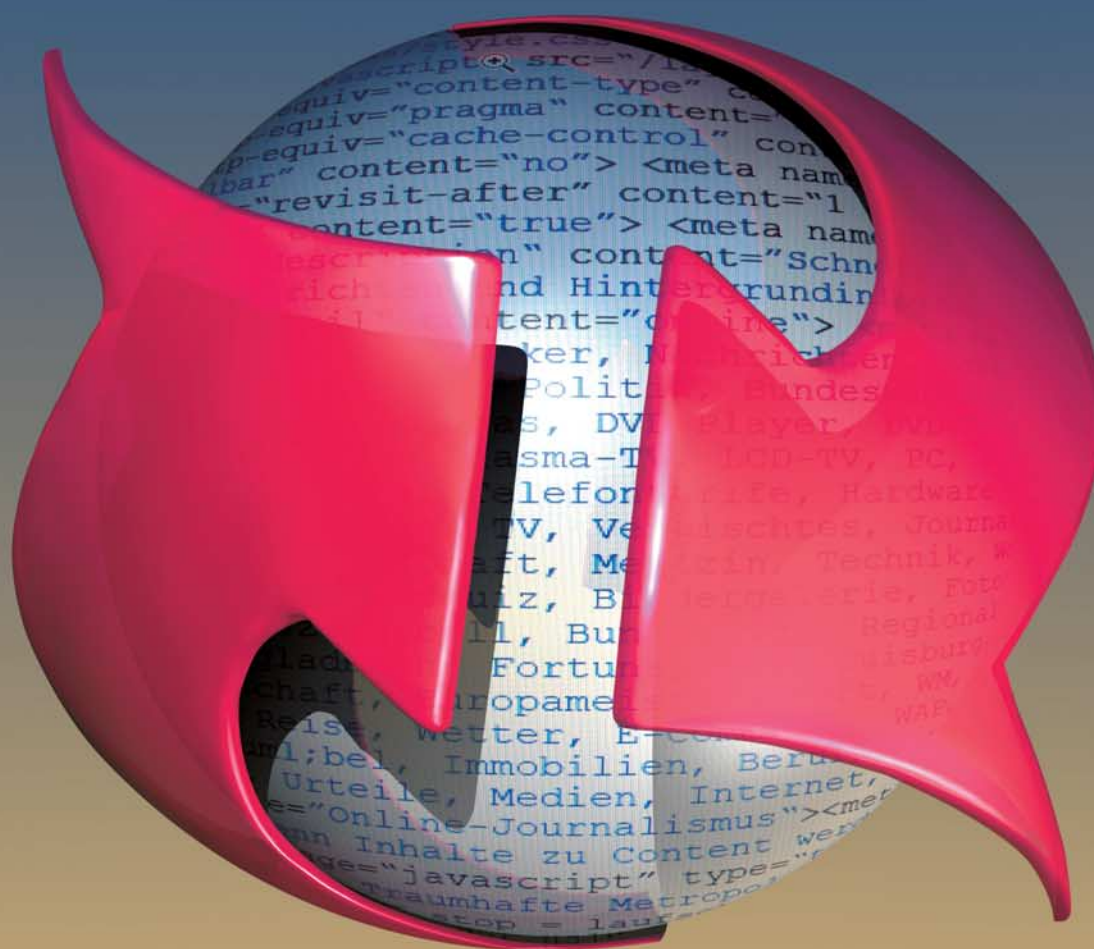


M MENSCHEN MACHEN MEDIEN

Medienpolitische ver.di-Zeitschrift Nr. 4 / 2006 Jahrgang 55



Journalismus online

Wenn Inhalte zu
„Content“ werden

inhalt

titelthema journalismus online

- 8 **Wenn Inhalte zu „Content“ werden**
Von Henry Steinhau
- 11 **Mehr Zeit vor dem Computer**
Gezieltes Surfen nach Nachrichten und Websites von Zeitungen
- 12 **Kleiner Schritt zum Online-Kauf**
Eine Erlösmethode: Bündelung von digitalen und gedruckten Gütern

porträt

- 6 **Ungeduldiger Optimist**
Joachim E. Röttgers ist freier Fotograf in Stuttgart

kolumne

- 7 **Einzelnen oder vernetzt?**
Von der Erkenntnis um die Wichtigkeit einer journalistischen Ethikdebatte

karikatur

- 13 **Magenbitter zur Politikverdauung**
Karikaturenstreit rückte Pressezeichner stärker ins Rampenlicht
- 15 **Auf Sparflamme**
Auch in Deutschland gibt es nicht abbildbare Tabus



Die Reichweite der gedruckten Tageszeitungen sank von rund 86 % (1995) auf 77 % (2005). Was bietet der Online-Journalismus?

journalismus

- 16 **Kein Öl ins Feuer gießen**
Der Islamismus – eine journalistische Herausforderung
- 17 **Modellangebote**
Neues Institut für Medien- und Kommunikationspolitik in Berlin
- 17 **Schon entdeckt?**
Die Linkszeitung
- 18 **Thema ohne Glamour-Faktor**
Warum ist Antidiskriminierung für viele Medien so uninteressant?
- 19 **FIFA im Abseits**
Massive Einschränkungen bei der aktuellen Bildberichterstattung

print

- 20 **Profitmaximierung im Visier**
Widerstand – Betriebsrat des Berliner Verlages setzt auf Solidarität
- 21 **Pressekodex ergänzt**
Presserat konkretisiert Regeln für Börsenberichterstattung
- 22 **Wenn die Lichter ausgehen**
Zerstückelung eines Traditionsverlages in Dortmund
- 22 **Pressefotos in Tageszeitungen**
Eine Stichprobe für die Diskussion um das journalistische Bild
- 23 **Journalisten heimlich überwacht**
Polizei sammelte Verbindungsdaten der Wolfsburger Allgemeinen
- 24 **Redaktionsdurchsuchung verfassungsrechtlich prüfen**

- 24 **Tabu beleuchtet**
EU-Journalistenpreis „Für Vielfalt. Gegen Diskriminierung“
- 24 **Buchrezension: Mattscheibe – das Ende der Fernsehkultur**
- 25 **Streit um Streikgeld**
WAZ verliert auch in zweiter Instanz

rundfunk

- 25 **2,5 Prozent mehr**
Tarifergänzung für Privaten Rundfunk
- 25 **ZDF nach Karlsruhe**
Rechtsklarheit für öffentlich-rechtlichen Rundfunk
- 26 **Aderlass beim NDR**
Freie langjährige Fernsehjournalisten werden ausgetauscht
- 27 **Selbstständige sollen PC-Gebühren bezahlen**
Ungleichbehandlung gegenüber großen Unternehmen

film

- 27 **Filmrezension: Eine andere Liga**
- 28 **Zuviel leichter Alltagsschmaus**
Mehr Qualität vom öffentlich-rechtlichen Fernsehen gefordert
- 28 **Symposium Fotofilme**
- 29 **Unter Wert bezahlt**
TV-Autoren wehren sich gegen „Knebelverträge“ mit Produzenten

Noch ein Stückchen?

Von Ulla Lessmann | Ich möchte zwei Vorurteile ausräumen. Erstens: Der Bürger findet Journalisten/innen lästig und traut ihnen nicht. Zweitens: Der Bürger weiß nicht, wie Freie leben. Stimmt beides nicht: Der Bürger freut sich über Journalisten/-innen und er weiß von ihrer prekären freien Existenz. Ich muß ständig fremden Menschen ins Haus fallen, weil ich für den Hörfunk „Betroffene“ brauche. Das geht von der Inkontinenzselbsthilfe über ehemalige Widerstandskämpfer, Existenzgründerinnen bis zu besonders aktiven Alten ... Irgendwie kommt man an die Leute ran, verabredet sich, „dauert höchstens ein halbes Stündchen“. Nur selten bin ich über gemeinsame Bekannte empfohlen. Und trotzdem: Nie, ich schwöre, wollte Jemand einen Ausweis sehen, niemals wurde beim WDR gefragt, ob ich die bin, die ich zu sein vorgebe. Im Gegenteil: Sie laden mich freundlichst in ihre Wohnzimmer und immer, ich schwöre, gibt es Wasser oder

glossiert &

Kaffee oder Tee oder Plätzchen oder Kuchen. Erst gestern quälte ich mich mit einer Sahnetorte herum, es wurde für mich schon extra gebacken! Ich sehe nicht verhungert aus, aber die Menschen scheinen zu wissen, wie sehr wir Freien darben und darauf angewiesen sind, von unseren Interviewpartnern durchgefüttert zu werden.

Nicht nur das: Sie sind entsetzt, wenn ich dreimal umgestiegen bin („Ich hätte sie vom Bahnhof abgeholt!“) oder bewundern, dass man an den kleinen MD-Playern Knöpfe erkennen kann. Gut, ich habe viel mit Älteren zu tun, die noch wissen, was sich gehört. Junge aber sind genauso: Ein anonymes Alkoholikervon etwa 25 Jahren bot Krapfen an, bevor er von seiner Sucht erzählte.

Das Drama ist: Ich hasse Kuchen. Ich finde, ich kann mir erlauben, ab sofort zu sagen: „Wenn Sie übrigens etwas anbieten möchten, wäre mir ein Vollkornbrot mit Leberwurst sehr lieb.“

editorial

internationales

- 30 **Knebel angelegt**
Medien in Weißrussland zunehmend unterdrückt
- 31 **Affront der Verleger**
- 31 **Aufklärung gefordert**
- 31 **Aktion für Elham Afroutan, Iran**
- 32 **Illegale Enteignung**
Rechtsstreit um chilenische Tageszeitung kurz vor Entscheidung

rubriken

- 5 **Intern: Aktionen und Veranstaltungen**
- 33 **Service / Seminare**
- 34 **Impressum**
- 36 **Leute / Preise**

Freiheit, Kritik, Balance

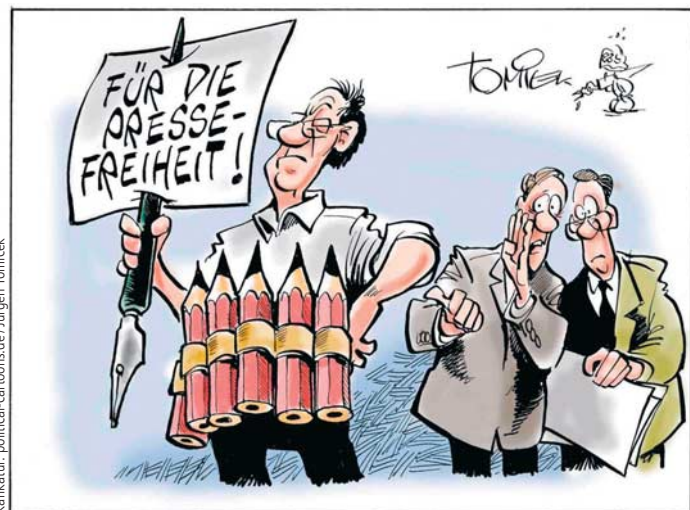
Der Computer ist kaum noch wegdenken aus dem Arbeitsleben: nicht nur dem journalistischen, sondern auch aus dem Alltag vieler Menschen. Zunehmend mehr – und nicht ausschließlich junge – Leute, suchen im Netz „gelegentlich Nachrichten des Weltgeschehens“ (60 Prozent) und regionale oder lokale News (50 Prozent), so jüngste Forschungsergebnisse. Informationsmedien kommen nicht mehr umhin, eine eigene Website zu betreiben. Aber wie gelingt es Medienhäusern, das Medium Internet zum Erhalt der eigenen Marke zu nutzen und gleichzeitig mit all seinen technischen Möglichkeiten als neue

Erlösquelle der multimedialen Zukunft auszubauen? Wenn Inhalte zu „Content“ werden, bedarf es zudem qualifizierter Journalisten, die als „Navigatoren“ oder gar „Animatoren“ wirken. (Titel S. 8 bis 12) Die Karikatur als redaktionelle Form der Meinungsäußerung ist in den letzten Wochen aufgrund der dänischen Zeichnungen über den Propheten Mohammed in die Schlagzeilen geraten. Ein Interesse, wie es lange nicht für dieses beißende und offenbar sehr wirksame Printformat und auch nicht für ihre Macher gab. Auf der einen Seite „Bannerträger der Pressefreiheit“, auf der anderen Synonym des Bösen schlechthin“ (Rainer Hachfeld). Hastige Bewertungen trugen mitunter den Beigeschmack der „Alleswisser“, Schweigen (von Seiten der dju etwa, S. 4) verwirrte oder enttäuschte.

Aber: „Was darf die Satire?“ Kurt Tucholsky darauf: „Alles.“ Übertreibt die Satire? „Die Satire muss übertreiben und ist ihrem tiefsten Wesen nach ungerecht. Sie bläst die Wahrheit auf, damit sie deutlicher wird, und sie kann gar nicht anders arbeiten als nach dem Bibelwort: Es leiden die Gerechten mit den Ungerechten“, so der Feuilletonist. Und weil das so ist, rüttelt eine gelungene Karikatur auf, soll sie entflammen: Den Meinungsstreit! Nicht Häuser! Sich damit ver-

bal auseinander zu setzen, gehört zu den Grundsätzen demokratischer Gesellschaften. Wer jedoch derlei Meinungsäußerungen instrumentalisiert, für fundamentalistische Machtspiele oder auch um die Pressefreiheit einzuschränken, zeigt, welcher weiten Weg zur zivilisierten Gesellschaft er noch vor sich hat. So geschehen im Jemen, wo Zeitungen geschlossen wurden, Redakteure „wegen Beleidigung des Religionsstiftes“ im Gefängnis sitzen und einige Imame sogar die Todesstrafe für die Chefredakteure verbotener Zeitungen fordern! Aber auch in Deutschland stand die Karikatur, besonders die „politische“ schon mehrfach vor Gericht – zu Zeiten von Franz-Josef Strauß etwa. (S. 15) Religionskritik ist hierzulande nicht immer erwünscht. Und bis heute gehen zum Beispiel Staatsanwälte mit fadenscheinigen Begründungen gegen antifaschistische Zeichnungen vor, in denen das Hakenkreuz in den Papierkorb wandert oder anderweitig klar erkennbar zerstört wird. Niemand, kein Staat, hat offenbar das Monopol auf die „wahre“ Demokratie. Jeder sollte seine Balance zwischen verschiedenen Grundrechten wie Presse- und Meinungsfreiheit, Schutz der Persönlichkeit und Religionsfreiheit suchen und finden.

Karin Wenk, verantwortliche Redakteurin



karikatur: political-cartoons.de / Jürgen Tomček

„ EIN SELBSTMOORD-KARIKATURIST!“

aufgespießt

Von Karin Wenk | Mit Jahresbeginn erhielt ein Fotograf (offenbar nicht als einziger) den folgenden Brief von der RheinMainMedia: „Sehr geehrter ... wie Sie sicherlich in letzter Zeit aus den Fachmedien erfahren haben, sind die Honorare für Pressefotos in Bewegung geraten. Nicht nur ein Überangebot an Fotojournalisten beeinflusst die Preise nach unten, sondern auch, dass die digitale Revolution den Aufwand für das Fotografieren, beispielsweise durch das Wegfallen von Laborarbeiten, etc. wesentlich günstiger gemacht hat. Und so haben die Presseagenturen diese Preisreduzierung an uns weitergegeben. Für die Fotos der dpa zahlen wir z. B. 22 Euro. Um sämtliche Honorare hier im Hause anzugleichen, werden wir ab dem 1. Januar 2006 für jedes veröffentlichte Foto 28 Euro (statt bisher 31 Euro) bezahlen. Das Zeilenhonorar von 41 Euro-Cent pro Zeile bleibt gleich. Mit freundlichen Grüßen Rainer Domke“
Ich weiß ja nicht, welche Fachmedien Herr Domke liest. Ich

Fotos jetzt billiger?

lese einige und darin immer nur von der Bewegung der Honorare nach unten! Aber offenbar will sich RheinMainMedia diesem modernen Trend nicht verschließen. Ganz gleich, ob die wegfallenden Laborarbeiten kostenträchtigen Digitalkameras, Computern mit entsprechender Software, digitalen Übertragungswegen ... gewichen sind. Ganz gleich, ob etwa auch Fotografen steigenden Lebenshaltungskosten unterworfen sind, somit von den Honoraren und den insgesamt schwindenden Fotoaufträgen überhaupt noch leben können. All das ist RheinMainMedia offensichtlich nicht bekannt, obwohl sie ihren Sitz doch mitten in Frankfurt am Main und nicht auf einem anderen Planeten haben. Immerhin erstellt die Zeitungsanzeigengesellschaft gemeinsame Anzeigenbeilagen für die Frankfurter Neue Presse und die Rhein-Main-Zeitung der FAZ. Fotografen können sich jedenfalls nach dieser fadenscheinigen Begründung für die Senkung der ohnehin nicht üppigen Honorare nur verhöhnt fühlen.

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

Ein Haken bei der Sache

Kolumne: „Reform statt Springer“ in M 02/03.2006

Günter Herkel verteilt Lob und Tadel an verschiedene Organisationen, die eine Rolle im Ringen um den versuchten Einstieg Springers bei ProSieben spielten. Lob bekommt u. a. auch Haim Saban dafür, dass er die angeschlagene ProSieben-Gruppe „aus dem Schlamassel“ gezogen hat. Daraus schließt Herkel, es gebe also keinen Grund, vor Heuschrecken zu warnen – schließlich gebe es auch unter den deutschen Medienkönigen Plattmacher und

Renditejäger. So möchte uns Herkel die Globalisierung schmackhaft machen. Allein es gibt einen Haken bei der Sache, der nichts mit „völkisch“ zu tun hat: Die von Herkel und von verdi aufgestellte Forderung nach „klaren und überprüfbaren Regeln“ („Kriterien und Verfahren müssen transparenter gemacht werden – auf Länder- wie auf Bundesebene“) sind nun einmal leichter im Rahmen des nationalen Rechts durchzusetzen, als im EU- oder globalen Rahmen. Länder- und Bundesebene sind transparenter und zugänglicher, als die globale Ebene, auf der die Heuschrecken agieren. Standorttreue ist ihnen unbekannt, während Bertelsmann sich nicht so schnell aus Gütersloh verabschieden wird – das musste schon Herr Middelhoff erfahren. Die Forderung nach Transparenz wird man nun einmal bei den Heuschrecken gar nicht oder sehr viel schwerer durchsetzen können, da hat die nationale Ebene eben einen Vorteil, den man nicht unterschätzen sollte: Man kennt die Spieler und die Regeln, man weiß, wohin die Steuern und die Gewinne fließen (sollen), auch wenn es an der Durchsetzung oft hapert, weil die Macht zwischen Politik und Kapital auch im nationalen Rahmen asymmetrisch

verteilt ist. Die Asymmetrie nimmt aber nicht ab, wenn man „Heuschrecken“ statt heimischer Schrecken bevorzugt, das übersieht Herkel. Es macht doch keinen Sinn, die eh schon schwachen politischen Lenkungspotentiale aufzugeben, nur um sich von irgendeinem Wahlkämpfer in Hessen abgrenzen zu wollen oder irgendjemand an der Londoner Börse political correctness beweisen zu wollen.

*Dr. Reinhard Blomert,
per Mail ■*

Echt schräg

**M 02/03.2006
ohne Karikaturenstreit**

Nachdem der „Deutsche Journalistenverband“ in Sachen „Karikaturenstreit“ Anfang Februar mit zwei unterschiedlichen Stellungnahmen in Vorlage getreten war (Zörner für Selbstzensur mit Verweis auf den Pressekodex, Konken nicht gegen den Nachdruck der Karikaturen in deutschen Zeitungen), gab es bei mir so etwas wie gespannte Erwartung in Hinblick auf die Positionierung der „Deutschen Journalisten Union“. In Vorfreude auf mehr oder minder spannende Beiträge zum Thema in der M, der medienpolitischen Zeitschrift von ver.di, meiner Gewerkschaft, machte ich mich an die Lektüre der Ausgabe 2/3.2006. Das Ergebnis war mehr als ernüchternd. Nicht ein Wort zum „Karikaturenstreit“. Schnell kommt einem da das Wort „Skandal“ in den Sinn, doch was wird heute alles als Skandal gehandelt. Nein, ein Skandal wäre gewesen, wenn die M im Gebrauch der Selbigen, vom Missbrauch der Meinungsfreiheit im Zusammenhang mit den inkriminierten Karikaturen geschrieben hätte, so aber hat sie völlig darauf verzichtet zu einem für Medienmacher essenziellen Thema auch nur Stellung zu nehmen.

Sie hat sich damit als gewerkschaftlicher Zusammenschluss von Journalisten an einem Punkt zurückgenommen,

wo es um nichts weniger als die Grundlage unserer Arbeit ging und geht. Zwar sind unsere zeichnenden Kollegen von Jylands Posten und Tagespiegel erst nach Redaktionsschluss der M untergetaucht. Sie zogen es vor, im Lichte brennender dänischer Fahnen und den, ihren verletzten religiösen Gefühlen freien Lauf lassenden islamischen Gläubigen, der Vernunft der Feigheit zu folgen, um sich und ihr Leben zu schützen.

Bereits vor dem besagten Redaktionsschluss gab es die Bilder brennender dänischer Fahnen, Boykottaufrufe und Todesdrohungen. Die dänische Regierung sah sich jedenfalls Ende Januar gezwungen, ihre Bürger in Palästina zur sofortigen Ausreise aufzufordern. Wenn man gewollt hätte, wäre bis zum gesetzten Redaktionsschluss oder durch seine Verlegung Zeit gewesen zu reagieren. Dass dies nicht geschah, ist Ausdruck einer tiefen Krise.

Wenn auf Anschläge auf das freie Wort, die Freiheit der Rede und der Abbildung, mit Schweigen von denen geantwortet wird, die vorgeben die Interessensvertretung der Medienmacher zu sein, so offenbart dies das Fehlen von notwendigen Reflexen einerseits und einem Mangel an Anhänglichkeit gegenüber den Werten der Aufklärung.

*Aram Ockert,
Hamburg, per Mail ■*

Buch lieferbar

**„Corporate Publishing“
in M 02/03.2006**

Bei dem Beitrag über CP empfehlen Sie in Ihrem Magazin u. a. das von mir veröffentlichte Buch „Erfolgsfaktor Kundenzeitschrift“ – leider mit dem Hinweis, es sei zurzeit nicht lieferbar. Dies stimmt nicht. Der Vertrieb wurde von dem Verlag VSP Business Media in Dortmund übernommen, dort ist das Buch erhältlich. Bestellungen sind außerdem über amazon.de möglich.

*Heike Steinmetz,
per Mail ■*

► Aktionsbündnis für Urheberrechte

Das Aktionsbündnis von Urhebern und Verlegern zur Kopiervergütung hat sich mit einem Brief und der Bitte um ein Gespräch an Bundeskanzlerin Angela Merkel gewandt, um gegen den Referentenentwurf für ein novelliertes Urheberrecht zu protestieren.

In dem Schreiben kritisiert das aus 15 Organisationen, darunter ver.di, bestehende Bündnis, dass die Regelungen des neuen Referentenentwurfs zu Lasten der Urheber und ihrer Verleger nochmals verschlechtert wurden. Die vorgesehenen Vergütungen für private Kopien seien nicht angemessen. So soll künftig bei der Urheberrechtsvergütung ausschließlich der Gerätepreis mit einer maximalen Obergrenze von fünf Prozent des Verkaufspreises maßgeblich sein.

Die Verbrauchsmaterialien, häufig teurer als die entsprechenden Geräte, sollen nicht der Vergütungspflicht unterliegen.

Es werden keine Aussagen getroffen zur längst überfälligen Erhöhung der Vergütungen, die seit 1985 unverändert sind. Die gewerbliche Wirtschaft und die Behörden werden nicht in die Betreibervergütung mit einbezogen. Das jedoch ist aus Sicht des Aktionsbündnisses wegen der gewaltigen Zahlen urheberrechtsrelevanter Kopien in diesen Bereichen verfassungsrechtlich geboten. (M 2/3.2006)

Aktionen und Veranstaltungen

Newsletter für Selbständige |

Für seine über 30.000 selbständigen Mitglieder hat ver.di einen eigenen Newsletter ins Leben gerufen. Damit wird auf das Bedürfnis vieler Mitglieder reagiert, mehr darüber wissen zu wollen, was sich in ihrer Gewerkschaft speziell für Selbständige tut. Informiert wird alle zwei Monate darüber, was es bei ver.di Neues gibt, wo sich Mitglieder einklinken können, wo Vernetzung und Mitarbeit gefragt ist. Der Newsletter wird von der ehrenamtlich besetzten Bundeskommission Selbstständige erstellt, wer ihn bestellen will, Anmerkungen oder Anregungen hat, sendet einfach eine entsprechende Mail an selbststaendige@verdi.de

Wer vor dem Abo einmal schauen will, welche Meldungen zu erwarten sind, findet bei mediafon einmalig die erste Ausgabe des Newsletters als PDF-Datei. Bitte beachten: Das Newsletter-Abo gibt es exklusiv für ver.di-Mitglieder! Bitte gebt – wenn bekannt – die ver.di-Mitgliedsnummer bei der Bestellung an.

Internetseite für Journalisten |

Die ver.di-Pressestelle startete am 8. März 2006 eine neue Internetseite mit Informationen für Journalisten rund um die Tarifaufeinanderersetzung und die Streiks im öffentlichen Dienst. Auf der Seite sind Informationen, Daten, Fakten und Hintergründe schnell abrufbar. Ein RSS-Feed, das kurz darauf an den Start geht und über die Internetseite abonniert werden kann, informiert über aktuelle Meldungen zu Streikmaßnahmen in den jeweiligen ver.di-Landesbezirken. Die neuen Infos sind über www.presse.verdi.de abrufbar.

Girls Day | Zum Girls Day am 27. April 2006 bietet ver.di wir eine Hotline an. Kolleginnen aus den Bereichen Frauen- und

Gleichstellungspolitik und Jugend stehen Mädchen und junge Frauen Rede und Antwort zu Fragen rund um den Berufseinstieg, zum Thema Balance und zum Thema Ausbildung. http://frauen.verdi.de/girls_day_2006

Seminar für Journalisten |

Unter dem Titel „Nachgefragt bei den Gewerkschaften“ organisiert ver.di zusammen mit der ZFP von ARD/ZDF vom 10. bis 12. April ein Seminar für Journalisten in Berlin. Anmeldung und Programm: www.zfp.de unter Seminarangebote.

FAIR KAUFEN – Gestaltungswettbewerb |

Im Rahmen der Kampagne für bessere Arbeitsbedingungen und Betriebsräte bei Lidl und anderen Billig-Ketten ruft ver.di zu einem Gestaltungs- und Aktionswettbewerb rund um die Einkaufsstüte auf. Gesucht werden Ideen, die die Diskussion über nachhaltige und menschenwürdige Produktion von Konsumgütern und verantwortungsbewusstes Konsumverhalten anregen.



Bild: Gestaltung: W. Hölzel/luw72

Der Wettbewerb richtet sich an alle ver.di-Mitglieder, an Gruppen und Gremien wie Betriebsräte, ist aber auch für Nicht-Mitglieder offen. Eingeladen sind auch Profis im Bereich Gestaltung und Studierende aus den Bereichen Medien und Kommunikation.

Mit insgesamt 5000 Euro werden die besten und originellsten Motive und Aktionsvorschläge prämiert.

Wettbewerbsbedingungen unter: www.fair-kaufen.info. Einsendeschluss: 29. April 2006.



Foto: Martin Storz

Ungeduldiger Optimist

Joachim E. Röttgers ist freier Fotograf in Stuttgart

Von Ellen Köhrer | Er sieht sich als Straßenknipser, fotografiert Menschen im Alltag und bei der Arbeit. Oder beim Streik – so wie dieser Tage, als er nachts um halb eins die Streikenden der Nachtschicht bei Daimler-Chrysler im Werk Sindelfingen bei Stuttgart aufnahm. Joachim „Joe“ E. Röttgers, 51, will als Freier Fotograf nichts beschönigen und nichts dramatisieren: Nur die Wirklichkeit zeigen wie sie ist. „Menschen bei der Arbeit“ heißt die aktuelle Ausstellung von Röttgers, die in Schwäbisch Gmünd gezeigt wird. Auf den Bildern sieht man Menschen mit Behinderungen bei ihren alltäglichen Beschäftigungen in den Vinzenz von Paul-Werkstätten der Stiftung Haus Lindenhof.

Seit 28 Jahren engagiert sich Röttgers für die Gewerkschaft, war früher im Landesvorstand, denn „Es war mir ein Bedürfnis was zu tun.“ Und die politische Richtung stimmte für ihn. Heute ist er im Ortsvorstand Stuttgart aktiv.

■ Unfreiwillig selbständig

Angefangen hat der Schwabe Röttgers mit der Ausbildung zum Fotografen beim Berliner Lette-Verein. Mit 18 Jahren ging er nach Berlin. Es war das Jahr 1969 während der Studentenunruhen – „eine spannende Zeit“, sagt Röttgers, die ihn stark geprägt hat.

Die Eltern waren erst nicht besonders glücklich über die Berufswahl ihres Soh-

nes. Doch als er später in Hamburg seine Meisterprüfung absolvierte, war das vergessen. Acht Jahre arbeitete Röttgers nach der Ausbildung als Festangestellter bei einem Sindelfinger Pressefotografen. Nach bestandener Meisterprüfung machte er sich selbständig, unfreiwillig, wie er sagt, „denn ich musste halt.“ Da waren plötzlich ganz andere Eigenschaften gefragt. „Als Selbständiger muss man aufsässig sein, will man sich durchsetzen,“ nennt er das. Röttgers konnte das.

Wenn man wie Röttgers Wert auf Qualität bei Fotos legt, ist das nicht einfach in Zeiten, wo Outsourcing von Fotoaufträgen in vielen Redaktionen alltäglich geworden ist und Controller mit dem Rotstift Zeitschriften aus der Presselandschaft streichen. „Heute muss ich wesentlich mehr arbeiten fürs gleiche Geld“, sagt er, „zu wesentlich schlechteren Konditionen.“

■ Insel der Glücksseeligen

Mit seinem Kollegen Martin Storz hat er in einem Hinterhaus im Stuttgarter Westen die Bürogemeinschaft Graffiti gegründet, später kam der Journalist Hans-Ulrich Grimm dazu. Die beiden Fotografen haben einen breiten Kundenstamm, fotografieren für Zeitungen und Zeitschriften, aber auch für gewerbliche Kunden.

„Stuttgart ist eine Insel der Glückseligen“ sagte der Fotograf Uli Kaufmann einmal. Und auch Röttgers ist davon überzeugt, dass das Klima für Fotografen hier noch besser sei als anderswo. „Die Stuttgarter Zeitungen zahlen Tarif, die Großindustrie braucht Fotos, und Werbeagenturen gibt es in der Schwabenmetropole auch eine ganze Menge.“

Qualität wird sich auf lange Sicht durchsetzen, davon ist Röttgers überzeugt. Er kann und will sich einfach nicht vorstellen, „dass auf Dauer alle die gleichen Agentur- und Pressefotos sehen wollen.“ Was Röttgers an seinem Job besonders gefällt: „Die Kunden sind direkt: Man bekommt immer gleich gesagt, wenn einem die abgelieferte Arbeit nicht gefallen hat. Ganz nach dem Schwabemotto „Net gschompfa isch gnug globt“ (Nicht geschimpft ist genug gelobt.) Doch Röttgers

freut sich auch über Lob, was zum Glück häufiger vorkommt.

„Ich bin ein sehr sehr ungeduldiger Mensch“, sagt er. Deshalb war er auch von der Digitalfotografie gleich begeistert. „Man sieht sofort, was man gemacht hat.“ Früher habe er tage- und nächtelang im Labor gestanden, oder die Fotos weggegeben zum Entwickeln. Heute sitzt er auf seinem Kniestuhl am Computer, was zudem den Vorteil hat, dass er jeden Arbeitsschritt selber macht und seine eigenen Geschichten von vorne bis hinten kennt.

Die große Konkurrenz unter den Fotografen und die knappe Auftragslage haben Röttgers erfinderisch gemacht. „Als vorletzten Sommer nichts los war, hab ich mich auf meine alten Tage noch auf ein Stipendium für Dokumentarfotografie bei der VG Bildkunst beworben“, sagt Röttgers. Zwei Monate war er bei den Bergstämmen im Norden Thailands und in Vietnam unterwegs und fotografierte, wie ehemalige Opiumbauern jetzt Gemüse anbauen – für ein Forschungsprojekt der Universitäten Stuttgart-Hohenheim mit Partnern in Thailand und Vietnam.

■ Geben und Nehmen

Weihnachten flog Röttgers dann in den Süden Thailands, nach Khao Lak. Am 26. Dezember war er mit der Kamera am Strand. Dann kam der Tsunami – und die Welle spülte ihn mit. „Ich hab ein Schweineglück gehabt“, sagt er heute, er kam mit ein paar Schnittwunden davon. Dass er noch am Leben ist, führt er auf seine gute Kondition zurück, denn Röttgers ist „ein heftiger Radfahrer.“

Zwei Monate war er danach krankgeschrieben, ein Desaster für einen freien Fotografen. Kollegen haben ihn unterstützt, auch finanziell. Einer hat ihm zur Überbrückung sein Bildhonorar zur Verfügung gestellt. Kamera und Laptop bekam er von der Berufsgenossenschaft ersetzt. Das hat ihm geholfen, die schwere Zeit zu überbrücken. Röttgers ist davon überzeugt, dass sich sein jahreslanges ehrenamtliches Engagement in dieser Zeit ausgezahlt hat, denn „Wenn du nichts gibst, dann kriegst du auch nix.“ ■

Einzel oder vernetzt?

Von der Erkenntnis um die Wichtigkeit einer journalistischen Ethikdebatte

Von Karin Wenk | Ein „Medienkodex“ geistert dieser Tage durch die Branche. Es scheint, als hätten alle sehnsüchtig auf diese Neuheit in der journalistischen Ethikdebatte gewartet, denn: Die zehn Regeln vom Netzwerk Recherche werden auf einschlägigen Medien-Seiten abgedruckt – ohne Kommentar; die Macher werden interviewt – zumeist nicht sehr tiefgründig-recherchierend. Nur vereinzelt regt sich Kritik, die sich vor allem gegen die Arroganz der Netzwerker richtet. Realitätsverlust wird vermutet, da die neuen „Kodexierer“ Regeln aufgestellt haben, die alltagsfern und in ihrer Reinheit kaum durchsetzbar sind.

Die lancierte Initiative hat nicht nur den faden Beigeschmack des Sich-selbst-zur-Schau-stellens, sondern auch der Ignoranz gegenüber der Masse der BerufskollegInnen, den Journalistengewerkschaften und Selbstkontrollgremien der Branche. Die beschäftigten sich nämlich schon seit Jahrzehnten mit ethischen Standards! So ist die Aussage in der Präambel des Medienkodex, dass es für Journalisten eines Leitbildes bedarf weder neu noch originell. Das hat sich die dju – und nicht nur sie – bereits seit ihrer Gründung auf ihre Fahnen geschrieben und in unzähligen Debatten bei Fach- und Gewerkschaftstagen und Aktionen umgesetzt versucht. (<http://dju.verdi.de>)

Wie ein roter Faden zieht sich dieses Thema in all seinen Facetten – Kampf um Redaktionsstatute, Abschaffung des Tendenzschutzparagraphen, Zensurfälle ... – auch durch die Berichterstattung in M einschließlich ihrer Vorläufer Publizistik und Kunst sowie Feder. Wer sich Zeit für Recherche nimmt, findet entsprechende Belege. So hat die dju auf ihrem Bundeskongress 2003 die „Charta zur Sicherung von Qualität im Journalismus“ beschlossen. Neben den Grundsätzen des Deutschen Presserates finden sich hier vor allem Forderungen nach gehaltvoller Aus- und Weiterbildung, nach guten Arbeitsbedingungen und sozialer Sicherheit, nach Zeit für Recherche und nach redaktioneller Unabhängigkeit, der Trennung von journalistischer Information und Werbung – und das bezogen auf alle Medien.

Nun kommen die Netzwerker und sagen: „Journalisten machen keine PR“. Ein Satz, den engagierte KollegInnen im Tiefsten ihres Innern sicher gut heißen! Aber die Realität ist eine andere: Selbst ge-

standene Journalisten machen nicht nur Journalismus, sondern auch PR, um ihren Lebensunterhalt zu verdienen. Nur: Sie trennen sauber, oder versuchen es zumindest! Da provozieren die apodiktisch formulierten zehn Netzwerk-Regeln eher genau so überzogene Gegen-Thesen wie die des Magazins V.i.S.d.P.: „Journalisten machen pausenlos PR“.

Fakt ist: der Druck der werbenden Wirtschaft und von Profitmaximierern auf Redaktionen wächst, in Zeitungs-Monopolkreisen oder bei den Öffentlich-Rechtlichen gibt's sogar steigenden Politik-Druck – von ambitionierten Tendenzverlegern mal ganz abgesehen. Eine oft unterschätzte Gefahr ist auch die emotionale Nähe von Fachjournalisten zu Entscheidern in ihrer Branche: Einerseits sind zuverlässige Kontakte und Quellen notwendig, andererseits erwächst aus Einsichten und Achtung ein menschlich verständliches, aber trotzdem professionell zu unterdrückendes „emotionales Bestechungspotenzial“.

■ Die Mühen der Ebene

Das alles thematisiert Netzwerk Recherche in seinem Medienkodex ebenso wenig wie die Ursachen dafür, dass viele freie JournalistInnen allein von journalistischer Arbeit kaum überleben können, also den Abbau fester, ordentlich bezahlter Stellen und die massive Kürzung von Honorarets. Nach praktikablen Lösungsvorschlägen, wie dieser Negativ-Trend zu stoppen und umzukehren ist, sucht man ebenso vergeblich. Zumindest sind die vom Netzwerk Recherche konkret geforderten Redaktions- und Beschwerdeausschüsse sowie Ombudsstellen kaum einfach zu verwirklichen, wie das Ringen um Redaktionsstatute seit vielen Jahren zeigt. Außerdem gibt es schon eine Menge Selbstkontrollen in den jeweiligen Branchen, von der Presse über Fernsehen, Film und Multimedia bis zu Videospielen. Sich um deren Reform und Weiterentwicklung entsprechend der Kommunikationsveränderungen zu kümmern, ist mühselige Kleinarbeit, wie die Journalistenvertreter im Deutschen Presserat (www.presserat.de) bezeugen können. Dessen Öffentlichkeitsarbeit mag Mängel haben, seine Sanktionsgewalt begrenzt sein, aber in 50 Jahren hat er auch schon viel erreicht. Sein Pressekodex wird immer

wieder aktuellen Medienentwicklungen angepasst (Seite 21).

Deshalb stört beim Medienkodex, dass die offenbar die Mühen der Ebene scheuenden Netzwerk-Recherchisten was „Neues“ erfinden, statt auf Modernisierung von Bestehendem zu setzen und zwar zusammen mit denen, die das schon tun. Bisher kämpfen nämlich Journalistengewerkschaften oft allein auf weiter Flur. Verblüffend dabei: Gerade wenn es um die ureigensten Interessen geht, fehlt die entsprechende Berichterstattung der Journalisten. Wo liest, hört, sieht man etwas über die Demonstration italienischer Journalisten zu Beginn der Winterolympiade, über die Gründe für Journalistenstreiks in Deutschland oder über dju-Journalistentage?

Auch haben dju, DJV, Vertreter der Zeitungsverleger und von Bildungseinrichtungen gemeinsam die „Initiative Qualität“ ins Leben gerufen (www.initiative-qualitaet.de). Sie engagiert sich beispielsweise auf dem Feld der Zertifizierung von Bildungsangeboten – mit magerem Medienecho. Man stelle sich vor, nur ein Bruchteil der im Netzwerk Recherche und häufig gleichzeitig in dju oder DJV organisierten KollegInnen würde in ihren zum Teil renommierten Medien darüber berichten? Der 20. Journalistentag der dju am 25. November 2006 bietet dafür erneut eine Chance! Vielleicht gleichermaßen für eine Vernetzung derjenigen, die sich für die Verwirklichung eines Leitbildes für Journalisten einsetzen. ■



Foto: Christian von Polentz / transit

Wenn Inhalte zu „Content“ werden

Eine eigene Web-Seite zu betreiben ist für Informationsmedien heutzutage keine Frage mehr, sondern ein Muss. Wie jedoch der Online-Auftritt ausgestaltet wird, steht schon eher zur Debatte. Dabei geht es weniger um das journalistische Profil, als vielmehr die Individualisierung der Inhalte, die Einbeziehung der Leser und Bürger sowie die Interaktivität als vermeintlicher Schlüssel zur Akzeptanz. Und wo Inhalte zu „Content“ werden, braucht es „Navigatoren“ statt Journalisten, „Animateure“ statt Rechercheure.

Von Henry Steinhau

Das Dilemma stand schon in der Überschrift: „Führende Tageszeitung in NRW sucht für ihre Online-Redaktion Content-Journalisten.“ Ein sprachlicher Patzer, vermutlich, denn dass die Produktion von „Content“, also Inhalten, zur Profession, ja, sozusagen zur Bestimmung des Journalisten gehört, muss doch eigentlich nicht betont werden. Lesen wir weiter: „Ihre Aufgaben: Solide Umsetzung von Print-Inhalten; Erkennen von online-typischen Inhalten und Ausschöpfen ihrer Potenziale; Konzeption und Realisierung von Chats, Gewinnspielen, Votings, Fotogalerien“. Anders gesagt: Die klassischen journalistischen Fähigkeiten sind weniger gefragt als vielmehr das Transformieren und Arrangieren vorhandener Inhalte, das Animieren und Parlieren mit der Leserschaft. Dies aber mit konkreter Verantwortung und Ziel: Schließlich soll der Online-Auftritt, so die Ausschreibung, „kontinuierlich weiterentwickelt“ und sollen die Zugriffszahlen „signifikant gesteigert“ werden.

So zeigt sich in der Stellenanzeige der Umbruch, in dem sich die Informationsmedien befinden. Ein Umbruch, in dessen Verlauf sich die Leserschaft nach und nach vom Print-Produkt abwendet und

sich den reichhaltigen Informationsangeboten des Internet zuwendet. Sie dabei zu begleiten, sie mit dem eigenen Online-Auftritt weiter an die eigene Marke zu binden, ist für die Medienhäuser mehr und mehr zur Gretchenfrage geworden. Strategien für probate Erlösmodelle gibt es viele, praxisgestählte Erfolgsrezepte nur wenige (Seite 12).

Viel deutlicher offenbart die oben zitierte Stellenanzeige aber die Verunsicherung der Zeitungsverlage: Brauchen sie für ihre Online-Seiten nun noch „Journalisten“? Oder nicht vielmehr solche, die im Internet die Inhalte nicht erzeugen, sondern sie erkennen, umsetzen. Anders gesagt: Technisch gewiefte Allrounder, die mit Inhalten – wo auch immer sie herkommen – zu jonglieren verstehen; die auf der einen Seite mit den Lesern reden, spielen und abstimmen, und auf der anderen Seite damit auch Erlöse erzielen. Klingt ein bisschen nach Reiseleiter einer Verkaufsfahrt.

Ein neuer Begriff, also, aber keine neue Erkenntnis. „Journalismus könnte in interaktiven Medien mehr sein als einseitig belehrender ‚Frontaljournalismus‘“, stellte der Medienwissenschaftler Christoph Neuberger schon vor Jahren fest („Alles

Content oder was?“ in: „Innovationen im Journalismus“, Lit-Verlag, Münster, 2002). „Sie sollten ‚Navigatoren‘ sein, die den Nutzern helfen, sich im unübersichtlichen Informationsangebot zurechtzufinden und mit ihnen in den Dialog eintreten.“ Als Barrieren für diese Metamorphose des Journalisten(-Verständnisses) sah Neuberger sowohl Finanzierungsprobleme als auch einen Mangel an Kreativität beim Umgang mit dem neuen Medium sowie das Festhalten am traditionellen journalistischen Rollenverständnis.

Damit sollten er und seine Wissenschaftskollegen, die sich in den letzten Jahren verstärkt mit den spezifischen Bedingungen und Entwicklungen des Online-Journalismus beschäftigten, zunächst Recht behalten. Zu vorsichtig agierten die meisten Verlage, weil Ihnen – spätestens nach dem Dotcom-Crash Anfang des Jahrtausends – das Vertrauen ins Internet fehlte, es nicht nur als Auslage oder E-Kiosk, sondern als komplett neue und eigenständige Plattform zu sehen, in der Kommunikation und Transaktion mess- und abrechenbar stattfinden können.

„Regionalität betonen“, „auf journalistische Qualität setzen“ und „Internet-spezifische Stilmittel beherrsigen“, lauten unisono die Ratschläge von Leitmedien, Beratern und Wissenschaft. Doch was meint letzteres konkret? Bedingungslose Schnelligkeit, na klar, weitreichende Verknüpfungen der Informationen, auch bekannt. Doch genügt das? Längst nicht mehr, sagt die Wissenschaft und beschäftigt sich unter anderem mit Fragen nach der Individualisierung von Inhalten für einzelne Nutzer, nach der aktiven Einbeziehung von Lesern als Inhalte-Lieferanten („Partizipativer Journalismus“) und nach Art und Tiefe von „Interaktivität“ als vermeintlichen Schlüsselbegriff.

So geschehen bei einem mehrtägigen





Foto: David Aussehofer / JOKER

Symposium der „Deutschen Gesellschaft für Publizistik“ (DGPUK) Ende vergangenen Jahres in Berlin. Die dort vorgestellten (Zwischen-)Ergebnisse von Studien und Erhebungen einte die gemeinsame Ausgangsfrage, ob und wie der Online-Journalismus auch ökonomisch erfolgreich sein könnte. Und kam dabei zugleich immer wieder zu einer verblüffend ähnlich lautenden Grundfrage: Ob nämlich die Massenmedien in einem individualisierbaren, demokratisierten und dialogbetonten Internet aufhören, Medien für Massen zu sein, weil es kaum noch Gleichzeitigkeit und Gleichheit der Rezeption gibt.

■ Individualisierung von Inhalten

Die Individualisierung von Inhalten gehört bis heute zu den treibenden Ideen des Internet: Endlich könne sich der Rezipient seinen ganz persönlichen Interessen folgend seine „individuelle“ Zeitung zusammenstellen, um endlich nur noch das auf den Tisch, respektive Bildschirm zu bekommen, was ihn wirklich interessiert. Doch Medienökonomien einerseits und Kommunikationswissenschaftler andererseits bewerten die Individualisierung von Inhalten ganz unterschiedlich, stellte die Medienwissenschaftlerin Barbara Rauscher bei der DGPUK-Tagung fest: „Wirtschaftswissenschaftler stellen die Anpassung der Kundenbeziehung heraus, sehen die Individualisierung als Chance“, so Rauscher. Kommunikationswissenschaftler hingegen betonen die Risiken der „Fragmentarisierung“ von Inhalten. Denn mit jeder Individualisierung von Inhalten und Leserschaften würden die Massenmedien letztlich bestimmte Funktionen einbüßen, etwa die Orientierung, Sozialisation und Integration zu befördern. „Soziale Kosten“ müssten die Nutzer bezahlen, wenn ihnen der Gruppenbezug verloren ging, den

„echte“ Massenmedien böten. Hinzu kämen Verluste in der Privatsphäre durch den Gebrauch der Daten zur individualisierten Mediennutzung.

Da mag es beruhigen, dass die Wissenschaft konstatiert, eine Individualisierung der Medien sei zwar immer wieder gefordert, jedoch selten genutzt worden. Offenbar fällt dem Nutzers Entscheidung, für welchen Teil des Informationsbouquets einer Zeitung er sich interessiert, Tag für Tag auf's Neue und – in Abhängigkeiten von Überschriften, Bildern und anderen Attraktoren – immer wieder anders. Auf der anderen Seite ermöglichen es moderne Suchmaschinen, hochgetunte Nachrichten-„Agenten“ und kompakte Online-Pressespiegel heutzutage, den täglich variierenden Informationsappetit quasi sekundenschnell zu bedienen – und das sogar über eine Vielzahl unterschiedlicher Nachrichten-Sites. Ergo: Statt aus dem täglichen Informationskanon eines Mediums die eine oder andere Stimme herauszufiltern, mag es für den Leser nützlicher sein, wenn die Inhalte dieses Mediums hinreichend und klug indiziert, archiviert und untereinander verknüpft worden sind.

■ Partizipativer Journalismus

Auch der momentan viel diskutierte Begriff des „partizipativen Journalismus“ ist differenziert zu betrachten. Hier die Kommentierung und Ergänzung von Inhalten per Leserbrief, Forum, Internet-Chat oder öffentlichen „schwarzen Brettern“. Dort die komplette Integration von Beiträgen, Fotos oder auch Videos, die von Lesern und Nutzern angeliefert oder direkt ins mediale System eingespeist werden, ob neben oder unter vorhandenen Inhalten, als eigenständige Rubrik oder eigene Site. Letzteres in zehntausendfacher Art und Weise als Weblogs oder

auch in speziellen, verlegerischen Projekten, etwa „Opinio“ von der Rheinischen Post. Einige dieser Formen finden auch bei den Online-Informationsmedien Anwendung, beispielsweise die Leserbewertungen von Artikeln auf „heute.de“, die (redaktionell editierten) Diskussionsforen bei „Spiegel Online“ oder „kollaborative Einträge“ bei „Bildblog.de“, um nur wenige Beispiele zu nennen.

In ihrer Summe betrachtet, scheinen die Spielarten des partizipativen Journalismus positiv bewertbar: Die von Nutzern generierten Inhalte sind kostenlos, sie erhöhen Bindung der diesbezüglich aktiven Nutzer und helfen den Anbietern, im Sinne der Publikumsforschung, Bedürfnisse und Erwartungen ihrer Klienten zu erkennen. Gleichwohl bedeutet die Integration entsprechender Werkzeuge und Plattformen einen erhöhten Aufwand, weniger technisch als vielmehr manuell – sofern die Fremdinhalte gesichtet, gefiltert, geordnet, verknüpft oder gar editiert werden.

Die entscheidende Frage ist am Ende, ob sich die Investition in redaktionelle Strukturen für effizient integrierten Bürgerjournalismus lohnt. „Der Nutzen von ‚User generated Content‘ steigt mit der Anzahl verfügbarer Kommunikationspartner“, sagt Wolfgang Schweiger, Kommunikationswissenschaftler der Ludwig-Maximilians-Universität München. Für die Anbieter bestehe die Herausforderung darin, so Schweiger, bei steigenden Aktivnutzerzahlen die Kosten für die Content-Integration zu reduzieren, etwa durch Automatisierung oder die Durchsetzung von Nutzungsgebühren.

Doch wie so häufig im Internet, entwickelt die Realität eine ebenso ungeahnte wie ungeplante Dynamik. Es brauchte nur wenige Produkt-Generationen bei den Mobiltelefonen, um die professionellen News-Beschaffer aus den Redaktionen mit einem geradezu millionenköpfigen Heer an Amateuren zu konfrontieren, die dem Schürfen des Rohstoffs Information zu frönen latent bereit sind. Nach SMS und E-Mails, mit denen aus jedem Winkel der Welt News gefunkt werden, ermöglichen es Digitalkamera-Handys, ungefragt zum ad-hoc-Reporter zu werden. Eine Option, die beim Asien-Tsunami, den Terroranschlägen von London und anderen Welt-Ereignissen ebenso angenommen wird, wie mittlerweile im täglichen Leben.

Längst ist die Frage nicht mehr ob, sondern wie die Integration des „Bürgerjournalismus“ erfolgt, ein Begriff, der laut Medienberaterin Katja Riefler im deutschen noch etwas sperrig klingt und daher ein Schattendasein führt. In den USA in San Francisco, oder in der Provinz („Bayosphere“, San Francisco; Bluffton Today,



Bluffton), in Südkorea sogar landesweit (OhMyNews) entwickeln sich weltweit hoch interessante Plattformen, die den „Citizen Journalismus“ gar in den Mittelpunkt stellen – und funktionieren. Einzig dem viel beachteten „Opinio“-Projekt der Rheinischen Post scheint es auch in Deutschland zu gelingen, eine auch wirtschaftlich interessante Bresche für den „partizipativen Journalismus“ zu schlagen.

Natürlich geht es dabei nicht darum, den Journalismus zu ersetzen, das wissen Verleger wie Wissenschaftler. „Das Verhältnis zwischen professionellem Journalismus, partizipativem Journalismus und Nachrichten-Suchmaschinen ist weniger als Konkurrenz zu beschreiben, sondern eher als komplementäre Beziehung“, sagt Christoph Neuberger. Es müsse eine Balance zwischen offenen Beiträgen und Diskussionen der Leserschaft und den wohlfeil editierten Beiträgen der professionellen Journalisten geben, so auch Spiegel-/Online-Redakteur Markus Deggerich. So würden sich Leser und Redaktion immer ein bisschen gegenseitig erziehen.

■ Interaktivität – verbale Gasblase

Am Ende ist es also der möglichst unmittelbare Mensch-zu-Mensch-Dialog, nach dem zumindest aktive, nein, „interaktive“ Medienbenutzer suchen würden. „Interaktiv“ – da war doch was? Lange galt es als Zauberwort der Online-Kommunikation, mit dem Innovation definiert und die Eroberung neuer Märkte prognostiziert wurde. Doch damit scheint's vorbei. „Eine verbale Gasblase“, titulierte Medienwissenschaftler Oliver Quiring den Begriff Interaktivität. In einer auf knapp 40 Leitfadenterviews basierenden Studie stellte er fest, dass die Verbraucher ein ganzes Bündel von Assoziationen, Erklärungen und Vorstellungen zur Interaktivität parat haben, nur keine einheitlichen. Das interaktivste Gerät ist für die meisten

der Fernseher, während sie die „Interaktion“ mit anderen Personen besonders hoch einschätzen. Selbst technisch gut ausgestattete, soziodemografisch durchschnittliche Nutzer wüssten im Grunde wenig über ihre „interaktiven“ Geräte, interessierten sich nicht für die Technik. Das alles hieße nichts anderes, so Quiring, als dass die Nutzer den Begriff „Interaktivität“ primär auf soziale und individuelle Sachverhalte beziehen, kaum auf technisches Vermögen.

So unterscheidet Elke-Gretha Breuer vom Journalistik-Lehrstuhl der Universität Leipzig drei unterschiedliche Level der Interaktivität. Sie hat die Online-Seiten neun deutscher Tageszeitungen mit Hilfe einer Frequenzanalyse untersucht (und veröffentlicht diese Studie in Kürze als Buch). In den Bereich der „Selektivität“ fallen für sie die Auswahl in Menüs, das Ankreuzen von Optionen, die Konfiguration von Darstellungen. Darüber die „Integrativität“, etwa durch individuell reagierende Formulare oder die Berechnung von online eingegebenen Steuern, Renten, Ratenzahlungen oder ähnlichem. Auch Suchmaschinen-Ergebnisse oder die Individualisierung von Inhalten würde hierunter fallen. Die höchste Stufe stellt für Breuer die soziologische „Interaktivität“ dar, die einen direkten (textlichen) Mensch-zu-Mensch-Dialog erlaubt, die Interaktion. Doch genau diese Art umfassender Partizipationsvorstellungen müsse, so Breuer, als utopisch angesehen werden: eine Frage der Masse einerseits und der Ressourcen andererseits, sagt sie: „Online-journalistische Angebote von Tageszeitungen lösen das Versprechen der Interaktivität deswegen kaum ein.“ Gleichwohl stellte sie fest, dass immer dort, wo die Journalisten ihre Expertise als Profis des Vermitteln und Kommunizierens einbringen (können), der Zuspruch der Leserschaft wächst: „Die wenigen von Redakteuren intendierten Foren laufen

stets besser als die vielen offenen“. Na, bitte, die Richtung scheint also zu stimmen. „Das Internet in seiner jetzigen Form gibt doch noch den Utopisten der ersten Stunde recht“, beschreibt Prof. Dr. Lorenz Lorenz-Meyer von der Fachhochschule Darmstadt den Status Quo: „Merkmale wie Community, Partizipation und Personalisierung haben sich über die letzten zehn Jahre fruchtbar weiterentwickelt. Geschickt genutzt bedeuten die digitalen Medien nicht das Ende des „klassischen Journalismus“, sondern dessen weitere Entfaltung“.

„Die Aufgabe der Journalisten, Kritik und Kontrolle zu üben, verliert an Bedeutung. Wichtiger wird es, eine Rundum-Orientierung sowie Lebenshilfe und Nutzwert zu geben“. Sagt jedenfalls die Studie „Zukunft des Journalismus“, die am Lehrstuhl Journalistik der Universität Leipzig unter Leitung von Prof. Dr. Haller 2005 durchgeführt und mit den Antworten von über 5000 Journalisten gefüttert wurde. Klingt schon verdammt nach „Content-Journalist“, nicht wahr? Nur an der Berufsbezeichnung sollte noch etwas ge-feilt werden. Wie wär's mit „Content-Animateur“? ■

▶ Multimedial

Multimedial heißt der neuste Trend im Internet. Die Verschmelzung von Wort, Bewegtbild, Grafik, Audio und Video zu einem Produkt, das der Rezipient je nach gusto nutzen kann: also hören, sehen etc. Immer mehr Radio- und TV-Sender bieten in ihren Internetauftritten geeignete Sendungen zum Lesen bzw. zum downloaden als Text an, immer mehr Zeitungen und Zeitschriften „vertonen“ und „verfilmen“ ihre Nachrichten und Berichte. Vorreiter ist da die Holtzbrinck-Gruppe (Tagesspiegel, Zeit, Handelsblatt). Und was bedeutet das für Journalisten: Teamfähige Spezialisten sind erwünscht! Oder die Verlage engagieren professionelle Dienstleister (Handelsblatt etwa dpaAFX), um mit rundfunkähnlichem Service auf ihren Websites dem User Mehrwert zu bieten bzw. sogar einen eigenständigen Ableger (Handelsblatt-Radio) zu starten. Diese multimediale Markenstrategie wollen die Düsseldorfer offenbar ausbauen: Derzeit sucht Economy.One als Online-Ableger von Handelsblatt und Wirtschaftswoche sogar „Radio-/Multimedia-Redakteur/in“ mit „solider Grundausbildung im Bereich Nachrichtenjournalismus und im Bereich Radio“, die ihre „Zukunft im medienübergreifenden Onlinejournalismus“ sehen! Sie sollen, so die Stellenausschreibung, für „digitales Radio wie auch Videobeiträge“, deren Produktion und Veröffentlichung, verantwortlich sein. *wen* ■

Mehr Zeit vor dem Computer

Gezieltes Surfen nach Nachrichten und Websites von Zeitungen

Der Umbruch des Zeitungswesens durch das Internet kam alles andere als über Nacht. Er hat sich in den vergangenen 15 Jahren entwickelt: Die Auflagen und Reichweiten der gedruckten Zeitungen schrumpfen, insbesondere die der Regional- und Lokaltitel. Und parallel zu den Abonnement- und Kioskverkäufen bröckeln auch die Erlöse aus dem Geschäft mit Werbung und Rubrikanzeigen.

So ist die Reichweite der gedruckten Tageszeitungen von rund 86 Prozent 1995 auf 77 Prozent in 2005 gesunken. Insbesondere bei den Jüngeren ist diese Entwicklung dramatisch, von über 60 auf unter 50 Prozent bei den 14- bis 19-jährigen bei deutschen Tageszeitungen und auf gerade noch 40 Prozent in 2005 bei den regionalen Abonnementzeitungen. Das sind Millionen Leser, Abonnenten, Umsätze, und führt zu Rückbau in den Verlagen, mit dem Verlust von Hunderten Arbeitsplätzen. Es ist aber auch ein Bedeutungsverlust. Die einstige Spitzenstellung der Zeitungen als Informationsquelle und Plattform scheint verloren zu gehen.

Doch wo sind die (jungen) Leser stattdessen? Sie sind – pauschal gesprochen – im Internet. Generell ist der Medienkonsum angestiegen, die Deutschen verbringen mehr Zeit mit audio-visuellen, elektronischen Medien denn je, wobei auch die Parallelnutzung weiter ansteigt. 2005 waren die Internetnutzer im Altersmittel und durchschnittlich gerechnet 74 Minuten täglich Online. Doch was machen sie in der Zeit wirklich im Netz? Jedenfalls keineswegs planlos rumsurfen.

■ Noch keine Erfolgsrezepte

„Gelegentlich Nachrichten zum Weltgeschehen“ suchen beispielsweise 62 Prozent, regionale oder lokale Nachrichten knapp 50 Prozent, so die jüngste Erhebung der Arbeitsgemeinschaft Online-Forschung (AGOF). Laut ARD-ZDF-Online-Studie sind die Hälfte der Surfer schon mit Zeitungen Online in Kontakt gekommen, und mehr noch: tagesaktuelle Informationen stünden an erster Stelle, wenn die Internet-Nutzer zu Tageszeitungen oder Zeitschriften surfen. Etwas weniger als ein Viertel

nutzt regelmäßig Online-Tageszeitungen, -Zeitschriften und -Magazine, so die W3B-Studie (Fittkau & Maaß) nach ihrer jüngsten Erhebung vom November 2005. Bei den Zeitschriften ermittelte tns emnid kürzlich, nutzen 34 Prozent der 14- bis 29-Jährigen das Onlineangebot mindestens gelegentlich. Bei den 30- bis 49-Jährigen sind es 22 Prozent und bei den über 50-Jährigen sogar elf Prozent.

Keine schlechte Bilanz, eigentlich. Ebenso wie die insgesamt 5,6 Millionen oder 16,4 Prozent der Internet-Nutzer, die die Regionalzeitungen mit ihren Auftritten erreichen würden, wie der Bundesverband Deutscher Zeitungsverleger (BDZV) anführt – zumindest jene rund 80 Regionalzeitungen, die sich in der Online-Vermarktungsgemeinschaft OMS zusammengeschlossen haben. Diese rechnen auch ein erfreuliches, weil nach wie vor wachsendes Umsatzvolumen mit Online-Werbung zusammen, um etwa 40 Prozent in den vergangenen beiden Jahren auf insgesamt 550 Millionen Euro. Und auch wenn die OMS für einzelne Zeitungssites – überregionale wie regionale – 2005 die ersten Übertritte der Amortisationsgrenze erwartet, bleibt für die allermeisten anderen das zentrale Problem weiterhin bestehen: Es existieren noch immer zu wenige belastbare Erlösmodelle für den Informationsjournalismus im Internet. Was wurde nicht alles probiert, verworfen, zu etablieren versucht. Doch Erfolgsrezepte gibt es nicht, trotz einer Vielfalt an Strategien. „Publizistische Konzepte für Online-Zeitungen sind durchaus vorhanden“, schreibt die Kommunikationswissenschaftlerin der Hochschule Bremen, Judith Roth, in einem

jüngst veröffentlichten Studienbericht. Demgegenüber stünden probate Refinanzierungskonzepte weitgehend aus. (Sammelband „Die Google-Gesellschaft“, transcript-Verlag, Bielefeld). Auf insgesamt sechs verschiedene Strategien für Online-Auftritte von lokalen und regionalen Zeitungen kommt Roth in ihren Studien: Sie nennt sie Visitenkarte und Lightversion, für jene Sites, die kaum mehr als die Kontakt- und Mediadata anbieten. Die Infopool und die Lokale Plattform genannten Auftritte hingegen verstehen sich zumindest schon als Anlaufstelle und Nachrichtenverteiler. Doch erst mit den Strategien Regionale Plattform bzw. Regionaler Onlinedienst würden die Verlage ein spezifisches Online-Profil entwickeln, das über die Spiegelung der vorhandenen Print-Aktivitäten deutlich hinausgehe. Genau letztgenannte Strategien werden seit Jahren immer häufiger genutzt, aus gutem Grund: Verlage und Redaktionen der Tageszeitungen erkennen mehr und mehr, dass sie auf Grund ihrer Chronisten- und Archivierungsfunktion die Träger des sozialen Gedächtnisses sind.

■ Zahlungsbereitschaft

Bei aller Dynamik der Auftritte und ihrer inhaltlichen Ausgestaltung, bleibt das Hauptproblem der Online-Tageszeitungen, den Online-Auftritt betriebswirtschaftlich rentabel zu gestalten. Dabei scheint das Problem nicht mehr die generelle Zahlungsbereitschaft der Nutzer zu sein. So sind, jüngsten Erhebungen zufolge, mittlerweile immerhin fast 60 Prozent der Internetnutzer bereit, für hochwertige Inhalte Geld auszugeben: für Verbraucherinformationen und Artikel aus Archiven und Datenbanken. Doch nur jeder vierte der Zahlungswilligen würde für Artikel aus Online-Zeitungen bezahlen wollen, so die Ergebnisse der jüngsten „W3B“-Erhebung von Fittkau & Maaß. Laut der jüngsten ARD-ZDF-Online-Studie ist die Bereitschaft, für aktuelle Inhalte zu bezahlen, sogar wieder leicht gesunken.

hest ■



Foto: Petra Dreßler



Foto: privat

Kleiner Schritt zum Online-Kauf

Eine Erlösmethode: Bündelung von digitalen und gedruckten Gütern

Zeitungsverlage könnten mit ihren Online-Auftritten deutlich mehr Umsätze erzielen, wenn sie ihre Inhalte in einzelne Kleinprodukte zerlegen, immer wieder neu bündeln und auf diese Art aus Archiven heraus verkaufen. Sagt Florian Stahl, Autor der Studie „Paid Content – Strategien zur Preisgestaltung beim elektronischen Handel mit digitalen Inhalten“

M | In Ihrer empirischen Studie zu „Paid Content“ stellen Sie fest, dass die Zahlungsbereitschaft für digitale Inhalte generell zunimmt. Doch für lokale, regionale, nationale und internationale Online-Nachrichten scheint dies nicht zuzutreffen?

FLORIAN STAHL | Man muss unterscheiden zwischen Kurznachrichten, Tagesneuigkeiten und den darüber hinaus gehenden Informationen, Berichten, Artikeln. Bei den Tagesnews ist der Wettbewerb sehr groß, es gibt sehr viele kostenlose Angebote, und deshalb ist die Zahlungsbereitschaft an dieser Stelle tatsächlich sehr gering, wenn nicht sogar stagnierend oder sinkend. Doch spätestens wenn es darum geht, Inhalte zu bekommen, die das Tagesgeschehen durch Hintergrundinformationen ergänzen oder mit früheren Berichten, Meldungen oder Informationen in Verbindung setzen, steigt die Zahlungsbereitschaft wieder an. Unseren Studien nach sind rund 10 bis 25 Prozent der Online-Leser bereit, für diese Art der Informationsaufbereitung etwas zu bezahlen.

M | Auch wenn es ähnliche bis identische Inhalte – aufgespürt durch Suchmaschinen – einen Klick weiter doch wieder kostenlos gibt?

STAHL | Ich halte das für einen Irrglauben. Die Menschen sind träge und auch die Konsumenten im Internet gehorchen dem Gesetz der Gewöhnung. Wenn die Nutzer sich auf einer Seite wohl, von einer Medien- oder Zeitungsmarke gut bedient fühlen, ihr vertrauen, sich mit ihr identifizieren, werden sie bei ihr bleiben – vorausgesetzt, der Schritt zum Online-Kauf der Inhalte ist technisch einfach und klein genug. Abgesehen davon ist es bisweilen mühsam, sich drei oder vier passende Artikel zu einem Thema zusammenzu-„googeln“. Diese Mühe lässt man sich gerne abnehmen – und was kosten.

M | Doch reicht dieses Erlösmodell, gerade für die vielen kleineren, regionalen Zeitungsverlage?

STAHL | Generell wird eine dem Printmarkt vergleichbare Mischkalkulation nötig sein, von ein Drittel verkaufter Inhalte und zwei Drittel Werbung. Die Frage ist, wie das erste Drittel zustande kommt. Meiner Ansicht nach ist ein Paradigmenwechsel notwendig. Wissenschaftlich betrachtet war Zeitung schon immer ein großes, dickes Bündel ganz unterschiedlicher Informationen. Ob im Abonnement oder am Kiosk, das Produkt war die tagesaktuelle Zusammenstellung an Nachrichten und Artikeln, dazu Nutzwert und Unterhaltung. Die Unmittelbarkeit des permanent verfügbaren Internet ließ nun einen Markt für stundenaktuelle Nachrichten entstehen, der noch immer – und vermutlich noch lange – von kostenlosen Angeboten geprägt wird. Doch gerade weil die Nachrichten im Internet auch stundenschnell veralten und im unüberschaubaren Informationsmeer versinken, kommt dem inhaltlich-thematischen Bündeln und Aufbereiten von News ein besonderer Wert zu.

M | Wer interessiert sich schon für die Nachrichten von gestern?

STAHL | Sehr viele sogar. Nehmen wir die Vogelgrippe: Wer neben der aktuellen Meldung aus dem Landkreis die Links zu vorherigen Artikeln, vertiefenden Interviews oder speziell editierten Dossiers

findet, der wird diese vermeintlich alten Nachrichten aus einem kostenpflichtigen Angebot kaufen. Nicht jeder, gewiss – aber eben ein gewisser Teil, Tendenz steigend. Wir konnten nachweisen, dass dies funktioniert, etwa bei Spiegel Online. Mitentscheidend ist dabei der persönliche Aufwand, den der Nutzer für den Erwerb von „Paid Content“ aufbringen muss. Wer sich umständlich durch drei Formulare klicken muss, der kauft keinen Artikel für 99 Cent. Doch wer schon einmal registriert ist und dann mit einem Klick zum bezahlten Content kommt, der ist dazu auch schneller und häufiger bereit. Bei großen Portalen wie Bild-T-Online wird nicht nur für Entertainment-Inhalte bezahlt, sondern auch für nachrichtliche Informationen. Zudem gehen die technischen Transaktionskosten für den Erwerb digitaler Inhalte weiter zurück, sodass es für die Anbieter lukrativer wird – sofern sich die Verlage den damit einhergehenden technischen Veränderungen stellen.

M | Überregionalen Leitmedien, wie Bild, FAZ oder Spiegel mag das möglich sein, doch kleinen Zeitungsverlagen in der Region fehlt dafür oft die finanzielle Kraft.

STAHL | Kommt drauf an. So wie die Groß- oder die Fachverlage müssen sich die Tageszeitungen in der Region auf ihre Stärken besinnen und ihre Online-Strategie darauf ausrichten: Also konsequent auf regionale Inhalte setzen, das Konsumverhalten der Leserschaft studieren und darauf eine Strategie der Diversifizierung von Inhalten entwickeln. Ihr Vorteil ist die regionale Verbundenheit, oft auch die Alleinstellung in der Region. So könnte eine Zeitung bestimmte Inhalte kostenlos anbieten, während andere, womöglich speziellere, für einen gewissen, geringen Sockelbetrag zugänglich sind. Bei Regionalzeitungen beispielsweise im Bereich Sport oder regionale Wirtschaftsberichte. Wer nun als registrierter, zahlender Abonnent an bestimmten Stellen weitere Inhalte lesen will, kann dies für kleine, rabattierte Beträge und in einem einfachen Zahlungs-Prozess bewerkstelligen.

Das Gespräch führte Henry Steinhau ■

Magenbitter zur Politikverdauung

Karikaturenstreit rückte Pressezeichner stärker ins Rampenlicht

Die „Welt im Rechteck“ ist aus den Winkeln geraten. Der „Karikaturenstreit“ hat die Bildsatire in die Schlagzeilen und in die Diskussion gebracht. Provokation oder Pressefreiheit? Die Meinung über die gezeichneten Glossen und Kommentare ist kontrovers. Doch welche Auswirkungen für den Stellenwert der Karikatur in den deutschen Medien hat der Streit, bei dem es ja offensichtlich nur vordergründig um die Veröffentlichung der zwölf Cartoons unter dem Motto „Die Gesichter Mohammeds“ am 30. September 2005 in Dänemark geht? Und: Wie ist es derzeit überhaupt um die Szene der Pressezeichner in Deutschland bestellt?

„Alle Zeitungen haben regelmäßig Karikaturen – die meisten haben täglich eine!“, sagt Anja Pasquay. Als Pressereferentin des Bundesverbandes Deutscher Zeitungsverleger (BDZV) in Berlin hat sie einen guten Überblick über die mehr als 300 Tageszeitungen und ein Dutzend Wochenzeitungen, die dem BDZV angehören. In den Zeitschriften dominiert eher der gesellschaftskritische Cartoon mit „Human interest“-Themen. Auffällig: Der Spiegel verzichtet in den letzten Jahren fast gänzlich auf Karikaturen, was nicht nur viele Pressezeichner bedauern. Karikaturen passten nicht zum Stil des Blattes, heißt es seitens der Leser-Hotline lapidar. Der stellvertretende Chefredakteur Dr. Martin Doerry sieht dies etwas anders und erklärt gegenüber M: „Der Spiegel druckt durchaus Karikaturen, allerdings seltener als andere Blätter. In der Regel eignen sich Fotos besser zur Illustration unserer Geschichten.“ Dies ist auch logisch, denn Karikaturen sind keine Illustrationen, sondern eigenständige visualisierte Kommentare, so das überwiegende Selbstverständnis der Zeichner. Als „Illustrator“ betitelt zu werden ist für viele von ihnen schon fast beleidigend. Das konkurrierende Nachrichtenmagazin Focus hat zwar keine eigenen Karikaturisten, druckt aber regelmäßig

Karikatur: political-cartoons.de/Thomas Plassmann

ausgewählte Zeichnungen aus den Zeitungen nach.

Ein Flaggschiff der gesellschaftspolitischen Bildsatire ist der Stern, der sich exklusive Karikaturisten wie Gerhard Haderer (Österreich) und Til Mette (USA) sowie das Zeichner-Duo Greser & Lenz und Tetsche mit seiner Kult-Seite „Neues aus Kalau“ leistet. Das Ressort „Humor und Satire“ produziere wöchentlich mehrere Seiten, so der verantwortliche Redakteur Rolf Dieckmann. – Es ist allerdings nicht der „Strich“, der bei der Tagespresse dominiert. Aber auch Illustrierte wie die Bunte veröffentlichten seit Jahren ganzseitige farbige Karikaturen (Horst Haitzinger).

■ Karikatur ist Visitenkarte

Mit farbigen Porträtkarikaturen als Titel zieht Cicero die Blicke auf sich. Das „Magazin für politische Kultur“ könnte man auch schon fast „Magazin für politische Karikatur“ nennen. Dabei gibt man nicht nur Platzhirschen wie Jürgen Tomicek, sondern vor allem auch Nachwuchszeichnern wie Heiko Sakurai (geboren 1971) ein Forum. Stellvertretender Chefredakteur Markus C. Hurek: „Für Cicero sind Karikaturen Stilmittel und Statements zugleich. Wie kein anderes Magazin legt Cicero Wert auf kleine Zeichnungen mit großer Wirkung.“ Die reinen Satiremagazine „Eulenspiegel“, „Pardon“ und „Titanic“ seien hier einmal außen vor gelassen, wenngleich auch einige der politischen Karikaturisten der allgemeinen Presse hier publizieren.



Getreu dem Motto „any PR is good PR“ könnte der „Karikaturen-Streit“ den gezeichneten Glossen und Kommentaren einen neuen Aufschwung verleihen. Denn noch nie waren Karikaturisten so „gefragt“ wie in den letzten Monaten. Andererseits kann die durch die dänischen Cartoons ausgelöste Eskalation auch die Bedenken-träger gegenüber der Bildsatire bestärken. – Sind Karikaturen eine „Gegenkunst“, die allzu oft die Grenzen des guten Geschmacks verletzt, oder eine journalistische Darstellungsform, die mit visuellen Mitteln kritisch und komisch zugleich Stellung bezieht? – Die Spätfolgen des „Karikaturen-Streites“ lassen sich jetzt noch nicht absehen.

„Die politische Karikatur ist die ‚Visitenkarte eines Blattes‘“, sagt Privatdozent Dr. Thomas Knieper von der Münchener Ludwig-Maximilians-Universität. Der Experte für visuelle Kommunikation hat 2002 das wohl umfangreichste Buch zum Thema publiziert: „Die politische Karikatur. Eine journalistische Darstellungsform und deren Produzenten“. Seiner Meinung nach lässt die Karikatur einen Rückschluss auf die übrige inhaltliche Qualität einer Zeitung oder Zeitschrift zu. Denn die kritische Zeichnung sei auf eine gute textuelle Berichterstattung angewiesen, damit der Betrachter die Aussage der Zeichnung einordnen und verstehen kann. Doch Knieper weiß auch: Redaktionen und Verlage müssen Geld sparen. Und: Die nicht über die großen Nachrichten-Agenturen zum monatlichen Pauschalpreis gelieferten Karikaturen sind dabei ein Kostenfaktor,

den sich nicht alle Printmedien leisten wollen oder können.

Professor Dr. Walther Keim, Politikwissenschaftler an der Westfälischen Wilhelms-Universität Münster und in der Szene auf Grund seiner zahlreichen Veröffentlichungen als „Karikaturen-Papst“ bekannt, erklärt: Karikaturen würden häufig leider nicht als „gezeichnete Leitartikel“ angesehen, sondern als bloße Illustration zum Text. Als reine Auflockerung des Layouts verstanden, könne statt einer Zeichnung, die zusätzlich Honorar koste, aber auch ein ohnehin im Bild-Pool vorhandenes Foto genutzt werden. Und so konkurriert die Karikatur plötzlich mit dem Foto. Das ist eigentlich absurd. Denn: Alle bekannten Pressezeichner, die sich als politische Karikaturisten bezeichnen, lehnen dies kategorisch ab. Sie sehen sich nicht als bloße Illustratoren, sondern als zeichnende Journalisten mit kommentierender Funktion zum Zeitgeschehen. Sie verleihen ihrer Meinung über Missstände mit zeichnerischer Komik einen Ausdruck – häufig stellvertretend als „Anwalt“ für den wehrlosen Bürger. Sie bringen die Kritik „mit dem Strich auf den Punkt“. Dabei können sie „abfedern“ oder „zuspitzen“. Für Letzteres waren die dänischen Karikaturen ein gutes beziehungsweise schlechtes Beispiel ...



In Deutschland sei die Honorarsituation für Pressezeichner heute „miserabel“, sagt der Düsseldorfer Karikaturist Berndt A. Skott. Die „goldenen Zeiten“ seien vorbei. Während die Kosten durch bürokratischen und technischen Mehraufwand gestiegen seien, sei der Vergütungssatz eher gesunken. Einen pauschalen Honorarsatz von 40,00 Euro pro einfarbiger Karikatur und pro Nachdruck – wie ihn einige Kollegen als Pauschalpreis auf ihrer Homepage vorgeben – hält er für zu gering.

Bei der Mehrfachverwertung, die das Gros der Honorareinnahmen bei den meisten Zeichnern ausmacht, liegt der Satz zwischen 20,00 und 80,00 Euro, wie Re-

cherchen von M ergaben. Wobei die regionalen Tageszeitungen eher im unteren Drittel liegen. Insbesondere die aggressive Preispolitik mancher minder begabter Zeichner, die schlechte wirtschaftliche Lage vieler Zeitungshäuser und die bundesweite Konkurrenz haben zu dieser Situation geführt.

Wer gut ist und sich geschickt vermarktet, kann aber auch Millionär werden. Die Zeichner-Elite erhält schon mal zwischen 200,00 und 1000,00 Euro für die Anfertigung und Veröffentlichung einer Auftragsarbeit. Wer zum Mittelmaß oder darunter zählt und sich nicht so gut verkauft, kann allein von den Einnahmen als Karikaturist nicht existieren. Der Honorarspiegel in Deutschland für die Pressezeichner ist sehr heterogen, da von vielen Faktoren abhängig.

Insider schätzen, dass es derzeit rund 300 politische Karikaturisten gibt, deren Werke entweder täglich oder zumindest hin und wieder in deutschen Massenmedien publiziert werden. Aber vermutlich

nur die Arbeiten von etwa zehn Prozent der professionellen Pressezeichner werden in neunzig Prozent der Tageszeitungen publiziert, so die Experten. Einige wenige bekannte Karikaturisten beliefern täglich zwischen zwanzig und siebzig Verlage. Dabei sind sie nicht immer allein, sondern häufig in einem Pool, aus dem sich die Redaktionen nach Gutdünken bedienen können. Gezahlt wird nur für Abdrucke. Insgesamt gibt es wohl ein paar tausend Pressezeichner, rechnet man Cartoonisten und Illustratoren hinzu.

■ „Geistiger Knochenjob“

Die Verbreitung von tagesaktuellen Karikaturen durch den Nachrichtenverteiler von news aktuell, einer dpa-Tochter in Hamburg, zwischen 1995 und 2001 wurde wieder eingestellt. Laut Mary Thiel von news aktuell habe sich das Geschäft wirtschaftlich nicht gelohnt. Zeichner für



Foto: Andreas Dunker

Jürgen Tomicek aus dem westfälischen Werl zeichnet für Zeitschriften in Deutschland, Österreich und der Schweiz

news aktuell waren damals Götz Wiedenroth (Flensburg) und Karl-Heinz Schönfeld (Potsdam), die pauschal vom Bilderdienst honoriert wurden, während news aktuell nach Abdruck berechnete. Beide sind heute freiberuflich tätig.

Jeden Tag mindestens eine, wenn nicht zwei oder mehr gute Ideen zu Papier zu bringen, das erinnert an ein „kreatives Batteriegeflügel“. So spricht auch nicht nur der Werler Karikaturist Jürgen Tomicek im Zusammenhang mit der Arbeit eines politischen Tageskarikaturisten von einem „geistigen Knochenjob“.

Karikaturist ist ein Männerberuf. Frauen sind in der Minderheit. Franziska Becker, Friederike Groß, Barbara Henniger, Cleo-Petra Kurze, Marie Marcks, Petra Kaster, Marlene Pohle und Christiane Pfohlmann zählen unter anderem zu den wenigen bekannten Ausnahmen. – Eine genaue Ursachenforschung hierfür gibt es nicht. Beklagt wird von Fachleuten auch die Überalterung. Gründe hierfür gibt es viele. Einige der Altmeister beklagen, dass es an gutem Nachwuchs mangle. Eine spezielle Ausbildung gibt es nicht für Karikaturisten. Sie kommen aus den unterschiedlichsten Berufen und sind vielfach Auto-didakten. Die meisten bekannten Vertreter des Berufsstandes wollten eigentlich gar nicht Karikaturist werden. Einige studierten Bildende Kunst oder Grafik-Design, andere Architektur oder Kunstpädagogik, und wiederum andere waren zuvor als Textjournalisten, Werbefachleute, Kunstpädagogen, Politikwissenschaftler oder Kaufleute tätig.

Auf Grund dieser unterschiedlichen Vorbildung kommt es auch, dass sich ein Teil der Karikaturisten als „zeichnende Journalisten“ und sich andere eher als kritische Künstler betrachten. Doch wohl nur die wenigsten – und dies mag erstaunen – sehen sich als „Weltverbesserer“. Der Werler Karikaturist Jürgen Tomicek erklärt es in einem interessanten Vergleich: „Meine Karikaturen sind der Magenbitter zur oft schwer verdaulichen Politik!“

Andreas Dunker ■

Auf Sparflamme

Auch in Deutschland gibt es nicht abbildbare Tabus

Für einige Wochen waren Karikaturen und Karikaturisten in allen Schlagzeilen der internationalen Presse, sogar der deutschen, die den Karikaturisten und ihren Erzeugnissen eher desinteressiert gegenübersteht. Über Nacht wurde die Karikatur hier zum Bannerträger der Pressefreiheit, dort, in islamischen Ländern, zum Synonym des Bösen schlechthin. Dort tobte die organisierte Empörung vom Fahnen-Anzünden, Botschaften-Demolieren bis zu Mordaufrufen. Hier tobte die Aufgeregtheit über diese gesteuerten Reaktionen mit Diskussionen über die Pressefreiheit und mal wieder darüber, was Satire darf und was nicht. Armer Tucholsky!

Ungeschoren kommt die politische Karikatur mitunter auch hierzulande nicht davon. Nur zünden ihre Gegner keine Häuser an, drohen nicht mit Mord und anderem Ungemach. Karikaturenstreit auf Sparflamme: Man zieht vor Gericht. Die Aufregungen über Karikaturen finden hierzulande so wenig Beachtung wie die Karikaturen selbst. Zu Zeiten von Franz Josef Strauß gab es mehrere von ihm angestoßene Strafverfahren gegen Karikaturisten, getreu seiner Aussage: „Ich halte nichts von Prozessen gegen Karikaturisten. Die müssen ein großes Stück Narrenfreiheit haben.“

Die endete in meinem Fall da, wo ich FJS nach seinem Aufruf zu einer „Sammlungsbewegung zur Rettung des Vaterlandes“ als rotierendes Männchen gezeichnet hatte, dessen Gliedmaßen sich in Hakenkreuzform verrenkten. Ich erfuhr, dass es auch in Deutschland nicht abbildbare Tabus gibt. Denn neben dem § 185 (Beleidigung) wurde auch nach § 86a ermittelt, der das „Verwenden von Kennzeichen verfassungswidriger Organisationen“ mit bis

zu drei Jahren Gefängnis bestraft sehen will. Hier war das durch Strauß pantomimisch dargestellte Hakenkreuz gemeint. Bis heute wird der § 86a mit Vorliebe von konservativen Ermittlern bei Nazi-Gegnern angewandt, auch wenn das Hakenkreuz durchgestrichen ist. Dabei wurde mir in einem anderen Verfahren, in dem es um die Verunglimpfung des Bundesadlers durch ein Hakenkreuz ging, bescheinigt: „Die Darstellung des Kennzeichens dient (...) der staatsbürgerlichen Aufklärung, so daß eine Anwendung des § 86a entfällt.“ Ergo: Freispruch.

■ Zur Nazi-Propaganda erklärt

Der § 86a wird auch gern benutzt, wenn andere Paragraphen nicht fruchten. So hatte 1981 der Soldat Michael Ott (21) nach Feststellung der Staatsanwaltschaft beim Landgericht Hannover „an der hinteren rechten Scheibe seines PKWs für jedermann sichtbar ein Plakat befestigt, das den Bundespräsidenten (Karl Carstens, R.H.) mit Hakenkreuzen auf Wangen und Stirn zeigt und das Fahrzeug so in der Öffentlichkeit benutzt.“ Nachdem die Verfolgung der Straftat „Verunglimpfung des Bundespräsidenten“ mangels Auftrag des Verunglimpften eingestellt werden musste, wurde Ott angeklagt, „Kennzeichen einer NS-Organisation öffentlich verwendet zu haben.“ Nach § 86a war mein Carstens-Plakat also Nazi-Propaganda.

Niemals hätte eine „breitere Öffentlichkeit“ von den inkriminierten Karikaturen Notiz genommen, wären sie nicht Prozessgegenstand geworden. Das Plakat zur „Sammlungsbewegung“ wäre kaum über den kleinen Kreis der „Berliner Extradienst“-Abonnenten hinaus bekannt geworden. Auch die „Strauß-Schweinchen“, die zehn Jahre später in „konkret“ auftauchten und einen elf Jahre dauernden Strafprozess nach sich zogen, wären im Verborgenen geblieben. Nicht dass ich Strauß als Schwein karikiert hatte, wurde mir zum Verhängnis, sondern dass dieses sich mit einem ande-



ren in Richterrobe paarte, womit zum Ausdruck kommen sollte, „die Justiz stehe dem Nebenkläger (Franz Josef Strauß, R.H.) willig zur Verfügung und er bediene sich ihrer“, wie ein Richter richtig erkannte. Durch den von FJS in Gang gebrachten Prozess schafften es die Schweinchen bis in die Spalten des „stern“, das Hakenkreuz-Plakat wurde im „Spiegel“ dokumentiert.

Karikaturen, über die sich Politiker so erregten, dass sie die Justiz bemühten, erschienen so gut wie nie in Tageszeitungen, wo disziplinierte Redakteure schon im Vorfeld darauf achten, dass nichts Anstößiges ins Blatt gerät. Sie erschienen in linken Zeitschriften wie „konkret“, in Satireblättern wie „Pardon“ und „Titanic“ oder in Broschüren von linken Initiativgruppen. Nur einmal habe ich erlebt, dass eine Tageszeitungs-Karikatur einen Sturm der (Leser-)Entrüstung auslöste, als „Neues Deutschland“ 1990 mein Lenin-Mausoleum mit der Sprechblase „Ach, leckt mich doch alle am Arsch!“ veröffentlichte. Aber Morddrohungen oder angezündete ND-Werbeträger gab es da auch nicht, nur wütende Leserbriefe.

So schlug der von den Mohammed-Zeichnungen ausgelöste „Karikaturenstreit“ wie eine Bombe bei uns ein. Erschrocken werden einige Redakteure festgestellt haben, dass auch in ihrer Zeitung Karikaturen ihr Unwesen treiben. Doch die Zeichner werden nicht angekettet, oder eingesperrt, es werden ihnen weder die Hände abgehakt noch ihre Federhalter oder Köpfe abgeschlagen, und was der Metaphern mehr waren in der Folge des „Karikaturenstreits“, der sich viele Karikaturisten selbstironisch bedienten.

Was aber bleiben wird – außer, wie die Kollegin Christiane Pfohlmann annimmt, dass nun „jeder Depp“ wisse, wie man „Karikatur“ richtig schreibt –, ist eine noch größere Vorsicht und Zurückhaltung politischen Karikaturen gegenüber. Die kleine Schere, die deutsche Karikaturisten bereits im Kopf und in der Feder haben, können sie getrost vergessen. Die Verantwortlichen – der Kölner Karneval hat's vorgemacht – sie haben eine viel größere.

Rainer Hachfeld ■



Karikaturen: Rainer Hachfeld

Kein Öl ins Feuer gießen

Der Islamismus – eine journalistische Herausforderung

Die Karikaturen über den Propheten Mohammed in einer dänischen Tageszeitung schlugen hohe Wellen in der moslemischen Welt. Die westlichen Demokratien reagieren verschreckt. MigrantInnen orientieren sich über Massenmedien zugleich am Herkunftsland wie an dem Land, das sie aufgenommen hat. Wie können Journalisten in dieser zuge-spitzten Situation aufklären, ohne Öl ins Feuer zu gießen? Nur eine der Fragen, mit der sich unlängst Journalisten, Islamwissenschaftler und Sicherheitskräfte auf einem zweitägigen Seminar unter dem Titel „Der Islamismus – eine journalistische Herausforderung“ der Bundeszentrale für politische Bildung beschäftigten.

Bei der Auseinandersetzung um die islamkritischen Karikaturen in der dänischen Tageszeitung Jyllands Posten gehe es nur vordergründig um den klassischen Konflikt zwischen Presse- und Religionsfreiheit. Hinter den aktuellen Vorgängen stecke eine „Radikalisierung des Hasses auf den Westen“, sagte der Grünen-Europaabgeordnete Daniel Cohn-Bendit zum Abschluss der Konferenz in Berlin. Zwar sei eine Verteidigung der Meinungsfreiheit wichtig. Unter den Betroffenen mache sich aber „im Hinterkopf schon die nächste Ebene der eigenen Zensur“ breit, befürchtet Cohn-Bendit. Der Konflikt sei Ausdruck eines „großen Kampfes der Zivilisationen“. Das in Afghanistan geschlossene Bündnis der Taliban und Al Qaida belege den „Willen zur Macht“ in den Schaltzentralen der arabischen Welt gewesen. „Wenn du die Macht in Pakistan hast, hast du die Atombombe, wenn du die Macht in Saudi-Arabien hast, hast du die Mekka“, sagte Cohn-Bendit. Gegen diese Gefahr sei der Kalte Krieg „gar nichts“ gewesen.

Für den Publizisten Henryk M. Broder handelt es sich bei der Reaktion von Teilen der westlichen Autoritäten auf die Karikaturen-Affäre um eine „Wendegeschichte“,



karikatur: political-cartoons.de / Gerhard Meister

vergleichbar mit der Rushdie-Affäre von 1988. Es sei „der Zusammenbruch dessen, was in Europa immer wieder mit wehrhafter Demokratie bezeichnet“ worden sei. Das Verständnis einer liberalen Gesellschaft für die Empörung einiger Fanatiker sei „unfassbar“. Die Aufrufe zu Toleranz hätten dazu geführt, dass der Westen sich in derartigen Konflikten „auf der Verliererseite befinde“. Broder plädierte für eine „präzis und gezielt angewandte Intoleranz“.

Für Journalisten, die den Hintergrund islamistischer Milieus beleuchten wollen, ist häufig schon die Sprachbarriere eine kaum überwindbare Hürde: Diese Erfahrung machte Dorothea Jung vom DeutschlandRadio Kultur bei Recherchen über die Organisation Milli Görüs. Über die Islamische Föderation, Vereinsregister und diverse Quellen arbeitete sie sich allmählich voran. Bei Sichtung der einschlägigen Webseiten und Büchertische wurde sie stutzig. „Da findet man dann islamistisches Gedankengut, Schriften, die zum Dschihad aufrufen, antisemitische Schriften und dergleichen, und dann fragt man sich: Holla, was ist das für eine Organisation, Milli Görüs?“

■ Geheimdienste lancieren bestimmte Informationen

Schwierig gestaltet sich nicht nur das Enttarnen islamistischer Netzwerke. Zur Verwirrung trägt auch das undurchsichtige Wirken deutscher Behörden, namentlich der Geheimdienste bei. Der Journalist Ahmet Senyurt berichtete für das ARD-Politikmagazin „Panorama“ im vergangenen Jahr über den Fall eines führenden Al Qaida-Mannes, der als Asylbewerber jahrelang unbehelligt in Süddeutschland lebte. Und

der, als das Bundeskriminalamt gegen ihn ermittelte, vom Bundesnachrichtendienst, dessen Kontaktmann er war, außer Landes geschleust wurde. Die Recherche im Umfeld von „Geheimnisträgern“ steckt voller Tücken, weiß Senyurt. Denn natürlich versuchen die Geheimdienste, bestimmte Informationen zu lancieren. Seit dem 11. September 2001 gebe es außerdem ein „Spannungsverhältnis zwischen Leuten, die normal arbeiten und den Kollegen, die wohlwollend bedient werden“. Da entstehe ein Wettbewerb, den der frei normal arbeitende Kollege nicht bestehen könne. Was auch am Kostendruck in den Redaktionen liegt. Investigativer Journalismus ist nicht billig. Journalisten, die auf eigene Recherche setzen, kommen daher immer weniger zum Zuge.

Auch die interne Kommunikationsstruktur in der Terrorszene hat sich signifikant verändert. Das Terrornetzwerk Al Qaida, so Yassin Musharbash von Spiegel Online, kommuniziere seit der Zerschlagung seiner Zentrale in Afghanistan nicht länger über ein zentrales Internetportal. Dessen Funktion sei mittlerweile von Spezialseiten in arabische Internetforen übernommen worden. Zu den wichtigsten Aufgaben zählten unter anderem die Verbreitung von terroristischem Know How, die Effizienzsteigerung von Anschlägen sowie die Gewinnung von Rekruten. Für die Verbreitung islamistischer Ideologie sei das Internet als billiges, nicht zensierbares und von überall erreichbares Medium die ideale Plattform. Im Prinzip sei Al Qaida „die erste Terrororganisation, der ein Massenmedium zur Verfügung steht“. Diese Art von Terror sei „mit militärischen Mitteln immer schwieriger zu bekämpfen“.

Günter Herkel ■

Modellangebote

Neues Institut für Medien- und Kommunikationspolitik in Berlin

Das neu gegründete Institut für Medien- und Kommunikationspolitik (IfM) in Berlin hat seine Arbeit aufgenommen. Laut Gründer Lutz Hachmeister, Dozent für Journalistik an der Uni Dortmund, will es „konkrete Modelle und Optionen für die Lösung medienpolitischer Fragen anbieten“.

Als eines der ersten Arbeitsfelder nannte Hachmeister die Debatte um eine Reform der Medienaufsicht. Die aktuellen Konflikte um die gescheiterte Übernahme von ProSiebenSat.1 durch Springer oder der Verkauf des Berliner Verlags durch die Holtzbrinck-Gruppe hätten Defizite im derzeit gültigen Regelsystem offen gelegt. Hachmeisters Position ist klar: Bei allem Respekt vor der föderalen Tradition bedarf es einer „zentralen hoheitlichen Institution für die Medienaufsicht“.

Weitere Themenschwerpunkte: die Produktionsbedingungen im Fernsehen, insbesondere die „Wertschöpfung durch

Autoren und Produzenten im Verhältnis zu den Sendern und Medienkonzernen“, die Institutionen der Medienordnung vor allem in Deutschland und Europa sowie die „Publizistik in Zeiten des Internets“.

Das Institut werde eine „umfassende Datenbank über die internationale Medienwirtschaft“ auflegen. Diese solle jeweils in der aktuellsten Fassung im Internet zugänglich sein und an das von Hachmeisters Beratungsgesellschaft HMR International herausgegebene Werk „Wer beherrscht die Medien?“ anlehnen. Sicher ein verdienstvolles Unterfangen, obgleich auch die von Hachmeister nicht sonderlich geschätzte Kommission zur Ermittlung der Konzentration im Medienbereich eine solche Datenbank längst vorhält. Weiterhin will das IfM laut Hachmeister „ein Dutzend 2–3-Monatsstipendien für Nachwuchswissenschaftler“ ausloben, die eine „Scharnierfunktion zwischen Hochschule und Medienpraxis“ erfüllen können.

ten. In monatlichen Fachgesprächen will das Institut aktuelle medienpolitische Fragen erörtern.

Das Institut hat seinen Hauptsitz in Berlin und unterhält eine Forschungsabteilung in Köln. Finanziert wird es von den Medienfirmen und Einrichtungen, die im 29köpfigen IfM-Kuratorium vertreten sind. Darunter befinden sich jede Menge illustre Akteure aus Medienwirtschaft und Politik: unter anderem Stefan Aust (Spiegel), Wolf Bauer (UFA), Mathias Döpfner (Springer), Georg Kofler (Premiere), Markus Schächter (ZDF), Hans Hege und Norbert Schneider für die Medienanstalt Berlin-Brandenburg bzw. die Landesanstalt für Medien NRW sowie die Sprecher der Landesregierungen von Berlin und Brandenburg Michael Donnermeyer und Erhard Thomas. Der Jahresetat des Instituts liegt bei 850.000 Euro.

Lutz Hachmeister, Jahrgang 1959, ist Partner von HMR International. Er lehrt Journalistik an der Uni Dortmund. Von 1989 bis 1995 war er Geschäftsführer des Adolf Grimme Instituts. Der taz verriet er unlängst sein Credo: „Wir brauchen eine Medienpolitik, die beides in den Griff bekommt: internationale Leistungsfähigkeit der Industrie und die Vielfaltssicherung und Freiheit des Journalismus“. *kel* ■

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.



In der Doppeldeutigkeit von links und dem Link steckt System. Genau das wollten einige über die Bundesrepublik verstreut arbeitende Journalisten und Webdesigner schaffen. Sie fanden im vergangenen Sommer auf einem Forum der WASG, dass eine linke Zeitung dem Netz fehle und eine solche Stimme sich vielfach verlinken sollte.

Seit 1. August 2005 erscheint die Linkszeitung täglich im Internet – und nur dort. Alle Ressorts einer klassischen Zeitung werden umfangreich und professionell bedient: Welt, Deutschland, Wirtschaft und Soziales, Kultur, Kaleidoskop, Meinung, Medien, Wissen und Verstehen, Sport, Regionalreport, Wetter etc. – etwa 18 feste Rubriken mit Raum für Leserbrief und Meinungen. 10–15 Zeilen Vorspann umreißen das Thema – alles, was aktuell ist, wird aufgegriffen, im Februar etwa Vogelgrippe oder Olympia. Wer mehr lesen will, klickt sich wei-

ter. „Klar, dass wir Akzente setzen wollen“, erklärt Chefredakteur Werner Jourdan, „wir wählen aus der Vielfalt der Nachrichten möglichst das aus, was andere nicht bringen.“ Von parteipolitischem Wohlverhalten und Abhängigkeit halten die Macher nichts, „haben auch von Parteien keinen Pfennig bekommen“, sagt Jourdan. „Wir verstehen uns pluralistisch und meinungsfreudig, obwohl wir natürlich auf der linken Seite agieren, linke Strömungen aufgreifen und aus dem linken Lager Unterstützung erhoffen.“ Erfahrene Journalistinnen und Journalisten mit langen Berufskarrieren in verschiedenen, teils führenden Print- und elektronischen Medien schreiben für die Linkszeitung, setzen vom Bericht über die Meinung und Analyse bis zur Reportage unterschiedliche Handschriften. Auch die Grafikerin ist Profi.

Noch – und vielleicht bleibt das aufgrund der Spe-

zifik so – kommt das virtuelle Blatt mit spartanischen Bedingungen aus, hat – obwohl eine Münchner Anschrift – keinen festen Redaktionsstandort. Es entsteht am Küchentisch oder heimischen Schreibpult – überall dort, wo die Blattmacher zu Hause sind. Einmal täglich gibt's eine Telefonkonferenz zur Absprache, alles Weitere läuft über Mails. Der große Vorteil: Die Zeitung kann praktisch 24 Stunden lang aktualisiert werden. „Ich mache bis auf wenige Stunden Schlaf fast rund um die Uhr Zeitung“, konstatiert Jourdan. Bei der Frage nach dem Warum einer solchen Mammutbelastung, bei der er bislang noch kein Gehalt verdient hat, spricht der 50-Jährige von der Rückbesinnung auf Werte wie Solidarität und Engagement statt Karrierestreben. „Aber natürlich stehen wir ganz am Anfang, wollen erst zu einem richtigen Unternehmen werden, das sich und uns finanziert und Arbeitsplätze schafft. Marketing ist deshalb überfällig.“ Nach der inhaltlichen Profilierung wird es in den nächsten Wochen und Monaten um Anzeigenkunden und Spenden gehen. Jourdan und seine Mitstreiter sind optimistisch, weisen doch die Zahlen auf Wachstum. Die Besuche auf der Homepage sind allein im Januar um 25 Prozent auf fast 90.000 gestiegen, auch die Zugriffe ständiger Nutzer auf die einzelnen Seiten erhöhen sich, über 800 Links verweisen bereits auf die neue Zeitung. *Bettina Erdmann* ■

<http://linkszeitung.de>

Thema ohne Glamour-Faktor

Warum ist Antidiskriminierung für viele Medien so uninteressant?



Foto: Susanne Stracke-Neumann

Eines ist sicher: Das Antidiskriminierungs-gesetz wird kommen. Die Frage ist nur, wann? Zweimal schon ist es in den Wirren des deutschen Wahlkampfes untergegangen. Trotz der mahnenden Worte aus Brüssel. Jetzt steht ein offizielles Vertragsverletzungsverfahren bevor, eine schallende Ohrfeige für die Bundesrepublik. Deutschland ist neben Luxemburg das einzige Land in der Europäischen Union, das die bald sechs Jahre alte Richtlinie gegen Diskriminierung noch nicht in nationales Recht umgesetzt hat. Aber in der öffentlichen Diskussion findet diese Debatte kaum statt. Ist Antidiskriminierung kein Thema für die Medien?

Ratlos wendet sich Dr. Matthias Mahlmann von der FU Berlin, der als unabhängiger Rechtsexperte das Gesetzgebungsverfahren zur Umsetzung der EU-Antidiskriminierungsrichtlinie in Deutschland für die Europäische Kommission beobachtet, an die Journalistinnen und Journalisten im dju/EU-Seminar im Februar in Berlin. „Warum ist das Thema für Journalisten so uninteressant? Sagen Sie es mir“, fordert der Jurist. Doch die Antworten gehen über Vermutungen nicht hinaus: Die Berichterstattung über Diskriminierung werde in den Redaktionen „als unangenehm, als unsexy“ empfunden, meint der frühere taz-Inlandschef Eberhard Seidel. „Keine Nähe zur Macht, kein Glamour-Faktor“, unterscheidet er zur Parlamentsberichterstattung oder zum Feuilleton. Außerdem seien Redaktionen insgesamt bei diesem Thema sehr unsicher: Soll es kontinuierlich vorkommen oder lieber durch einzel-

ne große Geschichten, wie sieht es mit dem Ermüdungsfaktor beim Leser aus? Und wie kommt man/frau an die entsprechenden Fallbeispiele?

Hier sind die Integrations- und Ausländerbeauftragten Ansprechpartner. In vielen größeren Gemeinden gibt es auch Ausländerbeiräte. Doch nach der Beobachtung von Seidel, inzwischen Geschäftsführer des Projekts „Schule ohne Rassismus“, schicken die Redaktionen zu entsprechenden Presseterminen am liebsten Praktikantinnen und Praktikanten. Bei diesem geringen Interesse in den Redaktionen ist das Thema dann auch für viele Freie zumindest finanziell uninteressant.

Manfred Protze, Vorsitzender eines Beschwerdeausschusses des Deutschen Presserats, sieht bei der Berichterstattung über Diskriminierung zwei grundsätzliche Fraktionen in den Redaktionen: diejenigen, die alle vorhandenen Fakten einschließlich beispielsweise der Herkunft berichten, und diejenigen, die aus ethischen Gründen auf manche Details verzichten. Für den Presserat schätzt Protze die Möglichkeit der „öffentlichen Brandmarkung“ so ein: „Am Ende gehen wir davon aus, dass öffentliche Kommunikation das wirksamste Mittel ist, um diskriminierendes Denken und Fahrlässigkeit in den Redaktionen zu überwinden.“

In Deutschland, darin sind sich die europäischen Beobachter einig, verlaufe die Diskussion ganz anders als in den europäischen Nachbarländern. Laut European Monitoring Centre on Racism and Xenophobia, das Diskriminierung in den

Ländern der EU seit dem Jahr 2000 beispielsweise auf dem Wohnungs- und Arbeitsmarkt und im Erziehungswesen systematisch beobachtet, liegt es zum Teil daran, dass die meisten Deutschen glauben, solche Diskriminierung gebe es in Deutschland nicht. EU-Beobachter Mahlmann: „Die Muster für Diskriminierung sitzen wohl tiefer, als man es sich eingestehen will. Da sich Deutschland erst vor wenigen Jahren von der Illusion verabschiedet hat, kein Einwanderungsland zu sein, sind wir in der Diskussion wohl um Einiges hinterher.“

Eine zweite deutsche Besonderheit sehen Beobachter in einer massiven Kontrahaltung aus den Reihen der Wirtschaft, in einem Grad an Emotionalisierung der Debatte mit Slogans wie „Freiheit statt Gleichheit“, die der tatsächlichen Entwicklung in Ländern, wo die Richtlinie schon seit Jahren umgesetzt ist, gar nicht entspreche. Wird hierzulande etwa vor einer Prozesslawine als Konsequenz aus einem Antidiskriminierungsgesetz gewarnt, so sind die realen Fallzahlen in Großbritannien nur gering. Dennoch hätten es die deutschen Wirtschaftsverbände erfolgreich geschafft, die EU-Antidiskrimi-

► Mehr Information

www.stop-discrimination.info
www.integrationsbeauftragte.de

nierungsrichtlinie mit dem ganz großen „Bürokratie aus Brüssel“-Stempel zu brandmarken.

„Wie fängt man eine Debatte wieder an, die dermaßen verbrannt und kaputt gemacht worden ist?“, fragen denn auch die EU- und Bundesintegrationsbeauftragten. Vielleicht, in dem man es von der positiven Seite angeht, hat sich wohl die EU-Kommission gedacht und ihre Werbekampagne 2003 bis 2007 unter das Motto „For Diversity“, und nicht nur „Against Discrimination“ gestellt. In Deutschland leben inzwischen 14 Millionen Menschen mit Migrationshintergrund, in den Städten sind das rund 40 Prozent aller Jugendlichen. Eine erkleckliche potenzielle Kundenschar. Und bei der demographischen Entwicklung auch Teil der Firmenmitarbeiterschaft von Morgen. „Geschäftsnutzen von Vielfalt. Bewährte Verfahren am Arbeitsplatz“ bringt es ganz konkret eine Broschüre der EU-Kommission für Unternehmen auf den Punkt. Wenn diese in Migrantinnen und Migranten auch die Kundinnen und Kunden entdecken, kann die „bunte Belegschaft“ zur frohen Werbebotschaft werden – auch für Medienunternehmen. *Susanne Stracke-Neumann* ■

FIFA im Abseits

Massive Einschränkungen bei der aktuellen Bildberichterstattung

Die Weltmeisterschaft in Deutschland steht unter dem Motto: „Zu Gast bei Freunden“. Veranstaltet wird das Turnier von der Fédération Internationale de Football Association (FIFA) in Zürich und der Verband macht sich derzeit nicht besonders beliebt. Nach der Absage der Gala von Andre Heller, dem Streit über das ausgeschenkte Bier folgte der Ärger mit den Zeitungsverlegern.

Der Weltverband der Zeitungen (WAN) und die führenden internationalen Nachrichtenagenturen protestierten gegen die massiven Einschränkungen der aktuellen Bildberichterstattung von der Fußball-WM 2006. Erst Anfang Januar hatten die Kontrahenten in Zürich die Einsetzung einer Arbeitsgruppe beschlossen, um die Differenzen zu beseitigen. Bei der Kontroverse geht es um die Nutzung von Bildmaterial im Internet während der WM. In ihren Akkreditierungsregeln schreibt die

FIFA vor, wann und wie viele Fotos online veröffentlicht werden dürfen. Die Meinungsverschiedenheiten waren nicht geklärt, aber die FIFA hatte die Gespräche im Februar abgebrochen.

Der Hauptkonflikt bestand in der Berichterstattung im Internet, der für die Tageszeitungen bei diesem Turnier eine ganz besondere Bedeutung hat. Es werden 28 der 64 Partien erst um 21 Uhr angepfiffen, weil spätere Anstoßzeiten dem Fernsehen und den Sponsoren bessere Vermarktungsmöglichkeiten eröffnen. Für die schreibenden Kollegen wird die ausführliche Berichterstattung so zu einer kaum lösbaren Aufgabe. Erst recht nicht, wenn Verlängerung und Elfmeterschießen das Spielende weit in die Nacht verlegen. Da ist es besonders wichtig, Bilder und Artikel in den Onlineausgaben der Zeitschrift zu präsentieren.

Zu Anfang hatte die FIFA verlangt,

dass erst zwei Stunden nach Abpfiff die ersten Bilder ins Netz gestellt werden. Während des Spiels sollte die Veröffentlichung von Bildern grundsätzlich verboten sein. Maximal fünf Aufnahmen pro Halbzeit und zwei pro Verlängerung einschließlich Elfmeterschiessen sollten gezeigt werden können.

Es geht hier auch um die Grundsatzfrage, ob die Berichterstattung im Netz nur eine Ergänzung zu den Printmedien ist. Die FIFA geht von einem eigenständigen Medium aus und möchte auch dafür Lizenzgebühren verlangen. Die Rechte für den Onlinebereich hat die Firma Infront erworben und sie bietet den Zeitungen „Sublizenzen“ an. Wer also mehr Bilder zeigen will, der muss extra dafür bezahlen. Angeblich verhandeln weltweit 30 Unternehmen über die Rechtevergabe.

Kurz vor Drucklegung erreichte M die Meldung, dass die FIFA die Pläne zur Beschränkung der Bildverwertung während der Fußball-Weltmeisterschaft zurückgezogen hat. Sein Verband unterstütze eine „transparente Informationspolitik“ im Sinne der Pressefreiheit, erklärte FIFA-Präsident Sepp Blatter am 13. März.

Michael Voregger ■

Anzeige

Profitmaximierung im Visier

Widerstand – Betriebsrat des Berliner Verlages setzt auf Solidarität

Er werde „stolzer Hüter der redaktionellen Freiheit“ in den Publikationen des Berliner Verlags sein, hatte Mecom-Chef David Montgomery vollmundig bei der Übernahme getönt. Die Belegschaft hörte die Botschaft wohl, allein ihr fehlte der Glaube.

Bereits zwei Monate nach der Genehmigung des Deals durch das Bundeskartellamt ließ das Investorenkonsortium Mecom/VSS zur Jahreswende denn auch die Katze aus dem Sack: Innerhalb von nur drei Jahren, so sehen es die Finanzpläne vor, soll das Medienunternehmen seine jährliche Umsatzrendite von derzeit 14,5 Millionen Euro auf 26,7 Millionen Euro schrauben. Dies entspricht einer Steigerung der Gewinnerwartung von 12 auf 21 Prozent, bei Kreditbelastungen in Höhe von 95 Millionen Euro. Eine solche Vorgabe sei „nicht ohne größeren Personalabbau und massiven Qualitätsverlust“ zu realisieren, sagt Konzernbetriebsratsvorsitzende Renate Gensch. Kampfflos hinnehmen will die Belegschaft das angepeilte Profitmaximierungsprogramm nicht.

■ Verlagsintern Einigkeit

Bislang geht die „Heuschrecken“-Strategie allerdings nicht auf. Eigentlich wollte die neue Geschäftsleitung bereits zum 1. März die Verlagspläne für 2006/07 verkünden. Doch die Ergebnisse der entsprechenden Arbeitsgruppen fielen für die Führungsetage offenbar nicht befriedigend aus. Ohnehin knirscht es im Gebäck des Verlags: Diverse Führungskräfte, darunter der ehemalige Geschäftsführer Oliver Rohloff und TIP-Chefredakteur Karl Hermann, sind bereits von der Fahne gegangen. Sie hatten dem Vernehmen nach wenig Lust, eine Kahlschlagsanierung mitzutragen. Auch die beiden Chefredakteure von „Kurier“ und „Berliner Zeitung“ gelten als unsichere Kantonisten. Sie hatten sich leidenschaftlich und mit hohem persönlichen Risiko gegen eine Übernahme des Verlags durch die anglo-amerikanische Investorengruppe gewehrt.

Unterdessen verstärken Betriebsräte, Gewerkschafter und die Belegschaft mit phantasiereichen Aktionen ihren Wider-

stand gegen die Unterordnung ihrer Betriebe unter nacktes Profitinteresse. So Anfang März bei einer parallel zum Aufsichtsratsmeeting organisierten Pressekonferenz unter dem Motto „Es ist fünf vor zwölf“. Gefordert wurde da unter anderem der Ausschluss betriebsbedingter Kündigungen und eine langfristige Personalplanung, die Feste und Freie, Pauschalisten, Volontäre und Auszubildende mit einbezieht. Um jeden Preis verhindert werden soll eine Zerstückelung des Unternehmens durch Ausgliederung einzelner Betriebsteile. Nach wie vor kursieren etwa Gerüchte über Verkaufspläne für das Stadtmagazin „Tip“. Auch aus diesem Grund setzt der gewerkschaftliche Aktionsausschuss, gebildet aus ver.di und den beiden Berliner DJV-Verbänden, verstärkt auf verlagsinterne Solidarität. Die Aktion „Wir für Euch, Ihr für uns“, bei der sich die Kollegen aus Verwaltung, Druckerei und Redaktionen gegenseitig besuchten, „kam bei den Kollegen gut an“, freut sich Renate Gensch. „Jetzt weiß jeder, wenn es drauf ankommt, bleibt niemand allein“.

Verschärft hat sich die Situation nach der Ende Januar erfolgten Übernahme des Boulevardblatts „Hamburger Morgenpost“ durch Mecom/VSS. Auch in Hamburg fürchtet die Belegschaft massiven Arbeitsplatzabbau, in diesem Fall durch eine Zentralisierung von Tätigkeiten in Berlin. Bei einer Erstellung des Zeitungsmantels in Berlin sei rund ein Drittel der „Morgenpost“-Belegschaft gefährdet, heißt es. Derzeit verfügt das Blatt noch über 125 Beschäftigte, darunter 70 Redakteure. Angekündigt haben die neuen Eigner zunächst die technische Vernetzung und die Zusammenlegung diverser Verlagsabteilungen wie Anzeigen, Vertrieb, Marketing, IT, Dokumentation sowie Finanzbuchhaltung an den Standorten Berlin und Hamburg.

Wie in Berlin wird auch an der Alster gegen die Pläne des Managements demonstriert. Drei stellvertretende „Morgenpost“-Chefredakteure schrieben, man werde sich „journalistisch sinnvollen Optimierungen nicht verschließen“, zugleich aber den Status einer Vollredaktion verteidigen. Im Rahmen der „Koordinierung der redaktionellen Zusammenarbeit“ zwischen

„Morgenpost“ und „Kurier“ werde man sich „für den Erhalt der gewachsenen Strukturen und aller Arbeitsplätze mit allen zur Verfügung stehenden Mitteln einsetzen“.

■ Redakteursausschüsse

In Berlin geht es bereits ans Eingemachte: Nach der Anschaffung einer Weiterverarbeitungsanlage für die Druckerei stehen nach Schätzung des Betriebsrats an die 40 Arbeitsplätze auf der Kippe. Vor dem Hintergrund des drohenden Personalabbaus fürchten Gewerkschafter und Betriebsräte auch eine massive Verschlechterung der publizistischen Qualität der Verlagsprodukte. Redaktionsstatute, mit denen die publizistische Unabhängigkeit der Blätter gesichert werden soll, liegen für Berliner Zeitung und Tip bereits vor. Darin ist unter anderem das Vetorecht einer Zweidrittelmehrheit der Redaktion bei der Berufung oder Abberufung des Chefredakteurs vorgesehen. Gewählte Redakteursausschüsse haben das Mandat, mit den neuen Eignern darüber zu verhandeln.

Anfang März forderte der gewerkschaftliche Aktionsausschuss die Verlagsgeschäftsführung um Peter Skulimma per Brief zu Tarifgesprächen auf. Auf dem Forderungskatalog stehen eine Beschäftigungsgarantie, Qualitäts- und Bestandsicherung sowie über wirtschaftliche Mitbestimmung für den Konzernbetriebsrat.

Trotz angespannter Situation sei die Stimmung in der Belegschaft „recht kämpferisch“, urteilt Andreas Köhn, stellvertretender ver.di-Landesbezirksleiter. Sollte es hart auf hart kommen, werde sich die Verlagsführung auf einen „hohen Mobilisierungsgrad“ gefasst machen müssen.

Günter Herkel ■

Pressekodex ergänzt

Presserat konkretisiert Regeln für Börsenberichterstattung

Das Plenum des Deutschen Presserats hat in seiner Sitzung am 2. März 2006 den Pressekodex um eine spezielle Richtlinie 7.4 zur Wirtschafts- und Finanzmarktberichterstattung erweitert: „Journalisten und Verleger, die Informationen im Rahmen ihrer Berufsausübung recherchieren oder erhalten, nutzen diese Informationen vor ihrer Veröffentlichung ausschließlich für publizistische Zwecke und nicht zum eigenen persönlichen Vorteil oder zum persönlichen Vorteil anderer. Journalisten und Verleger dürfen keine Berichte über Wertpapiere und/oder deren Emittenten in der Absicht veröffentlichen, durch die Kursentwicklung des entsprechenden Wertpapierses sich, ihre Familienmitglieder oder andere nahestehende Personen zu bereichern. Sie sollen weder direkt noch durch Bevollmächtigte Wertpapiere kaufen bzw. verkaufen, über die sie zumindest in den vorigen zwei Wochen etwas veröffentlicht haben oder in den nächsten zwei Wochen eine Veröffentlichung planen. Um die Einhaltung dieser Regelungen sicherzustellen, treffen Journalisten und Verleger die erforderlichen Maßnahmen. Interessenskonflikte bei der Erstellung oder Weitergabe von Finanzanalysen sind in geeigneter Weise offen zu legen.“

■ Interessenausgleich

Der Presserat reagiert damit auf eine Novellierung des Wertpapierhandelsgesetzes. Die Regelungen dieses Gesetzes, soweit sie die Erstellung und Veröffentlichung von Finanzanalysen behandeln, werden nun für Journalisten durch die

freiwillige Selbstregulierung beim Deutschen Presserat ersetzt. „Damit konnte die drohende gesetzliche Reglementierung der journalistischen Arbeit verhindert werden“, so der Sprecher des Presserats, Fried von Bismarck. Die gefundene Regelung stellt einen angemessenen Ausgleich zwischen den Interessen der Anleger und der Pressefreiheit dar.

■ Abdruck von Karikaturen verstößt nicht gegen Kodex

Die Beschwerdekammer 1 des Deutschen Presserats hat am 1. März 2006 in Bonn festgestellt, dass die Veröffentlichung so genannter Mohammed-Karikaturen in der Zeitung Die Welt im Einklang mit dem Pressekodex stehen. Aus Sicht der Beschwerdeführer beleidigen die Karikaturen die Religionsgemeinschaft der Muslime. Dem widersprach der Presserat. Die bildlichen Darstellungen greifen das zeitgeschichtlich aktuelle Thema „religiös begründeter Gewalt“ mit den für Karikaturen typischen Mitteln auf. Dabei werden weder die Religionsgemeinschaft, noch ihr Stifter und ihre Mitglieder geschmäht oder allgemein herabgesetzt. Auch Religionsgemeinschaften und ihre Mitglieder müssen Kritik – auch scharfe – ertragen. Die Beschwerdekammer betont, dass es Grenzen auch für Satire und Karikaturen gibt. Sie sind allerdings weit zu ziehen. Im vorliegenden Fall wird diese Grenze nicht überschritten.

Drei öffentliche Rügen wurden gegen den Kölner Express, die Zeitschrift Health & Sales und die Thüringer Allgemeine aus-

◆ Presserat mit neuer Spitze

Der Deutsche Presserat hat Fried von Bismarck am 2. März 2006, in Bonn zu seinem neuen Sprecher gewählt. Er löst damit turnusgemäß nach zwei Jahren die amtierende Sprecherin des Gremiums, Dr. Ilka Desgranges (DJV), ab. Von Bismarck ist Verlagsleiter beim Spiegel-Verlag und gehört als Vertreter des VDZ dem Presserat seit 1991 an. Von Bismarck übernimmt die Sprecherfunktion im Jubiläumsjahr des Deutschen Presserats: „50 Jahre nach der Gründung der freiwilligen Selbstkontrolle ist das Eintreten für die Pressefreiheit in Deutschland so wichtig wie am ersten Tag,“ so von Bismarck. „Bis in die jüngste Zeit erleben wir Versuche der Überwachung von Journalisten. Vor diesem Hintergrund ist nur ein unabhängiges und freiwilliges Modell der Selbstkontrolle zukunftsfähig.“ Als stellvertretende Sprecherin wählte das Plenum Sigrun Müller-Gerbes, Redakteurin bei der Neuen Westfälischen (dju/ver.di). Zum neuen Vorsitzenden des Trägervereins des Deutschen Presserats wurde Hermann Neusser, Verleger und Herausgeber des Bonner General-Anzeigers (BDZV), gewählt, zur stellvertretenden Vorsitzenden Ulrike Maercks-Franzen, Bundesgeschäftsführerin der dju in ver.di.

Als neues Mitglied begrüßt der Presserat Volker Stenei, Chefredakteur und Verlagsleiter des Hellweger Anzeigers in Unna, der für den BDZV Dr. Hans-Peter Bach ablöst.

gesprochen. Insgesamt hat die Kammer 46 Beschwerden behandelt, 17 wurden als unbegründet zurückgewiesen. In zwei Beschwerde-Fällen haben die Zeitungen die Fehler von sich aus korrigiert. Es wurden neben den drei öffentlichen Rügen fünf Missbilligungen und 13 Hinweise ausgesprochen. www.presserat.de ■

Anzeige

In Bochum gehen die Lichter aus

Traditionsverlag zerstückelt

Aus dem Verlag Lensing-Wolff ist zum 15. Januar die Media Dortmund GmbH geworden. Hinter dem neuen Namen steckt die Auflösung des Traditionsverlags und der Abbau von Arbeitsplätzen bei den Ruhr Nachrichten. Gegründet wurde das Medienhaus Lensing 1870. Fünf Jahre später wurde in Dortmund mit Tremonia die erste Lokalzeitung herausgegeben.

Seinen Mitarbeitern hat der Verleger Lambert Lensing-Wolff mitgeteilt, dass sie automatisch in die neue GmbH übernommen werden. Die Chefredaktion der Ruhr Nachrichten hat die Redaktionen in Bottrop, Gelsenkirchen und Gladbeck informiert, dass Ende März ihre Arbeit nicht mehr benötigt wird. In Bottrop und Gladbeck überlässt man das Feld dann endgültig der WAZ. Den 13 Redakteurinnen und Redakteuren droht der Gang in die Arbeitslosigkeit. In Bochum gehen die Lichter wohl erst in einem Jahr aus, wenn der Lokalteil bis dahin keinen Käufer findet. Dafür wurde eigens der Verlag West gegründet und Lutz Schuhmacher von der Chefredaktion der Ruhr Nachrichten soll als Geschäftsführer die Lokalausgabe verkaufsfähig machen. Der frühere Chef der Nachrichtenagentur ddp gehört seit 2005 neben Hermann Beckfeld und Wolfram Kiwit zum Führungstrio der Zeitung.

Die vier betroffenen Lokalausgaben konnten zuletzt kaum mehr als 3.000 Exemplare verkaufen und gehören zu den auflageschwächsten Redaktionen. In Nordrhein Westfalen ist Lensing mit einer Gesamtauflage von 290.000 Exemplaren und einem Marktanteil von 7,4 Prozent das drittgrößte Zeitungsunternehmen. Die Auflage der Ruhr Nachrichten geht schon seit Jahren zurück und vor allem im Ruhrgebiet dominiert die Westdeutsche Allgemeine Zeitung den Markt. Die Geschäfte des Medienhauses Lensing gehen dennoch gut und der Verleger freut sich über ansprechende Gewinne. Schon seit einiger Zeit arbeitet Lambert Lensing an der Zerstückelung seines Imperiums. Erst vor drei Jahren wurde die Mantelredaktion in die Gesellschaft Westnews überführt. Die neuen Gesellschaften gehören nicht dem Zeitungsverlegerverband (ZVNRW) an. So scheint es offensichtlich, dass mit dieser Strategie der Tarifvertrag umgangen werden soll. *Michael Voregger* ■

Pressefotos in Tageszeitungen

Eine Stichprobe für die Diskussion um das journalistische Bild

Die Durchforstung verschiedener Zeitungen aus einer Region im Norden Deutschlands nach Pressefotografien an nur einem Wochenende erbrachte bedenkliche Resultate. Untersucht wurden die Nordseezeitung (NZ), Mantelzeitung für verschiedene Lokalausgaben; der Weser-Kurier (WK), das Hamburger Abendblatt (HHA) und die Niederelbe Zeitung (EZ).

Außer dem Hamburger Abendblatt hat keine dieser Redaktionen noch Fotografen im festen Angestelltenverhältnis. Auch Fotoredaktionen sind nicht mehr existent. „Bei Google und im Internet gibt es doch alles“, ist eine häufige Redewendung bei Nachfrage in den Verlagen und Redaktionen.

Auffällig war, dass der WK deutlich bessere Illustrationen hat als die restlichen Zeitungen. Dies liegt daran, dass dort noch viele Fotos von zwei professionellen Fotografen, die allerdings frei arbeiten, erscheinen. Die Qualität der NZ-Illustrationen ist deutlich wahlloser und sichtbar uninteressanter. Es sind hauptsächlich PR- und Werbefotos und in den lokalen Teilen ausnahmslos Fotos von Redakteuren aufgenommen. Mit Ausnahme des HHA und des WK sind alle untersuchten Zeitungen ausschließlich mit PR-Fotos und Redakteursfotos illustriert. Die Qualität von Redakteursfotos sind dem Fotografie Professor Peter Piller (www.peterpiller.de) sogar eine Buchreihe wert. Bisher sind acht Bände mit „Redakteursfotos“ im Revolver Verlag erschienen und müssen wohl unter die Rubrik „Satire“ eingeordnet werden. Ein Titel heißt „Bauerwartungsflächen! Noch ist nichts zu sehen“, ein anderer: „Tatortfotos“ – dieser zeigt hauptsächlich Absperrbänder der Polizei.

Das HHA beschäftigt noch zwei feste Fotografen. „Das ist aber ein besonderer Luxus, den wir uns noch leisten“, bestätigte eine Redakteurin. Das HHA hatte in der gesichteten Reisebeilage 161 Fotos von Reiseunternehmen abgedruckt. Kein einziges Foto war mit einem Urhebervermerk versehen.

Honorarfreie PR-Fotos sind besonders in den Wochendausgaben mit Magazinteilen dominierend. Dabei fällt auf, dass

vielfach in den zeitnah erscheinenden Ausgaben der gleichen Zeitung, Anzeigen der redaktionell besprochenen Firmen erscheinen. Bei Nachfragen in den Redaktionen wurde von Kollegen bestätigt, dass ein enger Zusammenhang zwischen dem Redaktions- und dem Anzeigenteil bestehe. Als Entschuldigung wurde vorgebracht, dass die Verlage von den Kunden erpresst würden. Verständlicherweise war keiner der Kollegen bereit, dies namentlich zu bezeugen.

Die knapper gewordenen Anzeigenetats werden offensichtlich nur noch an Zeitungen vergeben, die zusätzlich auch im redaktionellen Teil positiv über das Produkt und das Unternehmen berichten. Bundesweit sind inzwischen viele Fälle von „Abstrafungen“ bekannt geworden, nachdem eine Zeitung kritisch über Unternehmen berichtete: DB, Aldi, Lufthansa, Lidl! Die Lufthansa ging sogar soweit, die Süddeutsche Zeitung nach einer Kritik am Unternehmen aus dem Leseangebot ihrer Flugzeuge zu nehmen.

Nach Ziffer 7 des Pressekodex haben sich Verleger und Journalisten verpflichtet, dass redaktionelle Veröffentlichungen nicht durch private oder geschäftliche Interessen Dritter oder durch persönliche wirtschaftliche Interessen der Journalistinnen und Journalisten beeinflusst werden. Diese Untersuchung – sowie zahlreiche Gespräche mit KollegInnen aus anderen Zeitungen, die ähnliches berichten – lässt die Schlussfolgerung zu, dass dieser Passus des Pressekodex lange überholt ist.

Günter Zint, www.panfoto.de ■

Die Veröffentlichung dieser Stichprobe ist ein Vorgriff auf den Fotografentag der ju in Hannover am 24. März. Im Gesamtvertrag sind die Fotos dokumentiert.

Journalisten heimlich überwacht

Polizei sammelte Verbindungsdaten der Wolfsburger Allgemeinen

Monatelang hat die Polizei mehrere Redaktionstelefone der Wolfsburger Allgemeinen Zeitung sowie die Privatanschlüsse zweier Journalisten überwacht. Hinter dem zweifelhaften Vorgehen stand der Verdacht, die Redakteure hätten von zwei Polizeibeamten vertrauliche Ermittlungsergebnisse erhalten.

Inzwischen erwiesen sich diese Vorwürfe jedoch als unhaltbar, und die Überwachung der Telefone wird von verschiedenen Seiten als rechtswidrig bezeichnet. Scharfe Kritik am Vorgehen der Wolfsburger Polizei kommt sowohl von der Deutschen Journalistinnen und Journalisten-Union (dju) in ver.di als auch vom

Bundesverband Deutscher Zeitungsverleger. Die Zeitungsverleger sprechen von einem „schweren Eingriff in die Pressefreiheit“. dju-Sprecher Manfred Protze erklärte, damit werde „der Vertrauensschutz von Informanten gegenüber der Presse und zugleich der grundgesetzlich garantierte Schutz der Presse vor staatlicher Gängelung zerstört“. Der stellvertretende Datenschutzbeauftragte Niedersachsens, Rainer Hammer, bezeichnete den Vorgang als offenbar rechtswidrig: „Das Gesetz erlaubt es, gegen einzelne Journalisten zu ermitteln, aber nicht gegen eine ganze Redaktion.“ Wenn eine zentrale Nummer überprüft werde, ermittle man aber gegen eine Redaktion.

In einer von SPD und Grünen beantragten Sitzung des Innenausschusses im Niedersächsischen Landtag verteidigte Justizministerin Elisabeth Heister-Neumann (CDU) die Überwachungsmaßnahmen. Es habe der Verdacht des Verrats von Dienstgeheimnissen durch zwei Polizeibeamte bestanden. Aufgrund eines richterlichen Beschlusses sei deshalb im Jahr 2003 überprüft worden, wann die Redakteure mit den betreffenden Polizisten telefoniert hätten. Die Ermittlungen seien rechtlich nicht zu beanstanden, weil keine Gespräche abgehört wurden, sondern nur auf Verbindungsdaten zurückgegriffen worden sei. Der innenpolitische Sprecher der SPD-Fraktion, Heiner Bartling, sieht dagegen die Pressefreiheit in Gefahr. „Vor einer Kontrolle des zentralen Telefonanschlusses der Wolfsburger Allgemeinen Zeitung hätte überprüft werden müssen, ob sich dieselben Erkenntnisse nicht durch eine Überprüfung der Verbindungsdaten der Wolfsburger Polizei hätten gewinnen lassen.“ Die Ankündigung der Justizministerin, über die Gesetzeslage nachzudenken, bezeichnete Bartling als Ablenkungsmanöver. *Oliver Förste* ■

Anzeige

Redaktionsdurchsuchung verfassungsrechtlich prüfen

Die Zeitschrift Cicero will wegen der Durchsuchung ihrer Redaktionsräume das Bundesverfassungsgericht anrufen. In Karlsruhe soll geprüft werden, ob der Eingriff in die Pressefreiheit rechtmäßig war. „Es geht um einen exemplarischen Fall für die Sicherung von Quellen- und Informationsschutz“, sagte Chefredakteur Wolfram Weimer in Potsdam. „Redaktionsräume sind kein Selbstbedienungsladen für verärgerte Politiker, die ihre undichte Stelle suchen.“ Vom Potsdamer Landgericht waren die Durchsuchungen bei Cicero für rechtmäßig erklärt worden.

Die Staatsanwaltschaft ermittelt gegen Weimer, einen Journalisten und den Auslandschef der Schweizer Zeitung Sonntagsblick wegen Beihilfe zum Geheimnisverrat. Ihnen wird vorgeworfen, in der Cicero-Ausgabe vom April 2005 aus einem internen Auswertungsbericht des Bundeskriminalamtes (BKA) über den irakischen Terroristenführer Abu Mussab al-Sarkawi zitiert zu haben. Auf der Suche nach dem Leck im BKA waren am 12. September 2005 Redaktionsräume und die Wohnung des Cicero-Autors durchsucht worden. *dpa* ■

Tabu beleuchtet

EU-Journalistenpreis „Für Vielfalt. Gegen Diskriminierung.“

Ein Artikel über die Diskriminierung von Menschen mit Behinderungen beim Zugang zum Priesteramt und ein Foto, das die Annäherung jüdischer Pilger und polnischer Bevölkerung illustriert, wurden als nationale Gewinner des EU Journalistenpreises „Für Vielfalt. Gegen Diskriminierung“ 2005 ausgewählt. Der Artikel „Seelsorger mit Behinderung“ von Christian Schmitz, veröffentlicht in „MENSCHEN. das Magazin“, wurde aufgrund seines hohen Neuigkeitswertes ausgewählt. „Der Beitrag bringt ein gesellschaftliches Tabu an die Öffentlichkeit: den Widerspruch innerhalb der Kirche zwischen dem Anspruch der Institution und der Praxis in ihrem Arbeitsalltag. Der Artikel ist ein Beispiel für eine vielfältige Herangehensweise und eine objektive Behandlung des Themas Diskriminierung in unserer Gesellschaft“, begründet die sechsköpfige Jury ihre Entscheidung.

Das Gewinnerfoto „Ultraorthodoxe jüdische Pilger im polnischen Galizien“ von Jan Zappner, veröffentlicht in der Jüdischen Allgemeinen Zeitung, beeindruckte durch den kreativen Ansatz, mit

dem das Aufeinandertreffen der jüdischen Pilger und der polnischen Lokalbevölkerung gezeigt wurde. „Die originelle Darstellung der Personen durch Schattenfiguren, die nur durch einen Zaun getrennt sind, hat großen Symbolcharakter und macht neugierig auf weitere Arbeiten dieses Fotografen“, so die Beurteilung der Juroren.

Bei dem europäischen Wettbewerbsfinale des EU-Journalistenpreises wird am 29. März in Brüssel die unabhängige EU-Jury drei Siegertexte und drei Siegerfotos aus allen nationalen Gewinnerarbeiten wählen.

Angesichts des Erfolges des EU-Journalistenpreises in den vergangenen beiden Jahren wird der Wettbewerb auch in diesem Jahr fortgesetzt. Der „Für Vielfalt. Gegen Diskriminierung.“ Journalistenpreis 2006 wird neben Print- und Online-Veröffentlichungen erstmals auch für Beiträge aus internen Newslettern und Firmenzeitschriften offen sein. Zusätzlich wird 2006 eine spezielle Auszeichnung für Nachwuchsjournalisten vergeben.

Infos: www.stop-discrimination.info ■



► Buchrezension: Mattscheibe – das Ende der Fernsehkultur

Inneneinsicht gestern und heute

Bevor uns Jürgen Bertram nostalgisch ins Schlaraffenland eines aufgeklärten Nachkriegs-Journalismus unter Anleitung britischer Befreier entführt – Inneneinsicht in Betriebsklima und Presse-Ethos beim NDR nach der sogenannten Stunde Null, Mai 1945, gibt – begründet er, warum er in seinem Buch „Mattscheibe – Ende der Fernsehkultur“ derzeit als Kritiker agiert. Erklärt, wieso er sich berufen fühlt, ausgerechnet jenem Sender, der ihn als Journalisten und Asien-Korrespondenten gefördert hat, die Leviten zu lesen. Und zwar trotz – oder vielmehr sogar gerade wegen – seiner großen Dankbarkeit gegenüber dem zunächst sehr demokratisch geprägten Stil der öffentlich-rechtlichen Sendeanstalt, der radikal mit der unseligen Propaganda-Tradition der Nationalsozialisten gebrochen habe. Weil das von ihm als erhaltenswert erlebte öffentlich-rechtliche Rundfunksystem nicht vor die Hunde gehen soll.

Dann werden wir geneigten Leserinnen und Leser vom Fach, die wir uns meist alltäglich in den Redaktionen wegen alberner Formalien, Absurditäten und Profilierungseifer streiten, konfrontiert mit jener wunderbaren Historie, als Journalisten sich offenbar noch täglich über wesentliche Grundsätze der Pressefreiheit austauschten. Mit Zeiten, als Vorgesetzte sogar „Widerworte“ gegen sich selbst noch als Courage und Charakterstärke werteten – nicht etwa wie heutzutage zumeist üblich als mangelnde Kooperationsfähigkeit eines Mitarbeiters. Als es en Vogue gewesen sein soll, Partei „für den Bürger“ und damit auch Risiken auf sich zu neh-

men – nicht etwa möglichst mit vielen Entscheidern an den Schaltstellen der Politik und Wirtschaft per Du zu sein. Zeiten, in denen es als Ehre galt, sich als Kritiker und als „links“ beschimpfen zu lassen – und nicht mal eben nebenbei noch für Gut Wetter bei Werbetreibenden zu sorgen. Ob diese Zeiten nun wirklich durchgängig so glorreich gewesen sind oder nur in Bertrams Erinnerung – und einzig im Vergleich zum heutigen Verfall journalistischer Moral – derart erglänzen, sei einmal dahingestellt. In jedem Fall gibt Bertram interessante Beispiele journalistischer Wehrhaftigkeit zum Besten. Etwa die legendäre Geschichte des NDR-Reporters Jürgen Roland: Dieser stellte fest, dass vor einer Hamburger Behörde lange Schlangen frierender Bürger warten mussten. Als es ihm nicht gelang, zum Amtsvorsteher vorzudringen, und nach dem Grund zu fragen, rief der Reporter die Feuerwehr. Mit der Feuerwehrleiter habe er sich vor das Fenster des verantwortlichen Beamten befördern lassen. Im folgenden habe er diesen mit eingeschaltetem Tonbandgerät interviewt, warum Bittsteller so arrogant behandelt werden. Nun wäre derartiges Vorgehen heute kaum denkbar. Schon allein deshalb ist die Historie der einstmaligen Kadavergehorsam zur demokratischen Respektlosigkeit erzogenen Journalisten lehrreich und lesenswert. Dass ein ebenso bitterer wie berechtigter Verriss des modernen Fernsehjournalismus nach solchen Wertmaßstäben in dieser spannenden Lektüre folgt, ist nur logisch.

Gitta Düperthal ■

„Mattscheibe – Das Ende der Fernsehkultur“

von Jürgen Bertram

S. Fischer Verlag GmbH Frankfurt am Main

Januar 2006
240 Seiten
8.95 Euro

Streit um Streikgeld

WAZ verliert auch in zweiter Instanz

Zeitungsverleger dürfen streikenden Redakteurinnen und Redakteuren nicht das Urlaubs- und Weihnachtsgeld für die Streiktage vom Gehalt abziehen. Dies hat jetzt in zweiter Instanz auch die 12. Kammer des Landesarbeitsgerichts Düsseldorf so gesehen. Sie verurteilte den Zeitungsverlag WAZ, dem Redakteur Helge Kondring 662 Euro an einbehaltenem Gehalt nebst Zinsen zurückzuzahlen. Kondring hatte sich an 24 Streiktagen am Journalistenstreik 2004 beteiligt und danach verdutzt den Abzug auf dem Lohnstreifen zur Kenntnis nehmen müssen.

Das Landesarbeitsgericht hatte auf Wunsch beider Prozessparteien ausdrücklich Revision zugelassen. Denn auch die dju ist an einer höchstrichterlichen Entscheidung interessiert. So ist grundsätzlich die Frage zu klären, ob das Abtreten von Bruttogehaltsansprüchen einzelner Redakteure an Verbände, wie in diesem Verfahren geschehen, überhaupt zulässig ist. „Damit würden dann ja Musterklagen generell unmöglich gemacht und es würden eine Fülle von Einzelverfahren notwendig“, so der Dortmunder Arbeitsrechtler Andreas Rütter, der den klagenden dju-Kollegen vertritt. (Az.: 12 Sa 1331/05) *DFB* ■

2,5 Prozent mehr

Tarifergebnis für Privaten Rundfunk

Zwischen dem Tarifverband Privater Rundfunk (TPR) und den Gewerkschaften DJV und ver.di wurde ein Tarifabschluss für 2006 vereinbart. Damit erhöhen sich die Einkommen um 2,5 % ab dem 1. März 2006. Wie im Vorjahr findet keine Verrechnung mit betrieblichen Zulagen statt. Auf Initiative der Gewerkschaften werden zudem Verhandlungen über gemeinsame Vergütungsregeln für freie JournalistInnen aufgenommen. Angesichts der positiven Entwicklung der Radiosender, spricht Verhandlungsführer Matthias von Fintel (ver.di) von einem „akzeptablen Kompromiss“. „Auch für Privatsender außerhalb des TPR wird dieser Abschluss richtungsweisend sein,“ so Fintel. Der TPR vertritt mehrere landesweite private Radiosender und Redaktionen des evangelischen Kirchenfunks mit insgesamt über 650 Beschäftigten. *red.* ■

ZDF nach Karlsruhe

Rechtsklarheit für öffentlich-rechtlichen Rundfunk

Das ZDF legt Verfassungsbeschwerde gegen das Zustandekommen des Achten Rundfunkänderungs-Staatsvertrags ein. Darin war die Rundfunkgebühr abweichend vom Vorschlag der KEF festgesetzt worden. „Es geht dabei nicht um die Höhe der Rundfunkgebühr, auch wenn wir dadurch zu Einschränkungen im Programm gezwungen sind, wie uns die KEF bestätigt. Aber wir brauchen für die Zukunft Rechtssicherheit“, sagte Intendant Schächter. Nachdem sich aufgrund der Verfassungsbeschwerde der ARD das Bundesverfassungsgericht damit befassen muss, könne das ZDF nicht außen vor bleiben. ver.di begrüßte die Entscheidung des ZDF, Eingriffe der Bundesländer in das Rundfunkgebührensysteem abzuwehren. Durch das Verfahren werden „grundsätzliche Entscheidungen über den öffentlich-rechtlichen Rundfunk“ erwartet, so ver.di-Vize Frank Werneke. *red.* ■



Aderlass beim NDR

Freie langjährige Fernsehjournalisten werden ausgetauscht

Der NDR – quasi Rundfunk- und Fernsehmonopolist in vier Bundesländern – steht vor dem größten redaktionellen Aderlass seiner Geschichte. Der öffentlich-rechtliche Sender setzt seine Rundfunk- und Fernsehjournalisten ohne unbefristeten Vertrag spätestens nach fünfzehn Jahren auf die Straße und tauscht sie gegen neue aus.

Es gibt sie, die wenigen, die es nicht trifft. Die prominenten Fernsehgesichter, auf die der NDR dann doch nicht verzichten will. Es wäre dem Zuschauer wohl auch kaum zu erklären, warum eine Tagesschau-Sprecherin auf einmal vom Bildschirm verschwindet. Weil es ein „programmliches Abwechslungsbedürfnis“ gibt oder weil sich die Moderatorin auf eine unbefristete Redakteursstelle einklagen würde? Wohl kaum. Das ist aber der Grund, warum allein in diesem Jahr voraussichtlich 50 Radio- und Fernsehjournalisten die Räume des NDR verlassen müssen und erst einmal ein Arbeitsverbot kassieren. Danach dürfen sie wieder anfangen, als Freie mit einem Höchstonorar von 13.000 Euro pro Jahr. Im vergangenen Jahr waren es bereits 45, die gehen mussten – nach manchmal bis zu fünfzehn Jahren regelmäßigen Schaffens für eine oder mehrere Redaktionen. Selbst preisgekrönte Fernsehautoren, von ihren Redaktionen über Jahre aufgebaut, müssen sich verabschieden. Irrsinn und Verschwendung redaktioneller Kapazitäten und damit auch der Rundfunkgebühren nennen es die einen – die Interessen des NDR wahren, die Entscheider in der Spitze des Hauses.

Freibrief Flexibilität

Hintergrund der in der ARD so einzigartigen Personalpolitik ist ein Tarifvertrag, den die Journalistenverbände vor gut zehn Jahren mit dem NDR ausgehandelt haben.

Um den besonderen Bedürfnissen des öffentlich-rechtlichen Senders nach vielfältiger freier redaktioneller Mitarbeit entgegenzukommen, schrieben die Autoren des damaligen Tarifvertrages unter anderem auch das „programmliche Abwechslungsbedürfnis“ in das Vertragswerk. Ein Passus, der es dem Sender erlaubt, feste Freie dauerhaft zu beschäftigen – sie zwar nicht fest anzustellen, aber wie fest angestellte Redakteure in den Redaktionsalltag einzubinden, beispielsweise mit regelmäßigen Schichten in den Hörfunkredaktionen. Die Reporter, Nachrichtenredakteure oder Moderatoren hatten so die Möglichkeit, beim NDR gutes Geld zu verdienen, waren aber nicht fest angestellt, sondern mussten sich wie Freie selbst versteuern. So gibt es beim NDR heute etwa 800 angestellte Redakteure, unter ihnen auch solche mit befristeten Verträgen, und 850 Rundfunk- und Fernsehjournalisten, die einen so genannten Rahmenvertrag haben. Letztere werden nahezu alle den NDR nach spätestens fünfzehn, oft auch schon acht oder zehn Jahren verlassen müssen.

Man habe mit der inhaltlichen Ausgestaltung des Tarifvertrages dem NDR damals bewusst die Möglichkeit größerer Flexibilität geben wollen, sagt Gerd Nies, der damals auf Seiten der in ver.di aufgegangenen IG Medien die Verhandlungen führte. Nun nutze der NDR diese ihm eingeräumte Flexibilität, um seine langjährigen Mitarbeiter los zu werden und gegen neue auszutauschen. Denn der Passus der „programmlichen Abwechslung“ ist in Musterprozessen vor den Bundesgerichten inzwischen dahingehend anerkannt, dass sich Freie, wenn sie dann rausfliegen, auch nicht auf eine feste Stelle einklagen können. „Freie wollen sich aber nicht in erster Linie einklagen. Sie wollen Beschäftigungsmöglichkeiten als Freie im Rahmen der programmlichen Möglichkeiten. Das

verwehrt ihnen der NDR ohne Not zum Schaden des Programms und gefährdet damit hunderte Existenzen.“

Bei den Betroffenen herrscht Wut und Verzweiflung. Denn der NDR hat quasi eine Monopolstellung in den vier norddeutschen Bundesländern. Die Beschäftigungsmöglichkeiten bei Privatsendern sind marginal. Ohnehin wird ein Freier, der jahrelang für ein schleswig-holsteinisches Ländermagazin aus einer Region berichtet hat oder Magazinbeiträge für ein norddeutsches Gesundheits- oder Wirtschaftsmagazin produziert hat, in der Privatwirtschaft kaum nachgefragt werden.

Vor dem beruflichen Nichts

Das Betätigungsverbot im NDR, das nach einer Sperre durch einen Höchstbruttoverdienst von jährlich 13.000 Euro ausgetauscht wird, kann der langjährige Mitarbeiter auch nicht umgehen, indem er im NDR die Redaktion oder vielleicht vom Radio zum Fernsehen wechselt. Wer erst einmal seinen Rahmenvertrag beim NDR verloren hat, ist für den gesamten NDR mit der Limitierung gesperrt. „Die fünfzehn besten Jahre deines Arbeitslebens opferst Du dem Sender und mit Anfang 40 gehörst Du dann zum alten Eisen“, sagen betroffene Freie. Denn die meisten Mitarbeiter mit Rahmenvertrag steigen mit Ende 20 bei dem Nordsender ein und stehen dann – auch weil sie aufgrund der Anbindung an ihre Redaktion nicht genügend Kapazitäten für Alternativen entwickeln konnten – mit 40 Jahren erst einmal vor dem beruflichen Nichts.

Nun haben sich die Freien zusammengeschlossen und suchen das Gespräch mit den Verantwortlichen. Der NDR bleibt bisher hart – und erweist sich damit als Hardliner unter den ARD-Anstalten. Denn in den anderen Landesrundfunkanstalten ist eine lebenslange und auskömmliche Beschäftigung, wenn auch ebenfalls mit Limits oder Pausen, kein Problem.

Jörn Breiholz ■



Abbildungen: www.ndr.de

Selbstständige sollen PC-Gebühren zahlen

Ungleichbehandlung gegenüber großen Unternehmen

Die Rechtslage ist geklärt. Erst mal: Mit einem Staatsvertrag hatten sich die Ministerpräsidenten der Länder geeinigt, dass PCs mit Internetanschluss als „neuartige Rundfunkempfangsgeräte“ zu betrachten sind, für die die üblichen Rundfunkgebühren fällig werden – und zwar die Fernsehgebühr von 17,03 € im Monat. Diese Gebühr wird allerdings bis Ende 2006 großzügig nicht erhoben, „um die weitere Einführung neuer Kommunikationstechnologien zu erleichtern“.

Wenn aber ab 1. Januar 2007 die Gebühren erhoben werden, müssen fast nur Selbstständige zahlen – und auch von ihnen nur ein bestimmter Teil. Für Internet-PC in Unternehmen wurde die „Zweitgeräteregel“ eingeführt, die es schon für den privaten Bereich gibt und die besagt, dass für Zweitgeräte dann keine Gebühr

fällig wird, wenn es schon ein bezahltes Erstgerät gibt. Für ein Unternehmen wie VW bedeutet das, dass ein einziger gebührenpflichtiger Fernseher im Vorstandsbüro ausreicht, um sämtliche PCs auf dem Werksgelände in Wolfsburg – sicher eine fünfstelligen Zahl – von der Gebührenpflicht zu befreien. Auch für eine Selbstständige, die zu Hause am PC arbeitet und schon einen (privaten) Fernseher angemeldet hat, greift die „Zweitgeräteregel“: Sie braucht keine zusätzliche Gebühr zu zahlen.

Für die große Zahl von professionellen Selbstständigen, die ein Büro, eine Werkstatt, ein Atelier oder einen anderen Arbeitsraum außerhalb ihres Wohngrundstücks haben und in diesem Raum keinen Fernseher angemeldet haben, bedeutet das hingegen, dass sie für ihren PC die volle (Fernseh-)Gebühr von 204,36 € im Jahr

zahlen sollen, zusätzlich zur Gebühr für den privaten Fernseher.

Spiegel Online errechnet daraus für die GEZ zusätzliche Einnahmen von 160 Millionen im Jahr allein von Freiberuflern. Weil Großunternehmen dagegen weitgehend verschont bleiben, ist die Regelung für Frank Werneke, stellvertretender Vorsitzender von ver.di, „eine offenkundige Ungleichbehandlung zwischen einzelnen Freiberuflern und Großunternehmen“. Die Gewerkschaft werde im Rahmen ihrer Möglichkeiten „darauf hinwirken, dies zu ändern und für eine gerechte Verteilung der Lasten einzutreten“.

Ein weiteres Problem: Derzeit ist keines der öffentlich-rechtlichen Fernsehprogramme auch nur halbwegs kontinuierlich über das Internet zu empfangen. Die ARD sendet allein die Tagesschau, Tagesthemen, das Nachtmagazin und Harald Schmidt live über Internet, das ZDF gar nichts, und auch bei den Dritten Programmen kann man sich immer nur einzelne Sendungen zeitversetzt via Internet zeigen lassen. Eine volle Fernsehgebühr aber für ein Programm zu erheben, das gar nicht gesendet wird, klingt eher nach Willkür denn nach Recht.

Goetz Buchholz ■
www.mediafon.net

Filmrezension: Eine andere Liga

Sportlich, selbstbewusst und schlagfertig ist Hayat. Und vielseitig begabt. Als Goldschmiedin steht die junge Deutschtürkin kurz vor der Gesellenprüfung, in ihrer Freizeit spielt sie für ihr Leben gern Fußball und hat sich schon vielfach als guter Torschütze bewährt. Bis sich eines Tages ihr Leben von einem Tag auf den andern radikal ändert. Während eines Spiels bricht die junge Frau mitten auf dem Platz unter Schmerzen zusammen. Der diagnostizierte Brustkrebs kann nur durch eine Operation entfernt werden. Ihr besorgter Vater, bei dem sie wohnt, verordnet ihr fortan Ruhe und meldet sie heimlich vom Training ab. Aber Hayat kann es nicht akzeptieren, dass sie ausgerechnet auf das, was ihr Energie und Lebenskraft gibt, verzichten soll. Und schließt sich der weniger professionellen Mannschaft des FC Schanze an, deren Mädels mehr ihren Spaß haben wollen und von Technik und Taktik wenig Ahnung haben.

„Eine andere Liga“, der zweite Spielfilm der in Hamburg aufgewachsenen türkischen Regisseurin Buket Alakus, ist nicht nur ein vitales, Kammerspiel, das Mut macht, Schicksalsschläge kraft der Liebe und neu gewonnener Lebensfreude zu überwinden. Es ist vor allem auch das Porträt einer außergewöhnlich starken Frauenpersönlichkeit, und davon gibt es ja nicht allzu viele im deutschen Kino. Ein Glücksfall auch, dass die Hauptpartie ideal mit einer großartigen Karoline Herfurth besetzt ist, die ihre Vielseitigkeit schon in so unterschiedlichen Produktionen wie „Große Mädchen weinen nicht“ oder „Mein Name ist Bach“ bezeugte. Die Intensität, mit der Karoline Herfurth trotz ih-

ren Willen durchsetzt, Sehnsucht nach Verständnis Ausdruck verleiht und mit schmerzgefülltem Blick unter ihrem vermeintlichen körperlichen Makel leidet, lässt niemanden kalt.

Ihr kongenialer Partner ist Ken Duken als Trainer der bunt gewürfelten freakigen „anderen Liga“. Mit Charme, Natürlichkeit und Witz bewältigt er durchaus glaubwürdig die Entwicklung von einem Dosenbier nuckelnden Macho zu einem einfühlsamen Verliebten. Wie sich dieser Toni, beeindruckt von Hayats sportlichem Ehrgeiz, ihrem Können und ihren frechen, flotten Repliken, seine aufgesetzte Coolness langsam ablegt und einfallreich um Hayats Zuneigung bemüht, und wie diese sich ebenfalls zu ihm hingezogen fühlt, ihn aber abweist aus Angst, von ihm zurückgewiesen zu werden – das sind ohnehin die schönsten Szenen dieses Films.

Mit seiner Fußballthematik erinnert „Eine andere Liga“ zweifellos an „Kick it like Beckham“, wengleich Buket Alakus gut beraten war, jeglichen multikulturellen Konfliktstoff auszublenden, der diese Geschichte thematisch überfrachtet hätte. Überhaupt stimmt es sympathisch, dass Mädchen hier einmal mit Selbstverständlichkeit als Fußballerinnen und nicht etwa als Exotinnen oder klischeereiche Mannweiber auftreten.

„Eine andere Liga“ ist ein kleiner, wunderbarer Film über die Kunst, mit sich selbst zufrieden zu sein, nie aufzugeben und erhaben zu sein über Moden wie den Schönheitswahn.

Kirsten Liese ■



Zuviel leichter Alltagsschmaus

Mehr Qualität vom öffentlich-rechtlichen Fernsehen gefordert

Es gibt Druck von unten auf die Sendeverantwortlichen. Die Debatte um fortschreitende Boulevardisierung, Banalisierung und Kommerzialisierung des öffentlichen Fernsehens wird schärfer. Eine zunächst in Frankfurt von der Arbeitsgemeinschaft AG Dok, freien Dokumentarfilmerinnen, Fernsehkritikern, Gewerkschafterinnen und Zuschauern gegründete Initiative weitet sich in der Republik aus.

Die Arbeitsgemeinschaft Dokumentarfilm (AG Dok) hat neuerlich unter dem Motto „Qualität statt Quote“ ihre Forderungen veröffentlicht. „Zurück zum Kernauftrag“, heißt es in dem Papier. Der öffentlich-rechtliche Rundfunk müsse „kritischer Wächter und soziales Gewissen bei wirtschaftlichen und politischen Fehlentwicklungen“ sein. Die Initiative wird unter anderem vom ver.di-Landesvorstand Hessen Fachbereich 8 unterstützt und in Veranstaltungen breit diskutiert. Zeitgleich äußerten Medienkritiker wie Fritz Wolf, Volker Lilienthal, Thomas Leif und der Dokumentarfilmer Hannes Karnick bei einer Anhörung im Hessischen Landtag ihren Unmut über „die Abkehr von politisch kontroversen Themen“ hin zu unverfänglichem, gleichförmigem und leicht konsumierbarem Alltagsschmaus.

In Frankfurt mischt sich nun auch die Hörfunk-Initiative „Rette dein Radio“ aktiv in die Fernsehdebatte ein. Sprecher Uli Franke forderte jüngst bei einer Veranstaltung, die Rundfunkgebühren auf ein Sperrkonto zu zahlen. Das Geld könne man für die kontrollierte Produktion hochwertiger Dokumentarfilme verwenden, die dem öffentlichen Auftrag nach Information und Bildung entsprächen. Diese könnten dann den öffentlich-rechtlichen Anstalten angeboten werden, so seine Idee.

In Hamburg las kürzlich Jürgen Bertram aus seinem Buch „Mattscheibe – Das Ende der Fernsehkultur“ (Seite 27) vor 200 Leuten. Zu der Diskussion hatten die AG Dok, ver.di, die dortige Initiative „Das ganze Werk“ und der Bundesverband Film- und Fernsehregisseure geladen. Auch hier sei eine ältere Fernsehzuschauerin aufgestanden, und habe geäußert, für

das kontinuierlich seichter werdende Programm wolle sie keine Gebühren mehr zahlen, berichtet der Vorsitzende der AG Dok, Thomas Frickel. Die Initiative Hörsturz in Bremen will ebenso nicht mehr nur gesellschaftspolitisch relevantes Programm hören, sondern auch sehen.

Eines der herausragendsten Beispiele für das Versagen öffentlich-rechtlicher Anstalten ist wohl der Film „Neue Wut“. Der renommierte Frankfurter Filmemacher Martin Kessler tourt mit seinem brisanten Film zu Hartz IV und zur Agenda 2010 bereits seit Monaten erfolgreich durch die Republik. Unverständnis wird laut, warum ein solch brisanter Film nicht im öffentlich-rechtlichen Fernsehen läuft. Vor prall gefüllten Kinosälen lief Kesslers Werk. Bei den Mainzer Tagen der Filmkritik bekam der Filmemacher für seinen journalistisch unabhängigen und kritischen Tenor Applaus. Doch die Entscheider im öffentlich-rechtlichen Fernsehen blieben stur – übrigens entgegen dem Votum vieler Redakteurinnen, die den Film gern ins Programm gehoben hätten.

Als die versammelten Fernsehkritiker und Experten im Hessischen Landtag bei den dort geladenen Intendanten nachbohrten, wie es denn um die Bereitschaft bestellt sei, die derzeit mehr und mehr in Unterhaltung und Sport verfallende Pro-

grammqualität zu verbessern, stießen sie indes hauptsächlich auf Unverständnis. Hans-Joachim Suchan (ZDF) sang das Loblied auf die Telenovelas, die – wie der Medienforscher des Kölner Instituts Rheingold zitierte – angeblich „die Sehnsucht nach Orientierung, Sinn, Berechenbarkeit und Ordnung“ befriedigten. Helmut Reitze (Hessischer Rundfunk) hingegen blockierte die Debatte über das geforderte vielfältige und breitenwirksame Misch- und Integrationsprogramm, das auch die unteren Schichten mitnimmt, indem er auf die Kulturrisiken arte, 3sat und Phoenix verwies. „Auch auf arte habe der Niveaurutsch längst übergegriffen“, konstatierte Karnick. „Wir haben das Gefühl, hier wird mit den Sendeverantwortlichen keine gemeinsame Sprache gefunden. Dabei wäre es so gut, sich verständigen zu können. Denn sonst kann sich ja nichts ändern.“

Die AG Dok hat in ihrer Geschichte noch nie geduckmäusert. Im November hat die rund 770 Mitglieder starke Organisation, in der sowohl Produzenten als auch Filmemacher organisiert sind, ihr 25. Bestehen gefeiert. Um Ideen war man hier noch nie verlegen. Frickel dringt darauf, dass Rundfunkkräfte weniger durch Parteienproporz geprägt sein sollten. Zudem plädiert er für öffentliche Sitzungen, „damit die Kontrolleure kontrolliert werden können“. Ein weiterer Vorschlag: Mindestens ein Quoten-freier Tag pro Woche soll eingeführt werden.

Noch in diesem Jahr will die AG Dok einen großen Kongress zum Thema „Qualität statt Quote“ starten. Wer möchte, kann sich jetzt schon auf der Homepage unter www.agdok.de der Initiative anschließen. „Wir müssen noch viel arbeiten, um eine Massenbewegung hinzubekommen“, so der Vorsitzende Thomas Frickel. Gitta Düperthal ■

► Symposium Fotofilme – 28. bis 30. April 2006 in Köln

Veranstalter: Kunsthochschule für Medien und Dokumentarfilminitiative im Filmbüro NW
Ort: in der Aula der KHM, Köln

Eine Reihe prominenter filmender Fotografen und fotografierender Filmemacher haben sich der ästhetischen Form des „Fotofilms“ bedient. In dem Symposium wird die Schnittstelle zwischen Fotografie und Film erforscht, zwischen Bewegung und Still, Moment und (Zeit-)Dauer, die Montage zwischen Bild und Ton. Das Symposium wird einen Schwerpunkt auf dokumentarische „Fotofilme“ legen, dabei aber die fiktiven Formen wie den „Foto-Roman“ nicht vernachlässigen. Filmemacher und Theoretiker geben Auskunft zu den Anwendungs- und Rezeptionsweisen der spannenden und innovativen Form der „Fotofilme“, die in den letzten Jahren von jüngeren Filmemachern wieder genutzt wird und zudem in Kontexte der Medienkunst und in die Museen Eingang gefunden hat.

Anmeldung unter www.dokumentarfilminitiative.de. Teilnahmegebühr alle drei Tage 30 €, für Studierende 20 €, für den 28. und 30. April 15 €, erm. 10 € für den 29. April 20 €, erm. 15 €; Kontakt Dokumentarfilminitiative im Filmbüro NW. Telefon: 0208/47 19 34, Fax: 0208/47 41 13; E-Mail: dfi@filmbuero-nw.de



Unter Wert bezahlt

TV-Autoren wehren sich gegen „Knebelverträge“ mit Produzenten

Die Autoren sind empört, sprechen von „Knebelverträgen“ und wittern „organisierte Kriminalität“. Aber nur hinter vorgehaltener Hand: Man hat Angst, auf einer schwarzen Liste zu landen. Stein des Anstoßes ist die zunehmende Praxis von TV-Produzenten, „Stufenverträge“ abzuschließen.

Im Gegensatz zum Autor hat der Produzent nach jeder abgeschlossenen Stufe das Recht, den Vertrag einseitig zu beenden. Von dieser Möglichkeit wird offenbar immer öfter Gebrauch gemacht. Weil die entwickelten Stoffe in solchen Fällen keineswegs ad acta gelegt werden, fühlen sich die Autoren nicht nur um ihre Idee betrogen, sondern auch unter Wert bezahlt. In einem „Bilder-Treatment“, also der konzentrierten, dialogfreien Fassung eines Drehbuches auf circa zwanzig Seiten, steckt nicht selten schon ein Großteil der Arbeit: Recherche, Ideenentwicklung, Dramatisierung. Der Rest ist für einen versierten Schreiber Routine. Trotzdem zahlen Produzenten für ein Treatment meist bloß ein Viertel des Gesamthonorars.

■ Nur eine lapidare Begründung

Zwei Fälle zeigen besonders anschaulich, wie gründlich Autoren und Produzenten aneinander geraten können. Der erste Fall begann im Jahr 2004. Karlheinz Freynik entwarf mit Koautorin Ilse Biberti

für die SWR/Bavaria-Tochter Maran-Film ein Exposé mit dem Arbeitstitel „Herbstgeflüster“, eine anrührende Geschichte über eine alleinstehende Witwe, die mit Hilfe eines obdachlosen Straßenmusikers neuen Lebensmut gewinnt. Der Entwurf kam an, Freynik schrieb ein Treatment und auf dieser Basis eine erste Drehbuchfassung – und hatte dann seine Schuldigkeit getan; dank eines Stufenvertrages konnte die Maran die Zusammenarbeit beenden. Freynik bekam nach eigener Aussage weder eine qualifizierte Begründung noch die Gelegenheit, eine zweite Fassung zu erstellen, was laut Vertrag sein gutes Recht gewesen wäre. Bei Maran-Film kommentiert man den Vorgang lapidar: Freyniks Drehbuchfassung sei „als nicht abnahmefähig“ beurteilt worden. Man habe daher einen neuen Autor mit der Erstellung des Drehbuches beauftragt.

Dem Verband Deutscher Drehbuchautoren liegen weitere, ganz ähnliche Beschwerden vor. Eine Firma hat der VDD konkret im Visier: Die Opal Filmproduktion GmbH mit Sitz in Berlin produziert für das ZDF die Serie „Küstenwache“. Besucher der Homepage werden aufgerufen, ihre „persönlichen TV-Drehbuch-Vorschläge“ einzureichen, 15 Zeilen à 100 Zeichen; eine ungewöhnliche Form der Autorensuche. Tatsächlich weist „Küstenwache“ eine Vielzahl unterschiedlicher Autoren auf. Auch das ist gerade bei einer

Drehbuchautoren fühlen sich um ihre Ideen betrogen

Serie mit festem Ensemble und sehr speziellem Hintergrund nicht die Regel. Opal Film schließt mit den Autoren grundsätzlich Stufenverträge ab. Dabei, so der Berliner VDD-Anwalt Henner Merle, sei es anscheinend „nicht unüblich, dass die einzelnen Werkstufen aus verschiedenen, möglicherweise vorgeschobenen Gründen nicht abgenommen werden“. In den Genuss des Wiederholungshonorars, ergänzt ein betroffener Autor, komme man laut Vertrag zudem „nur dann, wenn auch die dritte Drehbuchentwicklungsstufe abgenommen wird. Dies passierte selbstverständlich nicht“. Mit der Begründung, man habe das Gespür für die Figuren vermisst, sei die Zusammenarbeit – „wie bei unzähligen anderen Autoren vor uns“ – beendet worden. Die weiteren Werkstufen werden laut Merle „von den Producerinnen der Firma unter einem Pseudonym weiter geschrieben“. Diese erhielten dann nicht nur die Vergütungen für die Abnahme der letzten Drehbuchfassung, sondern „kassieren auch noch das vollständige Wiederholungshonorar“.

■ Angst vor Auftragsverlust

Eines dieser Pseudonyme ist dem VDD bekannt: Hinter der viel beschäftigten „Küstenwache“-Autorin vermutet man die Opal-Film-Producerin Michaela von Unger. Die wiederum reagiert mit Empörung auf die VDD-Vorwürfe: Das sei „absoluter Quatsch“. Die Existenz der Stufenverträge räumt sie zwar vorbehaltlos ein, doch Drehbücher „werden nicht intern fertiggestellt“. Natürlich komme es vor, dass ein Autor mit der Entwicklung eines Projekts nicht vorankomme, schließlich sei „Küstenwache“ ein schwieriges Format. Selbst erfahrenen Schreibern könne es passieren, „dass sie den Kontakt zu ihrer eigenen Geschichte verlieren“. In solchen Fällen biete man Hilfestellung und dramaturgische Tipps; wenn alles nicht helfe, übernehme ein anderer Autor. Michaela von Unger gibt zu, dass sie dies unter dem Pseudonym „Silke Holtheide“, ihrem Mädchennamen, gelegentlich auch selbst tue, „aber nicht, um mich zu bereichern“. Der Name „Holtheide“, versichert sie, tauche bloß dann auf, wenn eine Drehbuchidee von ihr stamme. Nur dann bekomme sie auch ein Honorar.

Ob die Autoren Opal Film tatsächlich verklagen wollen, ist noch offen. Sie haben Angst, selbst bei gewonnenem Prozess auch von anderen Firmen keine Aufträge mehr zu bekommen.

Tilmann P. Gangloff ■

Knebel angelegt

Medien in Weißrussland zunehmend unterdrückt

Je vier zu einer Fußfessel mit Bleikugel umgestaltete Christbaumkugeln wurden von der Internationalen Gesellschaft für Menschenrechte zum Weihnachtsfest 2003 an 27 Staatsoberhäupter verschickt. U.a. auch an Alexander Lukaschenko.

Foto: Arne Diederich / IHR

„Lukaschenko knebelt die noch verbliebenen Zeitungen massiv“ sagt Elke Schäfer von „Reporter ohne Grenzen“ (ro). Die Organisation warnt seit langem vor den Einschränkungen der Pressefreiheit in dem osteuropäischen Land. Und obwohl Minsk von Berlin aus nicht weiter entfernt ist als Paris, fließen Informationen über Weißrussland nur spärlich nach Deutschland. Dabei gäbe es genug zu berichten, wie rog beklagen: „Oppositionelle Zeitungen werden mit Verleumdungsklagen überzogen; mit den daraus resultierenden Schadenersatzzahlungen wird versucht, sie in den Ruin zu treiben. Wer dennoch kritisch und damit unliebsam berichtet, wird juristisch verfolgt, inhaftiert, verbannt oder zu Zwangsarbeit verpflichtet.“

■ Keine unabhängige Justiz

Wassili Grodnikow erging es noch schlimmer: Der 66-jährige Mitarbeiter der Zeitung „Narodna Wolja“ wurde am 18. Oktober vergangenen Jahres mit eingeschlagenem Kopf tot in seiner Wohnung in Minsk aufgefunden. Sein Bruder beschuldigt die Regierung, ihn ermordet zu haben. Behördliche Ermittlungen verliefen ergebnislos. Auch das hat System: Das „Komitee zum Schutz von Journalisten“ verweist etwa auf die Schicksale von Veronika Tscherkasowa, die im Oktober 2004 ermordet wurde sowie von Dimitri Sawatzki, der im Juli 2000 „verschwunden“ ist. In beiden Fällen, so das CPJ, gebe es Hinweise auf die Beteiligung staatlicher Stellen an den Verbrechen. Die Ermittlungen wurden allerdings eingestellt, unabhängige Untersuchungen verhindert.

Im Dezember hat das Parlament die rechtlichen Grundlagen für die Berichterstattung sogar noch verschärft: Bis zu drei Jahren Haft drohen denjenigen, die

im In- oder Ausland den weißrussischen Staat oder dessen Regierung diskreditieren oder ausländischen Stellen „Falschinformationen“ über die politische, wirtschaftliche oder militärische Situation zur Verfügung stellen – ein Gummiparagraf, mit dessen Hilfe bei Bedarf jeder unabhängige Journalist hinter Gitter befördert werden kann. Das passt ins Gesamtbild, denn Weißrussland verfügt über keine unabhängige Justiz, und das Land vollstreckt als letztes auf dem Kontinent noch immer die Todesstrafe.

Als nächstes nimmt die Regierung wohl auch das Internet schärfer als bisher ins Visier. Davon ist jedenfalls Schanna Litwina überzeugt. Die Vorsitzende des weißrussischen Journalistenverbandes beklagt, dass die staatliche Telefongesellschaft Beltelekom in ihrem Land der einzige Internet-Anbieter sei. Diese sperre regelmäßig regierungskritische Seiten. „Dieser Trend wird zunehmen“ ist Litwina überzeugt. Andere Oppositionelle verweisen darauf, dass die Machthaber mit den chinesischen Behörden Kontakt aufgenommen haben, um in Peking die nötige Technik zu kaufen, mit deren Hilfe man systematisch Internet-Seiten blockieren kann.

Eine Studie des Journalistenverbandes vom Februar dieses Jahres hat die Ungleichheit in der Berichterstattung dokumentiert: Untersucht wurden die Nachrichten des staatlichen Fernsehsenders ONT. Fazit: Die Opposition wurde pro Woche maximal zehn bis 15 Sekunden erwähnt; Präsident Lukaschenko hingegen 30 Minuten – Kritik an dem allgegenwärtigen Herrscher kam dabei überhaupt nicht vor.

Dieses Missverhältnis will die Deutsche Welle zumindest ein bisschen ausgleichen. Seit Anfang Oktober hat sie mit Unterstützung der Europäischen Union für täglich 15 Minuten ein Fenster nach Weißrussland geöffnet. Schwerpunkt des Magazins in russischer Sprache sind Ereignisse und Entwicklungen im Land. Man wolle der Zivilgesellschaft eine Stimme geben, sagte Intendant Erik Bettermann zum Start der Programminitiative. Doch Cornelia Rabitz weiß, dass die Mitarbeit für einheimische Journalisten nicht leicht ist: „Die Kollegen müssen sehr vorsichtig sein und arbeiten häufig nur unter Pseudonym“, hebt die Programmverantwortliche hervor. **Harald Gesterkamp ■**

Es gibt viele Möglichkeiten, kritische Medien mundtot zu machen. Weißrusslands Machthaber wissen das. Deshalb lenken sie das staatliche Fernsehen und Radio, so dass Opposition gar nicht erst vorkommt. Sie drangsalieren unabhängige Journalisten und inhaftieren solche, die sich nicht einschüchtern lassen.

Zum Jahresbeginn ließ sich die Führung in Minsk einen neuen Coup einfallen. Sie wies die staatliche weißrussische Post an, den Vertrieb unabhängiger Zeitungen einzustellen. Wegen deren Monopol ist es in ganz Weißrussland nicht mehr möglich, eine nicht staatlich gelenkte Zeitung zu abonnieren. „Das ist Teil einer zynischen und ruchlosen Kampagne, um unabhängige Stimmen vor der Präsidentschaftswahl verstummen zu lassen“, kritisiert Aidan White, Generalsekretär der „Internationalen Journalistenvereinigung“ (IJF). Bei der Wahl am 19. März (das Ergebnis lag bei Redaktionsschluss noch nicht vor) wollte sich der seit 1994 regierende Lukaschenko im höchsten Staatsamt bestätigen lassen.

Seit Monaten verschlechtert sich die ohnehin angespannte Lage der Medien in Weißrussland. Im Herbst 2005 traf es beispielsweise die letzte verbliebene unabhängige Tageszeitung „Narodna Wolja“. Die Druckerei kündigte dem Verlag den Vertrag, gleichzeitig wurde das Blatt, das zuvor fünfmal pro Woche rund 30.000 Exemplare verkaufte, auf Anordnung von oben von den Kiosken verbannt. Zwar konnten die Macher die Produktion nach Russland verlagern. Doch der Verkauf in Weißrussland findet nur noch auf der Straße statt – vorausgesetzt, es wird nicht wieder einmal die gesamte Auflage an der Grenze beschlagnahmt.

Affront der Verleger

Nach jahrelangem Tauziehen um Urheberrechte hat Anfang März der schwedische Zeitungsverlegerverband offiziell jegliche Zusammenarbeit mit dem Journalistenverband abgebrochen. Der für die sozialpartnerschaftlichen Verhältnisse in dem skandinavischen Land ungewöhnliche Schritt betrifft nicht die Verhandlungen der Unternehmer mit den Gewerkschaften über Tarifverträge zu sonstigen Arbeitsbedingungen, da dieses Verfahren laut schwedischen Gesetzen vorgeschrieben ist. Nach Einschätzung von Arne König, 2. Vorsitzender der Journalistengewerkschaft SJF ist der Schritt der Verleger eine Reaktion darauf, dass sie mit ihrem Vorhaben, jegliche Urheberrechte von festangestellten Redakteuren und freien Presseautoren komplett zu übernehmen, gescheitert sind.

Hintergrund der Zuspitzung in Schweden ist der Tarifvertrag von 2004, in dem staatlichen Schlichter ein eng begrenztes

Teilrecht auf lokaler Ebene für das Aushandeln von bestimmten Urheberrechtsaspekten eingeräumt wurde. Dies nutzten die Zeitungsverleger, um auch andere Urheberrechtsbereiche zu regeln – unterstützt durch die staatlichen Schiedsgerichte, die nach Einschätzung der Gewerkschaft weit über ihr Teilmandat aus dem Tarifvertrag hinaus agierten. Daraufhin drohte der Journalistenverband, er werde nun die Schlichter rechtlich und persönlich haftbar machen für die Folgen und die Verluste, die der Journalistengewerkschaft und deren Mitgliedern durch derartige Urheberrechtsvereinbarungen entstehen.

Für die SJF-Präsidentin Agneta Lindblom Hulthén steht der jüngste Affront der Verleger im Zusammenhang mit deren generellen Kurs der Verweigerung von Verhandlungen mit den Journalisten. Besonders bedenklich seien diese rechtlichen und kommerziellen Attacken in einem Land wie Schweden, da sie unabhängigen Journalismus bedrohen. how ■

Aufklärung gefordert

Der Tod des russischen NTV-Journalisten Ilya Zimin steht eventuell im Zusammenhang mit seinen Recherchen. Reporter ohne Grenzen (rog) hat daher an den untersuchenden Staatsanwalt appelliert, auch in diese Richtung zu ermitteln. Der Fernsehjournalist war am 26. Februar von Kollegen tot aufgefunden worden. Die Tür zu seiner Wohnung stand halb offen, der Körper des 33-jährigen lag inmitten eines verwüsteten Zimmers und sein Gesicht wies Verletzungen auf. Als Todesursache wird ein Schlag mit einem stumpfen Gegenstand auf seinen Kopf vermutet. Zimin arbeitete für verschiedene russische Fernsehsender – TV6, TV5 und zuletzt NTV. Bei der renommiertesten Fernsehpreisverleihung Russlands, TEFI, erhielt er im Jahr 2002 die Auszeichnung „Bester Russischer TV Reporter“. Kurz vor seinem Tod recherchierte er zur Hygiene in Moskau Luxusrestaurants. Oft benutzte er eine versteckte Kamera. rog ■

► Aktion für Elham Afroutan, Iran



Journalistin nach satirischem Artikel festgenommen

In den vergangenen Monaten hat sich die iranische Führung – für die ganze Welt sichtbar – als ganz besondere „Satireexpertin“ hervorgetan. Wegen der umstrittenen Mohammed-Karikaturen gab es in Teheran zahlreiche Demonstrationen und gewaltsame Kundgebungen vor europäischen Botschaften – ganz offensichtlich mit Duldung der Machthaber. Eine staatlich gelenkte Zeitung schrieb außerdem einen Karikaturen-Wettbewerb zum Thema Holocaust aus, um – wie es hieß – den Westen auf seine Einstellung zur Meinungsfreiheit zu überprüfen.

Weniger publik wurde, dass die Staatsführung selbst ebenfalls zum Thema der Satire geworden ist – und zwar im eigenen Land. In einem Artikel der regionalen Wochenzeitung Tammadon-e Hormozgan wurden die islamische Revolution von 1979 und der Aufstieg von Ayatollah Khomeini mit der Krankheit AIDS verglichen. Staatspräsident Ahmadinejad wurde als derzeitiges Symptom der Krankheit dargestellt. Der Artikel erschien unter der Überschrift „Offener Kampf gegen AIDS“ auf der Gesundheitsseite der Zeitung.

Kurz nach Erscheinen wurden am 29. Januar 2006 die Redakteurin Elham Afroutan und sechs weitere Journalisten in der Stadt Bandar Abbas in der Provinz Hormozgan, wo die Zeitung ihren Sitz hat, festgenommen. Bei gewaltsamen Protesten wurden die Redaktionsbüros der Zeitung verwüstet und in Brand gesetzt. Der Herausgeber der Zeitung distanzierte sich nach einem Verhör durch die Staatsanwaltschaft von dem Artikel und sagte, er sei sich nicht über den Inhalt bewusst gewesen. Der für Presseangelegenheiten zuständige Mitarbeiter des Ministeriums für Kultur und islamische Unterweisung ordnete dennoch die Schließung des Blattes an. Er warf der Zeitung vor, die iranischen Pressegesetze verletzt zu haben und leitete den Fall an die Justizorgane weiter.

Die Inhaftierten haben weder Zugang zu Rechtsanwälten noch zu ihren Familien. Amnesty International befürchtet deshalb, dass sie in der Haft misshandelt werden könnten. Im Iran werden Autoren und Journalisten immer wieder in ihrem Recht auf freie Meinungsäußerung eingeschränkt und inhaftiert. Der Iran ist als Vertragsstaat des Internationalen Pakts über bürgerliche und politische Rechte dazu verpflichtet, das in Artikel 19 verankerte Recht auf freie Meinungsäußerung zu respektieren. Im Rahmen des Völkerrechts ist es nicht zulässig, dieses Recht allein mit der Begründung einzuschränken, dass Menschen eine Behauptung als beleidigend empfinden.

Was können Sie tun?

Schreiben Sie an den iranischen Innenminister und fordern Sie ihn auf, die Journalistin Elham Afroutan und ihre Kollegen sofort freizulassen, sofern sie nicht einer erkennbaren Straftat angeklagt werden. Schreiben Sie auf Farsi, Englisch oder Deutsch an:

Hojatoleslam Mustafa Purmohammadi
Minister of the Interior, Dr. Fatemi Avenue
Teheran, IRAN
Telefax: 00 98-21-8896 203
E-Mail: ravabetomomi@moi.gov.ir

Senden Sie eine Kopie Ihres Schreibens an:
Kanzlei der Botschaft der Islamischen Republik Iran
S. E. Herrn Seyed Shamseddin Khareghani
Podbielskiallee 65–67
14195 Berlin
Telefax: (030) 8435 3535
E-Mail: iran.botschaft@t-online.de

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

ver.di
Bundesverwaltung
Paula-Thiede-
Ufer 156
10179 Berlin
www.verdi.de

M-Redaktion
karin.wenk@
verdi.de

Elham Afroutan



Illegale Enteignung

Rechtsstreit um chilenische Tageszeitung kurz vor Entscheidung

Seit sieben Jahren kämpft Victor Pey für eine Entschädigung durch den chilenischen Staat. Der Besitzer der einst größten chilenischen Tageszeitung „El Clarín“ war nach dem Putsch 1973 vollständig enteignet worden. Nun deutet sich ein Urteil zu seinen Gunsten an. Doch auch die demokratischen Regierungen stellen sich quer.

Victor Pey hat zweimal in seinem Leben alles verloren. Nachdem die katalanische Stadt Barcelona im Sommer 1939 an die Truppen unter General Franco gefallen war, gelang dem damals 26jährigen Antifaschisten nur knapp die Flucht über Frankreich. Zusammen mit 2.500 weiteren Spanienkämpfern setzte er wenig später nach Santiago de Chile über, um ein neues Leben zu beginnen. Es sollte nur gut drei Jahrzehnte dauern. Denn als die Regierung der „Volkseinheit“ unter Präsident Salvador Allende am 11. September 1973 durch einen blutigen Putsch jäh beendet wurde, ließ Victor Pey zum zweiten Mal seine Existenz hinter sich.

Auf der Liste der gesuchten Personen stand sein Name nach dem Sturz der Regierung Allende auf den vorderen Plätzen. Ein Jahr zuvor erst hatte Pey, der in Chile als Bauunternehmer Karriere gemacht hatte, für umgerechnet gut eine Million US-Dollar das Pressehaus Clarín übernommen. Die gleichnamige Tageszeitung war damals die größte des Landes. Sie unterstützte die Regierung Allende. Die Reaktion der Militärs unter General Augusto Pinochet war daher rigide. Sie beschlagnahmte das Verlagshaus und die Druckerei entschädigungslos. Erst 1995, fünf Jahre nach Ende der Diktatur, gelang es Pey, wieder an die Belege für seine Eigentumsrechte zu gelangen. Mehrfach versuchte er daraufhin, einen Kompromiss mit der damaligen Regierung unter dem christdemokratischen Präsidenten Eduardo Frei zu erzielen – jedoch vergebens.

Zusammen mit dem Madrider Anwalt Joan Garcés streitet Pey daher seit November 1997 auf eigene Faust für eine Widergutmachung. Garcés ist mit der Materie vertraut. Der Jurist war von 1970 bis 1973 persönlicher Berater des chilenischen Präsidenten. Heute steht er der Salvador-Allende-Stiftung mit Sitz in Spanien vor, von der die Klage Peys unterstützt wird. Bei dem Verfahren vor dem „Schiedszentrum für Investitionsstreitigkeiten“ der Weltbank im niederländischen Den Haag geht es um nicht weniger als 500 Millionen US-Dollar. Die Summe stützt sich auf eine Expertise von Garcés über den heutigen angenommenen Wert des Verlagshauses und der konfiszierten Immobilien. Tatsächlich waren die Produktionsanlagen damals zum großen Teil an das Militär gegangen, in dem einstigen Verlagssitz residiert noch heute eine Militärinstitution. Zum anderen profitierten die juntatreuen Medien direkt und indirekt von der Zerschlagung der Konkurrenz.

■ Gefahr für eigene Marktstellung

Nach sieben Jahren hatte das Schiedszentrum unter Vorsitz des Schweizer Pierre Lalive Mitte Oktober vergangenen Jahres zugunsten von Pey entschieden. Die Enteignung sei illegal gewesen. Was von den Klägern zunächst als „historischer Sieg“ gefeiert wurde, bekam schnell einen faden Beigeschmack. Die Regierung des inzwischen abgetretenen Sozialdemokraten Ricardo Lagos stellte sich quer. Sie sprach dem Weltbank-Gremium ihr Misstrauen aus, und führte offensichtlich konstruierte Argumente an. Die Schiedsstelle habe das Verfahren verschleppt, Mitglieder seien durch Krankheit zu lange ausgefallen.

„Es geht der Regierung in Santiago de Chile offensichtlich darum, eine rechtskräftige Entscheidung herauszuzögern“, sagt Garcés im Gespräch mit Menschen



Abb.: www.elclarin.cl

Machen Medien. Entsprechende Versuche habe es schon vor der Erklärung des Schiedsentrums im vergangenen Oktober gegeben. Im Sommer 2005 habe der ehemalige ecuadorianische Außenminister Minister Galo Leoro Franco, der nach Ende seiner Amtszeit 1998 von Chiles Präsidenten Frei in das Gremium entsandt worden war, die Sitzungen über Wochen hinweg boykottiert. Trotz alledem sind die Kläger aber zuversichtlich. Noch in diesem Frühjahr erwarten Pey und Garcés eine Entscheidung. Diese würde dann von dem Vorsitzenden der Schiedsstelle mit Sitz in Washington auf der Basis des Den Haager Urteils getroffen.

Politisch ist der Fall in vielerlei Hinsicht beachtlich. Schließlich haben alle demokratischen Regierungen seit dem Ende der Pinochet-Diktatur 1989 die Enteignung der einst größten Tageszeitung des Landes mehr oder minder offen verteidigt. Bislang kamen auch von der neuen Regierung unter der sozialdemokratischen Präsidentin Michelle Bachelet keine anderen Signale, was wenig verwunderlich ist: Ein Großteil des Regierungsapparates ist seit 1990 mit dem gleichen Personal besetzt. Die Medienmacht, mit der sich Pey und Garcés in Chile konfrontiert sehen, tut ein übriges. Die konservativen Medienkonzerne „El Mercurio“ und „Copesa“ kontrollieren heute 80 Prozent der chilenischen Presselandschaft. Beide waren 1973 die größten Nutznießer der Zerschlagung des Hauses Clarín. Eben sie sehen in der Initiative von Pey und Garcés eine Gefahr für die eigene Marktstellung. Nicht ohne Grund. „Sollte unsere Klage schließlich Erfolg haben“, sagte Pey auf Nachfrage, „werden wir uns sofort daran machen, El Clarín wieder aufzubauen“. Bislang erscheint El Clarín nur im Internet: www.elclarin.cl

Harald Neuber ■

Journalismus aktuell

ABP, München. 12./13. April: Kleintexte für Fachzeitschriften. 19. bis 21. April: Kreatives Schreiben für Fachzeitschriften. 24. bis 28. April: Wissenschaftsjournalismus. 2. bis 4. Mai: Kreatives Schreiben für Zeitungen. 8. bis 12. Mai: Meinungsbeiträge.
ABZV, Bonn. 25./26. April in Leipzig: Recherche und Auskunftsanspruch. Stuttgart: 2./3. Mai: Schreiben für Jugendmedien. 2./3. Mai: Nachrichtenauswahl und Kommentar. 9. Mai: NewsDesk – Anspruch und Erfahrungen. 10. Mai: Jugend und Zeitung – Wie erreichen wir den jugendlichen Leser? 11. Mai: Nutzwertiger Verbraucherjournalismus. 15. Mai: Auffrischung Presserecht.
AFP, Hamburg. 25. bis 27. April: WM-Journalismus. 27./28. April: Kreatives Schreiben für die Tageszeitung. 28./29. April: Blattmachen II – Zeitungen.
APB, Tutzing. 7. bis 10. Mai: Am Puls der Hauptstadt – Politiker, Journalisten, Lobbyisten – Studienreise nach Berlin.
BKB, Wolfenbüttel. 8. bis 10. Mai: Journalistisches Schreiben.
CMA, Wetzlar. 28. April: Zeitschriftengestaltung II.
EMA, Berlin. 8. bis 16. Mai: Grundkurs Journalismus für Theologen.

FES, Bonn. 11./12. Mai: Interviews führen mit politischen Mandatsträgern.
JA, München. 25. April: Recht – Content mehrfach nutzen?
JHB, Hagen. 8. bis 11. Mai: Interviewtraining. 22. bis 24. Mai: Spannend schreiben.
KLARA, Berlin. 4. bis 6. Mai: Kreativ schreiben.
MH, Hamburg. 7. bis 9. April: Sportreportage. 5./12./19./26. April, 10. Mai, 7./21. Juni: Schreibwerkstatt – Grundkurs. 21. bis 23. April: Literaturkritik. 24. bis 28. April: Journalistisches Schreiben. 5. bis 7. Mai: Motorjournalismus. 8./15./22. Mai: Magazinartikel – Aufbau, Schreiben, Vermarkten. 19. bis 21. Mai: Wissenschaftsjournalismus.

Journalistische Themen

ABP, München. 2./3. Mai: Investigative Recherche.
ABZV, Bonn. 4. Mai in Stuttgart: Klimawandel global.
KLARA, Berlin. 11./12. Mai: Kommunales.

Journalistische Formen

ABP, München. 10. bis 13. April: Porträt. 24. bis 29. April: Reportage.
ABZV, Bonn. 24. bis 26. April: Porträt im Printmedium.

AFP, Hamburg. 24. bis 28. April: Reportagewerkstatt.
EMA, Berlin. 28./29. April: Nachrichten schreiben.
KLARA, Berlin. 27./28. April: Das Interview. 15./16. Mai: Nachrichten schreiben. 17./18. Mai: Überschrift und Bildunterschrift.

Journalismus online

EMA, Berlin. 22./23. Mai: Online-Recherche für Profis.
FES, Bonn. 24. bis 26. April: Ein kritischer Blick auf den Online-Journalismus.
JA, München. 26. April: Business-Weblogs in der Praxis.
JHB, Hagen. 25. bis 26. April: Schreiben fürs Internet.

Layout / Infografik

ABP, München. 18. bis 20. April: QuarkXpress 6.5.

Volontäre

ABZV, Bonn. 8. bis 19. Mai: Grundlagen journalistischer Arbeit B2.
AFP, Hamburg. 2. bis 12. Mai: Kompaktkurs für Radio-Volontäre.
AM, Düsseldorf. 21. bis 23. April: Hörfunk-Werkstatt. 19. bis 21. Mai: Online-Werkstatt.
APB, Tutzing. 3. bis 7. April: Rechetraing für Volontäre.
EMA, Berlin. 19./20. Mai: Vom Ein-

stieg zum Aufstieg.
JSR Essen. 24. bis 28. April: Grundseminar Markt, Mächte und Medienpolitik. 2. bis 5. Mai: Grundseminar Justizberichterstattung. 8. bis 12. Mai: Das Verhältnis von Bild und Text.
KLARA, Berlin. 24. April bis 19. Mai: Volontärskursus TV.

Fotografie

ABP, München. 8. bis 12. Mai: Fotojournalismus.
ABZV, Bonn. 25./26. April in Stuttgart: Digitales Fotografieren für die Tageszeitung.
CMA, Wetzlar. 5./6. Mai: Das Bild zum Text.
MH, Hamburg. 12. bis 14. Mai: Digitale Fotos zum Text.

Hörfunk

ABP, München. 18. bis 20. April: Interview.
AFP, Hamburg. 7./8. April: Radiomagazin.
AM, Düsseldorf. 12./13. Mai: Hörfunk-Porträt. 19. Mai: Präsentation von Hörfunk-Nachrichten. 20./21. Mai: Avid-Schnitt.
DHA, Oberhausen. 8. April: Aircheck praktisch. 22./23. April: Unterwegs mit dem Sat-Wagen – Der lokale Reporter. 26./27. April: Crunch and Roll – Moderne Fahrtechniken für Moderatoren/-innen. 8. bis 10. Mai: Crash-Kurs Moderation für Anfänger I. 11./12. Mai: Crash-Kurs Moderation für Anfänger II. 13. Mai: Aircheck praktisch. 18. Mai: Radio Heads 2006.
HFS, Berlin. 25./26. April: Audioschnitt. 27. April; 4., 11., 18. Mai und 1. Juni: Praxisseminar Hörfunk. 9./10. Mai: Nachrichten im Hörfunk.
MH, Hamburg. 29./30. April: Moderationstraining.

Film & TV

ABP, München. 18. bis 20. April: Interview.
CMA, Wetzlar. 12. bis 14. Mai: Basiskurs Regie.
EMA, Berlin. 5./6. Mai: Feedback für TV-Journalisten.
FHB, Hamburg / Berlin. 29. April: Dokumentarfilm – Einführung und Beratung. 5. bis 7. Mai: Drehbuch Einführung.
ISFF, Berlin. 8./9. April: Workshop zur professionellen Vorbereitung auf Castings. 24. April bis 20. Mai: Lehrgang Mikrofon- und Synchronsprechen. 2. Mai bis 11. August: Lehrgang Regieassistenz und Aufnahmeleitung

► 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.akademie-bayerische-presse.de
ABZV Fon 02 28 / 259 00 – 0, www.abzv.de
AFP Fon 040 / 41 47 96 – 0, www.akademie-fuer-publizistik.de
AM Fon 0211 / 436 901 50, www.medienverband.de
APB Fon 081 58 / 256 – 0, www.apb-tutzing.de
AR Fon 021 91 / 794 – 0, www.akademieremscheid.de
BET Fon 040 / 42 10 84 – 0, <http://bet.de>
BKB Fon 053 31 / 808 418, www.bundesakademie.de
CMA Fon 064 41 / 91 51 66, www.cma-medienakademie.de
COP Fon 02 21 / 739 32 62, www.dreamguidance.de

DEPAK Fon 030/44 72 90, www.depak.de
DHA Fon 0208 / 621 350, www.hoerfunkakademie.de
DJU Fon 030 / 88 66 41 06, www.dju-berlinbb.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 32 – 5 / – 6, www.fes.de
FHB Fon 040 / 399 099 31, www.filmschule-hamburg-berlin.de
FM Fon 02 51 / 230 36 21, www.filmwerkstatt.muenster.de bzw. www.masterschool.dokumentarfilm.de
HFS Fon 030 / 68 30 20 90, www.medienkonkret.de
ISFF Fon 030 / 200 92 74 42,

www.isff-berlin.de/isff/center.html
ITZ Fon 02 28 / 40 38 76, www.drehscheibe.org
JA Fon 089 / 167 51 – 06, www.journalistenakademie.de
JHB Fon 023 31 / 365 – 600, www.hausbusch.de
JSR Fon 02 01 / 804 19 61 oder –19 62, www.journalistenschule-ruhr.de
KFH Fon 0221 / 222 71 00, www.koelner-filmhaus.de
KLARA Fon 030 / 690 415 85, www.KLARAberlin.de
MBW Fon 089 / 55 17 83 80 www.mbwmedienberatung.de
MH Fon 040 / 30 62 31 80, www.medienbuero-hamburg.de
NA Fon 040 / 41 13 – 28 42, www.newsaktuell.de
PRO Fon 03 31 / 721 21 81, www.probabelsberg.de

beim Film und Fernsehen. 2. Mai bis 21. Juli: Erarbeitung neuer Vorsprecherrollen und Comedy-Class zur Bewerbung an Theatern. 2. Mai bis 11. August: Lehrgang Actor's Studio. **KFH, Köln.** 29. April bis 3. Mai: Frauen hinter der Film-Kamera. 13./14. Mai: Film- und TV-Recht für Medienschaffende. 13./14. Mai: Schnittgestaltung. 13./14. Mai: Drehbuch II – Serienentwicklung.

Selbst- und Medienmanagement

ABP, München. 10./11. April: Journalisten als Buchautoren – Von der Idee zum Marketing. 18. April: Freie Journalisten – Urheber- und Verwertrungsrecht. 21. April: Freie Journalisten – Steuern. 2./3. Mai: Budgetplanung und Controlling – Angewandte Lesernutzungs- und Medienwirkungsforschung. 4. Mai: Freie Journalisten – Technik für den Beruf. **ABZV, Bonn.** 10. bis 12. Mai in Würzburg: Konfliktmanagement für Führungskräfte.

AFP, Hamburg. 1. April: Die eigene Perspektive als Freiberufler. 3./4. April: Marketing für Freie. 12. Mai: Stammkunde gesucht. **AM, Düsseldorf.** 6. Mai: Kommunikation und Führung – Baustein I. 13. Mai: Die Kunst der kurzen Rede. 20./21. Mai: Kommunikation und Führung – Baustein II. **CMA, Wetzlar.** 21. April: Kreativitätstechniken. 27. April: Überlebenstraining für Künstler und Autoren. **COP, Köln.** COP bietet zahlreiche Seminare zum Thema. Details siehe: www.cop-morrien.de. **DHA, Oberhausen.** 5./6. Mai: DHA-Lehrgang für Media-Berater, Modul VI. **DJU, Berlin.** 8. Mai: Existenzgründung für Einzelunternehmer und Micro-unternehmen. **ITZ, Bonn.** 27./28. April in Dortmund: Redaktionsprojekte in den Griff bekommen. **JA, München.** 5. bis 7. Mai: Sprechertraining. **JHB, Hagen.** 29. April: Zeitmanagement. 20. Mai: Digitales Archiv.

MBW, München. 4./5. Mai: Medientraining-Praxisseminar. **MH, Hamburg.** 7./8. April: Marketing für Freie. 22./23. April: Sprechtraining. 6./7. Mai: Sprechtraining. **PRO, Potsdam.** 27. April: Filmverwertungsmarkt und -Chancen I. 10. bis 19. Mai: Sesam für die Kalkulation von TV-Produktion. 10. Mai: Filmverwertungsmarkt und -Chancen II. 17. Mai: Kundengewinnung durch Kundenbindung.

Film- & TV-Technik

BET, Hamburg. 5. bis 7. Mai: Broadcast Kamerarecorder HD. 12. bis 14. Mai: Kameratricks und Effekte. 20./21. Mai: EB-Tonaufnahme. **FM, Münster.** 27. bis 30. April: Digitaler Videoschnitt Final Cut Pro 1 für Profis. 5. bis 7. Mai: Filmkamera 16mm Theorie. 11. bis 14. Mai und 18. bis 21. Mai: Filmkamera 16mm Theorie. **KFH, Köln.** 29./30. April: Final Cut Pro Einführungsseminar.

Public Relations

ABP, München. 10. bis 12. April: Kreatives Schreiben für Pressestellen. 24. bis 28. April: Sprache und Redigieren für Pressestellen. 4./5. Mai: Pressemitteilungen verfassen. 15. bis 19. Mai: Public Relations. **AM, Düsseldorf.** 29. April: Kreative Werbemittel – Aufbaukurs Öffentlichkeitsarbeit VI. 6. Mai: Aktionen und Veranstaltungsreihen in der Öffentlichkeitsarbeit. 19. Mai: Themen und Termine in den Medien platzieren. **AR, Remscheid.** 26. April bis 9. Juni: Public Relations online – E-Learning-Kursus. **DEPAK, Berlin.** 20./21. April: Internationale Unternehmenskommunikation. 27./28. April: Überzeugen vor der Kamera. 27./28. April: Medienarbeit besser managen. 4./5. Mai: Markenpräsenz in Lifestylemedien. 8./9. Mai: TV-Management für Pressestellen. 11./12. Mai: Schreibwerkstatt. 11./12. Mai: Entwicklung von PR-Konzepten. 18./19. Mai: Public Relations und Internet. 18./19. Mai: Effizient kommunizieren. **EMA, Berlin.** 21. bis 28. April: Grund- und Aufbaukurs Öffentlichkeitsarbeit für Theologen. **FAZ, Frankfurt/Main.** 6. April: Rechtliche Grundlagen für Öffentlichkeitsarbeiter. 15./16. Mai: Interviewtraining. 10./11. Mai: Der souveräne Medienauftritt in der Krise. **JA, München.** 27./28. April: Effek-

tives Veranstaltungsmanagement. 19. bis 21. Mai: Pressearbeit online. **JHB, Hagen.** 10./11. April: Im Kreuzfeuer der Kritik – der Umgang mit öffentlichen Angriffen. 10. bis 12. April: Fremdttexte redigieren. 24. bis 28. April: Einführung GoLive. 2. Bis 3. Mai: Schreibtraining – Von der Bildunterzeile zum Porträt – kleine Textformen in der PR. 8. bis 11. Mai: Workshop Fotografieren für Pressestellen. 15. bis 17. Mai: Kampagnen effizient planen. **KLARA, Berlin.** 8./9. Mai: Erfolgreiche Mailings. 15. bis 19. Mai: Fortbildung zum Pressesprecher. **NA, Hamburg.** 5. Mai: Journalisten-Knigge – Der gute Draht in die Redaktion. Köln: 15./16. Mai: Pressearbeit für Einsteiger – Instrumente, Grundlagen, Erfolgsfaktoren. 17. Mai: Die gute Pressemitteilung – Kreativ, professionell, ansprechend. 17./18. Mai: Kreativität in Projekten – Ideen, die verkaufen.

termine

Journalismus

Rechtsschreibreform besiegelt
HAMBURG. Die Kultusministerkonferenz hat die endgültige und für alle verbindliche Rechtsschreibreform besiegelt. Die dpa-Tochter news aktuell bietet in verschiedenen Städten Workshops „Neue deutsche Rechtsschreibung – Sicherheit und Durchblick“ an. Die Teilnehmerzahl ist jeweils auf maximal 16 Personen begrenzt. Die Termine: 8. Mai in Frankfurt/Main, 15. Mai in Köln, 23. Mai in München, 31. Mai in Hamburg, 8. Juni in Berlin. Anmeldungen: <http://mediaworkshop.news-aktuell.de/workshop.htx?id=638>, Nicole Raabe, media workshop Manager, news aktuell GmbH, dpa-Firmengruppe, Mittelweg 144, 20148 Hamburg, Fon: 040 / 41 13 28 41, Fax: 040 / 41 13 28 76, E-Mail: mediaworkshop@newsaktuell.de

Journalistenpreis Mathematik
BERLIN. Die Deutsche Mathematiker-Vereinigung (DMV) vergibt 2006 zum zweiten Mal ihren mit 1.000 Euro dotierten Journalistenpreis. Prämiert wird ein journalistisches Einzelwerk, das in besonderer Weise das Ansehen der Mathematik in der Öffentlichkeit fördert. Ausgezeichnet werden können im deutschen Sprachraum erschienene

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.

Anzeigenverkauf:

Berliner vorwärts Verlagsgesellschaft mbH
Ansprechpartner: Michael Blum
Tel: 030/255 94 – 150
Fax: 030/255 94 – 190
E-Mail: blum@vorwaerts.de

Anzeigenleitung:

Werner Loewe
Berliner vorwärts Verlagsgesellschaft
Stresemannstraße 30, 10969 Berlin

Gültige Anzeigenpreisliste:
Nr. 11 gültig ab 1.1.2006

Layout: Petra Dreßler, Berlin
Tel. 030/322 18 57

Titelbild: Hermann J. Haubrich,
Stuttgart, Tel. 0711/96 69 76 – 5

Druck und Vertrieb:
alpha print medien AG (apm)
Kleyerstraße 3, 64295 Darmstadt
M im Internet
<http://mmm.verdi.de>

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 Bezugs-
gebühr im Mitgliedsbeitrag enthalten.
ver.di-Mitglieder aus anderen Fachgrup-
pen zahlen 18 € – eine gesonderte Be-
stellung ist notwendig.

Weitere Publikationen:

„Kunst & Kultur“
verantwortlich: Burkhard Baltzer
„Druck + Papier“ verantwortlich:
Henrik Müller 030/69 56 – 10 76

Redaktionsschluss:

M 04.2006: 01.03.2006
M 05.2006: 01.04.2006
ISSN-Nr.: 09 46 – 11 32

Beiträge, unabhängig von ihrem Erscheinungsmittel (Fernsehen, Rundfunk, Print etc.), sofern dieses eine angemessene Verbreitung hat.

Die Beiträge müssen zwischen dem 1. August 2004 und dem 31. Juli 2006 erschienen sein.

Bewerbungsschluss: 31. Juli 2006.

Kontakt: Präsident der DMV, Prof. Günter M. Ziegler, Institut für Mathematik, MA 6-2, Technische Universität Berlin, 10623 Berlin, E-Mail: ziegler@math.tu-berlin.de.

Matheon-Medienpreis

BERLIN. Mit dem Matheon-Medienpreis des DFG Forschungszentrums werden Texte ausgezeichnet, die den praktischen Mehrwert der Mathematik in technologischen Anwendungen thematisieren. Die Beiträge sollen in verständlicher Form für eine breite Öffentlichkeit geschrieben sein. Teilnehmen können Nachwuchsjournalisten in den ersten drei Berufsjahren, aber auch Volontäre, Studenten und Schüler. Die drei besten Beiträge werden mit insgesamt 3.000 Euro prämiert. Einsendeschluss: 30. Juni 2006. Kontakt: DFG-Forschungszentrum Matheon, Mathematik für Schlüsseltechnologien, TU Berlin, Sekretariat MA 3-1, Straße des 17. Juni 136, 10623 Berlin, Fon: 030 / 314 292 74, Fax: 030 / 314 292 60, E-Mail: kontakt@matheon-medienpreis.de, www.matheon-medienpreis.de

1. Rosa-Luxemburg-Tag der Medienkritik

POTSDAM. Zu einem Workshop „Die feinen Methoden der Medien für einen schmutzigen Krieg“ lädt die Rosa-Luxemburg-Stiftung Brandenburg am 27. April von 10 bis 16.30 Uhr ein. Referenten: Hannes Heer, Walter von Rossum, Wolfgang Bellwinkel, Clemens Schwender, Gitta Düppertal, und Thomas Hanitzsch, Kontakt: Geschäftsstelle der Rosa-Luxemburg-Stiftung Brandenburg, Dortustr. 53, 14467 Potsdam, Fon: 0331 / 817 04 32, E-Mail: LuxemBBG@t-online.de, Internet: www.bbgr-rls.de

Was ist heute guter Journalismus?

HAMBURG. Die Akademie für Publizistik möchte mit der Preisfrage „Was ist heute guter Journalismus?“ zum Nachdenken über unseren Beruf – einen der schönsten, aber gewiss nicht einfachsten – anregen. Das Preisgeld in Höhe von 2.000, 1.000 und 500 Euro stiftet die Zeit-Stiftung, die prämierten Arbeiten werden auf

der Medienseite der Süddeutschen Zeitung veröffentlicht. Teilnehmen können deutschsprachige Journalisten, mit Ausnahme derer, die an der Akademie für Publizistik arbeiten. Die Beiträge sollen maximal 6000 Zeichen umfassen und müssen bis zum 31. Mai 2006 im Original mit einer Kopie eingereicht werden. Sie dürfen nicht schon an anderer Stelle veröffentlicht worden sein. Kontakt: Akademie für Publizistik, Die Preisfrage, Warburgstraße 8-10, 20354 Hamburg, Internet: www.Akademie-fuer-Publizistik.de

Media Guide für Nordrhein-Westfalen

KÖLN. Zum 18. medienforum nrw vom 21. bis 23. Mai 2006 erscheint der neue Media Guide Nordrhein-Westfalen. Die Broschüre präsentiert die Region auf ca. 100 Seiten in deutsch und englisch als international erfolgreichen Medienstandort. Bis Ende April 2006 können sich Unternehmen aus Nordrhein-Westfalen bei der Redaktion (redaktion@messe-treff.com) mit ihren aktuellen Projekten vorstellen, und haben gute Chancen, im Themenplan Berücksichtigung zu finden. In jedem Fall werden sie kostenlos in das Branchenverzeichnis eingetragen, welches es auch Online-Datenbank unter www.medienadressen.de gibt. In einem Ausbildungsatlas findet sich ein umfangreicher Überblick über die Berufs- und Weiterbildungsangebote der NRW-Medienbranche. Außerdem sind alle Unternehmen gekennzeichnet, die Medien-Praktika oder -Lehrstellen anbieten.

Kontakt: MESSE TREFF Verlags-GmbH, Postfach 510 852, 50944 Köln, Fon: 0221 / 376 030, Fax: 0221 / 374 020, E-Mail: redaktion@messe-treff.com, Internet: http://www.koeln3.de/ und www.medienadressen.de.

Recherche-Stipendium 2006

BERLIN. Der Fachverband Konfessionelle Presse im VDZ vergibt ein mit 5.000 Euro dotiertes Recherche-Stipendium für eine überdurchschnittlich sorgfältig zu recherchierende Print-Reportage aus dem Themenumfeld „Christlicher Glaube und Spiritualität“. Bewerben können sich sowohl Textautoren wie auch Teams bestehend aus je einem Text- und Fotojournalisten. Einsendeschluss: 30. April 2006. Kontakt: Dirk Platte, Geschäftsführer Konfessionelle Presse, Haus der Presse, Markgrafenstraße 15, 10969 Berlin, Fon: 030 / 726 298 131,

Bewerbungsunterlagen per E-Mail: d.platte@vdz.de.

Medienpreis mit Biss

LÖRRACH. Der Zahnpflegerhersteller GABA GmbH hat den mit insgesamt 2.500 Euro dotierten „Medienpreis Zahnprophylaxe“ in den Kategorien Fachmedien und Publikumsmedien ausgeschrieben. Die Beiträge müssen im Jahr 2005 veröffentlicht worden sein, von einem hauptberuflichen Journalisten stammen und frei zugänglich bei einem Bezahlmedium in Deutschland erschienen bzw. ausgestrahlt worden sein. Sie müssen sich ausschließlich mit Zahnprophylaxe befassen und aus zahnmedizinischer Sicht korrekt sein. Buchbeiträge und Interviews sind nicht zugelassen. Bewerbungsschluss: 31. Mai 2006. Kontakt: GABA GmbH, Public Relations, Berner Weg 7, 79539 Lörrach, Fon: 07621 / 907 120, Fax: 07621 / 907 124, E-Mail: presse@gaba-dent.de, Internet: http://www.gaba-dent.de/news_und_presse/presse_2005_medienpreis.html.

Medien auf dem Weg zur Demokratie

DORTMUND. Der Generaldirektor des staatlichen litauischen Rundfunks Kestutis Petrauskis informiert am 9. Mai von 11 bis 13 Uhr in Dortmund über die Entwicklung der Medien in Litauen in den letzten 15 Jahren und gibt einen Einblick in die Medienlandschaft. Die Medien haben heute ihre Rolle als vierte Säule der Demokratie gefunden: Bei den Rücktritten von Präsident Rolandas Paksas im Jahr 2004 und zuletzt von Wirtschaftsminister Viktor Uspaskich nahmen sie z.B. entscheidend Einfluss. Heute kämpfen vier Fernsehsender, 50 Radiosender und sechs landesweite Zeitungen um jeden Kunden. Es geht um Einschaltquoten und Boulevardisierung. Anmeldung: Auslandsgesellschaft NRW e.V., Journalistenschule Ruhr GmbH, Steinstr. 48, 44147 Dortmund, Fon: 0231 / 838 00 26, E-Mail: gauchard@agnrw.de

Auslandsstipendien für Journalisten

BONN. Die Internationalen Journalisten Programme (IJP) haben wieder mehrere Stipendien ausgeschrieben. Junge Journalisten zwischen 25 und 35 Jahren arbeiten mehrere Wochen in einer Redaktion eines Gastlandes und recherchieren gleichzeitig für ihre Heimatmedien. Details zu den Programmen im Internet: www.ijp.de.

Deutsch-Osteuropäisches Journalistenstipendium (Marion-Gräfin-Dönhoff-Programm) Austauschländer: Russland, Ukraine, Georgien, Armenien und Aserbaidschan. Bewerben können sich Journalisten, die als Redakteure, Reporter, Volontäre oder freie Mitarbeiter für ein deutsches Medium tätig sind. Bedingung: gute Russischkenntnisse. Arbeitsaufenthalt in den Gastländern: 2. Oktober bis 30. November 2006. Stipendium: Einmalig 3.350 Euro. Bewerbungsschluss 15. April 2006: IJP, „Marion-Gräfin-Dönhoff-Programm“, c/o Miodrag Soric (Koordinator), Von-Halbergstraße 28, 53125 Bonn, Fon: Tel. 0228 / 429 42 01, E-Mail: soric@ijp.org,

Deutsch-Südafrikanisches Journalistenstipendium in den SADC-Staaten: Angola, Botswana, Republik Kongo, Lesotho, Madagaskar, Malawi, Mauritius, Mozambique, Namibia, Südafrika, Swasiland, Tansania, Sambia, Simbabwe. Stipendium: Einmalig 3.000 Euro. Arbeitsaufenthalt in den Gastländern: August/September 2006. Bewerbungsschluss: 15. April 2006. IJP – Deutsch-Südliches Afrika Journalisten-Programm, c/o Deutsche Welle, Marco Vollmar, Kurt-Schumacher-Str.3, 53113 Bonn.

Deutsch-Türkisches Programm (Johannes-Rau-Programm)

Die Bewerber müssen nicht über Türkischkenntnisse verfügen, sollten aber die englische Sprache in Wort und Schrift sehr gut beherrschen. Dauer: Oktober / November. Stipendium: Einmalig 3.350 Euro. Bewerbungsschluss: 15. April 2006. Kontakt: Miodrag Soric (Koordinator), Von-Halbergstrasse 28, 53125 Bonn, Fon: Tel. 0228 / 429 42 01, E-Mail: m.soric@ijp.org

Studienreise Rumänien

HAMBURG. Das ver.di-Bildungswerk Hamburg e.V. bietet zusammen mit HK Reisen eine Studienreise für Journalisten vom 13. bis 20. Mai für 800 Euro pro Person nach Rumänien an. Im Mittelpunkt steht auch die berufliche Situation der rumänischen Journalisten, u. a. im Bereich deutschsprachiger Medien. Programm und Kontakt: Wolfgang Halisch, Kulturreisen, Neuer Kamp 30 (Etage 21), 20357 Hamburg, Fon: 040 / 450 372 83, E-Mail: info@hk-reisen.de.

Film / TV

22. Internationales KurzFilmFestival HAMBURG. Das 22. Internationale

KurzFilmFestival findet vom 31. Mai bis 5. Juni 2006 statt. Im Internationalen Wettbewerb wird der mit 1.500 Euro dotierte Jurypreis, der Francois Ode-Preis (1.500 Euro) und der Skoda-Publikumspreis (1.500 Euro) und im Wettbewerb Made der Hans Short Publikumspreis und der Hanse Short Jurypreis (1.500 Euro) vergeben. Im Wettbewerb Made in Germany wählt das Publikum den Greenpeace Energy-Preis-Träger (1.500 Euro) und das kleine Publikum wählt den Gewinner des Mo&Frieze Preises (1.500 Euro), ein Kinderkurzfilm. „Zittern“ ist in diesem Jahr das Thema beim Wettbewerb Der Flotte Dreier, für Filme unter drei Minuten. Kontakt: Jürgen Kittel, E-Mail: festival@shortfilm.com, Fon: 040 / 391 063 23, Internet: www.shortfilm.com.

Deutscher Menschenrechts-Filmpreis

BERLIN / NÜRNBERG. Bis zum 15. September können Filme aller Genres für den Deutschen Menschenrechts-Filmpreis 2006 eingereicht werden. Der mit insgesamt 7.000 Euro dotierte Preis will Filmproduktionen eine Präsentationsplattform bieten, die sich mit dem Thema Menschenrechte auseinandersetzen. Ausgezeichnet werden Filme in den Kategorien „Profi“ und „Amateur“. Erstmals wird zusätzlich ein Preis an Produktionen verliehen, die an Filmhochschulen entstanden sind. Die Beteiligung von Jugend-Videogruppen und Schulklassen im Bereich „Amateur“ ist ausdrücklich erwünscht und wird – wenn gewünscht – durch die Veranstalter technisch und inhaltlich unterstützt. Bewerbungsunterlagen: Evangelische Medienzentrale Bayern, Fon: 0911 / 43 042 11, Fax: 0911 / 43 042 14, E-Mail: info@menschenrechts-filmpreis.de, Internet: www.menschenrechts-filmpreis.de

Arbeit in Zukunft

HAMBURG. Im Rahmen ihres neuen Themenschwerpunktes Arbeit in Zukunft lobt die Kulturstiftung des Bundes gemeinsam mit der KurzFilm-Agentur e.V. Hamburg und dem ZDF/arte einen Kurzfilmwettbewerb unter dem Titel „Mach doch, was du willst“ aus. Gesucht werden Filmideen, die von der Wirklichkeit in einer neuen Arbeitswelt fantasievoll erzählen und der Diskussion über die Frage, wie wir in Zukunft arbeiten und leben wollen, originäre Impulse geben. Gefördert werden drei Filme bis 15 Minuten mit je 30.000 Euro; fünf Fil-

me bis 8 Minuten mit je 23.000 Euro sowie drei Spots bis 90 Sekunden mit je 10.000 Euro. Aus den 11 realisierten Kurzfilmen soll eine Kurzfilmrolle entstehen, die 2007 bundesweit in die Kinos kommt und auf Festivals präsentiert wird. Mit ZDF/arte ist eine Kooperation für die TV-Ausstrahlung eines Filmes jeder Kategorie vereinbart. Die Konzepte müssen bis zum 10. Mai bei der KurzFilmAgentur e.V., Friedensallee 7, 22765 Hamburg; arbeit@shortfilm.com eingereicht werden. Ausschreibung: www.mach-dochwasduwilst.org oder unter www.kulturstiftung-bund.de/arbeit.

Kurzfilmtage Oberhausen

OBERHAUSEN. Einen deutlich ausgebauten Schwerpunkt stellen die Arbeiten im Grenzbereich zwischen Kunst und Film bei den Kurzfilmtagen Oberhausen vom 4. bis 9. Mai dar. Das Festival zeigt voraussichtlich rund 140 Arbeiten in den Wettbewerben und knapp 150 weitere in den anderen Programmen. Akkreditierungsschluss ist der 10. April 2006. Akkreditierungsformular unter: www.kurzfilmtage.de als Download zur Verfügung oder im Pressebüro der Kurzfilmtage. Kontakt: Internationale Kurzfilmtage Oberhausen, Grillostr. 34, 46045 Oberhausen, Sabine Niewalda, Fon: 0208 / 825 30 73, Fax: 0208 / 825 54 13, E-Mail: niewalda@kurzfilmtage.de.

Fotografie

Europäischer Fotokunstpreis

MEERBUSCH. Für den Epton art photo award können bis 15. Juli Fotoklassen an Akademien, Hochschulen und anderen Ausbildungsstätten Arbeiten einsenden. Ausgezeichnet wird die beste Klasse mit ihrer Gesamtleistung, der beste Einzelkünstler aus allen Gruppeneinsendungen sowie die 25 weiteren besten Einzelarbeiten aus allen Gruppeneinsendungen. Mit Preisgeldern in Höhe von insgesamt 37.500 Euro ist dieser Wettbewerb einer der höchstdotierten Fotokunstpreise. Teilnahmeunterlagen: <http://www.art-photo-award.com>.

12. Münchner Jugendfotopreis

MÜNCHEN. „Rituale“ lautet das diesjährige Thema des 12. Münchner Fotopreises. Die Teilnehmer dürfen maximal 24 Jahre alt sein. Der 1. Preis sind 500 Euro, insgesamt gibt es zehn Geld- und Sachpreise, sowie einen Sonderpreis für besonders junge TeilnehmerInnen. Bewerbungsschluss:

4. Mai 2006. Kontakt: FestSpielHaus, Quiddestr. 17, 81735 München, Fon: 089 / 672 020, Internet: www.festspielhaus.biz/projekte/projekte_foto_01.html

Varia

Buchvertrag für PR-Buch

BREMEN. Der „Public Relations Book Award“ für das beste Konzept für ein Buch zum Thema „Public Relations“ ist zum zweiten Mal ausgeschrieben. Teilnehmen können Einzelpersonen ebenso wie Gruppen. Thema dieses Awards ist ein Konzept für ein Sachbuch zu Grundlagen der PR oder branchenspezifischer PR. Entscheidend ist, welches fachlich fundierte Buchkonzept Fachleute am besten unterstützt. Die Auszeichnung ist verbunden mit einem Buchvertrag beim Viola Falkenberg Verlag, der das Buch auch herausbringt. Details: www.falkenberg-verlag.de. Einsendeschluss: 1. September. Kontakt: Viola Falkenberg Verlag, Stichwort „Book Award“, Fliederstraße 3, 28207 Bremen. Fon / Fax: 0421 / 789 13.

Schnupperkurs

POTSDAM. Die ems bietet für Neueinsteiger, die auf der Suche nach einem Praktikumsplatz sind, ein Kompakttraining „Fit fürs Praktikum“ vom 10. bis 12. April. Vermittelt werden Grundkenntnisse über Ausbildungs- und Arbeitsmöglichkeiten im Fernsehen, Recherche, Beitrags- und Sendungsplanung bis zur Zusammenarbeit mit Produktion, Kamera und Schnitt. Kosten pro Teilnehmer: 370 Euro. Kontakt: ems – Electronic Media School / Schule für elektronische Medien, Marlene-Dietrich-Allee 25, 14482 Potsdam-Babelsberg. Anmeldung: info@ems-babelsberg.de.

Die Kinder-Film & Fernseh-Tage

ERFURT. Die Kinder-Film & Fernseh-Tage vom 24. bis 26. April 2006 in Erfurt bieten Fachleuten aus den verschiedenen Bereichen der Medienbranche (Produzenten, Autoren, Verleger, Redakteure, Journalisten, Medienpädagogen und -wissenschaftler) ein Forum für eine fundierte Auseinandersetzung mit dem Stand, der Entwicklung und den Perspektiven medialer Angebote für Kinder. Im diesem Jahr steht die Tagung unter dem Motto „Konsum, Kultur und Kindermedien“. Programm, Anmeldung und Kontakt: <http://www.goldenerspatz.de>.

leute

Tim Arnold, Ex-Kommunikationschef der Verlagsgruppe RandomHouse, wurde Leiter der Landesvertretung von NRW in Berlin und ist damit für die Hauptstadt-Kommunikation des Landes zuständig.

Thomas Baumann, derzeit stellvertretender Chefredakteur Fernsehen im ARD-Hauptstadt-studio, löst als ARD-Chefredakteur und Koordinator für Politik, Gesellschaft und Kultur mit Sitz in München zum 1. Juli **Hartmann von der Tann** ab, der in den Ruhestand geht.

Martin Beier, bisher Chefredakteur des Magazins Optimal versichert, verließ den voxpop-Verlag und wird als freier Autor tätig sein. Verlegerin und Herausgeberin **Ulrike Germann** übernahm kommissarisch die Chefredaktion.

Deutscher Presserat: **Fried von Bismarck**, Verlagsleiter beim Spiegel-Verlag und Mitglied des Presserats als Vertreter des VDZ, wurde zum neuen Sprecher gewählt; er löst turnusgemäß Dr. **Ilka Desgranges** (DJV) ab. Stellvertretende Sprecherin ist **Sigrun Müller-Gerbes**, Redakteurin bei der Neuen Westfälischen. **Volker Stenei**, Chefredakteur und Verlagsleiter des Hellweger Anzeigers (Unna), folgte als Mitglied des Gremiums für den BDZV auf Dr. **Hans-Peter Bach**. Neuer Vorsitzender des Trägervereins des Deutschen Presserats wurde **Hermann Neusser** (BDZV), Verleger und Herausgeber des General-Anzeigers (Bonn).

Klaus Blume, zuletzt bundespolitischer Korrespondent im Berliner Hauptstadtbüro der dpa, folgte als Koordinator des Europadienstes der Nachrichtenagentur auf **Hans Ruoff**, der in die Redaktion Politik Deutschland wechselte.

Prof. **Erika Bock-Rosenthal** löste im WDR-Rundfunkrat als Vorsitzende des Ausschusses für Rundfunkentwicklung **Lothar Hegemann** ab.

Jörn Boewe, bislang Chef vom Dienst beim Nachrichtenjournal „Hallo Berlin“ des Berliner Lokalsenders FAB, wechselte in das Ressort Innenpolitik der Tageszeitung Junge Welt.

Tom Buhrow, derzeit ARD-Studioleiter in Washington, wird im Sommer 2007 als Moderator der ARD-„Tages-themen“ **Ulrich Wickert** ablösen.

Katja Burghardt, derzeit Chefredakteurin von Vital (Jahreszeiten-Verlag), wird im Lauf des Jahres die Chefredaktion von Essen & Trinken und Viva! (G+J) von **Peter Ploog** übernehmen.

Robert Emich, Ex-Chefredakteur von Elle Girl, wird Editor at Large bei Vogue (Condé Nast).

Wolfgang Eschment, bisher stellvertretender Chefredakteur der Automobilwoche (Crain Communications), folgt in der gleichen Funktion bei der Auto Zeitung (Bauer Verlagsgruppe) auf **Ralph Alex**, der zu auto motor und sport (Motor Presse Stuttgart) wechselte.

Volker Giersch, Hauptgeschäftsführer der IHK Saarland, wurde in seinem Amt als Vorsitzender des Rundfunk- und Verwaltungsrats des SR ebenso wiedergewählt wie sein Stellvertreter **Wolfgang Krause**, Landesgeschäftsführer des Paritätischen Wohlfahrtsverbandes Rheinland-Pfalz-Saarland.

Marc Hankmann, bisher Chef vom Dienst bei den Fachzeitschriften Digital Fernsehen, Digital Tested und HD+TV (Auerbach Verlag), rückt zum Chefredakteur auf.

Margaret Heckel, derzeit Leiterin des Berliner Büros der Financial Times Deutschland sowie Chefin des Ressorts Politik & Wirtschaft, wird zum 1. April Ressortleiterin Politik bei der Welt am Sonntag. Bei der FTD folgt ihr der bisherige Nachrichtenchef **Andreas Theysen** nach. **Peter Ehrlich**, politischer Korrespondent des Blatts in Berlin, rückt zum Chefkorrespondent auf.

Peter Heine, der als freier Journalist aus Malaysia, Thailand und Singapur berichtet, übernahm für die Wirt-

schaftsWoche Korrespondentenaufgaben in Penang / Malaysia. Mit Sitz in Warschau berichtet neuerdings **Dirk Brauns**, zuletzt freier Korrespondent in Peking, für das Magazin aus Osteuropa.

Guido Heinen, bislang Berliner Korrespondent der Tageszeitung Die Welt, löste als Leiter des Bereichs Presse und Kommunikation des Deutschen Bundestags **Wolfgang Wiemer** ab, der unter Rot-Grün das Pressezentrum geleitet hatte.

Alexander Hesse, zuletzt stellvertretender Leiter der ZDF-Redaktion Geschichte und Gesellschaft, übernahm die Leitung der Redaktion von **Peter Arens**, der Leiter der ZDF-Hauptredaktion Kultur und Wissenschaft wurde.

Hörfunk-Korrespondentin des SWR für die ARD: **Esther Saoub**, derzeit für die Redaktionen Zentrale Information (Baden-Baden) und Landeskultur (Stuttgart) tätig, löst zum 1. Juli in Kairo **Reinhard Baumgarten** ab. **Ulrich Pick**, bislang Redakteur in den Redaktionen Religion, Kirche und Gesellschaft sowie SWR1 aktuell in Mainz, folgt in Istanbul auf **Jörg Pfuhl**. Zum 1. September wird **Rudolf Geissler**, derzeit Moderator von SWR2 Tagesgespräch, in der Nachfolge von **Jochim Schubert-Ankenbauer** (MDR) ARD-Korrespondent in Genf. Dr. **Astrid Freyisen** übernimmt die journalistische Federführung für den Korrespondentenplatz Shanghai.

Dieter Jepsen-Föge, bislang Chefredakteur von DeutschlandRadio Kultur, folgte als Chefredakteur des Deutschlandfunks auf **Rainer Bur-chard**, der eine Lehrstuhlvertretung an der Fachhochschule Kiel übernahm.

Stefan Kauertz, zuletzt Channel Head bei Viva Plus, verlässt den Musiksender. Interimsleiter von Viva Plus ist **Marcus Adam**, Head of Talent and Music.

Jens Koenen, bislang Leiter der Wirtschaftsredaktion des Mannheimer Morgens, folgt als Leiter des Büros Unternehmen & Märkte des Handelsblatts in Frankfurt auf **Joachim Weber**, der als Senior-Korrespondent von Frankfurt aus für das Handelsblatt wirken wird.

Rainer Kurlemann, Redaktionsmitglied der Rheinischen Post, übernahm kommissarisch die Chefredaktion von RP Online, weil der bisherige Chefredakteur **Volker Pfau** ausschied. Neuer Chefredakteur wird zum 1. April **Oliver Eckert**, derzeit Leiter Redaktion bei Bild.T-Online.

Manfred Leichtenschlag, seit 1963 Mitglied der Außenredaktion Alzenau des Main-Echo Aschaffenburg und seit 1966 deren Leiter, trat zum Jahresende in den Ruhestand. Sein Nachfolger ist **Michael Müller**. Leichtenschlag bleibt der Zeitung als freier Mitarbeiter erhalten.

Wolfgang Maier, zuletzt Herausgeber von News, scheidet wegen unterschiedlicher Auffassungen aus.

Gerhard Marschall, bisher leitender Redakteur beim Wirtschaftsblatt, übernimmt die Leitung der Oberösterreich-Redaktion einer neuen Tageszeitung der Brüder Fellners, deren Erscheinen für den Herbst geplant ist.

Medienrat der Landesanstalt für Medien NRW (LfM): **Christiane von Wahlert**, Geschäftsführerin der Spitzenorganisation der Filmwirtschaft e.V. und bisher stellvertretende Vorsitzende des Medienrats, löste als Vorsitzende Dr. **Klaus Klenke** ab, der Mitglied des Gremiums bleibt. Neue stellvertretende Vorsitzende ist die Journalistin und Medienberaterin **Ingrid Scheithauer**.

Paul Prandl, Leiter des Ressorts Geldanlage bei Capital, und **Carsten Prudent**, bisher Ressortleiter Management bei impulse, lösten unter dem neuen Capital-Chefredakteur Dr. **Klaus Schweinsberg** als stellvertretende Chefredakteure **Andreas Busch** und **Nikolai Kreidl** ab, die ebenso wie der bisherige geschäftsführende Redakteur **Wolfgang Glabus** das Wirtschaftsmagazin verließen. Chefreporter **Walter Hillebrand** wurde Mitglied der Chefredaktion.

Hubert Rübsaat, seit 1984 Ressortleiter Bildungspolitik und Zeitge-

schichte bei NDR Info, geht in den Ruhestand, wird sich aber weiterhin journalistisch und publizistisch betätigen. Sein Nachfolger wird **Wolfgang Müller**.

Rainer Schmidt, bisher stellvertretender Chefredakteur bei Max (Verlagsgruppe Milchstraße), löst in der gleichen Position beim Magazin Park Avenue (G+J) **Petra Schnitt** ab, die als Textchefin zum Stern zurückkehrt. **Stephanie Nannen**, bisher beim Tagesspiegel (Berlin), wird Leiterin des Ressorts Who's Who bei Park Avenue.

Christian Schommers, bisher Ressortleiter Unterhaltung bei dem Magazin Revue (Verlagsgruppe Bauer), wurde stellvertretender Chefredakteur von Bravo. **Alex Gernandt** bleibt Vize-Chefredakteur bei der Jugendzeitschrift. **Ann Thorer**, bisher zweite stellvertretende Chefredakteurin, übernahm die Chefredaktion von Bravo Girl.

Hajo Schumacher, Ex-Redakteur von Max, entwickelt für das Manager Magazin einen Lifestyle-Ableger unter dem Arbeitstitel Manager Life.

Steffen Simon, bisher Leiter der WDR-Redaktion Bundesliga-Sport-schau, löst zum 1. Oktober als Leiter der Programmgruppe Sport Fernsehen **Heribert Faßbender** ab, der in den Ruhestand tritt. Simon wird außerdem stellvertretender Chefredakteur des Programmbereichs Politik und Zeitgeschehen für den Sport.

Roland Tichy wird zum 1. Juli die Leitung des Ressorts Wirtschaft und Politik des Handelsblatts als stellvertretender Chefredakteur in Berlin übernehmen. Seine Vorgängerin **Ruth Berschens** wird zum 1. Juli für zwei Jahre nach Paris als politische Korrespondentin gehen.

Hans Verbeek, Korrespondent des niederländischen Nachrichtenmagazins Elsevier, wurde in seinem Amt als Vorsitzender des Vereins der Ausländischen Presse in Deutschland (VAP) bestätigt. Zur Stellvertreterin wurde die polnische Journalistin **Rozalia Romaniec** gewählt.

Ingeborg Wagle-Kaul folgt als Chefredakteurin von Welt der Frau (Klambt Verlag) auf **Volker Kithil**, der die Redaktion wegen „unterschiedlicher Auffassungen über die Ausrichtung der Zeitschrift“ verließ.

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

Viola Wallmüller, zuletzt Stellvertreterin des Chefredakteurs von Bella (Verlagsgruppe Bauer), wechselt als stellvertretende Chefredakteurin zu der Frauenzeitschrift Für Sie (Jahreszeiten Verlag).

Andreas Weber, bisher Programmchef von SR 1 Europawelle, folgt zum 1. Juni beim HR als Leiter der Hörfunkwelle hr1 auf **Christian Gramsch**, der außerdem Chefredakteur Hörfunk war. Gramsch löste als Programmdirektor der Deutschen Welle **Joachim Lenz** ab, der in den Ruhestand ging. **Katja Marx**, Leiterin des Nachrichten- und Reporterpools, wird zusätzlich neue Hörfunk-Chefredakteurin des HR.

Iliane Weiß, bisher Leiterin Presse- / Öffentlichkeitsarbeit und Events des Zeit-Verlags, übernimmt spätestens zum 1. Mai 2006 die Leitung PR / Kommunikation der G+J-Verlagsgruppe Frauen / Familie / People sowie der Verlagsgruppe Brigitte.

Wendelin Werner, bisher beim WDR Leiter der Produktionsgruppe Auslandsstudios Fernsehen, löst zum 1. April als Leiter der Hauptabteilung Radio-Produktion und Sendung in der Direktion Produktion und Technik **Horst Müller** ab, der in den Ruhestand tritt.

Die Nachrichtenagentur ddp, nach der Insolvenz 2004 vom Finanzinvestor Arques Industries übernommen, wurde von Chefredakteur **Joachim Widmann** und Geschäftsführer **Matthias Schulze** neu geordnet. **Michael Best**, bisher Korrespondent in Hamburg, wurde Leiter des Landesbüros Nord, zu dem der bisherige Landesdienst Niedersachsen und die Korrespondentenbüros in Hamburg, Bremen und Schleswig-Holstein zusammengefasst wurden. **Arne Delfs**, früher bundespolitischer Korrespondent für Welt und Berliner Morgenpost, seit 2003 stellvertretender Sprecher der Bundes-CDU, wird Leiter des Berliner Büros und Politikchef. Meldungen vor allem zur Sicherheitspolitik soll der Journalist und Buchautor **Udo Ulfkotte** liefern.

Dr. **Oliver Zöllner**, von 1997 bis 2004 Leiter der Markt- und Medienforschung der Deutschen Welle (Köln/Bonn), zuletzt selbständiger Unternehmensberater und Dozent für internationale Medienforschung in Essen, wurde zum Sommersemester 2006 auf die Professur „Media Marketing and Research“

an der Hochschule der Medien Stuttgart berufen.

preise

Buket Alakus gewann beim 5. Monte Carlo Filmfestival de la Comédie mit „Eine andere Liga“ (ZDF/ARTE) den Preis für das beste Drehbuch; Hauptdarsteller **Ken Duken** wurde zum besten Schauspieler gekürt.

Der Dieter Baacke Preis für medienpädagogische Projekte wird vom Bundesministerium für Familie, Senioren, Frauen und Jugend sowie der Gesellschaft für Medienpädagogik und Kommunikationskultur ausgelobt.

1. Preis (3.000 €): Arbeitsgemeinschaft Jugendfreizeitstätten Sachsen e. V. (Chemnitz) für „MIXTOUR – Das Medienmobil“; 2. Preis (1.500 €): Arbeitsstelle Rechtsextremismus und Gewalt (c/o Bildungsvereinigung Arbeit und Leben Niedersachsen Ost) für „Demokratie ist POP! – Beteiligungsorientierte politische Bildung!“; 3. Preis (500 €): Medienwerkstatt Minden-Lübbecke e. V. für „Einfach gleich – ein interaktiver Film“.

Ariela Bogenberger wurde für das Drehbuch zu „Marias letzte Reise“ (BR/ARD, Regie: Rainer Kaufmann) der mit 5.000 € dotierte Karl-Buchrucker-Preis der Inneren Mission München verliehen.

Die gleichrangigen Sieger des Journalistenpreises 2005 der Volksbanken, Raiffeisenbanken, Spar- und Darlehenskassen in Rheinland und Westfalen stehen fest: Für ihre journalistisch herausragenden Beiträge zum Thema „Wirtschaft vor Ort“ werden ausgezeichnet die Journalisten **Marc Brost** (Die Zeit), **Anette Dowideit** (Die Welt), **Dr. Jasmin Fischer** (WAZ), **Bettina Görlitzer** (Lüdenscheider Nachrichten), **Alexander Houben** (Magazin „Macher“), **Dr. Reinhard Kallenbach** (Rhein-Zeitung), **Christian Schweitzer** (WDR). Die Preise sind jeweils mit 2.000 Euro dotiert. **Jens Jarisch** wurde für seine Deutschlandfunk-Reportage „Warum tragen Vietnamesen keine Adidas-Schuhe?“ mit einem Sonderpreis in Höhe von 1.000 Euro gewürdigt.

Benjamin Heisenbergs „Schläfer“ (ZDF/ARTE) wurde auf dem EuroPAWS Festival in Ljubljana mit dem

Midas-Preis für den besten Spielfilm ausgezeichnet.

Monika Hielscher und **Matthias Heeder** wurde für ihren Dokumentarfilm „Verschleppt und weggeworfen. Ein Sklave in Westafrika“ (NDR/ARTE) von der Jury des WorldFest Houston Film Festivals, das Ende April stattfindet, der Remi-Award zuerkannt.

Das Hörspiel „Hofmanns Elixier oder: Die Welt ist perfekt“ (RBB Kulturradio) von **Regine Ahrem** und **Michael Rodach** wurde von der Deutschen Akademie der Darstellenden Künste zum Hörspiel des Monats Januar benannt.

56. Internationale Filmfestspiele Berlin – eine Auswahl der Preisträger. Goldener Bär, Preis der ökumenischen Jury und Friedensfilmpreis der Berlinale: „Grbavica“ (Bosnien) von **Jasmila Zbanic**; Großer Preis der Jury: „En Soap“ (Dänemark) von **Pernille Fischer Christensen** und „Offside“ (Iran) von **Jafar Panahi**; Regie: **Michael Winterbottom** und **Mat Whitecross** für „The Road to Guantanamo“ (Großbritannien); Darstellerin: **Sandra Hüller** in „Requiem“ von Hans-Christian Schmid (Deutschland); Darsteller: **Moritz Bleibtreu** in „Elementarteilchen“ von Oskar Roehler (Deutschland); künstlerische Gesamtleistung: **Jürgen Vogel** als Schauspieler, Co-Autor und Co-Produzent von „Der freie Wille“ (Deutschland) von Matthias Glasner; Erstlingsfilm: „En Soap“ von **Pernille Fischer Christensen**; Filmmusik: **Peter Kam** für „Isabella“ (China/Hongkong) von Pang Ho-Cheung; Alfred-Bauer-Preis für einen innovativen Film: „El Custodio“ (Argentinien/Frankreich/Deutschland) von **Rodrigo Moreno**; Kurzfilm (Goldener Bär): „Nie wie beim ersten Mal“ (Schweden) von **Jonas Odell**; Kurzfilm (Silberner Bär): „Gratte-Papier“ (Frankreich) von **Guillaume Martinez** und „Our Man in Nirvana“ (Deutschland) von **Jan Koester**; Fipresci-Preis der Filmkritiker: „Requiem“ von **Hans-Christian Schmid** (Wettbewerb), „Knallhart“ von **Detlev Buck** (Panorama) und „In Between Days“ von **So Yong Kim** (Forum); Teddy: „Maximo Oliveros blüht auf“ (Philippinen) von **Auraeus Solito**. Goldener Ehrenbär für ein Lebenswerk: der Schauspieler **Sir Ian McKellen** (Großbritannien). Der Preis „Dialogue en perspective“ einer jungen Jury, getragen von TV5MONDE und dem Deutsch-Französischen Ju-

gendwerk, wurde **Bülent Akinci** für „Der Lebensversicherer“ (Sektion Perspektive Deutsches Kino) verliehen. Den mit 3000 € dotierten 10. Femina-Film-Preis des Verbandes der Filmarbeiterinnen erhielten **Yasmin Khalifa** und **Carola Gauster** für ihre Arbeit als Szenenbildnerinnen in dem Spielfilm „Bye Bye Berlusconi“ von Jan Henrik Stahlberg. Der „Seebär“ für Verdienste um das Filmland Schleswig-Holstein ging an die Regisseure und Filmproduzenten **Lars Jessen** und **Cay Wesnigk**.

Kurzfilmpreise 2005 der Friedrich-Wilhelm-Murnau-Stiftung: „Der Beste“ von **Arne Jysch** und **Rasmus Borowski**; „Caspian Bride“ von **Veit Heher**; „Delivery“ von **Till Nowak**; „Durch die Blume“ von **Maximilian Engert**; „Kater“ von **Tine Kluth**; „Der Kautboy“ von **Carsten Seller**; „Maries Lächeln“ von **Michael Schäfer**; „Musik nur wenn sie laut ist“ von **Marie Reich**; „Promenade“ von **Vera Lalyko**; „Schmock“ von **Michel Guillaume**.

New York Festivals 2006: Der Thriller „Mord am Meer“ (ZDF) von **Matti Geschonneck** erhielt in der Kategorie Drama eine Bronzemedaille. Eine Goldmedaille in der Kategorie Kinderfernsehen ging an die Sachgeschichte „Eiertitschen“ („Die Sendung mit der Maus“, WDR/ARD).

Beim Internationalen Dokumentarfilmfestival ZAGREBDOX (Zagreb) wurde „Vor dem Flug zur Erde“ (ZDF/ARTE) von **Arunas Matelis** (Litauen) mit dem Hauptpreis Big Stamp Award ausgezeichnet.

Zum zweiten Mal wurde der „Medienpreis Schleswig-Holstein“ von der Unabhängigen Landesanstalt für Rundfunk und neue Medien (ULR) und der Dr. Hans Hoch Stiftung vergeben. Dr. Hans Hoch-Preis für Medienkunst: 1. Preis (2.000 Euro) **Hannes Nordiek**, für seinen Kurzfilm „backdoor“. 2. Preis **Martin Sperling** (1.000 Euro), für seine grafische dreidimensionale Arbeit „Rattenloch“. 3. Preis **Kenan Darwich** (500 Euro), Student der Kieler Muthesius Kunsthochschule, für das Musikvideo „do the bambi“.

Weitere vier Preisträger bekamen den so genannten ULRichs (ein Medienkunstförderpreis, der sich vor allem an junge Kreative richtet) verliehen: 1. Platz **Gunnar Milan** aus Klausdorf (600 Euro) für seinen Kurzfilm „frei“.

2. Platz **Markus Busch**, **Britta Reimers**, **Lena Sezesny** und **Berit Tietjens** von der Meldorfer Gelehrten-schule (200 Euro) für ihren Kurzlehr-film „Rotation – Was’ das denn?“

3. Platz **Robin Zinkmann**, Kiel, und **Patrik Neubacher**, Damp, für den Trickfilm „La Baguette“ und **Chris-tian Kurth** und **Maik Jordan**, Kiel, für den Trickfilm „Trickwars“.

Marc Rothemund („Sophie Scholl – Die letzten Tage“) wurde von den Lesern der Filmzeitschrift Cinema zum besten Regisseur erkoren; auf den Plätzen folgen **Robert Schwentke** („Flightplan“) und **Hermine Hunt-geburth** („Die weiße Massai“).

Der State Street-Preis für Finanzjour-nalisten wurde von der State Street Corporation / State Street Bank für „herausragende Beiträge über Invest-mentdienstleistungen und Vermö-gensverwaltung für institutionelle Investoren“ erstmals in Deutschland vergeben. „Bester Journalist 2005“:

Maik Rodewald, Chefredakteur der Fachzeitschrift Portfolio Institutionell. Wirtschaftspresse – 1. Preis: **Elisabeth Atzler** (Financial Times Deutschland); 2. Preis: **Ingo Narat** (Handelsblatt); 3. Preis: **Heike Buchter** (Die Zeit). Fachpresse – 1. Preis: **Maik Rode-wald**; 2. Preis: **Jan F. Wagner** (IPE Investment & Pensions Europe); 3. Preis: **Murat Ünal** (Portfolio Insti-tutionell). Die Preise waren mit insge-samt 18.000 € dotiert.

Silke Steiner erhielt für das Dreh-buch zu dem Episodenfilm „Was man liebt“ den mit 25000 € dotierten Baden-Württembergischen Drehbuch-preis 2006.

Den Vattenfall Journalistenpreis „Ost-energie!“ vergibt der Energiekonzern Vattenfall Europe. 1. Preis (8.000 €): **Michael Kraske** (Stern spezial Ge-sund Leben); 2. Preis (4.000 €): **Frau-ke Hunfeld** (Stern); 3. Preis (2.000 €): **Burkhard Benedikt Fraune** (dpa).

Dem Filmregisseur **Edgar Reitz** wird als „außerordentlicher Persönlichkeit der Filmgeschichte“ die Ehrendoktor-würde der Johannes Gutenberg-Uni-versität in Mainz verliehen.

Den Medienpreis Politik und Kultur des Deutschen Kulturrats erhalten **Heinrich Wefing** (FAZ), das Radio-feuilleton von DeutschlandRadio Kul-tur sowie die TV-Journalisten **Eduard Erne** und **Eva Hassel-von Pock** (Redaktion Kulturzeit, 3sat).

Nadine Wolthusen gewann den mit insgesamt 30.000 € dotierten Wett-bewerb „Das Sportfoto des Jahres 2005“, veranstaltet vom kicker-Sport-magazin in Zusammenarbeit mit dem Verband der Sportjournalisten.

World Press Photo des Jahres 2005 wurde eine Aufnahme des kanadi-schen Fotojournalisten **Finbarr O'Reilly**.

