphüte wittert Dietl eine „Vergeltung“ für die Publikationen, die er mit dem Ex-BND-Agenten Norbert Juretzko verfasst hat.

Begonnen hat seine Laufbahn einst in ostbayerischen Provinzredaktionen, dann war Dietl „der Sprung zur Süddeutschen Zeitung und schließlich zur Illustrierten Quick“ gelungen, dort eröffnete sich ihm „der Zugang zur Welt“. Er interessiert sich für den Nahen Osten, besonders für Sy-

rien. Dietls Sichtweise der internationalen Lage musste dem BND gefallen: „Syrien verstand sich als sozialistischer Staat ...“ Da galt es Einfluss zu nehmen.

1982 war der BND auf Dietl aufmerksam geworden, so erzählt er – und verdeutlicht einmal mehr, wie präzise der Geheimdienst die Presseleute im Visier hat – als Zuträger oder als Objekte der Bespitzelung. Politisch bleibt er auf der Wellenlänge der alten Auftraggeber, auch wenn er 1993 – aus Animosität zum Geheimdienstkoordinator Bernd Schmidbauer – den Dienst quittiert hat.

Zu oft, um es ironisch zu verstehen, greift Dietl ins Vokabular jüngster Washingtoner Mobilmachungsrhetorik, wie „Schurkenstaat“ oder diverse Floskeln von „Terrorismus“.

Vom Nahen Osten bis Afghanistan liegt seit langem begehrtes Terrain – auch für den BND, als dieser vor 25 Jahren Dietl ins Geschirr nahm. Mit einem bestens ausgestatteten finanziellen Polster konnte er daran gehen, Informanten zu werben, von denen einige tatsächlich in dem Glauben gehalten wurden, sie hätten es mit einem Journalisten zu tun.

Der Schaden für den ganzen Berufsstand ist längst gegeben, gesteht selbst Dietl ein. Misstrauen nämlich schlägt den Pressevertretern vielerorts entgegen, begründet darauf, dass eben „viele Journalisten aus zahlreichen Ländern“, so der Experte, an der Leine der Geheimdienste laufen, „aber da gibt es keine Statistik, da kann man keine Zahlen nennen.“ Müsste man nicht schon aus sprachhygienischen Gründen sagen: Viele Agenten verstecken sich hinter der Fassade eines unabhängigen Journalisten? Und auch Dietl muss eingestehen, dass die Gefahren für Leib und Leben der Journalisten in den letzten Jahren erheblich gewachsen sind.

■ Selbstkritische Bilanz – Fehlanzeige

Dietl selbst traf, so sagt er, in seiner aktiven Agentenlaufbahn „genug Kollegen“ – bezogen auf Journalisten –, bei denen er „das Gefühl hatte, dass sie auf beiden Schultern tragen.“ Keine ermutigende Aussage zum Thema, welcher Wert der Berichterstattung aus Krisenregionen beigemessen werden kann, wenn sich dort halbe Armeen geheimdienstbesoldeter Lohnschreiber tummeln.

Wie sehr der BND die intime Nähe zur Presse sucht, weiß Dietl aus seiner Kenntnis. So könne er bestätigen, dass Journalisten, die mit dem BND „sprechen“, einen Decknamen bekämen, damit ihr Klarnamen „nicht in den Akten auftaucht.“ Auch wenn sie noch nicht auf der Gehaltsliste erscheinen.

Dietl selbst sucht, nachdem er vom einstigen Dienstherren dekonspiriert wurde, die Öffentlichkeit. Er beklagt, wie „lebensgefährlich“ für ihn nunmehr Reisen in den arabischen Raum oder den Iran geworden sind. Das tatsächlich Beklagenswerte, die Gefahr, die durch geheimdienst-

liche Journalisten-Mimikry für unabhängige Vertreter des Standes heraufbeschworen wird, bleibt ausgeblendet. Darauf zu antworten wäre dann wohl auch eher Aufgabe des Bundesnachrichtendienstes oder des zuständigen Ministers. Dietl setzt sich mit dieser Praxis des BND in seinem Buch

„Deckname ‚Dali‘“ nicht substantiell auseinander. Selbstkritische Bilanz – Fehlansätze! Dem Geheimdienst prophezeit er nur weitere Skandale, „solange der ganz ‚normale‘ Bürger ein gestörtes Verhältnis zu Nachrichtendiensten“ habe.

Peter Niggel ■

Streit um Rundfunkgebühr

„Wegweisende Klarstellung“ vom Bundesverfassungsgericht in Karlsruhe erwartet

Am 3. Mai fand die mündliche Verhandlung im Rundfunkgebührenstreit der öffentlich-rechtlichen Anstalten mit den Ländern vor dem Ersten Senat des Bundesverfassungsgerichts in Karlsruhe statt. Vertreter von ver.di bei der Verhandlung war Martin Dieckmann, medienpolitischer Referent beim ver.di-Bundesvorstand. Mit ihm sprach M über den Verlauf und mögliche Ergebnisse der Verhandlung.

M | ver.di hat von der Verhandlung in Karlsruhe eine „wegweisende Klarstellung“ erwartet. Inwieweit hat sich nach deinem Eindruck diese Erwartung erfüllt? Die Presseberichte geben davon kein einheitliches Bild.

MARTIN DIECKMANN | Dass es nicht bei einer Klarstellung bleiben, sondern auch zu Wegweisendem kommen wird, ist der Tenor der gesamten Verhandlung gewesen. Die Verfassungsbeschwerden haben sich zwar auf das Rundfunkurteil von 1994 bezogen, aber schon zu Beginn der Verhandlung haben die Sendeanstalten deutlich gemacht, dass es ihnen auch um eine Neuordnung des Gebührenfestsetzungsverfahrens geht. Entsprechende Vorschläge sind von ARD und ZDF ja schon vor längerer Zeit gemacht worden. Im Verlauf der Verhandlung hat dann auch die Frage nach Alternativen eine große Rolle gespielt. Dass dies in der Presse kaum Niederschlag gefunden hat, liegt vielleicht auch daran, dass die meisten Artikel schon geschrieben waren, bevor die Mittagspause beendet war.

M | Was wären denn Alternativen?

DIECKMANN | Letztlich geht es bei den Vorschlägen der Sendeanstalten darum, die Rolle der Landesparlamente am Ende der Gebührenfestsetzung so gut wie überflüssig zu machen. Man knüpft damit auch an das Urteil von 1994 an. Darin ist ja das seither geltende dreistufige Verfahren nur als eine Variante entwickelt worden. Die

andere Variante wäre ein Indexierungsverfahren, wie es das Bundesverfassungsgericht eben schon 1994 für möglich gehalten hatte. Indexierung heißt: der Finanzierungsbedarf wird aufgrund eines definierten Datenkranzes schlicht errechnet. Wobei natürlich verschiedene Indices – allgemeine Teuerungsrate, medien-spezifische Teuerungsrate usw. – zu gewichten und zu kombinieren wären.

M | Wie ist das während der Verhandlung diskutiert worden?

DIECKMANN | Sehr wichtig war und ist hierbei die Rolle der Kommission zur Ermittlung des Finanzbedarfs der öffentlich-rechtlichen Sender (KEF). Deren Vertreter haben klar gestellt, dass die KEF ja schon längere Zeit ein eigenes Indexierungsverfahren entwickelt hat und dieses auch anwendet. Eine so genannte Vollindexierung – also eine vollständige, rein rechnerische Bedarfsermittlung – hält aber letztlich niemand für möglich. Schon aufgrund der EU-Vorgaben muss so etwas wie Überkompensierung ausgeschlossen werden, aber es kann ja auch zu kurzfristigem Mehrbedarf in Hinsicht auf Zukunftsinvestitionen kommen. Hier wird immer ein Ermessensspielraum bleiben müssen. So dass auch bei dieser Alternative die Frage aufgeworfen wird: Wie viel Staat darf oder muss es am Ende sein?

M | Das ist doch aber genau der Knackpunkt des gesamten Verfahrens!

DIECKMANN | Das Dilemma steckt in dem bisherigen Modell: Auf der ersten Stufe melden die Anstalten den Finanzierungsbedarf an, auf der zweiten Stufe wird dieser dann von der KEF geprüft (dies schon mit Beteiligung der Rundfunkkommission der Länder), auf der dritten Stufe kommen dann die Ministerpräsidenten ins Spiel – und die Parlamente. Diese können aber nur Ja oder Nein sagen, und sie müssen

alle Ja sagen, damit es ein Staatsvertrag wird. Die Reduzierung von Parlamenten aufs „Abnicken“ ist dann auch der Punkt, den die Vertreter der Länder stark angegriffen haben. Letztlich nicht ganz zu Unrecht. So ist es auch aus den Reihen des Senats als Frage formuliert worden: Entsteht das Dilemma nicht erst dadurch, dass am Ende die Parlamente überhaupt zu entscheiden haben?

M | Nun ist ver.di ja Beteiligte des Verfahrens – wie hat sich ver.di dazu geäußert?

DIECKMANN | Wir haben erstens die Anstalten unterstützt, zweitens aber auch die Hinweise der KEF aufgegriffen. Der Gesetzgeber wird in Zukunft – allein aufgrund der EU-Vorgaben – viel detaillierter den Rundfunkauftrag bestimmen, auch die Rundfunkgremien haben da erheblich mehr mitzureden als bislang. Viel enger als bislang werden medienpolitische Rahmenbedingungen und Finanzierung dort ineinander greifen, wo sie überhaupt zusammengehören: im Vorfeld der Gebührenfestsetzung. Insofern kann man die bisherige dritte Stufe letztlich ganz entfallen lassen – unter der Voraussetzung, dass die KEF einen anderen rechtlichen Status erhält. Die Gebührenfestsetzung fände dann sozusagen auf einem reinen Verwaltungsbeziehungsweise Verordnungswege statt.

M | Die Entscheidung wird nicht vor August erwartet. Kann man Prognosen wagen?

DIECKMANN | Nein, in keinem Fall. Aber die Verhandlung hat deutlich gemacht, dass alle Beteiligten an einer konkreten und auch praktikablen Lösung interessiert sind. Das Bundesverfassungsgericht ersetzt ja nicht den Gesetzgeber. Zu erwarten ist aber, dass es neben der Feststellung, ob die Eingriffe der Länder verfassungswidrig waren oder nicht, auch Vorgaben für eine neue Regelung geben wird.

Das Gespräch führte Karin Wenk ■

Verhaltenskodex für WAZ-Journalisten

Betriebsräte forderten Mitbestimmung und Sitz im Ombudsrat ein

Ein „Verhaltenskodex“ für die Tageszeitungen der WAZ-Mediengruppe soll „den hohen Qualitätsanspruch an die journalistische Arbeit“ dokumentieren und gleichzeitig „die Unabhängigkeit der Redaktion“ sichern. Die 6-seitige Selbstverpflichtung unter anderem zur klaren Trennung von journalistischer Nachricht und Werbung, zur aktiven Abwehr inhaltlicher Einflussnahmen von Werbekunden und anderen Interessierten auf die Redaktion, zur Einhaltung der geltenden Tarifverträge und Achtung der Publizistischen Grundsätze des Deutschen Presserates wurde jetzt unterzeichnet. Übrigens auch von den Betriebsräten der nordrhein-westfälischen WAZ-Tageszeitungen.

Den Zeitungsbetriebsräten von Westdeutscher Allgemeiner Zeitung (WAZ), Westfälischer Rundschau (WR), Westfalenpost (WP) und Neuer Ruhr Zeitung/Neue Rhein Zeitung (NRZ) war es quasi in letzter Minute gelungen, noch Passagen von für sie entscheidender Bedeutung in den Kodex hinein zu verhandeln. Diese Regelungen garantieren die nötige Transparenz und den Betriebsräten unter anderem einen Sitz im Ombudsrat, der in Streitfällen um das Trennungsgebot und die journalistische Unabhängigkeit in Aktion treten wird. Gleichzeitig schreiben sie im Fall von Auseinandersetzungen das volle Mitbestimmungsrecht der Betriebsräte jedes einzelnen Zeitungstitels fest und stellen zudem sicher, dass die konkreten Ausführungsbestimmungen zum Kodex nun in einer Betriebsvereinbarung dokumentiert werden. Nur so war es den Belegschaftsvertretern möglich, den „Verhaltenskodex“ zu unterzeichnen – und damit ihr zuvor missachtetes Mitbestimmungsrecht wahrzunehmen. Die Betriebsräte waren von Geschäftsführung und Chefredakteuren nämlich zunächst nicht an der Erarbeitung des Kodex beteiligt worden. Interventionen aller vier Betriebsräte der WAZ-Zeitungen in NRW und der Hinweis, dass ein solcher, mit arbeitsrechtlich relevanten Sanktionen bewehrter Kodex dem Charakter nach eine Betriebsordnung und damit in vollem Umfang mitbestimmungspflichtig sei, führte zu einem Umdenken und zu den Nachverhandlungen.

Unterzeichner des „Verhaltenskodex“

Anneliese Brost und Gisela Holthoff (Gesellschafterinnen der WAZ-Mediengruppe).
 Dr. Stephan Holthoff-Pförtner (Bevollmächtigter der Funke-Familien-Gesellschaft), Bodo Hombach (Geschäftsführer der WAZ-Mediengruppe und Geschäftsführer der Brost-Holding), Wilfried Goosmann (Geschäftsführer der Zeitungsgruppe Thüringen), Peter Imberg (Geschäftsführer des Braunschweiger Zeitungsverlages), Ulrich Reitz (Chefredakteur der WAZ), Klaus Schrotthofer (Chefredakteur der Westfälischen Rundschau), Dr. Richard Kiessler (Chefredakteur der NRZ), Bodo Zapp (Chefredakteur der Westfalenpost), Sergej Lochthofen (Chefredakteur der Thüringer Allgemeinen), Ullrich Erzigkeit (Chefredakteur der Ostthüringer Zeitung), Hans Hoffmeister (Chefredakteur der Thüringischen Landeszeitung), Paul-Josef Raue, (Chefredakteur der Braunschweiger Zeitung), Ulrich Lutz (Chefredakteur der Saale-Zeitung), Daniela Röllinger (Chefredakteurin „Die Kitzinger“), Knut Pries (Leiter des Internationalen Büros in Brüssel), Katharina Borchert (Chefredakteurin Online), Manfred Kraemer (Hauptanzeigenleiter), Christoph Meinerz (Vorsitzender des Sprecherausschusses der Leitenden Angestellten) und die Betriebsratsvorsitzenden Sigrid Krause (WAZ), Malte Hinz (WR), Markus Peters (NRZ) und Volker Dörken (Westfalenpost).

Der „Weiße Saal“ in der altherwürdigen Philharmonie Essen war am 2. Mai festlich geschmückt. WAZ-Gesellschafter und -Geschäftsführung hatten eingeladen. Ein „schöner Tag, ein guter Anlass“ sollte gefeiert werden, wie es Bodo Hombach, der Geschäftsführer der WAZ-Mediengruppe, formulierte. Später wurde er deutlicher: Der „Verhaltenskodex“ sei „ein weiteres Element in der Kette von Qualitätsanforderungen“ an die Redaktionen – und dies wiederum sei Grundvoraussetzung dafür, dass Medien ihre „demokratiestabilisierende Rolle“ beispielsweise als „disziplinierende Instanz gegenüber Politikern und anderen öffentlich wie wirtschaftlich Handelnden“ spielen könnten. Hombach, auch Geschäftsführer der Brost-Holding, wörtlich: „Wir wollen nicht nur mit der Auflage, wir wollen auch auf dem Gebiet der journalistischen Qualität einen Spitzenplatz.“ In diesem Zusammenhang geißelte Hombach „den Schwächeanfall der EU-Kommission“. Die wolle „nach einem klaren Verbot der Schleichwerbung diese künftig in Teilen erlauben – das empfinden wir als verheerend.“

„Freiheit vor fremden Herren“

Zuvor hatte bereits Dr. Stephan Holthoff-Pförtner als Bevollmächtigter der Funke-Familien-Gesellschaft die Bedeutung des „Verhaltenskodex“ unterstrichen:

Unabhängigkeit in der journalistischen Arbeit bedeutet „Freiheit vor fremden Herren“ – Gefälligkeitsjournalismus auch für Unternehmen mit aufwändigen Anzeigenschaltungen „darf nicht sein“, beschädige nachhaltig die Glaubwürdigkeit von Medien und „die Autorität der vierten Gewalt im Staate“. Holthoff-Pförtner wörtlich: „Korrumpierter Journalismus hat für mich die gleiche Qualität wie ein korrupter Minister, ein durch Lobbyisten-Einfluss geändertes Gesetz oder ein gekauftes Urteil.“

Gastredner Lutz Tillmanns, Geschäftsführer des Deutschen Presserates, gratulierte „zu diesem Werk“. Der Kodex sei zwar nicht der erste seiner Art, aber der, „der mit der breitesten Verlagsunterstützung präsentiert wird“. Der Einsatz von Verlagen für die Unabhängigkeit der Redaktion sei längst nicht selbstverständlich. Und deshalb freue er sich, dass der Kodex der WAZ-Gruppe einen Beitrag leiste, „der schleichenden Indienstrahle von Journalisten“ für andere als journalistische Zwecke vorzubeugen. „Selbstgesetzte Regeln erhöhen die Glaubwürdigkeit und stärken bei Zeitungen die Leser-Blatt-Bindung.“ Für Redaktionen sei es wichtig Verhaltensregeln zu haben, Leitlinien für die Arbeit. Und daher, so Tillmanns, zeige der WAZ-Kodex auch, dass der Hinweis „eines journalistischen Netzwerkes, Journalisten machten keine PR“ zwar kurz sei, aber nicht ausreiche. *Lore Förster* ■

Der Umzug: 3. Oktober?

Bild-Redaktion soll den Stammsitz Hamburg verlassen

Das Timing war perfekt: Am Abend des Kampftags der Arbeit ruft der Chefredakteur von Bild beim Betriebsrat an und informiert, dass da etwas am nächsten Tag in der FAZ stehen würde. Was – das konnten Betriebsrat, Belegschaft und Bild-Redakteure dann in einem Exklusiv-Interview mit Kai Diekmann am Folgetag nachlesen: Die Bild-Redaktion verlässt den Stammsitz Hamburg, wird von der Hansestadt nach Berlin umziehen.

Es sei Wunsch und Wille der Redaktion, so Diekmann: Da „kommen wir an der Frage des Standorts Berlin nicht vorbei. ... Es gibt zunächst einmal lediglich den Wunsch der Redaktion. ... Berlin ist gelebter Informationsvorsprung. Die Bild-Zeitung ist gedruckter Informationsvorsprung, deshalb gehört beides zusammen.“ Zwar wurde das in der Hamburger Redaktion und auf der

Redaktionskonferenz vehement in Abrede gestellt, wie Spiegel Online es schon Stunden später ins Netz stellte: „Was ist das für ein schlechter Stil? Ein Interview zu geben und uns damit vor vollendete Tatsachen zu stellen“; schimpfte eine Redakteurin.“

Betroffen sind 700 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter bei Springer Hamburg – nicht nur aus der Redaktion von Bild und Bild am Sonntag, sondern auch im Verlag, der Anzeigenabteilung und dem Vertrieb. Das ist ein Drittel der Hamburger Belegschaft. Und betroffen sind auch die anderen Abteilungen des Verlages. Ein BR-Mitglied: „Wenn ein Drittel der Belegschaft wegbricht, wie soll dann etwa die Kantine so weiter arbeiten können wie bisher?“

Aber wirtschaftliche Interessen ständen hinter diesen Umzugsplänen nicht, verlängert Kai Diekmann sein redaktionel-

les Engagement. Eben jener Diekmann, der sich noch vor Monaten intern und vehement gegen die Umzugspläne seines Verlagschefs Mathias Döpfner gestellt haben soll. Dennoch: Das Springer Redaktionsgebäude in Berlin ist mit Welt, Welt am Sonntag, BZ und Berliner Morgenpost nicht ausgelastet. Hier sei, so Springer-Sprecherin Edda Fels, noch Platz für 1000. Vorausseilend und ungefragt die Beteuerungen von Verlagsleitung und Chefredaktion. Diekmann: „Mit Synergien hat das nichts zu tun.“ Fels: „Es geht nicht um Rationalisierung und Restrukturierung.“

Interessant in diesem Zusammenhang eine – termingerechte – Meldung des Branchendienstes Kontakter vom Vorabend des 1. Mai zu einem anderen Springer-Blatt: „Die Redaktion des Hamburger Abendblatts sorgt sich darüber, dass Teile der Berichterstattung von Hamburg nach Berlin abgezogen werden. ... „Sollte es Entscheidungen bezüglich der Nutzung von möglichen Synergieeffekten zwischen den Zeitungsgruppen geben, werden wir dies sicher rechtzeitig kommunizieren“, so ein Sprecher.“

Wulf Beletes ■

Schon entdeckt?

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

iz3w

Der Titel klingt sperrig, doch das Hineinlesen lohnt. iz3w, die „Zeitschrift zwischen Nord und Süd“ ist eine zweimonatliche Publikation aus dem Freiburger Informationszentrum für die 3. Welt. Auf 52 Seiten wird hintergründiger Lesestoff zur Vernetzung Deutschlands und Europas mit der 3. Welt geboten, zu Aspekten der Globalisierung, zu Migration, Rassismus, Post-Kolonialismus, Antisemitismus, Weltwirtschaft und Entwicklungspolitik. Ökologie, Medien, Literatur, Sport und Musik kommen punktuell hinzu, auch Genderdebatten und Berichte über soziale Bewegungen. „Unsere Artikel liegt stets eine spezifische nord-süd-politische Fragestellung zugrunde“, umreißt Rosaly Magg das redaktionelle Profil. „Denn das Verhältnis zwischen Nord und Süd stellt einen Angelpunkt der weltweiten Entwicklungen dar.“

Das 1968 aus der linken Studentenbewegung gegründete Blatt erschien ab 1970 regelmäßig und sieht sich heute als eine der wichtigsten internationalistischen Zeitschriften im deutschsprachigen Raum. Mit der aktuellen Mai/Juni Ausgabe erscheint das 300. Heft – zum Themenschwerpunkt



Namibia sowie mit politischen und beruflichen Karrieren ehemaliger Autorinnen und Autoren. Hunderte haben schon bei oder für iz3w gearbeitet, verdienten sich hier erste berufliche Sporen und benutzten die Medien der „Gegenöffentlichkeit“ als „Durchlauferhitzer für Karrieresprünge“, wie es im Editorial der Jubiläumsausgabe heißt. Heute bietet eine „bunte Mischung“ von Stamm- autoren Texte an, Studenten, Wissenschaftler, Do-

zenten, Fachleute, die im oder fürs Ausland arbeiten, sind darunter. Ihre Brötchen verdienen sie so nicht, denn iz3w kann, wie viele alternative Medien, keine Honorare zahlen. Ein Redaktionsteam aus fünf Haupt- und etwa 20 Ehrenamtlichen entscheidet wöchentlich über die Themen. Beim Namibia-Report der Jubiläumsausgabe konnte ein Mitarbeiter auf Erfahrungen und Kontakte einer Reise in die ehemalige deutsche Kolonie zurückgreifen. Das Cover mit den dort immer noch deutsch beschrifteten Verkehrsschildern war heiß umstritten, letztlich entschied, dass es genau der Fotoauffassung im Heft entspricht. „Bilder, von denen wir uns aus Kostengründen nur wenige leisten können, sollen eine eigene Geschichte erzählen“, erklärt Christian Stock, der mit zehn iz3w-Jahren zu den Alteingesessenen der Redaktion zählt. „Um zu provozieren, wählen wir zudem oft kryptische Bildunterschriften.“ „Wir pflegen keinen vordergründigen Betroffenheitsjournalismus, diskutieren im Blatt auch kontrovers. Linkspluralismus ist Konsens. Auf PR-Beiträge verzichten wir“, so Magg. Größte Sorge sind die Finanzen, die sich aus Abos, Fördergeldern und Spenden zusammensetzen. „iz3w in Not!“ titelte das Blatt in der März/April-Ausgabe. Von einst 8.000 sind die Abos auf 2.200 geschrumpft, „die wirtschaftliche Situation lässt unserem Leserstamm oft keine andere Wahl“. Statt acht erscheinen jetzt nur noch sechs Ausgaben im Jahr. Das feste Redaktionsteam hat sich verkleinert und seine (bezahlte) Stundenzahl verringert, um das Blatt zu retten. „Was wir brauchen, sind Abos“, sagt Magg. Die begonnene Abokampagne hat mit hundert neuen LeserInnen dafür Hoffnungszeichen gesetzt.

Bettina Erdmann ■

Vier Thesen schlagen Wellen

Youth Media Convention auf Fahrt zum Wirtschaftsjournalismus



Foto: Susanne Stracke-Neumann

Angehende Medienmacherinnen auf der Suche nach Antworten

Lässt sich Wirtschaftsjournalismus in vier Thesen fassen? Zumindest lässt sich eine breite Diskussion damit in Gang bringen. Der Hamburger Print- und Fernsehjournalist Wulf Beleites beobachtete bei der diesjährigen Youth Media Convention „Wellen schlagen“ amüsiert, wie seine vier Thesen aus dem Eröffnungsreferat immer wieder auftauchten und bis zur Schlussdiskussion den Kurs mitbestimmten. Vom 15. bis 17. April waren rund 100 junge Leute, Referenten und Organisatorinnen zwischen Kiel und Oslo unterwegs, um auf Einladung der Jugendpresse Deutschland, der dju in ver.di und der Friedrich-Ebert-Stiftung über Wirtschaftsskandale, Wirtschaftsmedien und PR zu diskutieren.

„Früher haben wir Politikredakteure die Wirtschaftsjournalisten gar nicht für voll genommen. Heute sind Wirtschaftsthemen die Aufmacher“, fasste Wulf Beleites seine Beobachtungen zusammen. In seinem Vortrag „Medien und Wirtschaft – Symbiose oder Parasitismus“ stellte er vier Thesen vor, die in der Debatte auf der „Kronprinz Harald“ immer mitsegelten – sei es als Gegen- oder Rückenwind. Hier die Thesen: „Der Wirtschaftsjournalist muss sich als ein politischer Journalist verstehen und umgekehrt. Presse- und PR-Abteilungen sowie Lobbyisten wirken besonders auf die Wirtschaftsressorts ein.

Wirtschaftsberichterstattung hat einen Nutzwert, daher ist sie besonders anfällig für die PR-Branche. Wirtschaftsressorts sind die Hauptschnittstelle zur Anzeigenabteilung.“

■ Kritische Berichterstattung

Wirtschaftsjournalisten seien nicht besonders anfällig, sondern besonders kritisch, hielt Dr. Wolfgang Mayer, Wirtschaftsredakteur der Nürnberger Nachrichten dagegen. Schließlich wüssten sie nur zu gut, dass sie ständig aufs Kreuz gelegt werden sollen. Auch Uli Röhm vom ZDF argumentierte gegen Beleites' Behauptung, kritischer Wirtschaftsjournalismus sei nicht erwünscht, da er die Anzeigenkunden vergraue. Der Mainzer „WISO“-Redakteur schilderte, dass sich in den vergangenen Jahren das Werbeumfeld von „WISO“ zum hochpreisigen Segment hin entwickelt habe, trotz kritischer Berichterstattung. Denn in den Zuschauern von Wirtschaftsmagazinen und in den Lesern von Wirtschaftsnachrichten in Print oder Online vermuten die Werber aufgeschlossene und kapitalkräftige Kunden.

Für den Wirtschaftsjournalisten sei es in erster Linie wichtig, zu hinterfragen, wer welche Informationen an wen mit welchem Ziel leite. „Wenn mir jemand etwas in der Kneipe steckt, dann ist das nicht schwer zu erraten. Aber wir erhalten

immer mehr anonyme Hinweise“, erzählte Röhm. Die Quellen zu analysieren rät auch Björn Sievers von der Wirtschaftsredaktion bei Focus online. Das habe er als Historiker im Studium gelernt und es sei heute noch ein wichtiges Prinzip für den Wirtschaftsjournalist.

Wirtschaftsjournalisten müssten darum kämpfen, sich die Zeit nehmen zu können, um Pressemitteilungen nicht einfach nur für das Medium zu verarbeiten, sondern diesen PR-Statements eigene Recherchen entgegen setzen zu können, forderte Sebastian Mörcke-Kreutz, Entwicklungsredakteur bei „ecolot.de“, der „Wirtschaftsschwester“ des „Perlentauchers“. Und damit bei neugegründeten Wirtschaftsmedien Werbung und redaktionelle Berichterstattung von Anfang an sauber getrennt seien, riet Stefan Klingberg, der junge Gründer des Häfft-Verlags, in den Kreis der Journalisten immer jemanden aufzunehmen, der oder die sich ausschließlich um Werbung und Anzeigenakquise kümmert: „Der ehrliche Anzeigenverkäufer hält den Schreibenden den Rücken frei.“

Tests zufolge liegen die Wirtschaftsteile der Zeitungen in der Lesergunst einige Prozent über dem Durchschnitt. „Taucht das Wort ‚Geld‘ in der Überschrift auf, geht das Leserinteresse noch mal sprunghaft nach oben“, sagte Mayer nach Reader-Scan-Erfahrung. Sievers verwies gar auf die vierfache Klickzahl der Wirtschaftsartikel im Focus-Internetangebot im Vergleich zu anderen Themen. Beim ZDF zählen die Wirtschaftsredakteure rund 20.000 bis 30.000 Faxabrufe pro Sendung, bei Rententhemen sind es bis zu 100.000 Faxabrufe. Aus zirka 80.000 Zuschauerreaktionen per E-Mail pro Woche entstünden inzwischen gut zwei Drittel der „WISO“-Filme. „Die Häufung der Themen in der Zuschauerpost weist auf die Probleme hin“, erklärt Röhm.

■ Renaissance der Qualität

Aufgrund dieses Verbraucherinteresses haben Wirtschaftsredaktionen in jüngster Zeit ihre Redaktionen ausgebaut und für Wirtschaftsberichterstattung Platz oder Sendezeit erhöht. Für Mayer liegt die Zukunft der Zeitung sogar im Wirtschaftsjournalismus, von der lokalen bis zur weltweiten Ebene, aber immer mit dem Nutzwert für den Verbraucher im Blick. Dagegen setzte Beleites eher Pessimismus und befürchtet eine weitere Boulevardisierung. Falsch, konterte Röhm, es sei eine Renaissance der Qualität zu beobachten. Glaubwürdigkeit sei bei Verlegern wie in Fernsehkreisen endlich wieder ein Begriff, der ernst genommen werde.

Susanne Stracke-Neumann ■

Erste Warnstreiks in der Druckindustrie

„Was bei Chemie, am Bau und in der Metall- und Elektroindustrie geht, ist auch in der Druckindustrie möglich“, kommentierte ver.di-Tarifsekretär Andreas Fröhlich Anfang Mai die Erklärung der Druck-Arbeitgeber, der Metall-Abschluss habe „keinerlei Signalwirkung“ für die laufende Tarifrunde in der Druckindustrie. Fröhlich: „Es ist überhaupt nicht zu erkennen, warum ausgerechnet die Druckindustrie nicht am konjunkturellen Aufschwung der Gesamtwirtschaft teilnehmen soll.“

Seit zwei Jahren, so der ver.di-Sekretär, befinde sich die Druckindustrie im Aufwärtstrend: „In diesem Zeitraum sind die Produktion um mehr als sieben Prozent, der Umsatz um fünf Prozent und die Arbeitsproduktivität um fast zehn Prozent gestiegen. An diesem Erfolg wollen die Beschäftigten nach jahrelangem Reallohnverlust endlich beteiligt werden.“ Mit der Forderung nach 6,5 Prozent mehr Einkommen für zwölf Monate sei ver.di auf dem richtigen Kurs.

In der ersten Verhandlungsrunde hatten die Arbeitgeber 1,8 Prozent mehr Lohn

in diesem und weitere 2,0 Prozent im nächsten Jahr angeboten. Im Vorfeld der dritten Verhandlungsrunde am 15. Mai rief ver.di bundesweit die Beschäftigten der Druckindustrie zu Warnstreiks auf, um die Unternehmer zu einem „verhandlungsfähigen Angebot“ zu bewegen.

hem ■

Frankfurter Rundschau im Tabloid-Format

FRANKFURT / MAIN. Die Frankfurter Rundschau (FR) wird vom 30. Mai an im neuen Tabloid-Format erscheinen. Damit sei die FR die erste überregionale Tageszeitung in Deutschland, die komplett in dem handlicheren Format erscheint, so die Geschäftsleitung in Frankfurt. Die FR mit einer Auflage von gut 150.000 Exemplaren hat künftig etwa DIN-A-3-Größe. Das Tabloid-Format gilt vor allem bei jüngeren Lesern als attraktiv. Die Umstellung des Formats bietet nach Aussage von Verleger Alfred Neven DuMont die Chance für einen „wunderbaren Neuanfang“. „Es geht darum, dieser Zeitung einen neuen, jüngeren und unverwechselbaren Klang zu geben. Und da kommt das Tabloid-Format

wie gerufen“, sagte Neven DuMont der dpa. Der Verlag M. DuMont Schauberg MDS hatte im Juli vergangenen Jahres die Mehrheit an der FR übernommen.

Der Axel Springer Verlag bringt parallel zur «Welt» die «Welt Kompakt» im Tabloid-Format heraus. MDS hatte 2004 als Schwesterblatt zum «Kölner Stadt-Anzeiger» das Tabloid «Direkt» angeboten, Ende 2006 aber wieder eingestellt. dpa ■

Neuer online-Auftritt von ver.di-Publik

Grundlegend überarbeitet worden ist der Online-Auftritt der Mitgliederzeitung „ver.di Publik“: <http://publik.verdi.de>.

Neu hinzu gekommen ist die „E-Paper-Funktion“: Alle Zeitungsseiten können nun im originalen Print-Layout angezeigt, einzelne Beiträge per Mausklick ausgewählt, ins Internet-Format umgewandelt und ausgedruckt werden. Die zweistufige Navigation folgt der Ordnung der drei „Bücher“ Gewerkschaft, Gesellschaft und Leben. Technisch ist der Auftritt jetzt eingebunden in die ver.di-Plattform auf Grundlage der Freien Software „union.cms“.

Red. ■

Überzeugen durch Qualität

ARD-Vorsitzender Fritz Raff zu den öffentlich-rechtlichen Programmstrategien für die digitale Zukunft

M | Die ARD war im Jahr 2006 Marktführer mit 14,2. Prozent. Wie wollen Sie diese Position behaupten? Nicht jedes Jahr findet eine Fußball-WM statt ...

FRITZ RAFF | Ich bin mir nicht sicher, ob wir diese Position überhaupt halten müssen. Wir müssen durch Qualität überzeugen. Die Marktführerschaft ist etwas Angenehmes, aber sie ist nicht das oberste Ziel eines öffentlich-rechtlichen Rundfunks.

M | 2007 gilt als Jahr der medienpolitischen Entscheidungen. Das Brüsseler Beihilfeverfahren, das aufgrund der Beschwerde des Verbandes Privater Rundfunk und Telemedien VPRT gegen die Öffentlich-Rechtlichen angestrengt wurde, ist gerade für ARD und ZDF einigermaßen glimpflich ausgefallen. Können Sie mit dem Ergebnis leben?

RAFF | Glimpflich trifft den Sachverhalt ganz gut. Es wird Veränderungen geben, auch mehr Bürokratie. Aber ich denke, wenn die Länder das, was jetzt in Brüssel entschieden wird, fair umsetzen, dann können wir damit leben. Bedauerlich ist, dass sich die Kommission letztendlich nicht vom Begriff der Beihilfe verabschiedet hat. Was sie uns jedoch ins Stammbuch, sprich in den nächsten Staatsvertrag schreiben will, etwa die stärkere Gremienmitsprache, die Weitergabe von Sportrechten an Dritte oder stärkere Transparenz bei unseren Tochterunternehmen, ist teilweise schon gängige Praxis bei uns.

M | Zu den positiven Ergebnissen zählt, dass die deutsche Rundfunkgebühr von der EU-Kommission nicht mehr als unerlaubte Beihilfe bewertet wird. Aber ARD und ZDF müssen künftig für mehr Transparenz bei ihren kommerziellen Töchtern sorgen. Und neue Kanal-Planungen unterliegen einem strengeren Prüfverfahren. Stört Sie das?

RAFF | Natürlich steckt noch eine gewisse Gefahr in der Frage, wie es zur Genehmigung neuer Projekte kommt. Da müssen wir abwarten, wie die Bundesländer die EU-Vorgaben in nationales Recht umsetzen und inwieweit wir dann davon ausge-

hen können, dass die Staatsferne des Rundfunks in Deutschland auch in Zukunft garantiert ist. Die Kommission ist – plakativ gesagt – entweder für kommerziellen Rundfunk oder aber für Staatsrundfunk. Für das spezifische System in der Bundesrepublik fehlt es dem Einen oder Anderen in Brüssel an Sensibilität. Aber die Länder haben vorzüglich gekämpft. Ich denke, es wird ihnen gelingen, die Brüsseler Entscheidung so in nationales Recht umzusetzen, dass wir damit leben können.

M | Zugleich stehen die Beratungen zum nächsten Rundfunkänderungsstaatsvertrag an. Neben einer Reform der Rundfunkaufsicht ist zu erwarten, dass für die Öffentlich-Rechtlichen die Begrenzung der Online-Ausgaben auf 0,75 Prozent der Gebühreneinnahmen fällt. Sehen Sie das auch so?

RAFF | Auch in der Politik ist das Einsehen gewachsen, dass diese Deckelung keinen Sinn mehr macht. Eingeführt wurde sie in der Zeit des Übergangs von der analogen in die digitale Welt mit dem Ziel, eine Ausuferung bei den öffentlich-rechtlichen Anstalten zu verhindern. Für unsere Zuschauer und Nutzer ist es jedoch wichtig, dass sie sich unsere Angebote überall, zu jeder Zeit und über alle Wege verfügbar machen können. Deshalb müssen auch wir alle technischen Möglichkeiten der digitalen Welt ausschöpfen dürfen. Die Gefahr, dass wir zu viele Mittel in unsere Online-Aktivitäten verlagern, ist nicht gegeben. Wir müssen unsere klassischen Medien weiter bedienen, und zugleich die mobilen Empfangsgeräte sowie unsere digitalen Kanäle qualitativ ausbauen. Dies alles vor dem Hintergrund einer sehr moderaten Anmeldung des Finanzbedarfs ab 2009, also einer hoffentlich zustande kommenden Gebührenerhöhung ab 1.1.2009. Unsere KEF-Anmeldung orientiert sich an der erwarteten Preissteigerungsrate. Das wird unsere Möglichkeiten automatisch begrenzen.

M | Anfang Mai steht auch die Beratung des Bundesverfassungsgerichts über die Klage der

öffentlich-rechtlichen Anstalten gegen die Gebührenerhöhung von 2004 an. Was erwarten Sie von den Karlsruher Richtern?

RAFF | Wir erhoffen vom Gericht Klarstellungen mit Blick auf das Gebührensatzungsverfahren. Wir erwarten ja nicht, dass der Gebührenbetrag für die aktuelle Gebührenperiode angehoben wird. Das Gericht sollte die Klage zum Anlass nehmen, in Fortentwicklung seiner bisherigen Rechtsprechung beiden Seiten – den Ländern und den Rundfunkanstalten – Hinweise zu geben, wie dieses Gebührensatzungsverfahren in Zukunft ausgestaltet und dann gehandhabt werden soll.

M | Ist die gerätebezogene Gebühr passé?

RAFF | Da bin ich mir nicht sicher. Wir beobachten die Beratungen der Länder sehr aufmerksam. Wir stellen fest, dass bei vielen Alternativmodellen letztendlich mehr Probleme als Lösungen auftauchen. Im Moment ist eher die Tendenz zu erkennen, die gerätebasierte Gebühr nochmals auf den Prüfstand zu stellen und in bestimmten Einzelfragen zu Neujustierungen zu kommen. Aber das ist Sache der Länder. Wir sind offen für andere Lösungen, wenn sie praktikabel, sozial gerecht, europakompatibel und aufkommensneutral sind.

M | Medienstaatsminister Bernd Neumann gibt sich optimistisch, bis Mitte des Jahres die Novellierung der EU-TV-Richtlinie unter Dach und Fach zu bringen. ARD und ZDF haben nach den Skandalen um unerlaubtes Product Placement weitgehende Selbstverpflichtungen abgegeben. Ist es nicht eine Ironie der Geschichte, dass die EU-Kommission die Regelungen für Produktplatzierungen liberalisieren will?



Foto: SR/Thomas Gundelwein

M | *Der Trend geht – vor allem beim jungen Publikum – hin zur zeit- und ortsunabhängigen Nutzung der Medien. Das ZDF will ab der nächsten Internationalen Funkausstellung bereits 50 Prozent des Programms jeweils sieben Tage lang kostenlos per Video on Demand anbieten. Das Erste scheint noch nicht ganz so weit zu sein ...*

RAFF | Wenn wir als ARD über Video on Demand reden, dann reden wir nicht nur über ein Fernsehprogramm wie etwa das ZDF, sondern neben unserem Ersten gleichzeitig über alle Dritten Programme. Wir werden voraussichtlich im zweiten Halbjahr ebenfalls ein solches Angebot parat haben. Es kommt beim Umfang der Offerte allerdings darauf an, für möglichst große Nutzerfreundlichkeit zu sorgen. Wenn es, um dieses Ziel zu erreichen, zu Verzögerungen käme, wäre das nicht weiter tragisch.

M | *Wie positioniert sich die ARD gegenüber den neuen digitalen Playern? Die BBC geht ja derzeit Kooperationen mit Google und YouTube ein, um auf diesem Weg eigene Inhalte zu verbreiten. Kommt für die ARD etwas Vergleichbares in Frage?*

RAFF | Im Moment sehe ich noch nicht, dass wir das anstreben. Wir sind da etwas zurückhaltender als andere Mitspieler. Auf dem Gebiet herrscht nach wie vor eine große Rechtsunsicherheit, etwa in Sachen Urheberrecht. Was die Plattformen für DVB-H-Angebote angeht, so warten wir erst mal ab, wie dieses Phänomen juristisch ausgestaltet wird. Gilt als Plattform ein technischer Dienstleister, oder eine Instanz, die Programme zusammen stellt? Da gibt es noch viele offene Rechtsfragen. Die ARD begleitet diesen Prozess konstruktiv. Wer unsere Forderung nach barrierefreiem Zugang erfüllt, den unterstützen wir, wenn es darum geht, für mobile Empfangsgeräte unsere Programme anzubieten.

M | *Zum ARD-Programm. In der letzten Zeit ergab sich der Eindruck einer gewissen Sprunghaftigkeit in der Programmplanung. Beim Gezerre um die Christiansen-Nachfolge sah es fast so aus, als stünde wegen einer Personalle die gesamte Abendprogrammstruktur zur Disposition ...*

RAFF | Ich finde es abenteuerlich, wie schnell der ARD Gezerre und Sprunghaftigkeit zugeschrieben wird. Nach der unerwarteten Absage von Günter Jauch haben wir uns auf der nächsten routinemäßigen Sitzung auf Anne Will als Nachfolgerin von Sabine Christiansen geeinigt. Gleichzeitig wurde entschieden, Plasberg im Ersten zu platzieren. Auch das hat den

allermeisten gefallen. Es ging dann um die schwierige Entscheidung: Wo kann man 60 bis 90 Minuten Plasberg in einem dramaturgisch sehr dicht geknüpften Zeitraumen unterbringen, ohne dass man andere Programmstrecken beschädigt? Etwas Neues hereinnehmen bedeutet immer auch etwas Anderes herausnehmen. Da stehen natürlich Interessen im Raum. Und es wurde dennoch zügig und fair entschieden. Jetzt haben wir 75 Minuten Plasberg zwischen „Tagesschau“ und „Tagesthem“.

M | *Mit dem Ergebnis, dass die „Tagesthem“ an einem weiteren Wochentag nach hinten rutschen, die Wiederauffindbarkeit im Programmschema noch stärker leidet ...*

RAFF | Das kann man natürlich kritisieren. Auf der anderen Seite geht diesen „Tagesthem“ eine gelungene Kombination aus politischer Information und Talksendung voraus. Dieser Mehrwert macht die Verschiebung der „Tagesthem“ möglicherweise leichter hinnehmbar. Solche Verschiebungen gab es auch früher schon – etwa bei Fußballübertragungen. Dies soll keinesfalls der Einstieg in eine neuerliche Diskussion über die Anfangszeit der „Tagesthem“ sein. Wir werden mit „Hart aber fair“ den Informationsanteil in der Hauptsendezeit weiter erhöhen. Im Übrigen waren die „Tagesthem“ im vergangenen Jahr das einzige politische Nachrichten-Magazin, das Zuschauer dazu gewonnen hat. Mit unserer Grundsatzentscheidung haben wir also tatsächlich mehr Zuschauer erreicht ...

M | *... zugleich aber ein Prozent Marktanteil verloren ...*

RAFF | ... das stimmt, aber in absoluten Zahlen haben wir mehr erreicht, wenn auch nicht so viele, wie wir uns erhofft haben. Zugleich haben in diesem Jahr die politischen Magazine zugelegt. Aber es bleibt schon ein Problem, dass wir keine durchgängige Zeitschiene haben. Andererseits sind die Zuschauer wahrscheinlich dankbar, wenn sie eine Informations- und Talksendung wie die von Plasberg haben, die 75 Minuten lang ein Thema sehr grundsätzlich und mit Tiefgang aufarbeitet.

M | *Es heißt, die Politmagazine hätten in der ARD keine sonderlich starke Lobby. Im letzten Jahr erfolgte die Kürzung um jeweils 15 auf jetzt 30 Minuten. Bleibt es dabei? Oder wird weiterhin erwogen, die Zahl der Magazine von jetzt sechs auf vier zu reduzieren und dafür die Sendezeit zu verlängern?*

RAFF | Ich muss Sie korrigieren. Die politischen Magazine haben eine starke Lob-

RAFF | Wir werden diese Regelungen nicht zum Anlass nehmen, unser eigenes Regelwerk zu verändern. Wir wollen kein Product Placement, wir wollen keine Schleichwerbung. Wir werden unsere Produktionen nach unserem Regelwerk erstellen. Für ausländische Produktionen, die wir bringen, das räume ich allerdings ein, gilt dann ein anderes. Man wird sehen müssen, wie man damit in der Praxis umgeht.

M | *Wie sieht ihre Programmstrategie für die digitale Zukunft aus?*

RAFF | Wir werden unsere bereits vorhandenen digitalen Angebote – Eins Extra, Eins Festival, Eins Plus – ausbauen und qualitativ weiter verbessern. Bislang liefen diese Angebote weitgehend unter Ausschluss der Öffentlichkeit. Aber im Zuge der auf den Markt kommenden neuen digitalen Empfangsgeräte dürfte auch das Interesse an diesen Angeboten wachsen. Wir müssen auch auf ein sich veränderndes Nutzungsverhalten Rücksicht nehmen. Es kann nicht sein, dass wir unsere hervorragenden Inhalte nicht noch besser präsentieren, als das heute schon der Fall ist.

M | *Sie haben unlängst einen digitalen Infokanal angekündigt. Was schwebt Ihnen da vor?*

RAFF | Ich habe mit Blick auf Eins Extra auf unsere Programmleitlinien der letzten Jahre hingewiesen und deutlich gemacht, dass wir unser Informationsangebot im digitalen Bouquet weiter verbessern wollen. Die Weichenstellungen wollen wir – nach entsprechenden Beratungen der Gremienvorsitzenden – voraussichtlich auf der Intendantensitzung am 17./18. Juni beschließen.

by, sonst hätten wir nicht sechs davon, sonst hätte es vielleicht schon strukturelle Veränderungen gegeben ...

M | Einspruch! Hängt die Zahl der Magazine nicht vielleicht eher mit dem ARD-Föderalismus zusammen, nach dem diverse regionale Interessen bedient werden müssen?

RAFF | Das stimmt, aber das zeigt ja gleichzeitig, dass sie in ihren Häusern stark verankert sind und jeweils als Flaggschiff für unverzichtbar gehalten werden.

Ich sehe zu dieser Frage derzeit keine neue Diskussion aufkommen, erst recht nach der Entscheidung pro Plasberg. Die politischen Magazine tun möglicherweise gut daran, auch über ihre inhaltliche Struktur nachzudenken. Für mich ist es durchaus eine offene Frage, ob da nicht die eine oder andere Änderung zeitgemäß wäre. Vielleicht ließe sich doch ein jüngeres Publikum erreichen. Aber das ist Sache der zuständigen Redaktionen, und die denken schon längst an die Zukunft.

M | Wie ist der aktuelle Verhandlungsstand um die Übertragungsrechte zur Fußball-EM 2008?

RAFF | Von den Millionen, die zwischen den Forderungen von Sportfive und dem Angebot von ARD und ZDF liegen, könnte ich sehr gut bis ans Ende meiner Tage leben. Wir verhandeln weiter, wir beabsichtigen nach wie vor, diese Rechte zu erwerben. Aber nicht um jeden Preis.

*Das Gespräch führte
Günter Herkel ■*

Spannungsfelder

TV-Produzenten hoffen auf „Renovierung der Partnerschaft“

Die Diskussion um das Spannungsverhältnis von Quote und Qualität begleitet den öffentlich-rechtlichen Rundfunk spätestens seit dem Marktzutritt privatkommerzieller Sender. Unter der Überschrift „Erfolg durch Qualität“ diskutierten unlängst in Berlin Entscheidungsträger aus den Medien dieses Spannungsfeld durchaus kontrovers.

„Ist der nationale, öffentlich-rechtliche Rundfunk eigentlich angesichts der internationalen Medienentwicklung ein Knappheitsmedienvehikel von gestern, vom Bundesverfassungsgericht so aufgepöppelt, oder brauchen wir ihn erst recht im 21. Jahrhundert als Orientierungs- und Qualitätsmaßstab im Medienwirrwarr“, fragte Antje Karin Pieper, Sprecherin des Berliner Initiativkreises öffentlich-rechtlicher Rundfunk (BIKÖR) bei der gemeinsam mit dem Rundfunkbeauftragten der EKD veranstalteten Debatte. Eine doch wohl eher rhetorisch gemeinte Frage. Natürlich zieht Pieper ebenso wenig wie ihre BIKÖR-Mitstreiter die Existenzberechtigung des öffentlich-rechtlichen Rundfunks in Zweifel. Aber sie sorgt sich vor dem Hintergrund von Finanzknappheit und Quotendruck um den Erhalt der Programmqualität.

Zum Beispiel Recherche. In Sachen Information werden ARD und ZDF vom Publikum nach wie vor die besten Noten ausgestellt. Allerdings, so Joachim Wagner, stellvertretender Leiter des ARD-Hauptstadtstudios, steige die Zahl der Informanten, die für Nachrichten, Papiere oder Akten Geld verlangen. An Geschichten wie den Fall Kurnaz zum Beispiel komme die ARD nicht ran. Solche Skandale landeten eher beim Stern, der Honorare

von 20.000 Euro und mehr für verwertbare Informationen zahle. Denn Scheckbuchjournalismus spiele beim öffentlich-rechtlichem Rundfunk kaum eine Rolle. Ausnahmen, so Wagner, bestätigen die Regel. Die „Motivationslage“ der Informanten sei gelegentlich „schwierig“. Magazinjournalisten der ARD, die sich durch hartnäckige Recherche auszeichnen, würden gern auch mal vom Spiegel oder anderen Medien weggekauft. Unter den Bedingungen des Markts sei die ARD hier nicht konkurrenzfähig, bedauerte Wagner.

■ Qualität und Quote schließen sich nicht aus

Auch in der Produktion wachsen die Zwänge. Diese Erfahrung machen vor allem die mittelständischen TV-Produzenten. Sie klagen – bei allem Lob über die zuverlässige Kooperation mit den öffentlich-rechtlichen Anstalten, über Knebelverträge. Gewünscht wird eine gerechtere Beteiligung an den Erlösen, die die erweiterte Verwertungskette für Filme und Serien im digitalen Zeitalter einbringt. Alexander Thies, Produzent bei der „Neuen Filmproduktion tv“ Berlin, plädierte für die „Renovierung der Partnerschaft“ zwischen den Öffentlich-Rechtlichen und den Produzenten. Er wünscht sich und den Produzenten im Austausch für ein „hohes Maß an interessanten Programmen“ mehr Spielraum bei der weiteren Verwertung.

Qualität und Quote, auch das eine Binsenweisheit, schließen einander nicht aus. Doch reichen selbst quotenstarke Qualitätsprogramme nicht, um die Zukunftsfähigkeit des öffentlich-rechtlichen

Rundfunks zu sichern. Meint Claudia Schmidt, Hauptabteilungsleiterin Unternehmensplanung beim Westdeutschen Rundfunk. Die junge Generation wende sich auf dramatische Weise von ARD und ZDF ab. Ob WDR oder Deutschlandradio – bei den meisten öffentlich-rechtlichen Sendern liegt der Altersdurchschnitt bei 60 Jahren. Demgegenüber erfüllen Privatsender wie Pro Sieben (37 Jahre) oder RTL (49 Jahre) die Wünsche der Markenartikler nach werberelevanten, jüngeren Zielgruppen. Die Jugend, so Schmidt, informiere und unterhalte sich zunehmend im Internet, lege Wert auf eine orts- und zeitsouveräne Nutzung der Medien. Folglich komme es darauf an, das qualitativ hochwertige Angebot verstärkt an die veränderten Mediengewohnheiten anzupassen. Der öffentlich-rechtliche Rundfunk, so ihre Forderung, müsse die Chance haben, „auf all diesen neuen Distributionsplattformen unsere Angebote kostenfrei anzubieten, denn sonst können wir an dieser Entwicklung nicht teilnehmen“.

■ Nicht überall mitmischen

Dagmar Reim, Intendantin des Rundfunks Berlin-Brandenburg, hat da so ihre Zweifel. Angesichts der restriktiven Gebührenpraxis müssten die Anstalten sich bescheiden, könnten nicht auf allen neuen Verbreitungswegen mitmischen. Sie setzt auf die Altersweisheit eines in die Jahre kommenden Publikums. Sie habe das Gefühl, „dass junge Menschen, die uns heute definitiv nicht sehen und die mit ProSieben und Anderen aufwachsen, doch zu uns kommen könnten, wenn die Tage schattiger werden und sie wissen, was ein Bausparvertrag und eine Ehe und sonstige Dinge sind“. Sollte der demographische Faktor entgegen allen bisherigen Erwartungen am Ende doch zu Gunsten der Öffentlich-Rechtlichen ausschlagen? Die Antwort, so heißt es bei Bob Dylan, weiß ganz allein der Wind. *Günter Herkel ■*

Mehr Gehalt für Privatfunker

MANNHEIM. In der zweiten Verhandlungsrunde zwischen den Gewerkschaften ver.di und DJV sowie dem Radio-Arbeitgeberverband TPR wurde ein Ergebnis erzielt. Die Gehälter steigen ab Mai 2007 linear um 2,9 Prozent. Die Laufzeit des Abschlusses ist rückwirkend vom 1. Januar 2007 bis zum 31. Mai 2008. „Das Ergebnis kann sich in der Privatfunk-Branche sehen lassen. Angesichts dessen ist auch eine Laufzeit bis Ende Mai 2008 akzeptabel. Der Abschluss ist höher als in den Vorjahren und spiegelt damit die deutlich verbesserte gesamtwirtschaftliche Lage in Deutschland wider“, erklärte ver.di-Tarifsekretär Matthias von Fintel. *Red.* ■

Grundstein für ZDF-Nachrichtenstudio

MAINZ. Auf dem Mainzer ZDF-Gelände entsteht ein neues Nachrichtenstudio, in dem ab Ende 2008 unter anderem alle „heute“-Sendungen produziert werden sollen. Bei der Grundsteinlegung am 3. Mai sagte Intendant Markus Schächter: „Wir bauen nichts Geringeres als das zentrale Herzstück an Nachrichtenzukunft, das wir brauchen, um in der digitalen Medienwirklichkeit von morgen überleben zu können.“ Das neue Gebäude mit Baukosten von 17 Mio. Euro und 2.650 Quadratmetern bebauter Fläche wird sich laut ZDF als flache, „großzügig terrassierte Dachlandschaft über 18 Ebenen“ auf dem Mainzer Lerchenberg erstrecken. *dpa* ■

Erstes trimediales WDR-Studio eröffnet

KÖLN / SIEGEN. Das neue trimediale WDR-Studio Siegen ist Ende April offiziell von WDR-Intendantin Monika Piel eingeweiht worden. Der WDR verlässt damit die Fürst-Johann-Moritz-Straße, wo der Sendebetrieb vor über 38 Jahren begann. Der neue Standort liegt zentral mitten in der Stadt, im neuen gläsernen Geschäftshaus Sieg Carré, das bereits im September letzten Jahres eröffnet wurde. In Siegen wird erstmals das trimediale Arbeiten erprobt. Die bislang getrennten Welten von Hörfunk, Fernsehen und Internet sind eng miteinander vernetzt. Im neuen Studio arbeiten 50 fest angestellte Mitarbeiter sowie rund 70 freie Autoren und Kamerateams. Sie produzieren für das WDR Fernsehen mit anderen täglich von montags bis samstags die „Lokalzeit Südwestfalen“ und für die Radiowelle WDR 2 von montags bis samstags stündlich „Nachrichten aus Südwestfalen“. *Red.* ■

Anklage gegen Ex-Sportchef Emig

FRANKFURT / MAIN. Mit illegalen Nebengeschäften bei Sportübertragungen soll der frühere Sportchef des Hessischen Rundfunks (hr), Jürgen Emig, mehr als 600 000 Euro in die eigene Tasche gesteckt haben. Die Staatsanwaltschaft Frankfurt stellte am 4. Mai ihre Anklage gegen den 61 Jahre alten Radsportexperten wegen Betrugs, Untreue, Bestechung und Bestechlichkeit vor. Die Strafverfolger werfen Emig vor, unberechtigte Provisionen für sich abgezweigt und Schleichwerbung platziert zu haben. Sein früherer Sender, der Hessische Rundfunk, wird wohl mit einem blauen Auge davonkommen. Denn Emigs Vorgesetzte haben nach den veröffentlichten Erkenntnissen der Ermittler nichts von den strafwürdigen Machenschaften gewusst. Mitangeklagt ist der frühere Präsident des Deutschen Tanzsportverbandes, Harald Frahm, mit dem Emig verdeckt die Firma SportMarketing & Production GmbH (SMP) betrieben hat. Die SMP wurde den Ermittlungen zufolge zwischengeschaltet, wenn bei hr-Sportsendungen Sponsorenverträge über Produktionskostenzuschüsse geschlossen wurden. Ein Prozesstermin steht noch nicht fest. *dpa* ■

Job 2.0 – Medienberufe im digitalen Wandel

Vom Schönreden, echten
Sorgen und idealer Freiheit

Eine Podiumsdiskussion
am 14. Juni 2007, 20 bis 22 Uhr
in der Bar Monarch
in der Skalitzer Straße 134 –
direkt am Kottbusser Tor
in Berlin-Kreuzberg.

Ganze Redaktionsarchive finden Platz auf einem USB-Stick. Videojournalisten verbinden die Berufe Kameramann, Redakteur und Cutter miteinander. Agenturen liefern in die Sender per digitalem Newsdesk. Ohne E-Mail geht keine geschäftliche Korrespondenz. Aus bisher bekannten Lehrberufen werden zum Teil völlig neue Jobs.

Die Digitalisierung hat die Arbeitswelt verändert. Besonders betroffen sind die Medienberufe selbst. Hört man sich im Freundes- und Kollegenkreis um, so weiß jeder einzelne davon zu berichten. In Redaktionen, Studios, Verlagen, Sendern gingen Arbeitsplätze verloren, weil die jeweiligen Tätigkeiten im digitalisierten Ablauf an anderer Stelle erledigt werden. Gleichzeitig haben diese Veränderungen breitere Berufsbilder entstehen lassen, die eine andere berufliche Entfaltung und berufliche Selbstverwirklichung ermöglichen.

Job 2.0 – das ist Medienarbeit unter digitalen Vorzeichen.

Was heißt das für die Medienschaffenden? Welche Bedeutung hat die Digitalisierung für ihre Arbeit? Wie gehen Medienarbeiter mit diesen Veränderungen um?

Dass es sich die entstandene „Digitale Bohème“ erträglich und sinnvoll einrichten kann, hat Holm Friebe in seinem Buch „Wir nennen es Arbeit“ geschildert und vertritt damit die Profiteure dieser Entwicklung.

Martin Dieckmann, medienpolitischer Referent bei ver.di, wird die Digitalisierung in den medienpolitischen Kontext setzen, die Verbindung zwischen den einzelnen Branchen schlagen und Thesen zur Zukunft der Medien zur Diskussion stellen.

Nicht zuletzt sollen Medienschaffende selbst zu Wort kommen: über Arbeitsverdichtung, Verschmelzung von Privat und Job, finanzielle Unsicherheit, mangelnde Absicherung, Freiheiten, Unterbietungskonkurrenz, befristete Verträge – ihre Erfahrungen, Erwartungen und Lebensentwürfe, die die Medienindustrie und die kleinen kreativen Nischen von ihnen abfordern.

Permanente Schlankheitskur

Tarifrecht existiert bei den Bavaria Studios nur auf dem Papier



„Das gäbe eine Revolution“. So lautete ein Titel in „M“ vom März 1997 zur Gründung der Bavaria Film- und Fernsehstudios (BS). Damals waren die Verhandlungen über die tariflichen Vereinbarungen zum Betriebsübergang der Fernsehstudio München GmbH (FSM), einer 100%igen ZDF-Tochter, zur Bavaria Film- und Fernsehstudios GmbH (BS) in der Endphase. Mehr als ein Jahr dauerten diese Verhandlungen von ZDF und Bavaria Film mit dem ehemaligen IG Medien, namentlich mit dem damaligen Hauptvorstandsmitglied der IG Medien Gerd Nies und dem Vorsitzenden des ZDF-Senderverbandes Werner Ach.

Die 169 FSM-MitarbeiterInnen in Unterföhring bei München, zu gut 90 Prozent gewerkschaftlich organisiert, konnten beim Betriebsübergang zum 1. Juli 1997 einen beachtlichen Teilerfolg erzielen – und die „Revolution“ blieb Dank der zielorientierten Suche nach einvernehmlichen Lösungen im Gehaltsbereich mit teilweiser Bestandsschutzwahrung aus. Mit der Zusammenführung von der Fernsehstudio München GmbH und dem Ausstattungsbereich von Bavaria Film sollte etwas ganz Großes entstehen. Von „Elefantenhochzeit“ (Münchner TZ 7.2.1997) und „Größtem deutschen Atelierverein“ (Frankfurter Allgemeine Zeitung 7.2.1997) war die Rede, aber auch kritische Stimmen waren dabei – „... nun wird verschlankt

und angepasst“ (Münchner Abendzeitung 8.2.1997). Und was ist daraus geworden? Verschlankt wurde seitdem von einst rund 200 auf gut 70 Angestellte. Jetzt soll das Verschlanken und Sparen weitergehen. Die Bavaria-Geschäftsführung will den meisten dieser MitarbeiterInnen die 15%ige Zulage auf das tarifliche Grundgehalt streichen. Die Bavaria Film- und Fernsehstudios sind nach dem Tarifvertrag mit dem Verband Technischer Betriebe für Film und Fernsehen e. V. (VTFF) tarifgebunden. Die Zulage, um die es geht, ist zum einen durchaus branchenüblich für die im VTFF abgebildeten Berufe. Darüber hinaus ist es damit möglich, auch Berufsbilder einzubeziehen, die im 15jährigen Raster des Entgelttarifvertrages bisher nicht abgebildet sind.

■ Starker Renovierungsbedarf

Auf Vorschlag von ver.di sollte bereits in früheren Verhandlungen ein neues Tarifraster mit berufsgruppenspezifischen Komponenten eingeführt werden. Das scheiterte bis jetzt, nicht zuletzt an den Verantwortlichen im VTFF-Bereich, zu denen auch die Bavaria-Geschäftsführer gehören. In diesem Jahr wird für den Tarifbereich ein neuer Anlauf unternommen. „Wegen starken Renovierungsbedarfs erwarten wir diesmal mehr Einigungsbereitschaft und ein praxisnahes Resultat“, so

ver.di-Tarifsekretär Matthias von Fintel. Statt auf einen neuen transparenten Gehaltstarifvertrag zu setzen, ziehen BS-Geschäftsführung und die übrigen VTFF-Arbeitgeber individuelle Vereinbarungen vor. Den BS-Beschäftigten will Schultz zudem die zusätzliche Altersversorgung radikal stützen – wegen angeblich unkalkulierbarer Beitragssteigerungen und fordert damit den Verzicht auf vertraglich festgelegte Gehaltsbestandteile zugunsten der Rendite.

■ Von Gehaltseinbußen bis zum Verlust des Arbeitsplatzes

Fast entsteht der Eindruck, dass qualifizierte und engagierte MitarbeiterInnen bei BS als Störfaktor empfunden werden. Darauf weisen auch Umgangston und Arroganz gegenüber den Beschäftigten hin. Dabei sind auch die BS-MitarbeiterInnen der Überzeugung, dass sie mehr Identifikation und Firmenbindung zu ihrem Produktionsbetrieb in Unterföhring haben als die Gesamtgeschäftsführung.

Tarifrecht existiert bei den Bavaria Studios nur auf dem Papier. Die Ausgestaltung des neuen VTFF-Manteltarifvertrages ist selbst im Jahre 4 nach dessen Abschluss nicht in Ansätzen umgesetzt. Geschäftsführer Schultz legt diesen nach persönlichem Gutdünken aus und enthält MitarbeiterInnen Geld, Mehrarbeitsansprüche und Freizeitausgleich vor. An dieser Praxis konnten zwei „Interpretationsgespräche“ zwischen Geschäftsführung und ver.di nichts ändern.

Einen weiteren Schritt zur Tarifflucht hat die BS-Geschäftsführung mit Gründung der 100%igen Tochter SetLogistics vollzogen, die keinerlei Tarifbindung unterliegt. Fernsehschaffende ohne tarifliche Absicherung werden unterhalb des VTFF-Niveaus zusammen mit BS-MitarbeiterInnen beschäftigt. Auch für die unlängst eingeräumten „Steuerungsfehler der Geschäftsführung“ sollen die Beschäftigten zahlen – mit weiteren Gehaltseinbußen bis hin zum Verlust des Arbeitsplatzes. Eine weitere Verschlankung birgt in einem umkämpften Markt aber die Ge-

fahr, dass noch vorhandenes Know How gänzlich verloren geht.

Was nach den „Verschlankungsvisionen“ der BS-Geschäftsführung übrig bleiben soll, gleicht einer Vermittlungsagentur für Medien-Tagelöhner. Von ehemals 200 produktiv arbeitenden MitarbeiterInnen 1997 gibt es im Szenario der Geschäftsführung 2007 kaum noch für 50 einen Arbeitsplatz. Und mit denen soll dann einfaches Fernsehen der nächsten Generation gemacht werden – wenig Inhalt mit viel Kommerz. Das überdimensionierte Management bleibt von Stellenstreichungen allerdings verschont.

■ Unterstützung durch ver.di

Mit akuter Angst um den Arbeitsplatz haben die betroffenen 70 Bavaria-MitarbeiterInnen die letzte durch die Geschäftsführung eilends einberufene Mitarbeiterversammlung Anfang März verlassen. Weitest gehende Unterstützung und Wahrnehmung ihrer Interessen hat ver.di bereits zugesagt. *Kathlen Eggerling* ■

▶ Filmrezension: Ein Lied für Argyris

Die Lebensgeschichte eines Überlebenden des Massakers von Distomo

Am 10. Juni 1944 verübten deutsche Soldaten im griechischen Distomo eines der entsetzlichsten Massaker der Kriegsgeschichte. 218 Bewohner des kleinen Bauerndorfes wurden bestialisch ermordet. Unter den Opfern befanden sich die Eltern des damals dreieinhalbjährigen Argyris Sfountouris, von dessen Lebensgeschichte der Zürcher Regisseur Stefan Haupt in seinem eindringlichen Dokumentarfilm „Ein Lied für Argyris“ erzählt.

Der Weg des Vollwaisen Argyris führte, nach mehreren Heimaufenthalten, in die Schweiz, ins Kinderdorf Pestalozzi nach Trogen. In der Schweiz wurde er ansässig, trat als Schriftsteller, Übersetzer und kritischer Begleiter der griechischen Politik – vor allem während der Militärjunta (1967 – 1974) – an die Öffentlichkeit. Als Entwicklungshelfer bereiste er die Welt: Somalia, Nepal, Indonesien. Doch überallhin verfolgte ihn die Erinnerung an jenen grausamen Tag, an dem er Vater und Mutter erschossen auffand. Eine Entschädigung für das unermessliche Leid, dem er ausgesetzt war, hat er nie erhalten.

Zwar wurde Deutschlands Kriegsschuld gegenüber Griechenland im Pariser Reparationsabkommen von 1946 auf 7,1 Milliarden US-Dollar festgelegt. Im Londoner Abkommen von 1953 wurde deren Zahlung jedoch bis zur Unterzeichnung eines endgültigen Friedensabkommens zurückgestellt. Nach Abschluss des „2+4 Vertrags“ 1990 könnte Deutschland damit entschädigungspflichtig geworden sein.

Zu einer entsprechenden Anfrage von Sfountouris erklärte die Deutsche Botschaft in Athen 1995, ein Anspruch auf Entschädigung bestehe nicht, da das

Massaker als „Maßnahme im Rahmen der Kriegsführung“ zu werten sei. „Sühnemaßnahmen“ nannten die Nazis die Gräueltaten, die sie in Distomo begingen, nachdem sie, auf dem Weg in ein Nachbardorf, in einen Hinterhalt griechischer Partisanen geraten waren. Im Film berichten Überlebende, wie SS-Soldaten wahllos in Häuser eindringen. Sie traten Säuglinge tot, vergewaltigten Frauen. Vor versammelter Familie trennten sie einer Tochter die Brust und dem Vater das Glied ab. Sie zwangen dem Vater die Brust und der Tochter das Glied in den Mund, ehe sie beide erschossen. Gräueltaten, die am Menschsein verzweifeln lassen.

Vor Gericht aber zählen formaljuristische Argumente. Die Entschädigungsklagen, die Argyris Sfountouris und seine Schwestern einreichten, wurden von allen deutschen Gerichten bis hin zum Bundesverfassungsgericht abgewiesen. Die deutsche Bundesregierung fürchtet sich davor, einen Präzedenzfall zu schaffen, und beruft sich auf das „Global-Entschädigungsabkommen“ von 1960, in dem Griechenland 115 Millionen D-Mark zugesprochen worden waren. Ein Bruchteil der 1946 in Paris vereinbarten Summe. Mittlerweile ist der Fall beim Europäischen Gerichtshof für Menschenrechte in Strassburg anhängig. Wie das politisch äußerst brisante Urteil in Strassburg ausfallen wird, bleibt abzuwarten. Fest aber steht jetzt schon, dass eine Wiedergutmachung für die unerträglichen Qualen, die „Ein Lied für Argyris“ mit sanfter, melancholischer, aber auch energischer Stimme besingt, schlechterdings unmöglich ist. *Stefan Volk* ■



Wem gehört das Lied?

Internationales Frauenfilmfestival mit dem Fokus auf Musik

Seit die beiden unabhängigen Veranstalter „Femme totale“ (Dortmund) und „Feminale“ (Köln) 2006 fusionierten, ist das Internationale Frauenfilmfestival Dortmund/Köln mehr als nur ein Publikumsmagnet. Für Regisseurinnen, Schauspielerinnen, Kamerafrauen und Filmmusik-Komponistinnen ist das jährlich stattfindende Festival wichtiger Treffpunkt zum Netzwerken und zur Nachwuchsförderung.

Rhythmus, Experimentierfreude und politisch brisante Filme: Beim Internationalen Frauenfilmfestival (IFFF) zum Fokus Musik waren 99 Filme zu sehen. Rund 8.500 Filmliebhaberinnen und Cineasten bewunderten fünf Tage im April in Dortmund, was die Frauenfilmkunst zum Fokus Musik aus über 20 Ländern zu bieten hat.

Mit der Musik ist es wie mit allen anderen Kunstformen auch: Sie ist niemals politisch wertfrei, und vor allen Dingen setzt sie Gefühle frei. So auch die Quintessenz des Festivals. Der Dokumentarfilm „Whose is this song“ (Wem gehört das Lied?) von der bulgarischen Autorin Adela Peeva nahm sich nahezu als Motto des Festivals aus. Peeva recherchiert in ihrem tragikomischen kleinen Streifen dem Ursprung eines vermeintlich kleinen harmlosen Volkslieds hinterher, das mal als Liebesballade, mal als religiöse Hymne, mal als revolutionäres Kampflied oder militärischer Marsch gestaltet ist. Wo sie auch bei ihrer Reise durch die Türkei, Griechenland, Makedonien, Albanien, Bosnien, Serbien und Bulgarien hinkommt, es wird exakt dieselbe Melodie gesummt – mit jeweils unterschiedlichem Text. An Kneipentischen, bei Proben kleiner Orchester oder auf dem Dorfplatz kennt ein jeder dieses Lied. Behauptet wird jedoch stets unnachgiebig, das Lied stamme aus der eigenen Region und keiner anderen. Der Film belustigt sich über unreflektierte Nationalgefühle. Er zeigt, wie Menschen, die im Grunde ganz ähnlich denken und fühlen wie ihre Nachbarvölker, dennoch versuchen, sich auf absurde Weise von diesen abzugrenzen. Fazit: Ein Lied kann für Frieden stehen, aber auch kriegerische Tendenzen verstärken. Der Dokumentarfilm „East of Havana“ von

Jauretsi Saizarbitoria und Emilia Menocal zeigt indes, wie der Freiheitsgedanke durch die kubanische Hiphop-Bewegung in die Bevölkerung getragen wird.

Beim Festival galten hohe Qualitätsmaßstäbe. Denn so die Festivalleiterin Silke Rübiger: „Nun hören Sie mal gut zu, da hat 'ne Frau Musik gemacht – so gehen wir hier nicht an die Sache heran“. Bestes Beispiel für gelungenen Musikeinsatz, passend zur Filmhandlung, ist der für den Wettbewerb nominierte Spielfilm „Lady Chatterley“, der ab 22. Juni in einer Fernsehfassung zweiteilig auf arte läuft. Wenn die Lady im Film erwartungsvoll durch eine Waldlichtung streift, auf unbestimmter Suche nach einem besseren Leben und einem Ausweg aus ihrer Depression, erklingt erwartungsfreudige Musik. Das verleiht dem Weg der Lady Chatterley, die im Film zur sexuellen und politischen Selbstbestimmung als Frau aufbricht und mit dem Wildhüter eine leidenschaftliche Affäre beginnt, eine ganz neue energiegeladene Note.

■ Komponistin aus Leidenschaft

Die französische Komponistin Beatrice Thiriet, die mit ihrer Handschrift die Musik des Films prägt, ist aus Leidenschaft Komponistin geworden. Sie benennt einen der Gründe, warum es für Frauen mutmaßlich so schwer ist, in diesen Beruf vorzudringen: Der Beruf sei umweht vom Nimbus des Elitären. Sie macht allerdings auch deutlich, dass Frauen etwas gegen diese Entwicklung unternehmen können. Gefördert vom ehemaligen französischen Kulturminister Jacques Lang versuchte sie, dem Elitegedanken entgegenzuwirken. Die klassische Musik und deren steife Präsentation vom Sockel zu stürzen, war ihr Anliegen. In speziellen Projekten präsentierte sie ihre Musik im Supermarkt oder im Friseursalon. Heutzutage ist sie vielfach auf ein Autorenkino angewiesen. Somit weiß sie, was Low-Budget bedeutet. Und doch stürzt sie sich immer wieder in die Arbeit: „Dann kämpfe ich mich durch einen langen, dunklen Tunnel hindurch – was am Ende wartet, weiß ich nie“.

Auch Christine Aufderhaar, Filmkom-



Foto: www.femmetotale.de

Sonia Wieder Atherton, seit vielen Jahren Komponistin der Filmmusiken von Chantal Akerman, eröffnete das Festival mit dem Kinokonzert D'est en Musique.

ponistin und Dozentin für Komposition für Filmmusik an der Hochschule für Film und Fernsehen (HFF) Konrad Wolf in Babelsberg, wünscht sich mehr Frauen im Metier. Nach Schätzungen des Deutschen Musikrats sind es hierzulande nur neun Prozent. Von 80 Bewerbern an der HFF in diesem Jahr seien nur zwei weiblich, konstatiert sie. Allerdings sieht sie auch einen Aufwärtstrend. Bei einer weltweiten Ausschreibung des ASCAP Film Scoring Workshop in Los Angeles konnten sich zwölf Komponisten für die Teilnahme an einer Kontaktbörse der Filmindustrie durchsetzen – darunter immerhin zwei Frauen.

Der Beruf der Komponistin für Filmmusik sei ein Dienstleistungsberuf, meint Aufderhaar. Schnelles aktuelles Arbeiten werde erwartet. Meist entspreche die Planung einer Filmproduktion nicht der tatsächlichen Durchführung. Der letzte in der Kette der Filmschaffenden sei die Komponistin. Wenn sie an die Reihe kommt, seien mitunter Zeit- und Geldbudget bereits weitgehend aufgebraucht. Dann brauche es starke Nerven und die Fähigkeit unter Zeitdruck zu arbeiten.

In Pausengesprächen wird unter Komponistinnen Klartext geredet: Will ein männlicher Kollege etwa einen Assistenten haben, bekomme er ihn meist zugestanden. Eine Frau hingegen stoße häufig auf Widerstände. Da werde etwa gemutmaßt: Ob sie es allein wohl nicht schafft? Ähnlich sei es auch Kamerafrauen ergangen: „Ja, wenn Ihnen die Kamera zu schwer ist, nehmen wir doch lieber gleich einen Mann“, heiße es dann. Käme jedoch der Kollege mit dem gleichen Anliegen, habe die Besorgnis um dessen Gesundheitszustand Priorität. Einen Assistenten zur Seite zu stellen – mitunter plötzlich gar kein Problem. Gitta Düperthal ■

Journalisten im Visier

Übergriffe gegen deutsche Korrespondenten in Russland

Eigentlich war es eine ganz normale Kundgebung der Opposition in Sankt Petersburg. „Eine der friedlichsten Veranstaltungen seit langem“, berichtete der russische ARD-Korrespondent Stephan Stuchlik. Plötzlich jedoch kesselte die Polizei die Kreml-Kritiker an jenem 15. April ein. Stuchlik suchte das Gespräch mit Augenzeugen. „Als ich mich umdrehte, spürte ich auf einmal einen Schlag ins Gesicht.“ Kurz darauf wurde er in den Bauch getreten und ein ein Polzeibus gebracht. Erst nach Feststellung seiner Personalien kam er wieder frei. Schon tags zuvor waren in Moskau zwei Kollegen des ZDF vorübergehend festgenommen worden. Auch ein japanischer Fotograf, ein Korrespondent der Nachrichtenagentur Reuters sowie mehrere russische Journalisten wurden Ziele von Polizeiübergriffen. Alle verfügten über gültige Akkreditierungen.

Der Vorsitzende der ARD, Fritz Raff, und ZDF-Intendant Markus Schächter protestierten bei Präsident Wladimir Putin:

„Die rüden Übergriffe sind völlig inakzeptabel. Wenn die Sicherheitskräfte in Ihrem Land das Recht auf freie Berichterstattung derart missachten, fügt dies dem internationalen Ansehen Russlands schweren Schaden zu. Für ein Land, das für sich in Anspruch nimmt, demokratisch legitimiert zu sein, muss die Freiheit der Berichterstattung gewährleistet bleiben und geschützt werden“, heißt es in einem Brief an den Kreml-Chef. Moskau bedauerte schließlich die Vorfälle. Ein Pressesprecher Putins räumte ein, dass es „inkorrekte Handlungen gegen Journalisten“ gegeben habe, die sich nicht wiederholen würden. Stuchlik ist davon nicht überzeugt: Die Führung in Moskau habe Angst, dass sich die Situation so entwickeln könnte wie in der Ukraine, in Georgien oder Kirgisistan, wo die Opposition einen Wandel erzwungen habe. Über Pro-Putin-Veranstaltungen könne er frei berichten. Gehe es um Aktionen der Opposition, werde er immer wieder bei der Arbeit behindert, so Stuchlik.

► Nach Protesten freigelassen

Die äthiopische Journalistin Serkalem Fasil ist nach 17 Monaten Haft wieder auf freiem Fuß. Ein Gericht in der Hauptstadt Addis Abeba ließ die Anklage gegen sie und weitere 24 Angeklagte fallen. Unter den Freigelassenen waren insgesamt acht Journalisten.

Das Schicksal von Serkalem Fasil war bekannt geworden, weil sie unter menschenunwürdigen Bedingungen in der Haft ein Kind geboren hat (M, 4/2007). In der somalischen Provinz Somaliland wurden Ali Abdi Dini und Yusuf Abdi Gabode vom Präsidenten begnadigt. Ver.di hatte gemeinsam mit Amnesty International gegen die Festnahme und Verurteilung der Journalisten protestiert (M 3/2007). hg ■

Die UNESCO hat ihren Guillermo-Canon-Preis für Pressefreiheit nachträglich an die ermordete russische Journalistin Anna Politkowskaja verliehen. Damit würdigt die Organisation nach den Worten des thailändischen Juryvorsitzenden Kavi Chongkittavorn „den unvorstellbaren Mut und die Hartnäckigkeit“, mit der Politkowskaja aus Tschetschenien berichtete, „als die Welt vor diesem Konflikt bereits resigniert hatte“. Politkowskaja war am 7. Oktober 2006 in ihrem Hauseingang in Moskau erschossen worden. Der Fall ist bis heute nicht aufgeklärt. Harald Gesterkamp ■

► Aktion für Misael Habana, Mexiko



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

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

M-Redaktion
karin.wenk@
verdi.de

Morddrohung gegen Radio-Moderator

Der anonyme Anrufer beim lokalen Rundfunksender „Radio-rama“ brauchte keine lange Einleitung: „Wir sind noch nicht fertig“, drohte er. „Einer muss noch erledigt werden, und das ist Misael Habana.“ Tags zuvor, am 6. April, war Habanas Ko-Moderator Amado Ramírez Dillanes von Unbekannten erschossen worden, als er vor dem Gebäude des Senders in Acapulco in sein Auto steigen wollte. Auch Ramírez hatte einige Wochen vorher anonyme Morddrohungen erhalten. Die beiden Journalisten moderierten gemeinsam die Nachrichtensendung „Al Tanto“ von „Radiorama“. Ramírez war bei Recherchen im Zusammenhang mit der Ermordung mehrerer Polizisten auf Verbindungen zu Drogenhändlern gestoßen.

Internationale und mexikanische Nichtregierungsorganisationen haben in den vergangenen Jahren immer wieder auf das hohe Ausmaß der Gewalt gegen Journalisten in Mexiko hingewiesen. So wurden allein im vergangenen Jahr mindestens zehn Journalisten ermordet und zahlreiche weitere entführt. Besonders gefährdet sind Journalisten, die über Korruption und das organisierte Verbrechen berichten. In nahezu allen Fällen sind die Täter straffrei geblieben. Zudem werden bedrohte Journalisten nach

Auffassung von Amnesty International von den staatlichen Stellen nicht ausreichend geschützt.

Was können Sie tun?

Schreiben Sie an den mexikanischen Innenminister und fordern Sie wirksame Schutzmaßnahmen für den Journalisten Misael Habana und eine Untersuchung der Ermordung von Amado Ramírez Dillanes. Schreiben Sie auf Spanisch, Englisch oder Deutsch an: Lic. Francisco Javier Ramírez Acuña – Secretario de Gobernación Bucareli 99, 1er. Piso Col. Juárez, Del. Cuauhtémoc México D.F., C.P. 06600 – MEXIKO
Telefax: (00 52) 55 5093 3414, E-Mail: frjramirez@segob.gob.mx

Senden Sie eine Kopie Ihres Schreibens an:
Botschaft der Vereinigten Mexikanischen Staaten
S. E. Herrn Jorge Castro-Valle Kuehn
Klingelhöferstraße 3, 10785 Berlin
Telefax: (030) 26 93 23 – 700
E-Mail: mail@embamexale.de

ai
amnesty international
FÜR DIE MENSCHENRECHTE



Foto: Björn Richter

Kärgliche Wohnungen in Kabul

Medienfreiheit am Hindukush

Kritische Berichterstattung vom afghanischen Staat torpediert

Nach dem Ende des Talibanregimes 2001, und damit nach dreißig Jahren Krieg, war es dem gebeutelten Land erstaunlich schnell gelungen eine beeindruckende Medienlandschaft aufzubauen. Die killid media group stellte auf ihrer Konferenz „media is development“ in Kabul eine Studie vor, nachdem landesweit etwa 500 Print-Produkte erstellt werden und im letzten Jahr weitere 150 Publikationen veröffentlicht wurden. Es gibt 42 Radiosender und neun TV-Sender. Dennoch wird derzeit wieder verstärkt versucht, die Medien zu reglementieren, nehmen die Repressalien gegen Journalisten wieder zu.

Es war um sieben Uhr abends und bereits stockdunkel in Kabul, die meisten Menschen schliefen schon, allein der Muhedzin bereitete sich auf das erste Morgengebet vor, als Polizisten sich gewaltsam Zutritt zu Tolo TV verschafften, um drei Redakteure zu verhaften. Der erfolgreiche und moderne TV-Sender, der vor allem von jungen Menschen Afghanistans geschaut wird, hatte Abdul Jabar Sabet erzürnt. Als General-Staatsanwalt wurde er seiner Meinung nach in einer Parlamentsanhörung falsch von Tolo TV wiedergegeben. Diese Aktion nahm Najib Roshan, der ehemalige Generalintendant der staatlichen Fernseh- und Radiogesellschaft RTA, zum Anlass im Interview mit Spiegel-Online von „einer fundamentalistischen Unterwanderung der Medien“ zu sprechen.

Die Medien in Afghanistan unterscheiden sich nicht nur quantitativ, sondern auch qualitativ erheblich, gerade weil die Ausbildung der Journalisten nach dem Krieg große Mängel aufweist. Zudem unterstützt die internationale Gemeinschaft, allen voran die Europäische Union und USAid, meist keinen gezielten Aufbau von professionellen Medien. Während Zeitungen und Zeitschriften die Stadtbevölkerung gut erreichen, wird bei der hohen Quote von Analphabeten in den ländlichen Regionen stark auf den Rundfunk gesetzt. Mehr als dreißig unabhängige Lokalradios senden ihre Programme in den Regionen unter teilweise katastrophalen Bedingungen. So haben diese Radiosender oftmals nicht nur eine vorsintflutliche technische Ausstattung, verfügen über keinen Internet- und Newszugang. Sie werden zudem im Wettstreit um Werbeeinnahmen gegenüber städtischen Medien immer wieder vergessen.

Medienunternehmen aus Kabul, wie die killid- oder die moby group mit mehreren Zeitungen und Radiosendern, stehen

gut am Markt und machen die ersten Gewinne. Die Newsagentur pajhwok Afghan News ist drei Jahre nach ihrer Gründung zum Marktführer aufgestiegen und gemeinhin als modernes und effektives Medienunternehmen anerkannt. Auch wenn diese Unternehmen nur Leuchttürme der Medienlandschaft darstellen, stehen sie doch für die Zukunft – unabhängig von internationalen Geldgebern. Nach Angaben von Emmanuel de Dinechin, Geschäftsführer von Altai Communication, betrug das geschätzte Gesamt-Werbeaufkommen in Afghanistan im Jahre 2006 knappe 17 Millionen Dollar. Von dieser Gesamtsumme flossen nur neun Prozent als Werbebeiträge in die Printmedien, 29 Prozent in den TV-Bereich und 25 Prozent in die Radio-Landschaft. Nach de Dinechin werden derzeit 80 Prozent des Medienmarktes über internationale Unterstützung gefördert, was dazu geführt hat, dass ein kundenorientiertes Marketing oder zielgruppenorientierter Journalismus noch nicht vorhanden ist und stattdessen oftmals an den Zielgruppen vorbei Medien entstehen und gefördert werden.

Auch wenn die Erfolge im westlichen Maßstab vergleichsweise gering waren, konnte man bisher von einer fortschrittlichen Medienlandschaft in Afghanistan sprechen. Aber nach dem Rauswurf des RTA-Generalintendanten Najib Roshan, nach dem fundamentalistischen Vorschlag zum neuen Mediengesetz und nach der Zunahme der Gewalt gegen einheimische und ausländische Journalisten zeigt sich, dass die Medienordnung in Afghanistan am Scheideweg steht.

aajib Roshan war als Journalist aus Deutschland nach Afghanistan gekommen, um dort die Umwandlung von RTA zu einem Rundfunk nach westlichem öffentlich-rechtlichem Modell voranzutreiben. Gemeinsam mit BBC, der Deutschen Welle und mit Unterstützung der Europäischen Kommission wurden Kooperationen angeschoben, junge talentierte Journalisten eingestellt und der 2.000 Mann-Betrieb reformiert. Nach einer Kabinetts-umbildung war plötzlich ein anderer Informationsminister für RTA zuständig, der in einer Nacht-und-Nebel-Aktion fast 80 Beschäftigten von RTA Hausverbot erteilte und Roshan veranlasste Ende letzten Jahres den Hut zu nehmen.

Derselbe Minister, Mohammed Khorram, betreibt momentan die Neufassung des Mediengesetzes und versucht damit RTA und die afghanische Nachrichtenagentur vollständig zu verstaatlichen und zudem über die neu zu schaffende Medienkommission Einfluss auf die privaten Medien zu bekommen. Der Entwurf sieht ferner vor, dass Journalisten den Islam nicht in Frage stellen dürfen. Auch dem zuständigen Ausschussvorsitzenden aus der „Meshrano Jirga“, dem afghanischen Unterhaus, war es bei der Vorstellung seiner Thesen auf der killid Medienkonferenz im



Freispruch durch Schweizer Militärgericht

ST. GALLEN. Drei Schweizer Journalisten sind am 17. April von einem Militärgericht in St. Gallen vom Vorwurf der Verletzung militärischer Geheimnisse freigesprochen worden. Die Journalisten der Zeitung SonntagsBlick Sandro Brotz, Beat Jost und Christoph Grenacher waren angeklagt worden, weil sie im Januar 2006 maßgeblich an der Veröffentlichung eines als geheim klassifizierten Dokumentes des Schweizer Nachrichtendienstes beteiligt waren. Das Fax sollte vom ägyptischen Außenministerium stammen und war vom Schweizer Nachrichtendienst abgefangen worden. Darin sei auf die Existenz illegaler Gefängnisse des US-Geheimdienstes CIA in Osteuropa hingewiesen worden. Die Anklage hatte den Journalisten vorgeworfen, militärische Geheimnisse verletzt zu haben. Sie hätten damit den Nachrichtendienst geschwächt und die Sicherheit der Schweiz gefährdet. Dem folgte das Gericht nicht.

Die Schweizer Gewerkschaft comedia hatte gegen die „inakzeptable Anklage“ gegen Zivilisten vor einem Militärgericht protestiert und nahm nun das Urteil „mit Erleichterung“ auf, heißt es in einer Medienmitteilung. Das Urteil breche mit einer langen Kette von Verfahren gegen Medienschaffende, die sich kritisch über Vorgänge in Regierungskreisen und der Armee geäußert hätten. So habe 2003 der Bundeshauskorrespondent Urs Paul Engeler in der Weltwoche den ungefähren Standort eines geheimen Berner Regierungsbunkers erwähnt. Er wurde daraufhin vom Militärgericht zwar freigesprochen, musste aber ein Bußgeld von 400 Franken bezahlen. 2005 wurde der Bundeshauskorrespondent der Basler Zeitung, Niklaus Ramseyer, von Armeechef Christophe Keckeis mit einem Bußgeld von 700 Franken abgestraft, weil er über den Standort eines angeblich geheimen Bunkers der Baselbieter Kantonsregierung berichtete. Der SonntagsBlick-Journalist Alexander Sautter wurde 2006 vom Militärgericht zuerst zu 10 Tagen, dann zu 6 Monaten und schließlich zu 20 Tagen Gefängnis verurteilt, weil er die baulichen Mängel einer Luftwaffen-Kaverne in der Innerschweiz publik machte.

Auch die dju in ver.di hatte sich mit den drei SonntagsBlick-Kollegen solidarisch erklärt. „Diese Kollegen gehören nicht vor ein Gericht. Sie haben sich nicht strafbar, sondern verdient gemacht um die Information der Öffentlichkeit. Sie haben die Existenz von geheimen Gefangenentransporten und Geheimgefängnissen der CIA in Europa durch eine eindeutige Quelle dokumentiert“, hieß es in einer Pressemitteilung. „Fragen der Pressefreiheit dürfen in einem demokratischen Rechtsstaat nicht von Sondergerichten – und dazu gehören Militärgerichte – entschieden werden.“ wen ■

Haft für Journalistin von Al-Dschasira

KAIRO. Ein Kairoer Gericht hat Anfang Mai eine Journalistin des arabischen Nachrichtensenders Al-Dschasira in Abwesenheit zu sechs Monaten Haft und einer Geldstrafe verurteilt, weil sie einen Dokumentarfilm über Folter in ägyptischen Polizeistationen gedreht hat. Der Film von Howaida Taha, die sich nach Angaben von Prozessbeobachtern derzeit im Ausland aufhält, hatte in Ägypten viel Aufsehen erregt. Dem Urteil zufolge hat sie «den Interessen des Landes geschadet». Taha war zunächst festgenommen, dann aber gegen Kautionsfreilassung, worauf sie zum Hauptsitz von Al-Dschasira nach Katar reiste. dpa ■

Frühjahr wichtig, dass die Medien den Glauben promoten, die Regierung stützen und die Umweltbildung fördern.

Als Ende April noch bekannt wurde, dass der afghanische Journalist Ajmal Naqshbandi durch die Taliban ermordet wurde und sogar Recherchetelefonate von Journalisten aus Kabul in den südlichen Regionen abgehört werden, war klar, dass es schlecht um die Medienfreiheit bestellt ist. Doch in Afghanistan regt sich Widerstand. Einen Tag nach dem Eindringen bei Tolo TV versammelten sich 150 afghanische Journalisten und Intellektuelle vor dem Parlament, um die Absetzung des General-Staatsanwalts zu verlangen. Johid Mohseni von Tolo TV geht sogar noch weiter und fordert eine Ermittlungskommission, um weitere Beteiligte aus dem Staatsdienst zu suspendieren. Organisationen wie NAI – Supporting Open Media oder AINA schulen derzeit mehr als 2.000 Journalisten für ihren Beruf – die Nachfrage ist weiterhin groß. Und sowohl die afghanischen Medienunternehmen als auch die internationale Gemeinschaft sehen, dass die Zukunft der Medienlandschaft nicht in immer neuen Förderquellen liegt, sondern in einer Professionalisierung der Angebote und einem größer werdenden Werbemarkt.

Unklar ist, wie die afghanische Medienlandschaft in Zukunft aussehen wird, ob sie sich den fundamentalistischen Strömungen in der Regierung beugen muss oder weiterhin unabhängig berichten kann. Wird es gelingen das Mediensystem weiter auszubauen, damit alle Regionen erreicht werden? Klar ist, dass Journalisten in Afghanistan selber diese Zukunft gestalten wollen, wie nicht zuletzt die Medienkonferenz „media is development“ gezeigt hat. Mehr als 150 afghanische Verleger und Journalisten hatten sich zum ersten Mal zu dieser landesweiten Konferenz versammelt. Am Ende stand die Forderung nach einem Gesetz zur Sicherung von Informationsfreiheit, angelehnt an den „freedom of information act“ in den USA. Damit zeigten die Teilnehmer deutlich auf, wohin ihr Visionen gehen. Björn Richter ■

Journalismus aktuell

ABP, München. 23./24. Juni: Bücher schreiben – Belletristik. 28./29. Juni: Schülerzeitungsredakteure. 16./17. Juli: Kreatives Schreiben – Zeitschrift Aufbau-seminar. 25. bis 27. Juli: Redigieren – Zeitung.

ABZV, Bonn. 18./19. Juni: Frage-techniken. 23./24. Juli in Blaubeuren: Kreatives Schreiben.

ADR, Rottenburg-Stuttgart. 27. bis 29. Juli: Schreibpraxis III.

AFP, Hamburg. 22./23. Juni: Die große Form. 9./10. Juli: Kalt geschrieben.

EMA, Berlin. 25./26. Juni: Grundlagen des Presserechts.

FES, Bonn. 22. bis 24. Juni: Redaktionsarbeit in einer wissenschaftlich/politischen Fachzeitschrift. 5./6. Juli in Stuttgart: Interviews führen mit politischen Mandatsträgern.

JHB, Hagen. 2./3. Juli: Sprache und Stil. 4. bis 6. Juli: Schreibtraining Crossmedia.

KEP, Wetzlar. 29./30. Juni: Kreatives Schreiben – Ein Workshop für bessere Texte. 6. Juli: Kreativitätstechniken.

KLARA, Berlin. 25./26. Juni: Gegen-Recherche im Internet.

MAZ, Luzern. 18. bis 21. Juni: Quellen und Recherche – Den Fakten auf der Spur. 10. bis 12. Juli: Schreiben wie eine Schriftstellerin.

NA, Hamburg. 2./3. Juli in Zürich:

Redigierwerkstatt. 6. Juli: Korrekturlesen und neue deutsche Rechtschreibung.

Journalistische Themen

ABP, München. 18. bis 20. Juni: Boulevardjournalismus. 18. bis 20. Juli: Musikjournalismus und Musikkritik. 23./24. Juli in Kulmbach: Lokaljournalismus – Kommunalwahlen.

AFP, Hamburg. 2./3. Juli: Verbraucherjournalismus. 16./17. Juli: Wissensjournalismus. 23. bis 25. Juli: Kundenmagazine.

BKB, Wolfenbüttel. 24./25. Juni: Was ist Literaturkritik? Ein Schnellkurs für Einsteiger und Fortgeschrittene. 29. Juni bis 1. Juli: Literaturkritik – erzählende Prosa. Werkstatt III.

MH, Hamburg. 29. Juni bis 1. Juli: Reisejournalismus Aufbaukurs.

Journalistische Formen

ABP, München. 18. bis 22. Juni: Interview.

AFP, Hamburg. 18./22. Juni: Reportage-Werkstatt mit E-Learning.

EMA, Berlin. 28./29. Juni: Die Glosse.

JA, München. 21./22. Juni: Reportage, Feature und Portrait – von der Reportage zum fertigen Text (dju-Mitglieder erhalten 50 % Rabatt).

JSR, Essen. 21./22. Juni in Erfurt:

Glosse und Kommentar. 19. Juli in Erfurt: Zum Lesen verführen – Die Überschrift. 20. Juli in Erfurt: Nachrichten auf den Punkt gebracht.

KLARA, Berlin. 18./19. Juni: Nachrichten schreiben. 3./4. Juli: Die Welt der Tipps und Tests.

Journalismus online

ABZV, Bonn. 21. Juni in Stuttgart: Online-Journalismus.

AFP, Hamburg. 30./31. Juli: Texten fürs Web II.

AKAD, Berlin. 5. Juli: Beginn Online-Kurs Webgerecht Texten.

Layout / Infografik

ABZV, Bonn. 18./19. Juni in Blaubeuren: Modernes Zeitungsdesign.

AKAD, Berlin. 21. Juni: Beginn Online-Kurs Flash-Crash-Workshop. 21. Juni: Beginn Workshop-Paket „Flash & Actionscript“. 19. Juli: Beginn Online-Kurs Flash Actionscript 2.0.

JHB, Hagen. 16. bis 20. Juli: Programmtraining QuarkXPress & Gestaltung.

MAC, München. 13. bis 16. Juni in München, 2. bis 5. Juli in Stuttgart, 2. bis 5. Juli in München und 16. bis 19. Juli in Berlin: Photoshop Grundkurs. 18./19. Juni in München, 6./7. Juli in Stuttgart, 6./7. Juli in München und 20./21. Juli in Berlin: Photoshop Aufbaukurs. 9. bis 11. Juli in München und in Stuttgart: Photoshop Spezial-

kurs II: Virtuelle Schönheitsfarm. 16./17. Juli in München und in Stuttgart: Acrobat Print Professionell. 30./31. Juli in Hamburg und in Osnabrück: Acrobat Business. 25./26. Juni in München: InDesign für Umsteiger.

Volontäre

ABP, München. 18. bis 29. Juni: Grundkurs II Zeitung – „Das muss kesseln“. 25. Juni bis 6. Juli in Kulmbach: Grundkurs I Zeitschrift – „Der Volontär hat's gar nicht schwär“. 2. bis 13. Juli: Grundkurs I Zeitung – „Volos, hört die Signale“. 9. bis 20. Juli: Grundkurs I Zeitschrift – „Der Volontär hat's gar nicht schwär“. 16. bis 27. Juli: Grundkurs II Zeitung – „Das muss kesseln“. 30. Juli bis 10. August: Grundkurs II Zeitschrift – „Und fertig ist die Laube“.

ABZV, Bonn. 25. Juni bis 6. Juli: Grundlagen journalistischer Arbeit I. 2. bis 13. Juli in Stuttgart: Grundlagen-seminar II. 16. bis 20. Juli: Aufbau-seminar II.

AFP, Hamburg. 2. bis 27. Juli: Kompaktkurs für Volontäre von Zeitschriften. 2. bis 27. Juli: Kompaktkurs für Fernseh-Volontäre. 30. Juli bis 24. August: Kompaktkurs für Print-Volontäre. 30. Juli bis 10. August: Kompaktkurs für Radiovolontäre I.

EMA, Berlin. 30. Juli bis 10. August: Grundkurs praktischer Journalismus.

Fotografie

ABP, München. 25. bis 27. Juni: Die Bildredaktion. 9. bis 13. Juli in Kulmbach: Fotojournalismus.

ABZV, Bonn. 20. bis 22. Juni: Workshop Digitale Fotografie.

EMA, Berlin. 5. bis 7. Juli: Professionell fotografieren.

FES, Bonn. 16. bis 20. Juli: Bilder als Nachrichten, Bilder machen Meinung – Einblick in den Fotojournalismus.

MAZ, Luzern. 4. bis 8. Juli: Auf Achse für die Zeitung – zwischen Hektik und Ästhetik. 11. bis 15. Juli: Begegnung – Porträts von Menschen.

MH, Hamburg. 9. bis 13. Juli: Inszenierte Fotografie – Kompaktkurs.

NA, Hamburg. 18./19. Juni: Digitalfotografie für Fortgeschrittene. 2./3. Juli: Digitalfotografie für Einsteiger.

Hörfunk

APB, Tutzing. 24. bis 26. Juni: Radioworkshop für Lokaljournalisten.

DHA, Oberhausen. 16./17. Juni: Der lokale Reporter.

IFP, München. 18./19. Juni in Lud-

► Kontakt zu den Seminaranbietern

Die Adressen zu unten stehenden Kontakten sind im Internet abrufbar unter: <http://mmm.verdi.de>

ABP Fon 089 / 49 99 92 – 0, www.a-b-p.de
ABZV Fon 02 28 / 259 00 – 0, www.abzv.de
ADB Fon 089 / 29 19 53 84, www.buchakademie.de
ADR Fon 07 11 / 16 40 726, www.seminarprogramm.info
AFP Fon 040 / 41 47 96 – 0, www.akademie-fuer-publizistik.de
AKAD Fon 030 / 61655 – 0, www.akademie.de
APB Fon: 081 58 / 256 – 0, www.apb-tutzing.de
BET Fon 040 / 4 10 84 – 0, <http://bet.de>
BKB Fon 053 31 / 808 – 418, www.bundesakademie.de
COP Fon 02 21 / 739 32 62, www.cop-morrien.de
DHA Fon 02 08 / 62 13 50, www.hoerfunkakademie.de

EMA Fon 030 / 310 01 – 417, www.evangelische-medienakademie.de
FAZ Fon 069 / 75 91 – 20 76, www.seminare-faz-institut.de
FES Fon 02 28 / 883 – 0, www.fes.de
FHB Fon 040 / 399 099 31, www.filmschule-hamburg-berlin.de
FHF Fon 069 / 13 37 99 94, www.filmhaus-frankfurt.de
IFP Fon 089 / 54 91 03 – 0, www.ifp-kma.de
IP Fon: 07 11 / 997 86 91, www.interspherial.com
ISSF Fon 030 / 20 09 27 442, www.isff-berlin.de
JA Fon 089 / 16 751 – 06, www.journalistenakademie.de
JHB Fon 023 31 / 365 – 6 00, www.hausbusch.de

JSR Fon 02 01 / 80 41 961, www.journalistenschule-ruhr.de
KEP Fon 064 41 / 91 51 66, www.cma-medienakademie.de
KFH Fon 02 21 / 222 710 – 0, www.koelner-filmhaus.de
KLARA Fon 030 / 690 415 85, www.KLARABerlin.de
MAC Fon 089 / 544 151 – 74, www.macromedia.de
MAZ Fon 00 41 / 41 / 226 33 33, www.maz.ch
MC Fon: 05 11 / 44 05 00, www.mediacampus.info
MEZ Fon 030 / 68 30 20 90, www.medienkonkret.de
MH Fon 040 / 306 201 140, www.medienbuero-hamburg.de
NA Fon 040 / 41 13 – 28 42, www.newsaktuell.de
PFA Fon 069 / 92 10 72 22, www.ev-medienhaus.de

wigshafen: Einführung in den digitalen Hörfunkschnitt.

MAZ, Luzern. 2. Juli: Die Radio-schlagzeile – Ganz Ohr! 5./6. Juli: Der Kurzbericht – die Welt zwischen 38 und 71 Sekunden.

PFA, Frankfurt. 23. Juni: Meldungen schreiben und präsentieren. 23. Juni: Dramaturgie-Workshop: Aufregende Geschichten, aufregend erzählt. 30. Juni: Podcasting – Radio zum Downloaden, Abonnieren und Selbermachen. 30. Juni: Das Kollegengespräch – Trainingsworkshop.

Film & TV

ADR, Rottenburg/Stuttgart. 30. Juli bis 3. August: Elektronische Medien.

FHB, Hamburg / Berlin. 16./17. Juni: Produktion – Wie entsteht ein Kinofilm (Modul 2: Der Drehplan). 22./23. Juni: Genre – der Mix macht's!

30. Juni / 1. Juli: Produktion – Wie entsteht ein Kinofilm (Modul 3: Die Kalkulation). 13. bis 15. Juli: Produktion – Wie entsteht ein Kinofilm (Modul 4: Dreharbeiten, Ko-Produktion, Postproduktion und Auswertung).

26. bis 29. Juli: Dokumentarfilm: Projektentwicklung / Beratung.

FHF, Frankfurt. 16. Juni: Producing. 23. Juni: TV-Verbreitungswege.

IFP, München. 30. Juni: Anmelde-schluss Kompaktkurs Fernsehen.

16./17. Juli in Ludwigshafen: „Achtung Studio!“ – Einführung in die TV-Moderation.

IP, Stuttgart. 18. Juni: Serienformate. 19. Juni: Komisch schreiben

ISSF, Berlin. 4. bis 8. Juni: Gestaltung dokumentarischer TV-Beiträge. 11. bis 15. Juni: Schreiben für Film und Fernsehen.

KFH, Köln. 16./17. Juni: Drehbuch II – Von der Filmidee zum Exposé / Treatment.

MAZ, Luzern. 25. bis 27. Juni: Bümpliz – Bagdad und zurück in 30 Sekunden – News am TV.

MC, Hannover. 11. bis 13. Juni: Von der Filmidee zum Exposé und „Drehbuch“. 2. bis 4. Juli: Die Entstehung des Drehbuchs und seine filmische Auflösung. 16. bis 18. Juli: Wie viel Realität braucht ein Film?

Film- & TV-Technik

BET, Hamburg. 8. bis 10. Mai: Video-technik Spezial High Definition.

15. bis 17. Juni in Köln: Studiokamera HD. 19. Juni in Hamburg: Display-Technologie und Justage HD. 23./24. Juni: SNG-Technik. 30. Juni bis 1. Juli: EB-Tonaufnahme.

JA, München. 6. bis 8. Juli: Digitaler Audio- und Video-Schnitt (dju-Mitglieder erhalten 50 Prozent Rabatt).

KFH, Köln. 16./17. Juni: Schnitt-gestaltung. 16./17. Juni: Final Cut I – Einführung. 18. Juni: Final Cut II – Einführung.

Selbst- und Medienmanagement

ABP, München. 25. bis 27. Juni: Moderation und Gesprächsführung. 23. bis 25. Juli: Rhetorik. 30./31. Juli: Management in Redaktionen – Changemanagement

ADB, München. 22. Juni: Business-Knigge für Nachwuchskräfte. 28./29. Juni: Mehr Erfolg durch sicheres Auftreten. 29. Juni: Bildeinsatz im Corporate Publishing. 5./6. Juli: Gesundheit kommunizieren – Corporate Publishing im Gesundheitswesen. 12./13. Juli: Der Erfolgstest für Kunden- und Mitarbeitermedien – Qualitative und quantitative Aspekte. 16./17. Juli. Projektmanagement von Kundenzeit-schriften für Einsteiger. 25. Juli: Die große Kunst der kleinen Texte – Titel, Motto und Bildunterschrift in Kundenzeitschriften.

AFP, Hamburg. 18. bis 22. Juni: Info-Tagung – Rettet die Marke. 25./26. Juni: Marketing für Freie. 27. Juni 2007: Ich-Marketing und Netzwerke. **AKAD, Berlin.** 19. Juni: Beginn Online-Kurs „Selbstmarketing für Freiberufler“

BKB, Wolfenbüttel. 22. bis 24. Juni: Texte für die Öffentlichkeit. Prinzipien des leserorientierten Textens.

COP, Köln. 22./23. Juni in Köln, 17./18. Juni in Hamburg: Sinnstiftende Perspektiven und Karrieren für Medienschaffende. 25./26. Juni in Hamburg, 18./19. Juli Mainz: Karriere ohne Kopfzerbrechen – Gelingen durch Gelassenheit. 26./27. Juni in Hamburg, 9./10. Juli in Köln: Einfach gelöst – traumhaft kreativ. Mit Selbst-Recherche zu neuen Lösungen. Weitere Coaching- und Karriereseminare unter: www.cop-morrien.de

EMA, Berlin. 5./6. Juli. Präsentieren – mehr als nur PowerPoint.

FAZ, Frankfurt. 18./19. Juni: Fit-up your Website. 5. Juli: Stimm- und Sprechtraining. 18./19. Juni: Besprechungen effektiv moderieren. 3./4. Juli: Überzeugen mit Persönlichkeit und Souveränität. 5./6. Juli: Stressmanagement – so bleiben Sie leistungsfähig. 25. bis 28. Juli: Journalistisches Schreiben.

FES, Bonn. 1. bis 3. Juni: Netzwerke effektiv steuern.

JHB, Hagen. 25. bis 27. Juni: Eventmanagement und Präsentationstraining. 30. Juli bis 1. August: Pressemitteilungen schreiben. 30. Juli bis 3. August: Grundlagen Pressestellenarbeit.

MAZ, Luzern. 25./26. Juni: Arbeitstechnik – Im Druck sein ohne Stress.

MEZ, Berlin. 16. Juni: Richtiges Verhalten im Interview. 19. bis 21. Juni: Internetauftritt für Freiberufler, Öffentlichkeitsarbeiter und Kleinbetriebe. 23. Juni: Sprechen vor der Kamera.

NA, Hamburg. 20./21. Juni: Digitales Pressematerial. 21./22. Juni in Frankfurt: Krisenkommunikation. 21./22. Juni: Pressearbeit für Einsteiger.

21./22. Juni in Köln: Pressearbeit mit Fernsehsendern. 21./22. Juni in Zürich: Reden schreiben. 25./26. Juni: Präsentations-Coaching für Fortgeschrittene. 26./27. Juni: Professionell moderieren. 27./28. Juni: Professionelle Pressemitteilung – Intensivtraining. 28. Juni in Köln: Podcasts in der Kommunikation. 28./29. Juni in Frankfurt: Projektmanagement. 3. Juli in München: Zeit- und Selbstmanagement. 5./6. Juli in München: Pressearbeit für Fortgeschrittene.

termine

Journalismus

Abgewickelt, Aufgewickelt

BERLIN. Was war das DDR-Fernsehen? Welche Rolle spielte es als Informations-, Herrschafts- und Unterhaltungsmedium? Wie wird dieses Kapitel deutscher Fernsehgeschichte im gegenwärtigen Programm abgebildet? Und welche Bedeutung hat es letztlich für die gesamtdeutsche Fernsehkultur? Diesen Fragen widmet sich vom 31. Mai bis 2. Juni das „Forum des Museums für Film und Fernsehen“ mit Analysen, Gesprächen und Beispielen zur Programmgeschichte des DDR-Fernsehens.

Die Veranstaltung der DFG-Forscherguppe „Programmgeschichte des DDR-Fernsehens“ findet in Zusammenarbeit mit der Deutschen Kinemathek – Museum für Film und Fernsehen und mit Unterstützung des Deutschen Rundfunkarchivs Potsdam-Babelsberg im Filmhaus am Potsdamer Platz (Sony-Center) in Berlin statt. Der Eintritt ist frei. Informationen: Peter Paul Kubitz, Fon: 030/300 903 811, E-Mail: pkubitz@deutsche-kinemathek.de, www.ddr-fernsehen.de.

Medien und interkulturelle Verständigung

BERLIN. Am 11./12. Juni findet in Berlin im Rahmen der „Europäisch-Mediterranen Partnerschaft“ eine internationale Konferenz statt. Thema sind die Herausforderungen, vor denen die Medien stehen, wenn es darum geht, die interkulturelle Verständigung zu fördern. Die Tagung wird organisiert von der deutschen EU-Ratspräsidentschaft (vertreten durch das Außenministerium), die Europäische Kommission und die Friedrich-Ebert-Stiftung. Infos: Gary Horsley, E-Mail: gary@mpvv.co.uk.

Berufseinstieg in den Journalismus

BERLIN. Im Rahmen einer Veranstaltungsreihe von GEW, ver.di und IG Metall bietet die DGB-Jugend am 20. Juni eine Orientierungsveranstaltung an. Studierende erfahren, wie der „Traumberuf“ Journalismus erreicht werden kann. Geboten wird ein Überblick über die Medienbranche und wie man gute journalistische Praktika im In- und im Ausland findet. Ausbildungsmöglichkeiten von der „klassischen“ Journalistenausbildung bis zum Volontariat werden aufgezeigt. Darüber hinaus werden Netzwerke und Grundregeln für den Kontakt mit Redaktionen behandelt. Referentin: Susanne Stracke-Neumann (dju in ver.di Berlin-Brandenburg). Ort/Zeit: 18.00 Uhr, Berlin, ver.di-Haus am Ostbahnhof, Eingang Köpenicker Str. 30. www.campustour.info.

Deutsch-Britisches Stipendium

KÖNIGSTEIN / TAUNUS. Das George Weidenfeld Journalistenstipendium ermöglicht fünf britischen und fünf deutschen Journalisten einen Arbeitsaufenthalt im jeweils anderen Land. Die Stipendiaten arbeiten in Redaktionen ihrer Wahl und berichten für ihre Heimatmedien. Das Stipendium beginnt am 26. Oktober 2007, Bewerbungsschluss für Deutschland ist der 28., für Großbritannien der 20. Juli. Stipendiaten erhalten einmalig 3.300 Euro/2.000 Pfund. Der Betrag soll Reisekosten, Verpflegung und Unterkunft größtenteils decken, ein Eigenbeitrag wird erwartet. Bewerben können sich britische und deutsche Journalisten im Alter von 23 bis 39 Jahren. Außerdem bitten die IJP um ein journalistisches Gutachten vom Ressortleiter oder Chefredakteur. Kontakt: Peter Littger, Postfach 31 07 46, 10637 Berlin, E-Mail: weidenfeld@ijp.org, www.ijp.org.

Forum Mittelstand

POTSDAM. Mittelständische Unternehmen erbringen die Hälfte der deutschen Wirtschaftsleistung und 30 Prozent der Aufwendungen für Innovationen. Fast 80 Prozent aller Beschäftigten arbeiten in kleinen und mittleren Unternehmen. Der Journalistenwettbewerb „Forum Mittelstand“ will ein differenziertes Bild unternehmerischer Aktivität vermitteln. Angesprochen sind Journalisten aus dem gesamten Bundesgebiet, die sich in den Bereichen Print/Online sowie TV und Hörfunk mit dem Mittelstand beschäftigen. Die Sieger erhalten Preise in Höhe von je 2.000 Euro, die Zweitplatzierten von je 1.000 Euro. Für den journalistischen Nachwuchs vergibt die Deutsche Post den mit 1.000 Euro dotierten Nachwuchs-Sonderpreis „IT und Mittelstand“.

Einsendeschluss: 30. Juni.
Informationen: wbpr Public Relations, Christine Griese, Parkstraße 2, 14469 Potsdam, Fon: 03 31 / 201 66 71, E-Mail: christine.griese@wbpr.de, www.journalistenwettbewerb.de.

Gesünder mit der Apotheke

BERLIN. Die Werbe- und Vertriebsgesellschaft Deutscher Apotheker schreibt zur pharmazeutischen Fachmesse EXPOPHARM einen Medienpreis aus. Er will Medienvertreter für ihre differenzierte Auseinandersetzung mit der Apotheke, deren Rolle und Funktion, aber auch zu verwandten Themen auszeichnen. Der Preis wird verliehen für Beiträge in Wort, Ton oder Bild, die zwischen dem 1. Juli 2006 und dem 30. Juni 2007 in Deutschland veröffentlicht oder gesendet wurden. Die mit jeweils 4.000 Euro prämierten Preise werden in den Kategorien Politik, Wirtschaft, Wissenschaft & Forschung, Verbraucher und Bildwelten vergeben. Einsendeschluss: 30. Juni 2007.

Kontakt: EXPOPHARM Medienpreis 2007, c/o EL PATO – Agentur für Kommunikation, Johannisstrasse 20, 10117 Berlin, Fon: 030/726 19 55 81, expopharm-medienpreis@el-pato.de, www.expopharm-medienpreis.de.

Familie und Geld

BONN. Der Verband der PSD Banken e.V. schreibt einen Journalistenpreis aus. Prämiert werden herausragende Arbeiten, die sich mit allen Aspekten rund um das Thema Budgetplanung, Finanzen und Altersvorsorge in der Familie befassen. Eingereicht werden können Artikel aus Printmedien sowie Hörfunk-, Fernseh- und Online-Bei-

träge, die zwischen dem 1. Juni 2006 und dem 1. Juni 2007 erschienen oder gesendet worden sind. Insgesamt wird ein Preisgeld von 20.000 Euro verliehen. Einsendeschluss: 30. Juni. Informationen: BrunoMedia Communication GmbH, Stichwort „Journalistenpreis PSD Banken“, Bonner Straße 328, 50968 Köln, Fon: 02 21 / 34 80 38 34, E-Mail: psd-journalistenpreis@brunomedia.de, www.psd-bank.de

Kind und Kegel

RAVENSBURG. Die Stiftung Ravensburger Verlag zeichnet mit ihrem Medienpreis für Bildung und Erziehung in der Familie herausragende Berichterstattung über positive Beispiele familiären oder familienähnlichen Zusammenlebens aus. Der Preis will das öffentliche Interesse für alle Themen rund um nicht-institutionelle Kinder- und Jugenderziehung fördern. Die Stiftung vergibt Preisgelder von insgesamt 15.000 Euro für veröffentlichte Beiträge in den Kategorien Print, TV, Hörfunk, Serie und Redaktion (inkl. Internet), die in Deutschland

zwischen dem 1. Juli 2006 und dem 30. Juni 2007 erschienen sind. Einsendeschluss: 30. Juni. Informationen: Stiftung Ravensburger Verlag, Stichwort „Medienpreis“, Andrea Reidt, Postfach 1860, 88188 Ravensburg, Fon: 06 11 / 204 63 65, E-Mail: stiftung.ravensburger@andrea-reidt.de, www.stiftung.ravensburger.de.

KAS-Nachwuchsstipendium

ST. AUGUSTIN. Studienanfängern unter 32 Jahren wird ein studienbegleitendes Seminarprogramm angeboten: Neben praxisorientierten Akademien und sechs- bis achtwöchigen Praktika in den Bereichen Presse, Hörfunk, Fernsehen, Multimedia und Öffentlichkeitsarbeit werden Seminare angeboten, die sich mit medienrechtlichen, -politischen, -wirtschaftlichen und kommunikationswissenschaftlichen Fragen beschäftigen. Das Stipendium beträgt zurzeit bis zu 525 Euro zuzüglich 80 Euro Büchergeld monatlich. Bewerbungsschluss: 1. Juli. Kontakt: Konrad-Adenauer-Stiftung, Journalismus-Akademie der Konrad-Adenauer-Stiftung e.V.,

Postfach 1420, 53732 Sankt Augustin, Fon: 022 41 / 24 62 30, E-Mail: claudius.rosenthal@kas.de.

Arbeitsstipendien im Nahen Osten

KÖNIGSTEIN. Die zweimonatigen Reise- und Arbeitsstipendien (November bis Dezember 2007) in den Ländern Libanon, Syrien, Jordanien, Palästina und Israel richten sich an Journalisten im Alter von 21 bis 37 Jahren. Die Journalisten sollen sich mit den politischen Themen des Nahen Ostens vertraut machen. Als zukünftige Multiplikatoren werden sie für Fragen der deutsch-arabischen wie deutsch-israelischen Beziehungen sensibilisiert und erhalten einen Einblick von Mentalität, Kultur und Alltagsleben in der Region des Nahen Ostens. Bewerber sollen als regelmäßige Mitarbeiter, Volontäre oder Redakteure an deutschen Medien tätig sein. Das Stipendium ist mit einer einmaligen Zahlung von 4.000 Euro pro Person verbunden. Der Betrag soll Reisekosten, Verpflegung und Unterkunft zum größten Teil abdecken. Ein Gutachten vom Ressortleiter oder Chefredakteur soll die Bewerbung unterstützen, sehr gute Englisch-Kenntnisse werden vorausgesetzt. Bewerbungsschluss: 1. Juli. Kontakt: Middle-East Fellowships / Ernst-Cramer-Fellowships, IJP e.V., Dr. Frank-Dieter Freiling, Postfach 1565, 61455 Königstein / Taunus, Fon: 061 74 / 77 07, E-Mail: middleeast@ijp.org.

Preis für Wirtschaftspublizistik

BERLIN. Zur Förderung der journalistischen Qualität im Bereich der Wirtschaftsberichterstattung lobt die Holtzbrinck-Verlagsgruppe den Georg von Holtzbrinck Preis für Wirtschaftspublizistik aus. Prämiert werden herausragende Reportagen, Analysen, Kommentare und journalistische Formate, insbesondere Online-Formate aus dem Wirtschaftsleben. Die eingereichten Beiträge sollen wirtschaftliche Zusammenhänge und Entwicklungen insbesondere aus dem Finanz- und Unternehmensbereich für ein breites Publikum begreifbar machen. Die Preise in den Kategorien Print, elektronische und Online Medien sind mit jeweils 5.000 Euro, ein zusätzlicher Nachwuchspreis für Bewerber unter 30 Jahren mit 2.500 Euro dotiert. Bewerbungen sollen mit zwei Arbeitsproben eingehen, die im Zeitraum 1. Juli 2006 bis 1. Juli 2007 veröffentlicht wurden. Einsendeschluss: 2. Juli. Informationen: Taubenstr. 23, 10117 Berlin,

Impressum

«M – Menschen Machen Medien»
Medienpolitische ver.di-Zeitschrift,
erscheint neun 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:

Berliner vorwärts Verlagsgesellschaft mbH
Stresemannstraße 30, 10969 Berlin
Ansprechpartner: Michael Blum (Leiter)
Tel: 030 / 255 94 – 150
Fax: 030 / 255 94 – 190
E-Mail: blum@vorwaerts.de

Gültige Anzeigenpreisliste:

Nr. 12 gültig ab 1.1.2007

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. 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
„Druck + Papier“ verantwortlich:
Henrik Müller 030 / 69 56 – 10 76

Redaktionsschluss:

M 05.2007: 1.5.2007
M 06 / 07.2007: 12.6.2007
ISSN-Nr.: 09 46 – 11 32

Fon: 030/27 87 18 20, E-Mail: wirt-schaftspublizistik@vf-holtzbrinck.de, www.vf-holtzbrinck.de.

media workshops

HAMBURG/ZÜRICH. Die dpa-Tochter „news aktuell“ bietet ab Juni auch in Zürich Workshops zur Presse- und Öffentlichkeitsarbeit an. Schwerpunkte der zweitägigen Veranstaltungen in der Schweiz sind „Reden schreiben“ (21./22. Juni), eine „Schreib- und Redigierwerkstatt“ (2./3. Juli) sowie „Kreatives Texten“ (1./2. Oktober). Infos: www.newsaktuell.de.

Helmut Schmidt-Journalistenpreis

FRANKFURT. Der Preis würdigt besondere Leistungen auf dem Gebiet der verbraucherfreundlichen Berichterstattung über Wirtschafts- und Finanzthemen. Er ist mit insgesamt 30.000 Euro dotiert. Berücksichtigt werden Presseartikel, Fernseh- und Hörfunkbeiträge sowie Online-Veröffentlichungen deutschsprachiger Medien. Die drei besten Leistungen werden mit 15.000, 10.000 und 5.000 Euro prämiert. Alle journalistischen Formate sind willkommen. Eingereicht werden können Beiträge, die zwischen dem 16. Juli 2006 und

dem 15. Juli 2007 publiziert wurden. Einsendeschluss: 15. Juli. Informationen: Dr. Ulrich Ott: u.ott@ing-diba.de oder Eliza Manolagas: e.manolagas@ing-diba.de, ING-DiBa AG, Theodor-Heuss-Allee 106, 60486 Frankfurt.

Matheon-Medienpreis

BERLIN. Täglich benutzen wir Computer, Autos, Flugzeuge, telefonieren mit Handys, profitieren von hoch entwickelten medizinischen Geräten oder jonglieren mit Börsenkursen, ohne zu realisieren, dass in nahezu allen Vorgängen Mathematik steckt. Das DFG-Forschungszentrum Matheon will die Bedeutung mathematischer Lösungen für den Alltag bewusst machen und schreibt den Matheon-Medienpreis aus. Prämiert werden journalistische Texte für Printmedien zum Thema Mathematik in technologischen Anwendungen. Die Ausschreibung richtet sich an den journalistischen Nachwuchs in den ersten drei Berufsjahren. Eingereicht werden können unveröffentlichte Arbeiten und Beiträge, die zwischen dem 1. Juli 2006 und dem 30. Juni 2007 publiziert wurden. Arbeiten, die fachübergreifende Aspekte hervorheben, werden bevorzugt. Es winken drei

Preise in Höhe von insgesamt 2.000 Euro. Einsendeschluss: 30. Juli. Informationen: DFG-Forschungszentrum Matheon, Rudolf Kellermann, Technische Universität Berlin, Sekretariat MA 3-1, Straße des 17. Juni 136, 10623 Berlin, Fon: 030/314 2 92 74, kontakt@matheon-medienpreis.de, www.matheon.de.

Film & TV

Experimenteller Film

KÖLN. Der Wettbewerb der VG Bild-Kunst findet im Rahmen der Kunst-FilmBiennale statt und ist offen für inhaltlich und formal innovative Filme im experimentellen, dokumentarischen und narrativen Bereich. Eingereicht werden können Filme oder Videos in Deutschland lebender, studierender oder arbeitender Nachwuchskünstler und -regisseure bis 35 Jahre. Die eingereichten Filme dürfen nicht vor 2006 produziert worden sein. Die Auszeichnung ist von der VG Bild-Kunst mit 25.000 Euro dotiert. Einsendeschluss: 15. Juni. Information und Film-Anmeldung ausschließlich per Internet über www.kunstfilmbiennale.de.

interfilm 2007

BERLIN. Das 23. internationale Kurzfilmfestival interfilm Berlin findet vom 6. bis 11. November statt. Vergeben werden die „interfilm Short Awards“ in den Kategorien: Internationaler Wettbewerb, Deutscher Wettbewerb, Dokumentarfilmwettbewerb, Kinder-kurzfilmwettbewerb sowie in den Kategorien „Konfrontationen – Gegen Gewalt und Intoleranz“ und „Eject – die lange Nacht des abwegigen Films“. Neben den Wettbewerben werden Filmproduktionen aus Südkorea und Osteuropa vorgestellt. Ein weiterer Schwerpunkt liegt auf dem Genre Dokumentarfilm. In einem Workshop für Schulkinder schreiben 9 bis 11jährige Drehbücher zum Thema „Fremd sein – Anders sein“ und drehen ihren eigenen Film. Das Kurzfilmfestival interfilm Berlin bietet daneben mehrere thematische Reihen. Einreichschluss: 13. Juli. Informationen: Ulla Drenckhan, Public Relations, interfilm Berlin Management GmbH, Fon: 030/25 94 29 01, E-Mail: presse@interfilm.de, www.interfilm.de.

Kurz und schön

KÖLN. Die Kunsthochschule für Medien Köln und der Westdeutsche Rundfunk

Anzeige

Köln veranstalten den internationalen Nachwuchswettbewerb „kurzundschön“ für Werbespots, TV Design und Kurzfilm. Bewerben können sich Studierende von Film-, Design-, Kunst- und Medienhochschulen, Auszubildende aus den Bereichen Fernsehen, Film und Mediendesign sowie Volontäre. Diplomfilme und Abschlussarbeiten können auch dann am Wettbewerb teilnehmen, wenn der Bewerber zum Zeitpunkt der Einreichung nicht mehr studiert, sofern die Filme/Beiträge nicht älter als ein Jahr sind. In den Kategorien Werbespots, TV Design, Kurzfilm und der WDR-Sonderkategorie werden Preise in Höhe von rund 20.000 Euro sowie Sonderpreise vergeben. Bewerbungsschluss: 18. Juli. Kontakt: Judith Ruzicka, Kunsthochschule für Medien Köln, kurzundschön, Peter-Welter-Platz 2, 50676 Köln, E-Mail: kus@art2b.net, www.kus.khm.de.

Förderpreise Filmschnitt

KÖLN. Beim Kölner Forum für Filmschnitt „Film +“ (23. bis 26. November) werden drei Schnittpreise vergeben. Neben den traditionellen, von der Filmstiftung NRW und dem Kulturwerk der Verwertungsgesellschaft Bild-Kunst mit jeweils 7.500 Euro dotierten Preisen für die beste Schnittleistung an einem deutschen Kinospiegel- und an einer Kinodokumentation wird der mit 2.500 Euro dotierte BMW Group-Förderpreis Schnitt ausgelobt. Prämiert wird damit die beste Montage eines Kurzfilms. Bewerben können sich in Deutschland lebende und arbeitende Editoren mit einem von ihnen geschneittenen Kurzfilm, der eine Länge von 20 Minuten nicht überschreitet und dessen Produktion nicht länger als zwei Jahre zurückliegt. Einreichschluss: 31. Juli. Informationen: Film+, c/o Schnitt Verlag, Breite Straße 118-120, 50667 Köln, Fon: 02 21 / 28 58 703, E-Mail: info@filmplus.de, www.filmplus.de.

Fotografie

Ausstellung WORLD PRESS PHOTO BERLIN. Der jährliche WORLD PRESS PHOTO Award ist der weltweit größte Wettbewerb für Pressefotografie. In diesem Jahr wurden die besten Pressefotos des vergangenen Jahres aus 78.083 Fotografien ausgewählt, die von 4.460 Fotografen aus 124 Ländern eingesandt wurden. Die Bilder lassen die Geschehnisse des Jahres 2006 Revue passieren. Die preisgekrönten WORLD PRESS

PHOTO-Bilder sind vom 1. bis 24. Juni in Berlin im Willy-Brandt-Haus, Stresemannstr. 28, zu sehen.

Emscher:zukunft

DORTMUND. „Gegenwart sehen – Zukunft gestalten“ lautete das Motto der Ausschreibung, mit dem die Emschergenossenschaft zur Beteiligung am fotoprojekt emscher:zukunft aufrief. Insgesamt 80 Arbeiten gingen ein. Sie zeigen die Emscher, die mehr als ein Jahrhundert lang weniger ein Fluss, als eine offene Abwasserleitung der Region zwischen Dortmund und Dinslaken war. Seit den 90er Jahren wird die „Cloaca Maxima“ in einem auf 30 Jahre angelegten Generationenprojekt umgebaut – eine Chance für die Region, die es in Bildern festzuhalten gilt. Dabei hat das Projekt den Anspruch, dass die Standpunkte der fotografischen Arbeiten die Diskussion über das Emschertal befördern und den Planungsprozess beeinflussen. Auftakt der Ausstellung: 20. Juni, 19.00 Uhr, Laufzeit bis 26. Juli. Informationen und Ort: Kokerei Hansa Dortmund, Stiftung Industriedenkmalpflege und Geschichtskultur, Emscherallee 11, 44369 Dortmund, Fon: 02 31 / 93 11 22 33, www.industriedenkmal-stiftung.de.

Wissenschaftsfotografie

KÖLN. Der Herbert-Schober-Preis der Sektion Medizin- und Wissenschafts-Photographie erinnert an Prof. Dr. Dr. Herbert Schober (1905 – 1975), der die Sektion 1957 gründete und bis 1964 ihr erster Vorsitzender war. Der Preis ist mit 1.000 Euro dotiert. Einzureichen sind photographische Arbeiten, die ein wissenschaftliches Thema dokumentieren oder sich künstlerisch mit einem wissenschaftlichen Thema auseinandersetzen. Einsendeschluss: 30. Juni. Kontakt: Deutsche Gesellschaft für Photographie, Stichwort Schober-Preis, Rheingasse 8-12, 50676 Köln, www.dgph.de.

Deutsche Gegenwartsfotografie

GERA. Das Museum für Angewandte Kunst (MAK) der Stadt Gera und Art Regio, das Kulturengagement der Sparkassenversicherungen, schreiben den Aenne-Biermann-Preis für deutsche Gegenwartsfotografie aus. Neben dem Hauptanliegen, der Förderung und Unterstützung zeitgenössischer Fotografie, soll damit an das Schaffen Aenne Biermanns erinnert werden. Um den Preis können sich deutsche Fotografen, Fotografiker

„Wilde Zeiten“

eine Ausstellung mit Fotografien von Günter Zint



**im Haus der Geschichte der Bundesrepublik Deutschland
in der U-Bahn Galerie, Willy-Brandt-Allee 14, 53113 Bonn**

**Die Ausstellung ist vom 8. Mai an bis zum Frühjahr 2008
Tag und Nacht geöffnet. www.hdg.de**

und Fotodesigner bewerben. Mit dem Preis ist eine Ausstellung verbunden. Es winken Preise in Höhe von 500 bis 2.000 Euro. Einsendeschluss: 1. Juli. Einsendungen an: Museum für Angewandte Kunst Gera, 8. Aenne-Biermann-Preis, Greizer Straße 37, 07545 Gera, www.gera.de/sixcms/detail.php?id=33446.

Preis für Wissenschaftsfotografie

LEINFELDEN-ECHTERDINGEN. Am deutschen Preis für Wissenschaftsfotografie, können sich alle beteiligen, die Forschung und Technologie in jüngster Zeit originell ins Visier genommen haben. Mitmachen können alle, die im Zeitraum 1. Januar 2006 bis 15. Juli 2007 Menschen und Objekte in Wissenschaft und Forschung beispielhaft fotografiert haben. Es werden Preise in Höhe von 500 bis 2.000 Euro vergeben. Einsendeschluss: 15. Juli. Kontakt: Bild der Wissenschaft, Deutscher Preis für Wissenschaftsfotografie, Ernst-Mey-Straße 8, 70771 Leinfelden-Echterdingen.

Poesie des Funktionalen

CHEMNITZ. Das am Bauhaus noch relativ neue Medium Fotografie wurde sowohl als eigenständige Kunstform als auch als Arbeitsmittel für andere gestalterische Aufgaben eingesetzt. Marianne Brandt benutzte die Fotografie dokumentierend und experimentierend. Einfachere Fototechnik wie auch die Digitalisierung sorgen heute für eine allgemein verfügbare Bilderflut. Unter diesen Umständen gewinnen Qualität der Ausführung wie auch Originalität der Bildideen an Bedeutung. Die Kategorie Fotografie im Marianne-Brandt-Wettbewerb ist deshalb auf perfekt umgesetzte

eigenständige Imaginationen ausgerichtet, die sowohl mit High-Tech-Apparaturen als auch mit Lochkameras umgesetzt werden können. Am Wettbewerb können Kreative aus ganz Europa bis zum 40. Lebensjahr teilnehmen. Einsendeschluss: 17. Juni. Kontakt: Kunstverein VILLA ARTE e.V., Träger des 3. Marianne-Brandt-Wettbewerbes, c/o Medienhaus/Schrift-media, Carolastrasse 4-6, 09111 Chemnitz, www.marianne-brandt-wettbewerb.de.

„gute aussichten – young german photographers“

MADRID / FRANKFURT. Ab dem 30. Mai 2007 wird eine Auswahl der aktuellen Ausstellung „gute aussichten – junge deutsche fotografie 2006/2007“ im Goethe Institut Madrid, Spanien, präsentiert. Zuvor waren die Fotos in Stuttgart zu sehen. Für die „guten aussichten 2007 / 2008“ können jetzt qualifizierte Abschlussarbeiten aus dem Fachbereich Fotografie deutscher Hochschulen, Akademien und Fachhochschulen eingereicht werden. Zur Teilnahme angenommen werden Abschlussarbeiten des Sommersemesters 2007 und des Wintersemesters 2006/2007. Einsendeschluss: 23. Juli. Kontakt: Büro gute aussichten, Josefine Raab, Schumannstrasse 7, 60325 Frankfurt/Main, Fon: 06 11 / 84 27 06, E-Mail: josefine_raab@guteaussichten.org, www.guteaussichten.org.

Varia

Whistleblower und Journalisten BONN. Die Initiative Nachrichtenaufklärung in Kooperation mit dem Whistleblower-Netzwerk e.V. lädt mit

Unterstützung des Instituts für Kommunikationswissenschaften der Uni Bonn und des Instituts für Journalistik der Uni Dortmund zu einer Tagung am 7. Juni nach Bonn ein. Whistleblowing und der fehlende Schutz von Whistleblowern wurden 2006 unter den zehn am meisten vernachlässigten Themen der deutschen Medienöffentlichkeit aufgelistet. Deshalb will sich die Tagung mit diesem Thema beschäftigen und darüber hinaus einen Leitfadens für Journalisten im Umgang mit Whistleblowern entwickeln. Ort: Institut für Kommunikationswissenschaften Uni Bonn, Poppelsdorfer Allee 47, 53115 Bonn. Freiwilliger Tagungsbeitrag von 10 Euro bei Anmeldung bis 31. Mai. Anmeldung Christiane Schulzki-Haddouti und Dagmar Ogon, Tel.: 0228/73 4746, Fax.: 0228/73 9287, mew@ifk.uni-bonn.de

leute

Lale Aktay wechselt vom Playboy zum Lifestyle-Magazin FHM, um dort die Leitung des Ressorts Mode & Beauty zu übernehmen.

Kay Beinroth, bisher stellv. Chefredakteur des Digital-Lifestyle-Magazins SFT (Computec Media), rückte zum Chefredakteur des Titels auf.

Rüdiger Carl Bergmann (Augsburg) tritt im Mai sein zweites Stipendium für Fotografie im Vermont Studio Center (Johnson/Vermont, USA) an.

Berliner Presse Club: Im Amt bestätigt wurden die Vorsitzende **Evelyn Fischer** (Deutsche Welle) und der Schatzmeister **Dietrich von Thadden**. Stellvertretender Vorsitzender: **Peter**

Kleim (RTL); Schriftführer: **Martin Ferber** (Augsburger Allgemeine); Beisitzer: **Dagmar Engel** (Deutsche Welle), **Wulf Schmiere** (FAZ), **Andreas Theyssen** (FTD) und **Jochim Stoltenberg** (Die Welt/Berliner Morgenpost).

Paul Binder, bislang Medien-Redakteur der Westdeutschen Allgemeinen Zeitung (WAZ), wurde Unternehmenssprecher der WAZ-Mediengruppe. Für die interne Kommunikation bleibt **Peter Klossek** von der Hauptabteilung Marketing und Kommunikation zuständig.

Stefanie Braun, die über mehrjährige PR- und Kommunikationserfahrung im TV-Bereich verfügt, verantwortet die Presse- und Öffentlichkeitsarbeit für DMAX, den ersten Factual Entertainment-Kanal, der sich an Männer richtet.

Der Sportjournalist **Max Breitner**, früher bei der tz (München), wechselt in die Presseabteilung des FC Bayern.

Sven Busch, zuletzt Kommentator bei Eurosport und Premiere, folgt als Sportchef der dpa auf **Klaus von Elmpt**, der künftig für das Fortbildungsprogramm der Nachrichtenagentur zuständig ist.

Thomas Clark, bislang Korrespondent der Financial Times Deutschland in New York, löste als Leiter Unternehmensentwicklung der FTD **Thomas Frenzel** ab, der Leiter Marketing und Vertrieb sowie Mitglied der Geschäftsleitung des Blattes wurde.

Jochen Fasco, bisher Leiter der Zentralabteilung im thüringischen Kultusministerium, folgt als Direktor der Thüringer Landesmedienanstalt (TLM)

auf **Victor Henle**, der Ende Mai in den Ruhestand tritt. Fasco war zuletzt Vorsitzender des TML-Ausschusses für Bürgerrundfunk und Medienkompetenz.

Christoph Fischer, derzeit Leiter des Ressorts Sport beim Reutlinger General-Anzeiger, übernimmt diese Position spätestens zum 1. Oktober bei der Westdeutschen Zeitung (Verlag W. Girardet KG, Düsseldorf).

Carsten Gensing, zuletzt stellvertretender Redaktionsleiter von Bild Hamburg, löst als Leiter des Bild-Ressorts Nachrichten **Thomas Drechsler** ab, der Politikchef von Bild wurde. **Gerald Selch** folgt als Redaktionsleiter von Bild Hamburg auf **Marion Horn**, die stellvertretende Chefredakteurin von Bild am Sonntag wurde.

Christoph Grote, derzeit Chefredakteur der Neuen Presse (Hannover), löst zum 1. November 2007 als Chefredakteur der Stuttgarter Nachrichten **Jürgen Offenbach** ab.

Franz-Peter Hudek, bisher Textchef und Autor bei Autofocus (Motor Presse Stuttgart), folgt als geschäftsführender Redakteur auf **Eckhard Eybl**, der den Verlag verlässt.

Die Jugendpresse Deutschland hat ihren Vorstand neu gewählt. **Sebastian Olenyi** (23, Hamburg) bleibt Vorstandssprecher. **Elisa Gärtner** (20, Köln) wird zweite Vorstandssprecherin. Als Mitglied des Vorstands bestätigt wurde **Marlena Köpke** (22, Berlin). Neu im Vorstand sind: **Michael Metzger** (24, Berlin), **Michael Hallermayer** (23, Augsburg), **Julia Balanowski** (23, Fürth), **Susann Tiffany Leuchtmann** (20, Berlin) und **Stefan Rippler** (22, Augsburg). Als Finanzreferentin bestätigt wurde **Laura Sophia Reitz** (23, Kiel). Aus dem Vorstand ausgeschieden sind **Silvio Heinze**, **Maximilian Kall**, **Jan-Henning Niek** und **Stefan Steinacker**.

Katrin Kraft wurde PR-Redakteurin in der Abteilung Kommunikation und Presse von VOX, zuständig für die Programminformation und die Programm-PR der Tierformate. **Chantal Guerrero**, zuletzt Pressereferentin in der Abteilung Kommunikation und Presse, verließ den Sender.

Die Medienjournalistin **Elke Löw**, zuletzt Leiterin der Entwicklungsredaktion des Europa Fachpresse Verlags, macht sich selbständig.

Caren Miosga, derzeit Moderatorin der Sendungen „Titel, Thesen, Temperamente“ (ARD) und „Kulturjournal“ (NDR Fernsehen), löst als Moderatorin der „Tagesthemen“ **Anne Will** ab, die ab September mit einem neuen Talkformat auf „Sabine Christiansen“ folgt.

ProSieben-Personalien im Bereich Programmpresse: **Susanne Karl**, bisher Fotoredakteurin bei ProSieben, wurde Teamleiterin der Fotoredaktion und stellvertretende Leiterin der Programmkommunikation. **Tina Land**, bislang PR-Redakteurin für Unterhaltungsformate, rückte zur Teamleiterin Show, Unterhaltung und Magazine auf. **Brigitte Bischoff** nahm nach einer Babypause ihre Tätigkeit als Teamleiterin Fiction in der Programm-PR wieder auf.

Klaus Reissig, bisher stellvertretender Chefredakteur des Segel Journal, scheidet aus.

Sven Scheffler, zuletzt stellvertretender Chefredakteur bei der Wirtschaftszeitung BusinessNews, löste als Redaktionsleiter des Job-Magazins Karriere (ebenfalls Verlagsgruppe Handelsblatt) **Jörn Hüsgen** ab, der den Titel entwickelte.

Gerd Scholz, bisher Redaktionsleiter der Fachzeitschrift Automobil-Produktion (Verlag Moderne Industrie/Mediengruppe Süddeutscher Verlag), wurde neuer Chefredakteur.

Prof. Dr. **Insa Sjurts**, akademische Leiterin der MBA-Studiengänge zum Medienmanagement an der Hamburg Media School und Professorin für Betriebswirtschaftslehre/Medienmanagement an der Universität Hamburg, wurde in der turnusgemäßen Nachfolge von **Dieter Dörr** zur Vorsitzenden der Kommission zur Ermittlung der Konzentration im Medienbereich (KEK, Potsdam) gewählt. Sjurts war bereits stellvertretende Vorsitzende des Gremiums.

ARD-Programmdirektor **Günter Struve** versieht nebenamtlich die Aufgaben des ARD-Sportkoordinators, da für den ausgeschiedenen **Hagen Boßdorf** bisher kein Nachfolger bestellt wurde. Neuer Sportrechte-Beauftragter wurde **Klaus-Werner Schulz**, früher Redakteur des Südwestfunks.

Axel Thorer verlängerte seinen Vertrag als stellv. Chefredakteur bei



**MENSCHEN
MACHEN
MEDIEN**

Probeheft und Abonnement:
Verlagsgesellschaft
W. E. Weinmann,
Tel. 0711 / 700 15 30
oder
per Formular bei:
<http://mmm.verdi.de>

Die Fachzeitschrift «M» hat eine Auflage von 57.000 Exemplaren und ist exklusiv, denn: «M» gibt es nicht am Kiosk! Das Jahresabonnement kostet 36,- Euro, ermäßigt 18,- Euro.

Bunte und fungiert als Berater der Chefredakteurin **Patricia Riekel**.

Andreas Tyrock, derzeit Leitender Redakteur und Mitglied der Chefredaktion der Braunschweiger Zeitung, wechselt im Herbst zum Bonner General-Anzeiger. Er soll im Frühjahr '08 Chefredakteur **Joachim Westhoff** ablösen, der in den Ruhestand tritt.

Stefan Weidenfeld, bisher geschäftsführender Redakteur des Magazins Caravaning, löste als Chefredakteur **Ulrich Kohstall** ab, der auch die Chefredaktion von promobil abgibt, um sich ganz der Berichterstattung über Wohnmobile zu widmen.

Ingo Wibbeke, bislang Textchef und Chef vom Dienst bei Gala, folgte als stellvertretender Chefredakteur von Frau im Spiegel auf **Sabine Ingwersen**, die zur Chefredakteurin aufrückte.

Dr. **Ralf Witzler**, bisher Wirtschaftsredakteur in der Online-Redaktion der FAZ, wurde Chef vom Dienst bei der Finanz-Nachrichtenagentur dpa-AFX. Zur erweiterten Redaktionsleitung gehören nunmehr drei Chefs vom Dienst.

ZDF: **Elmar Theveßen**, bisher Chef vom Dienst der Hauptredaktion Aktuelles, wird Leiter dieser Hauptredaktion und stellvertretender ZDF-Chefredakteur. Als Chef vom Dienst löst ihn **Ralf Zimmermann von Siefert** ab, bisher Korrespondent in London. **Matthias Fornoff**, bislang Chef vom Dienst der Chefredaktion, wechselt als Korrespondent nach Washington. Ihm folgt **Andreas Wunn** nach, bisher Moderator der Sendung „heute in Europa“. Das Moderatorenteam des ZDF-„heute journal“ wird um **Steffen Seibert** und **Dunja Hayali** erweitert. Seibert bleibt aber weiterhin Moderator der Nachrichtensendung „heute“; Hayali kommt vom Fernsehen der Deutschen Welle, für das sie auch künftig moderieren wird. **Thomas Walde**, derzeit

Korrespondent in Washington, wird in das ZDF-Studio in London wechseln. **Sylvia Bleßmann**, die bisher schon aus Mecklenburg-Vorpommern berichtete, folgt als Leiterin des Studios Schwerin auf **Lutz Panhans**, der Reporter und Redakteur bei „Frontal 21“ wurde.

preise

Georg Blume, China-Korrespondent für Die Zeit und die taz, erhielt den mit 15.000 € dotierten, erstmals vergebenen Liberty Award, den der Tabakkonzern Reemtsma stiftete.

BoB (Business of Beauty) – Medienpreis Friseur – 1. Preis (7.500 €): **Heike Fallner** für „Besuche bei Ayfer“ (Die Zeit); 2. Preise (je 3.500 €): **Monika Goetsch** („Im wunderbaren Waschsalon“, SZ), **Dorte Eilers** („Konjunkturkiller im Shampoo-Reich“, Neue Osnabrücker Zeitung) und **Mario Kaiser** („Deutsche Strähnen“, Der Spiegel).

Karl Heinz Bohrer, Essayist, Herausgeber der Zeitschrift Merkur und Professor an der Universität Bielefeld, erhielt den mit 8.000 € dotierten Heinrich-Mann-Preis für Essayistik 2007 der Berliner Akademie der Künste.

Dem Verleger **Hubert Burda** wurde die Jakob Fugger-Medaille 2007 verliehen, die von der gleichnamigen Stiftung und dem Verband der Zeitschriftenverlage in Bayern (VZB) vergeben wird.

Deutscher Lokaljournalistenpreis der Konrad-Adenauer-Stiftung für das Jahr 2006 – 1. Preis: Zeitungsverlag Waiblingen (Waiblinger Kreiszeitung, Schorndorfer Nachrichten, Winnender Zeitung, Welzheimer Zeitung); 2. Preis: der **Autor Anton Sahlender**, „Leseranwalt“ der Mainpost; 3. Preis: die Braunschweiger Zeitung für die Serie „Wie leben wir morgen?“ und die

Sindelfinger Zeitung/Böblinger Zeitung für die Serie „Zukunft hier“. Sonderpreise: Berliner Tagesspiegel, Mendener Zeitung, Zeitungsgruppe Lahn-Dill, die SZ und das Hamburger Abendblatt.

„dpa-Bild des Jahres“ – die ersten drei Preise in den jeweiligen Kategorien. Politik: **Oliver Berg**, **Tim Brakemeier** und **Peer Grimm**; Wirtschaft: **Roland Weihrauch** (1. und 3. Platz), **Wolfgang Kumm**; Sport: **Rolf Vennenbernd**, **Oliver Berg** und **Daniel Karmann**; Kultur & Entertainment: **Jens Kalaene** (1. und 2. Platz), **Peer Grimm**; Feature: **Armin Weigel**, **Wolfgang Langenstrassen** und **Matthias Hiekel**; Vermischtes: **Gero Breloer**, **Rolf Vennenbernd** und **Peer Grimm**. Der Wettbewerb war mit insgesamt 10.500 € dotiert.

„Durchblick“ – Preis für Bürger- und Verbrauchernähe des Bundesverbands Deutscher Anzeigenblätter (BVDA): 1. Preis: SonntagsReport (Leer); 2. Preis: Berliner Woche; 3. Preis: Wochentip (Lippstadt).

EU-Journalistenpreis „Für Vielfalt. Gegen Diskriminierung“ 2006 – die europäischen Sieger. 1. Preis: **Fabrizio Gatti** (Italien) für den Artikel „Ich war ein Sklave in Apulien“ (Espresso Magazine); 2. Preis: **Miklós Hargitai** (Ungarn) für den Beitrag „Unsere Zigeuner-Tochter“ (Népszabadság Online) über die Schwierigkeiten bei der Adoption von Kindern, die Minderheiten angehören; 3. Preis: **Petra Sjouwerman** (Belgien) für den Artikel „Unternehmen stellt nur Autisten ein“ (De Morgen); Sonderpreis für junge Journalisten: **Henna Helne** (Finnland) für den Beitrag „Mütter lernen die Sprache ihrer Kinder“ (Anna). Zu gewinnen waren Reisen im Wert zwischen 2.000 und 4.500 €.

Der deutsche Produzent **Nico Hofmann**, Die Schauspielerinnen **Senta Berger** (für ihr Lebenswerk) und **Iris Berben** (beliebteste Schauspielerin) sowie der RTL-Moderator **Günther Jauch** sind mit dem österreichischen Fernsehpreis Romy ausgezeichnet worden. Preise erhielten am 21. April in der Wiener Hochburg auch der Autor **Felix Huby** (bestes Buch) und die ProSieben-Show „Extreme Activity“.

Das „fotoprojekt emscher:zukunft“ der EmscherGenossenschaft war unter dem Motto „Gegenwart sehen – Zukunft gestalten“ ausgeschrieben

worden. Sieben Fotoserien und drei Konzeptideen werden prämiert. Fotoserien (insgesamt 20.000 €): „Wasserspiegel“ von **Billie Erlenkamp** (Oberhausen); „Renatur“ von **Etta Gerdes** (Dortmund); „Garten Ebel“ von **Maurice Kohl** (Dortmund); „Freilandarchitektur auf dem Grabeland“ von **Winfried Labus** (Herne); „Heroen“ von **Jens Nieth** und **Arno Schidlowski** (Dortmund); „Der 2. Ort“ und „Das Haus des Kassierers“ von **Norbert Weke** (Dortmund). Konzeptideen (insgesamt 6.000 €): **Martin Kunze** (Hamburg), **Bettina Steinacker** (Essen) sowie das Duo **Kathryn Baingo** (Unna) und **Anja Bohnhof** (Dortmund).

Ein Fotowettbewerb zu dem Thema „Ansichtssache Windkraft. Zur Ästhetik einer neuen Energietechnologie“ wurde vom Deutschen Naturschutzring (DNR) gemeinsam mit dem Deutschen Verband für Fotografie (DVF) und der Deutschen Umweltstiftung durchgeführt. Die drei besten Bilder: 1. **Christoph Weiler** (Freiburg); 2. **Jörg Wacker** (Emden); 3. **Melanie Ludwig** (Schmalfeld).

Das Internationale Frauenfilmfestival Dortmund/Köln 2007 stand unter dem Thema Musik. Internationaler Spielfilmwettbewerb für Regisseurinnen (25.000 €): „Red Road“ von **Andrea Arnold**; Preis für Bildgestaltung (5.000 €): **Ute Freund** für „Du hast gesagt, dass du mich liebst“ (Regie: Rudolf Thome).

Wend Kässens, Leiter der Literaturredaktion von NDR Kultur, und der Schriftsteller **Raoul Schrott** erhielten für die gemeinsam zusammengestellte Hörbuch-Anthologie „Dichter am Ball“ den mit 10.000 € dotierten, erstmals verliehenen Medienpreis der Guntram und Irene Rinke Stiftung (Hamburg) zur Pflege der Sprache.

Kritikerpreise 2007 des Verbandes deutscher Kritiker – eine Auswahl. Kategorie Hörfunk: die Serie „Mozart – Die Entführung in die Musik“ (Kulturradio des RBB) von **Carl-Dietrich Gräwe** und **Michael Stegemann**; Kategorie Fernsehen: Magazin „Zapp“ (NDR); Kategorie Film: **Sylvester Groth** für seine Rolle in „Mein Führer“.

Der Fotograf **Robert Lebeck** (Berlin) wird für sein journalistisches Lebenswerk mit dem Henri Nannen Preis 2007 ausgezeichnet, den der Stern und der Verlag Gruner + Jahr verleihen.

Wie erscheint man / frau 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

Stephan Lebert und **Stefan Willeke** erhielten für ihren Beitrag „Die Starnberger Republik“ (Zeit-Dossier) den mit 10.000 € dotierten Herbert Riehl-Heyse-Preis 2007, der von den Gesellschaftern des Süddeutschen Verlags gestiftet wurde.

Dem Publizisten und Germanisten **Charles Linsmayer** (Zürich) wurde von der Henning-Kaufmann-Stiftung im Stifterverband für die Deutsche Wissenschaft der mit 5.000 € dotierte Deutsche Sprachpreis 2007 verliehen.

Michael Loeken und **Ulrike Franke** erhielten für den Dokumentarfilm „Losers and Winners – Arbeit gehört zum Leben“ (WDR/ARTE) bei den Chicago International Documentary Festivals eine lobende Erwähnung der Jury und den Preis der Filmkritik.

Der MLP Campus-Presse Award ist ein Teil von Pro Campus-Presse, der gemeinsamen Initiative des Finanzdienstleisters MLP AG und des Medienfachverlags Rommerskirchen zur Förderung journalistischen Engagements an Hochschulen. Diesjähriger Sieger wurde die Studierendenzeitung *ruprecht* (Heidelberg), gefolgt von *UNAUFGefordert* (Humboldt-Universität Berlin) und *InDopendent* (Universität Dortmund).

Ökofilmtour 2007 – Festival des Umwelt- und Naturfilms: eine Auswahl der Preisträger. Künstlerische Leistung: „We Feed the World – Essen global“ von **Erwin Wagenhofer**; journalistische Leistung: „Kippt das Klima?“ („Quarks & Co“, WDR) von **Wasko-Karsten Krekow, Monika Grebe, Axel Bach, Michael Fuhs, Daniel Münter, Vera Pfister, Mike Schaefer** und **Eva Schultes**; Naturfilm (5.000 €): „Nacktmulle – Afrikas wilde Wichte“ (ZDF) von **Herbert Oswald**; Kinder- und Jugendfilm (5.000 €): „Hallo Natur“ (NDR) von **Ralph** und **Svenja Schieke**; Zuschauerpreis: „Die Reise der Störche“ (ZDF) von **Volker Schmidt** und **Katja Schupp** sowie „Und keiner weiß warum“ (ZDF) von **Barbara Dickmann** und **Angelica Fell**.

Der Regionalsport-Preis 2007 des Verbandes Deutscher Sportjournalisten (VDS) war zum Thema Lokalsport/Heimatsport ausgeschrieben worden. 1. Preis (2.000 €): **Christina Warta** (SZ); 2. Preis (1.500 €): **Boris Herrmann** (Berliner Zeitung); 3. Preis

(1.000 €): **Christian Menn** (Westfälische Rundschau).

Willi Reiners, Redakteur der Stuttgarter Nachrichten, wurde für die sechsteilige Reihe „Unsere Gesundheit“ der mit 2.500 € dotierte Publizistik-Preis 2007 der Stiftung Gesundheit zugesprochen.

Der Robert-Mayer-Preis, der alle zwei Jahre vom Verein Deutscher Ingenieure (VDI) sowie der Stadt Heilbronn vergeben wird und mit 10.000 € dotiert ist, ging zu gleichen Teilen an **Daniel Wetzel** für seine kontinuierliche energiepolitische Berichterstattung in der Tageszeitung *Die Welt* und an **Tilman Büttner** für den Fernsehfilm „Bio gibt Gas“ (SWR).

Studio Hamburg Nachwuchspreis – Darsteller: **Janina Stopper** und **Enno Hesse**; Filme/Produzenten: **Ines Just** (HFF „Konrad Wolf“) für „Ping-Pong“ und **Philipp Pratt** (HFF „Konrad Wolf“) für „Preußisch Gangstar“; Regie: **Marc Brummund** (Hamburg Media School) für „Land gewinnen“; Drehbuch: **Anna** und **Dietrich Brüggemann** (HFF „Konrad Wolf“) für „Neun Szenen“; Publikumspreis Kurzfilm: **Philipp Osthus** (Hamburg Media School) für „Der Mungo“. Die Preise waren mit je 5.000 € dotiert.

SWR3 erhielt für das Projekt „SWR3 Lesetag“ den Leseförderungspreis „AusLese“ 2007 der Stiftung Lesen in der Kategorie Medien.

Das SZ Magazin wurde vom Art Directors Club Deutschland (ADC) zum Magazin des Jahres 2007 erkoren.

Der ver.di Literaturpreis Berlin-Brandenburg für das Genre Kinder- und Jugendbuch geht zu gleichen Teilen an **Beate Dölling** für ihren Roman „Hör auf zu trommeln, Herz“ und an **Klaus Kordon** für den Roman „Julians Bruder“. Die Jury bestand aus der Schriftstellerin Nina Petrick, dem Schriftsteller Till Sailer und Susanne Stumpfenhusen, der ver.di-Landesbezirksleiterin Berlin-Brandenburg.

Der Spielfilm „Wut“ (WDR/ARD) von **Max Eipp** (Buch) und **Züli Aladag** (Regie) wurde auf dem 50. San Francisco International Film Festival in der Kategorie abendfüllender Fernsehfilm mit dem Golden Gate Award ausgezeichnet. In der Kategorie kurze TV-Dokumentation wurde „Josephine Baker – Schwarze Diva in einer wei-

Ben Welt“ (WDR) von **Annette von Wangenheim** prämiert.

Ranga Yogeshwar wurde für die Moderation der TV-Wissenschaftsmagazine „Quarks & Co“ und „W wie Wissen“ (beide ARD) der IQ-Preis des Hochbegabten-Clubs Mensa zuerkannt.

Der ZDF-Fernsehfilm „Dresden“ von **Stefan Kolditz** (Buch) und **Roland Suso Richter** (Regie) wurde mit dem DIVA-Award als erfolgreichster Fernsehfilm des Jahres 2006 und beim internationalen Fernsehtreffen in Reims 2007 mit dem Preis für den besten Fernsehfilm ausgezeichnet.

BUSSE UND BAHNEN. GUTE LOGISTIK FÄNGT SCHON BEIM ARBEITSWEG AN.



Wer schnell und zuverlässig arbeiten soll, muss auch schnell und zuverlässig zur Arbeit kommen. Und das am besten pünktlich, stressfrei, günstig und umweltfreundlich. Kein Wunder also, dass gerade da die Wirtschaft in Fahrt kommt, wo Busse und Bahnen fahren.



**Damit Deutschland
mobil bleibt**
Busse & Bahnen