

E 2814

MENSCHEN MACHEN MEDIEN

Medienpolitische ver.di-Zeitschrift Nr. 5 / 2006 Jahrgang 55

ver.di



Medienkompetenz

inhalt

titelthema medienkompetenz

- 8 **Fit für das Zeitalter der Kommunikation**
Von Tilman P. Gangloff
- 11 **Keine Wegweiser in Sicht**
Medienkompetenz für Erwachsene vermittelt durch die Medien
- 12 **Der Bock als Gärtner**
- 12 **Sack und Esel**
Medien nicht verantwortlich für die Verwahrlosung Jugendlicher
- 13 **Ins Netz gegangen**
Internet – das Medium mit den rasantesten Zuwachsraten

porträt

- 6 **Privatfunker im Norden**
Jürgen Wiesenhöfer erneut im Betriebsrat bei radio ffn

kolumne

- 7 **Ideologie der Apokalypse**
Was die Geburtenrate mit dem Sozialabbau zu tun hat

fotografie

- 14 **Gibt es zu viele Fotojournalisten?**
Arbeitsbedingungen von Fotografen im Fokus einer dju-Veranstaltung

journalismus

- 16 **Hohe innere Motivation**
Sein eigener Herr sein mit geringerem Verdienst
- 18 **Der mit dem Wort tanzte**
Zum Tod des Schriftstellers E. A. Rauter
- 18 **Kein Hexeneinmaleins**
25. Tutzingener Medientage: Monopoly auf dem deutschen Medienmarkt
- 19 **Schon entdeckt? Gegenwind**
- 20 **Buchrezension: Die fünfte Gewalt – Lobbyismus in Deutschland**
- 20 **Flurbereinigung**
Traditionsblatt Buersche Zeitung und Meinungsvielfalt geopfert
- 21 **Neue Zeitung in Hamburg**
Start mit 100.000 Exemplaren



Die gute Nachricht: Der Anteil der Kindersendungen an der Fernsehzeit ist deutlich gestiegen (Seite 12).

print

- 22 **Schrumpfmmodell**
taz-Lokalteile durch Norddeutschland-Seiten ersetzt
- 22 **Ohne Glamour**
Jugendliche machen ihre eigenen Zeitschriften ohne Bevormundung

rundfunk

- 24 **Mächtige Journalisten?**
Mainzer Tage der Fernsehkritik und die Mediendemokratie
- 25 **Unzulässige Werbung**
Regionalzeitung sendet im Offenen Kanal Kassel

film

- 26 **Kräfte bündeln**
Neuer BundesFilmverband – eine Initiative der Film- und Fernsehschaffenden
- 27 **Hartz-Schaden für den Film**
Tarifvertrag federt ab – Blick über die Grenzen lohnt sich
- 28 **Von Lohndumping und Profitgier**
Starke globalisierungskritische Beiträge in Thessaloniki
- 29 **Filmrezension: Zur falschen Zeit am falschen Ort**
- 29 **Ufa-Palast vor dem Abriss**
47 Kino-Beschäftigte in Hamburg verlieren ihren Job

Millionenraub

Von Wolfgang Schimmel | Man wäre versucht, der Bundesregierung vorzuhalten, sie ruiniere den „Kultur- und Medienstandort Deutschland“ mit der geplanten „Modernisierung des Urheberrechts“ (Originalton Bundesjustizministerium). Doch diese nationalistische „Standort“-Schminke auf neoliberaler Ideologie ist allzu grässlich. Der „Entwurf eines Zweiten Gesetzes zur Regelung des Urheberrechts in der Informationsgesellschaft“ verdeutlicht allemal, welche Politik in wessen Interesse hinter dem Begriffsnebel „Globalisierung – Modernisierung“ betrieben wird und mit welcher Einfalt politische Mandatsträger wie veröffentlichte Meinung darauf reagieren.

Heiß debattiert wurde die „Bagatelklausele“, die leichte Verstöße gegen das Urheberrecht – wie Privatkopien aus illegalen Tauschbörsen – straffrei stellen sollte und nun verschwunden ist. Die einen waren dafür, damit die „Schulhöfe nicht kriminalisiert“ werden, die anderen von der Firma „Raubkopierer sind Verbrecher“ natürlich dagegen. Die einen gaben sich bar jeglicher Kenntnis davon, dass sich die Strafjustiz ohnehin höchst selten (rund zwei Dutzend Strafurteile weist die Juris-Datenbank nach) um das Urheberrecht kümmert. Die anderen wollten nicht zugeben, dass es ihnen nur um die Dienste der Staatsanwaltschaft bei der Ermittlung der Rechtsverletzer geht und ihnen die fast routinemäßig folgende Einstellung des Strafverfahrens herzlich egal ist.

kommentiert &

Das ist der laute Diskurs über zwei Raubzüge gegen die Kultur- und Medienwirtschaft insgesamt und gegen Urheber wie ausübende Künstler, der als Gesetzentwurf daher kommt. Damit – erstens – die Elektronikbranche beim Handel mit überwiegend importierten Geräten Spielraum bekommt für Schnäppchenpreise und Extraprofite, soll die beim Kauf erhobene Vergütung für Privatkopien auf fünf Prozent des Gerätepreises gedeckelt werden. Die Vergütung für DVD-Brenner, mit denen 2005 dreimal mehr Filme als 2003 kopiert wurden, nämlich 112 Millionen, wird nach ersten Hochrechnungen um gut 40 Prozent fallen: Weniger Geld für immer mehr Kopien. Diese und andere „Modernisierungen“ kosten allein die Filmwirtschaft – Urheber wie Produzenten – einen satten zweistelligen Millionenbetrag. Filmförderung schwarz-rot! Bei Autoren und Verlagen sieht es kaum anders aus: Auch die Vergütungen auf Kopiergeräte sollen an fallende Gerätepreise gekoppelt werden. Im Elektronikladen bleibt Geiz geil.

Damit – zweitens – die Sache rund wird, sollen die Urheber noch einmal bluten: Was Ihnen seit 1966 an Rechten für unbekannte Nutzungsarten verblieben ist, soll rückwirkend demjenigen übertragen werden, dem sie seinerzeit die anderen wesentlichen Nutzungsrechte eingeräumt haben. Eine Enteignung über vierzig Jahre in die Vergangenheit zurück. Wahrscheinlich diskutiert niemand darüber, weil es einfach niemand glauben will!

editorial

Herausforderung für Jedermann



Foto: Paul Eckenroth / JOKER

Töne, Worte, Bilder – massenhaft stürmen täglich Informationen und Unterhaltung auf den Menschen ein. Ob Vergnügen oder Wissenszuwachs: nicht selten stellt sich Verdruss ein wegen der schier unüberschaubaren Menge der Angebote. Sich abschotten, der medialen Welt entrinnen, ist kaum möglich. Und warum sollte man dies auch tun, bestimmt sie doch zunehmend unseren Alltag, privat, in der Ausbildung und im Job. Und das von Kindesbeinen an! Umso wichtiger ist es, mediale Fähigkeiten und Fertigkeiten zu erlangen, einen Wegweiser durch den Dschungel tausender Zeitungen, Zeitschriften, TV- und Radioprogramme sowie Online-Kanäle zu bekommen, genau so wie Orientierung bei neuester Technik, vielfältigen Übertragungswegen und medienpolitischen Entscheidungen. Medienkompetenz zu entwickeln ist die Herausforderung für Jedermann, besonders in der Eltern- und Pädagogenrolle, aber auch als Journalist. Doch es wird viel zu wenig getan: in Schule, Lehre, Studium und

in den Medien. Es mangelt es an geeigneten Formaten, denen auch ein Platz in den Rundfunkprogrammen, Publikationen und im Internet eingeräumt wird. Spannende Medienthememen, die dann auch noch allgemeinverständlich aufbereitet sind, finden nur noch in wenigen überregionalen Zeitungen statt. Regional gibt es lediglich eine „Begleitung“ des Fernsehprogramms. (Titelthema S. 8 – 13). Qualifizierter Medienjournalismus als gesellschaftlicher Qualitätsmaßstab? Sicher, ebenso wie ein engagierter Fotojournalismus. Doch auch dieser scheint kaum noch eine Chance zu haben. Das war zumindest ein Fazit des Fotografentages der dju in Hannover (S. 14 / 15). Kostenminimierung heißt das vermeintliche Zauberwort, dem immer mehr feste Arbeitsstellen für Fotografen zum Opfer fallen. Freie Fotografen gibt es genug auf dem Markt, allein die Auftragslage ist nicht entsprechend groß und die Honorare sind nicht üppig. Kostenlose PR-Bilder verdrängen die klassische Pressefotografie ebenso wie Re-

porter, die urplötzlich mit der Digitalkamera in der Hand verpflichtet werden, zu fotografieren. Nun ist es im journalistischen Bereich schon länger als anderswo üblich, freiberuflich zu arbeiten. Das gilt nicht nur für Fotografen, sondern gleichfalls für „Texter“. Aber auch hier schlagen die immer weniger festen Redaktionsplätze zu Buche. Hochschulabsolventen der letzten Jahre haben wenig Chancen auf eine feste Tätigkeit. Viele von ihnen sind demzufolge nicht freiwillig selbstständig. Insgesamt sind die Verdienste von Freien mehrheitlich niedrig, ist es schwer die Existenz zu sichern, wie eine Studie der Uni Bremen belegt (S. 16 / 17). Dennoch versuchen viele Selbständige, ihrem geliebten Beruf treu zu bleiben. Beseelt durch eine hohe innere Motivation und eine starke Identifizierung mit dem, was sie tun, nehmen Freie geringere Verdienste in Kauf.

*Karin Wenk,
verantwortliche Redakteurin*

internationales

- 30 Vor dem Kahlschlag**
Massenhafter Stellenabbau beim spanischen Staatsrundfunk
- 31 Aktion für Bonaventure Bizumuremyi, Ruanda**
- 32 Unfassbares Urteil**
Türkei: Verhaftet, gefoltert, ohne Beweise festgehalten

rubriken

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

eingefordert

Von Karin Wenk | Im Bundestag liegen derzeit zwei Entwürfe von Bündnis 90 / Grüne und FDP zur Stärkung der Pressefreiheit in Deutschland und dafür notwendige Veränderungen im Strafrecht auf dem Tisch. Anlass für diese Vorschläge sind sich häufende Eingriffe der Ermittlungsbehörden in die Hoheit von Redaktionen und Journalisten. Allein in den letzten fünf Monaten wurden die Redaktionen von Cicero in Potsdam, des Bochumer Internetportals LabourNet, von anti atom aktuell (aaa) im Kreis Lüchow-Dannenberg und die Räume des Münchner Journalisten und NPD-Beobachters Nikolaus Braun durchsucht, auf Computerdaten und Aufzeichnungen zugegriffen. Jüngstes bekanntes Beispiel ist die Telefonüberwachung von zwei Journalisten der Wolfsburger Allgemeinen Zeitung, sowohl in der Redaktion als auch privat. Als Türöffner reichte jeweils der schwammige Verdacht für einen Straftatbestand aus. Im Nachhinein von Politikern und auch per Gerichtsurteil meist als „rechtswidrig“ eingestuft, bleibt unterm Strich die Erlangung von Informationen über die Aushebelung des Redaktionsgeheimnisses und des Quellenschutzes. Das im Grundgesetz verbrieft und einer Demokratie wesenseigene Recht auf Pressefreiheit wurde verletzt. Es besteht also akuter Handlungsbedarf! Noch einiges mehr zu tun im Ringen um Pressefreiheit, ist wahrlich in vielen anderen Staaten der Erde. Auch in diesem Jahr kommen wir am Tag der Pressefreiheit am 3. Mai nicht umhin,

an jene KollegInnen zu denken, die bei der Arbeit ihr Leben verloren. Allein im Irak starben seit Kriegsbeginn 86 Journalisten, 38 Medienleute wurden entführt. In zahlreichen Ländern sind gewalttätige Übergriffe, Morde, Verhaftungen, ebenso wie politische, rechtliche und ökonomische Einflüsse etwa durch staatliches Monopol, in Form von Zensur und restriktiver Anwendung von Presse- und Strafgesetzen keine Seltenheit. So wurden in Weißrussland fünf Tage nach der umstrittenen Wiederwahl Alexander Lukaschenkos 26 unabhängige JournalistInnen festgenommen. Etwa die Hälfte von ihnen war Ende März noch in Haft, darunter auch zahlreiche ausländische Berichterstatter. Unter Lukaschenko werden Medienvertreter seit Jahren in ihrer Arbeit behindert. Es gibt willkürliche Festnahmen, Redaktionen werden geschlossen und Druckverträge unabhängiger Zeitungen gekündigt. (M 4 / 2006) Der iranische Journalist Akbar Ganji, Herausgeber der 1997 verbotenen Wochenzeitschrift Rah-e-No, wurde dieser Tage nach sechs Jahren Gefängnis freigelassen. Ihm war wegen seiner Artikel unter anderem „Propaganda gegen die islamische Republik“ vorgeworfen worden. Vier Journalisten und zwei Web-Blogger sind in Teheran noch hinter Gittern (S. 31). Am 3. Mai wird Reporter ohne Grenzen wieder die Rangliste der Pressefreiheit in etwa 165 Ländern herausgeben. Sie belegt, wie notwendig es ist, nicht nachzulassen im Kampf um Pressefreiheit weltweit (www.reporter-ohne-grenzen.de).

Pressefreiheit

**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

Mit 48 Jahren zu alt

**„Aderlass beim NDR“ und
„Thema ohne Glamour-Faktor“
in M 04.2006**

Zum Bericht „Aderlass beim NDR“ und zur Frage, warum wir ein Gesetz gegen Altersdiskriminierung im Beruf brauchen, möchte ich kurz folgende Geschichte (Gedächtnisprotokoll) berichten: In einer aktuellen Stellenausschreibung eines Verlags für Reiseführer wird kurzfristig ein/e Redakteur/in (befristet für zwei Jahre) gesucht. Ich interessiere mich für die Vakanz und rufe kurz entschlossen die Chefredakteurin an. Ihre Sekretärin teilt mir mit, sie sei in einem Gespräch und bittet um meine Telefonnummer, um mich zurückrufen zu können. Tatsächlich klingelt es kurze Zeit später.

Es ist die besagte Chefredakteurin persönlich und zupackend erklärt sie, ich habe noch Fragen zu der Redakteurstelle. Worauf ich antworte, ja ich interessiere mich dafür, ob es bei der Stelle so etwas wie eine Altersbeschränkung gebe. Dazu meint sie, wenn sich jemand mit sechzig bei ihr bewerbe, habe sie schon ein Problem damit. Sie seien ein junges Team und das passe dann nicht. Wie alt ich den sei? Meine Antwort: 48 Jahre. Darauf entgegnete sie wie aus der Pistole geschossen: „Nein, das ist zu alt für mich“. Ich müsse das verstehen, sie würden „ein junges Produkt“ herstellen.

Angesichts derart einleuchtender Argumente (wer, wenn nicht unsere reiselustigen Ruheständler kaufen schließlich die Reiseführer?!) gebe ich mich geschlagen und unser Gespräch

ist schlagartig zu Ende. Zu meiner zweiten Frage, ob ich denn für die Position genügend qualifiziert sei, kommen wir dann leider nicht mehr.

Ich denke, das war kein Einzelfall! Nur wenn es so etwas wie ein Gesetz gegen Altersdiskriminierung im Berufsleben gibt, lässt es sich vielleicht vermeiden. Allerdings müsste es so etwas wie eine Quote beinhalten. Vorstellbar wäre, dass ein Drittel der Beschäftigten eines Unternehmens zwischen 45 und 65 Jahre alt sein müssten. Andernfalls wäre eine Abgabe fällig. Anders lässt sich dieser Jugendwahn offenbar nicht bekämpfen. In Skandinavien wäre so eine Geschichte jedenfalls unvorstellbar. Und wir können es uns ja leisten – siehe NDR!

*Rüdiger Saßnick,
per Mail ■*

... und oft auch das Herz

Retrospektive würdigt 10 Jahre Medien Galerie in Berlin

„verbrannt – befreit – verhüllt. Der Reichstagsbrand und das neue Deutschland“ hieß die Schau, mit der die Medien Galerie in Haus der Buchdrucker in der Berliner Dudenstraße am 2. Mai 1995 eröffnet wurde. Inzwischen folgten 62 weitere thematische Ausstellungen: die Dokumentation von Arbeitskämpfen, die Würdigung historischer Persönlichkeiten, die Darstellung von Medienentwicklungen, Expositionen zu Tanz, Artistik oder mit Werken der Bildenden Kunst. Die Jubiläumsschau nach zehn Jahren bietet nun einen Rückblick und Kostproben von Vorangegangenen. Zur Eröffnung erinnerte Constanze Lindemann, Vorsitzende des ver.di-Fachbereichs Medien, Kunst und Industrie Berlin-Brandenburg (unser Foto) daran, dass sich die Medien Galerie im ehemaligen Buchgewerbesaal des Verbandes der deutschen Buchdrucker befindet, der vor 1933 mit wechselnden



Foto: Christian von Polentz / transit

Ausstellungen, „der Kollegenschaft ständig zur Anschauung, Belehrung und Fortbildung“ dienen sollte. Die von der IG Medien gegründete und von ver.di fortgeführte Galerie ist jedoch kein bloßer Ort der Rückschau. Sie schafft den Rahmen für aktuelle Debatten und soll, so hieß es zur Gründung programmatisch, „mit ihren Beiträgen politisches und soziales Engagement bewirken“.

Die Rede zur Jubiläums-Vernissage am 31. März 2006

hielt Burkhard Baltzer, verantwortlicher Redakteur der ver.di-Zeitschrift „Kunst + Kultur“ unter dem provokanten Motto „Keine Alternative“. Er spannte den Bogen zurück zu den „Ursprüngen“, als Gewerkschaften immens an Kraft und Mitgliedern gewannen, doch eher „reagierten, statt zu agieren“. Heute müssten Gewerkschaften allzu oft erfahren: „Wer Abweichungen ins Minus bekämpft, gerät nicht zwangsläufig ins Plus.“ Baltzer for-

derte, Kreativität und Schöpferium als Quellen im Kampf gegen Niedriglöhne, für Kündigungsschutz und gerechte europäische Sozialsysteme zu nutzen. Gewerkschaftliche Kulturstätten sollten „stadtbekannte Zentren von Kultur und Bildung bleiben und so ausgestattet sein“. Er forderte von ver.di, noch mehr für die „Stärkung der humanistischen Werte in dieser Gesellschaft“ zu tun, Kunstwettbewerbe auszuloben und um adäquate Bedingungen für die Arbeit von Kreativen und Künstlern zu ringen. Sie seien es, die „der Organisation das Gesicht geben und oft auch das Herz“. Die Alternative läge für die Gewerkschaft – wie für die Künstler seit langem – darin, „zu reflektieren und zu agieren“. Das taten zur Vernissage Akteure aus den hauptstädtischen ver.di-Kunsthauptgruppen, Schriftsteller, Musiker und Bühnenkünstler bestritten das Programm.

neh ■

Aktionen und Veranstaltungen

Tarifvertrag Zeitschriften | Für den Neuabschluss des Tarifvertrages für die Redakteurinnen und Redakteure an Zeitschriften fordert die dju in ver.di eine Erhöhung der Gehälter um fünf Prozent. Der Gehaltstarifvertrag wurde von der dju zum 31. Mai 2006 gekündigt.

Jugendbroschüre | „Fuß fassen“ im Journalismus – einfach gemacht! das Standardwerk zum Einstieg in den Journalismus, herausgegeben von der Jugendpresse Deutschland und der Deutschen Journalistinnen- und Journalisten-Union (dju) in ver.di, ist erschienen.



Auf 100 Seiten sind Informationen zu journalistischen Praktika, Volontariaten, Studiengängen und Journalistenschulen zu finden. In diversen Artikeln informieren die Autoren zudem über die Arbeitsbedingungen, Tarifverträge und natürlich über das Leben als freier Journalist. Ergänzt werden diese Artikel durch eine umfangreiche Linkliste und Informationen über Serviceleistungen und Beratungen für angehende Journalisten, Beiträge zum Informationsfreiheitsgesetz, der europäischen Medienpolitik und dem Verhältnis von PR und Journalismus. Bestellungen per E-Mail für 5,00 Euro (zzgl. Versandkosten) unter Angabe der Adresse an: buero@jugendpresse.de oder beim jeweiligen landesweiten Jugendpresseverband.

Zudem ist das Buch über die ISBN-Nummer 3-00-018357-4 im Buchhandel erhältlich.

dju-Versammlung | Die Mitgliederversammlung der dju Köln findet am 23. Mai 2006, 20 Uhr, im DGB-Haus Köln, Großer Saal, I. Etage, Hans-Böckler-Platz 1 statt. Im Rahmenprogramm wird ein Vortrag zum Thema „Freie und Arbeitslosenversicherung“ präsentiert. Aktuelle Infos: www.dju-koeln.de

Englisch für Betriebsräte | Immer mehr Betriebsratsmitglieder sind in ihrem Arbeitsalltag auf Fremdsprachen angewiesen, zum Beispiel beim Aufbau von Euro-Betriebsräten oder auch bei der Teilnahme an internationalen Treffen und Tagungen. Seit einigen Jahren bietet die ver.di Bildung+Beratung gGmbH diesen KollegInnen spezielle Grund- und Aufbaukurse in Englisch an.

Informationen bei der ver.di Bildung+Beratung gGmbH, Telefon 030 / 263 99 89-21 www.verdi-bub.de

Journalistenwettbewerb „Stop discrimination“ | 2006 wird wieder ein bundes- und EU-weiter Journalistenwettbewerb im Rahmen der EU-Kampagne „stop discrimination / für Vielfalt – gegen Diskriminierung“ ausgeschrieben. Der Journalistenpreis 2006, bei dem auch die dju in der Jury vertreten ist, wird neben Print- und Online-Veröffentlichungen erstmals auch für Beiträge aus internen Newslettern und Firmenzeitschriften offen sein. Zusätzlich wird in diesem Jahr eine spezielle Auszeichnung für Nachwuchsjournalisten vergeben. Anmeldeformular: www.stop-discrimination.info



Privatfunker im Norden

Jürgen Wiesenhöfer erneut im Betriebsrat bei radio ffn

Von Oliver Förste | Auf den ersten Blick wirkt Jürgen Wiesenhöfer recht unscheinbar und bescheiden. Aber wer sich mit ihm unterhält, wird schnell feststellen, dass der engagierte Gewerkschafter sich gerne aktiv einmischt und mit Ausdauer die Belange seiner Kolleginnen und Kollegen vertritt.

Im März wurde Wiesenhöfer erneut in den siebenköpfigen Betriebsrat bei radio ffn (Funk und Fernsehen Nordwestdeutschland) gewählt. Dort kann er durchaus als Veteran bezeichnet werden, denn bereits kurz nach der Inbetriebnahme des Senders Anfang 1987 war er bei den ersten Betriebsratswahlen erfolgreich. Kurze Zeit später fand er über einen Kollegen auch den Weg in die IG Medien. Der habe ihn überzeugt, dass man sich als Betriebsrat auch gewerkschaftlich schulen lassen sollte. „Ich bin dann auch relativ schnell dabei gewesen, den ersten Tarifvertrag für den Privaten Rundfunk mit auszuhandeln“, berichtet Wiesenhöfer. Das war im Jahr 1991. „Inzwischen sind zwar viele Unternehmen wieder ausgestiegen, aber damals waren auch noch Sat.1 oder RTL dabei.“ Auch radio ffn ist im Jahr 2000 aus dem Tarifverband Privater Rundfunk (TPR) ausgetreten.

■ Akzeptanz des Betriebsrates bei den Wahlen bestätigt

Für die alten Mitarbeiter gilt der Tarifvertrag aber noch weiter, und für die neuen versucht der Betriebsrat zurzeit in Verbindung mit connexx, der Vertretung von Medienschaffenden bei den Privaten, neue Haustarifverträge anzukurbeln. „Das ist aber noch in Arbeit und schwierig, weil die Geschäftsführung keinen Grund dafür sieht,“ stellt Wiesenhöfer sachlich fest. In der Belegschaft sei der Betriebsrat den-

noch sehr akzeptiert, bei der letzten Wahl hätten sich fast alle festen Mitarbeiter beteiligt. „Wenn es Konflikte gibt, wird unsere Hilfe immer wieder gerne in Anspruch genommen, zum Beispiel wegen der unterschiedlichen Bezahlung oder persönlicher Probleme im Umgang mit Vorgesetzten.“

In seinen ersten Jahren bei radio ffn war der gelernte Rundfunk- und Fernsichttechniker für die Produktion, später für die Wartung und Reparatur der Geräte sowie die Messtechnik zuständig. Aufgrund der zunehmenden Digitalisierung wurden die Techniker bei radio ffn jedoch zunächst outsourcet, später wurde dann die Hälfte erneut beim Sender eingestellt.

Wiesenhöfer hatte keine Lust, sich outsourcen zu lassen und arbeitet deshalb seitdem in der Verwaltung von ffn. Aber auch der „Papierkrieg“ mache ihm durchaus Spaß, sagt er, und die Teilzeitstelle gibt ihm mehr Freiraum für die gewerkschaftliche Arbeit, seine Frau und ihre gemeinsamen Interessen. Beim Segeln auf dem hannoverschen Maschsee holt Jürgen Wiesenhöfer sich die nötige Ruhe und Ausgeglichenheit für seine berufliche und ehrenamtliche Arbeit. Nicht weit von seiner Wohnung entfernt, hat er dort gemeinsam mit seiner Frau ein kleines Boot liegen. Im Urlaub zieht es die Beiden dann aber hinaus in die weite Welt, zum Schippern auf die Ostsee oder das Mittelmeer – in der Welt herumreisen und fotografieren sind die größten Vergnügen für den 49-Jährigen. Seit zwei Jahren ist er jetzt verheiratet. Das Ehepaar lege viel Wert auf geselliges Beisammensein mit Freunden und Bekannten, erzählt der gebürtige Hannoveraner in seiner Dachwohnung auf einer Leineinsel mit Blick über die Dächer der Stadt bis weit hinaus aufs Land.

Die Arbeit als Betriebsrat sei ihm

wichtig, so Wiesenhöfer: „Weil man bei Verhandlungen bessere Regelungen erzielen kann, als wenn man auf sich alleine gestellt ist.“ Deshalb habe er jetzt auch wieder kandidiert. „Wir haben als Betriebsrat eigentlich immer ein sehr gutes Verhältnis zur Geschäftsführung gehabt, aber auch Konflikte ausgetragen, einmal bis vor dem Bundesarbeitsgericht. „In dem vom Betriebsrat schließlich gewonnenen Prozess ging es um die Arbeitszeit. Wiesenhöfer ist sich sicher, dass die Betriebsratsarbeit im Hause ffn dazu beigetragen hat, viele Abläufe positiv zu regeln. Im Laufe der Jahre habe es beispielsweise Absprachen zum Urlaub gegeben, ebenso Vereinbarungen zur EDV-Technik und zum Datenschutz. „Unser Ziel ist es zurzeit, wieder eine Struktur in das Gehaltsgefüge herein zu bringen und vor allem, die Geschäftsleitung davon zu überzeugen, wieder in den Tarifverband Privater Rundfunk einzutreten, beschreibt er die aktuelle Lage.“

■ Mitarbeit im Tarifausschuss des privaten Rundfunks

Im Hintergrund war Wiesenhöfer auch bei der Gründung von connexx dabei. „Das Verhältnis könnte nicht besser sein. Von dort kommt gute Unterstützung, und ich habe immer mit connexx zusammengearbeitet“, erinnert er sich. Seine große Befürchtung mit Blick auf mögliche Einsparungen ist: „Wie soll es weiter gehen, falls es connexx einmal nicht mehr geben sollte?“ Wiesenhöfer sitzt auch immer noch im Tarifausschuss des privaten Rundfunks. Besonders wichtig sei es ihm, die Interessen der Mitarbeiter des privaten Rundfunks innerhalb der Gewerkschaft zu vertreten. Lange Jahre war er deshalb auch im Bundesfachgruppenvorstand der IG Medien und arbeitet jetzt in der entsprechenden Fachgruppe 8 bei ver.di mit. „Das ist wichtig, weil der Private Rundfunk doch eine kleine Sparte mit relativ eigenartigen Leuten ist, die sich von den Vertretern der Öffentlich-Rechtlichen in den Gewerkschaftsgremien unterscheiden. Deshalb werde ich auch versuchen, dabei zu bleiben.“ ■

Foto: Magda Grefmann

Ideologie der Apokalypse

Was die Geburtenrate mit dem Sozialabbau zu tun hat

Von Thomas Gesterkamp | Dass die bürgerlichen Leitmedien der Republik den Mief ihrer Politik- und Wirtschaftsressorts mit einem weltoffenen und aufgeklärten Feuilleton deodorieren, ist ein sich zäh haltender Mythos der Publizistik. Besonders profitiert hat von diesem parfümierten Image stets die Frankfurter Allgemeine Zeitung: Während Kommentatoren wie Joachim Fest oder Johann Georg Reißmüller ihre stockkonservativen Ansichten in den altdeutschen Lettern der Leitartikelspalte verbreiteten, schienen Kulturchef Marcel Reich-Ranicki und sein Nachfolger Frank Schirrmacher der Devise des „Anything goes“ zu frönen. Hier durften auch Schreiber ihre Duftnoten setzen, die – zumindest nach FAZ-Maßstäben – eher „linke“ Positionen vertraten.

Der Gegensatz zwischen Propaganda und Freigeist, zwischen beinhartem Einsatz für die neoliberale Indoktrination auf der einen und elegantem Esprit auf der anderen Seite, war schon immer eine Schimäre. Wie im Brennglas belegt das die aktuelle Diskussion um eine weitgehend kinderfreie „Minimum“-Gesellschaft, die uns laut Frank Schirrmachers gleichnamigem Buch bevorsteht. Der Feuilleton-Chef der FAZ verfügt über einen schlagkräftigen Zitierkader, der sein Buch bereits in Titelseiten promoviert, bevor es in den Handel kam. Kollegen wie Spiegel-Redakteur Matthias Matussek führten unterwürfige Interviews und taten alles, ihren Meister an Untergangsdramatik noch zu übertreffen. Eine ganze Journalisten-Riege, der in Deutschland schon immer zu wenig „Bevölkerungspolitik“ betrieben wurde, sprang auf den Demografie-Zug auf und stimmte ein in das Krisengeheul über zu niedrige Geburtenraten. Die Inszenierung der Gebärkampagne funktioniert wie bei Schirrmachers früherem Buch „Methusalem-Komplott“; eine neue Eskalationsstufe aber bildet die Massivität, mit der nunmehr in jeder Talkshow, in jedem Unterhaltungsprogramm der Konsens erzwungen wird, Kindermangel sei die drängendste Frage unserer Zeit. Die Negativszenarien, die die vereinten Kulturpessimisten dabei entwerfen, passen verdächtig gut zu den Forderungen nach Eigenvorsor-

Thomas Gesterkamp ist Journalist in Köln. Letztes Buch: „Die Krise der Kerle – Männlicher Lebensstil und der Wandel der Arbeitsgesellschaft“.

ge und sozialpolitischen Kürzungen, die weiter vorne in ihren Blättern erhoben werden. Die Feuilleton-Journalisten verlassen die Spielwiese der Beliebigkeit und schreiten auf das Schlachtfeld des Kulturkampfes. Mit intellektuellen Argumenten erzeugen und verstärken sie Stimmungen, aus denen sich später vorgeblich alternative politische Konzepte ableiten lassen. Dem Kulturdiskurs über „Unsicherheit in der Postmoderne“ folgen über kurz oder lang die Kommentare der Hardliner im Wirtschaftsteil, die ein „marodes Sozialsystem“ diagnostizieren und „notwendige Einschnitte“ verordnen.

■ Zahlenzauberei und krude Deutungsmuster

Die Demografie-Debatte hatte von Anfang an einen bevölkerungspolitischen Beigeschmack. Die Kommentatoren regt nämlich seit Jahren vor allem eines auf: die Gebärunlust der gebildeten Kreise in Deutschland. Zu diesem Alarmismus spielt man eine elitäre Begleitmusik: Die „falschen“ Leute, Migrantinnen und gering Qualifizierte, kriegen die meisten Kinder. Nur im „unordentlichen Milieu“ gelte Familie noch als natürlich, moniert Zeit-Redakteurin Susanne Gaschke. Die Stimmung, die das Schirrmacher-Buch jetzt verbreitet, inspiriert denn auch die einfachen Gemüter. Da schlagen Politiker vor, Kinderlosen kurzerhand einen Teil ihrer Rentenansprüche wegzukürzen; da denken Leitartikler öffentlich darüber nach, Gebärverweigererinnen mit Steuererhöhungen zu bestrafen.

Nicht nur, dass die meist älteren Herren nach ihren düsteren Rundumschlägen stets bei den Damen landen – bei „aufopferungsfähigen“ Frauen als dem „sozialen Kitt“, der die Gesellschaft zusammenhält.

Sie stellen auch Behauptungen auf, die sich durch Statistiken nicht belegen lassen. So ist der Anteil der kinderlosen Akademikerinnen seit den siebziger Jahren nicht gestiegen, sondern gesunken. Ein anderes Beispiel für Zahlenzauberei und krude Deutungsmuster ist die Formulierung, es gebe in Deutschland eine „abnehmende Geburtenrate“. Tatsächlich ist diese seit über drei Jahrzehnten konstant. 1,36 Kinder bekommen deutsche Frauen im Schnitt, hat das Berlin-Institut für Bevölkerung und Entwicklung soeben festgestellt. Die Forscher sagen zwar sinkende absolute Zahlen für die Zukunft voraus. Der Grund dafür aber sind nicht die vielen Egoisten unter 40, sondern kleinere Alterskohorten, weil sich der „Pillenklick“ statistisch bemerkbar macht.

Die Klage über eine mangelnde Bereitschaft junger Paare, Belastungen auf sich zu nehmen, erinnert in ihrer Wortwahl keineswegs zufällig an die angeblich fehlende Bereitschaft von Hartz IV-Empfängern, Niedriglöhne zu akzeptieren. Die „Generation Praktikum“ soll sich mit sozialer Unsicherheit, prekärer Beschäftigung und befristeten Arbeitsverträgen zufrieden geben – und froh sein, überhaupt einen bezahlten Job zu bekommen. Mit immer drastischer ausfallenden bevölkerungspolitischen Szenarien werden die Köpfe weich geklopft, die Hirne gefügig gemacht. So bereitet der „Minimalismus“, den Schirrmacher und seine apokalyptische Gefolgschaft den Leuten im besten gebärfähigen Alter vorwerfen, Minimalisten ganz anderer Art den Weg. Feuilleton und politischer Kommentar ziehen dabei an einem Strang: Das Geschreibe und Gerede über eine nahende demografische Katastrophe eignet sich prima als ideologische Vorbereitung für weiteren Sozialabbau. ■



Fit für das Zeitalter der Kommunikation

Kinder und Jugendliche verbringen bis zu sieben Stunden pro Tag mit Medien. Ein Großteil von ihnen widmet Computer und Fernseher mittlerweile mehr Zeit als Schule und Schularbeiten.

Kein Wunder, dass Medienkompetenz als Schlüsselqualifikation für das Informations- und Kommunikationszeitalter gilt.

Ebenso unstrittig aber ist: Es wird viel zu wenig getan.

Von Tilmann P. Gangloff

Naturgemäß nimmt die Mediennutzung zu, je älter man wird, doch schon im Kindergartenalter stellen die Medien eine feste Größe im Alltag dar. Die Gesellschaft reagiert darauf unterschiedlich: Während Populisten vor einer Jugend warnen, die die Welt nur noch aus dem Fernsehen kennt und am Computer gelernt hat, Konflikte mit Gewalt zu lösen, setzen Pädagogen auf Medienkompetenz. Das ist auch notwendig: Parallel zur Vervielfachung des TV-Angebots hat sich die Gesellschaft verändert. Einstige Großfamilien gibt es nur noch in ursprünglichen Dorfgemeinschaften. Haushalte werden immer kleiner, so dass viele Kinder tagsüber sich selbst überlassen sind: weil sie nur noch von einem Elternteil erzogen werden oder beide Elternteile arbeiten. Urbane Wohngebenden werden zudem immer kinderfeindlicher: Etats werden gestrichen, Jugendzentren geschlossen. Folgerichtig spielen Kinder heute völlig anders als vor zwanzig, dreißig Jahren. Viele der modernen Beschäftigungsformen – Fernsehen, Gameboy, Video – und Computerspiele – können allein durchgeführt werden. Und weil der souveräne Umgang mit dem Computer in vielen Fällen Voraussetzung für Arbeitsplatz und Studium ist, stehen mancherorts längst die ersten Computer in den Kindergärten. Viele Eltern sind fas-

► Kinder und Medien

Unser Autor Tilmann P. Gangloff beschäftigt sich seit 25 Jahren mit dem Thema „Kinder und Medien“ und hat dazu auch zwei Bücher verfasst: „Ich sehe was, was du nicht siehst. Medien in Europa: Perspektiven des Jugendschutzes“; Vistas Verlag, Berlin 2001. „Schlechte Nachrichten, schreckliche Bilder. Mit Kindern belastende Medieneindrücke verarbeiten“; Herder-Verlag, Freiburg 2002.

sungslos. Dem pädagogischen Argument, Kinder lernten so schon früh spielerisch leicht, was ihnen später mühsam beigebracht werden müsse, setzen sie ihre Furcht entgegen, die Kleinen würden nun noch mehr Zeit an Bildschirmen verbringen und noch früher dem Reiz der berüchtigten „Killerspiele“ erliegen.

Dieser etwas zugespitzten Zustandsbeschreibung stehen die völlig entgegengesetzten Erkenntnisse der Wissenschaft gegenüber. Kinder aus stabilen sozialen Verhältnissen, sagen Medienpsychologen und -pädagogen, halten mehr aus, als Erwachsene ihnen im Allgemeinen zutrauen. Der Medienpädagoge Ben Bachmair vertritt den Standpunkt, Kinder bauten sich aus Fernsehschrott eigene Kunstwerke. Und der bekannte Ratgeber-Autor Jan-Uwe Rogge prägte in seinem gleichnamigen Buch mit stellvertretendem Selbstbewusst-

sein das Motto „Kinder können fernsehen“. Beide unterstellen den Erwachsenen, sie projizierten eigene Ängste in die Kinder. Die nackten Zahlen geben den Forschern recht. Erwachsene widmen dem Fernsehen fast drei mal so viel Zeit wie Kinder, die Sehdauer älterer Menschen liegt gar bei durchschnittlich fünf Stunden. Andererseits belegen regelmäßige Untersuchungen der Mediennutzung, dass sich die Vorlieben der Kinder und Jugendlichen eindeutig zugunsten von Bildschirmmedien verschoben haben. Gelesen wird immer weniger. Tageszeitungen, Zeitschriften und Bücher spielen aber nicht zuletzt deshalb immer kleinere Rollen, weil auch die Eltern die meiste Freizeit dem Fernsehen widmen.

■ Zweitapparat im Kinderzimmer

In praktisch allen Haushalten mit mehr als einem Gerät steht der Zweitapparat im Kinderzimmer; 36 Prozent der Zehnjährigen haben einen eigenen Fernseher (in Ostdeutschland sind es über 50 Prozent). Viele Eltern glauben irrtümlich, alles, was vor 20 Uhr ausgestrahlt wird, sei auch „jugendfrei“. Das Nachmittagsprogramm der Privatsender scheint für Kinder allerdings kaum geeignet. Gerade in den Gerichtssendungen geht es regelmäßig um Mord und Totschlag, Raub und Vergewaltigung, ausgefallene sexuelle Praktiken etc. Auch „Daily Soaps“ wie





Foto: Thomas Raupach / argus

„Gute Zeiten, schlechte Zeiten“ werden gerade von Jugendlichen schon früh zur Orientierung genutzt. Diese Konfrontation mit Inhalten, die sich eigentlich an Ältere richten, hat laut amerikanischen Soziologen zum „Kagoy“-Syndrom geführt. „Kids are getting older younger“: Kinder werden immer früher älter. So haben beispielsweise die heute 3- bis 5-Jährigen bereits ein Markenbewusstsein entwickelt, das Kinder vor einigen Jahren erst mit acht oder neun Jahren hatten. Dank Fernsehen wissen sie heute ungleich mehr über die Welt als die Altersgenossen früherer Jahrzehnte, spricht: ihre Eltern.

Die Entwicklung der Medienlandschaft hat vor allem Folgen für den Einzelnen: Weil die früher allseitig akzeptierten Werte und Normen in Frage gestellt werden, muss er sich neue suchen. Die Medien bieten ihm dabei eine Fülle von Anregungen. Natürlich wird es bei Jugendlichen, die unter vergleichbaren Bedingungen aufwachsen, viele Parallelen geben; aber eben auch Unterschiede. Das gleiche gilt für das Maß an Medienkompetenz, über das sie verfügen. Selbstverständlich ist Medienerfahrung nicht gleichzusetzen mit Medienkompetenz; doch je größer und vielfältiger die Erfahrungen eines Jugendlichen auf diesem Gebiet sind, desto leichter wird er sich Medienkompetenz aneignen.

Medienerfahrungen sind also nur ein Schritt zur kommunikativen Kompetenz.

Der 1971 erstmals von Jürgen Habermas in der Sozialwissenschaft verwendete Begriff wurde von Dieter Baacke 1973 in die Medienpädagogik eingeführt. Unter kommunikativer Kompetenz ist die umfassende Fähigkeit des Menschen zu verstehen, sich mittels des Austausches von Symbolen sprachlicher und nicht-sprachlicher Art zu verständigen. Die Mitteilung an andere kann dabei sowohl direkt erfolgen, etwa durch Sprechen, als auch indirekt, also durch Mittler wie beispielsweise die Medien. Für Baacke setzt sich Medienkompetenz aus vier gleichwertigen Bestandteilen zusammen: Medienkritik, Medienkunde, Mediennutzung, Mediengestaltung. Mediennutzung, zum Teil sogar Mediengestaltung beginnt mittlerweile bereits im Kindergarten, spätestens aber in der Grundschule, selbst wenn Computer in beiden Einrichtungen noch nicht die Regel sind.

■ Zwischen Realität und Fiktion

Die so genannten bewahrpädagogischen Konzepte früherer Jahre werden in Fachkreisen mittlerweile sowieso belächelt. Der renommierte Medienpädagoge Bernd Schorb (Universität Leipzig) geht davon aus, dass Kinder heute aufgrund der ungleich größeren Medieneinflüsse viel früher zwischen Realität und Fiktion differenzieren können. Gestiegen sei auch ihre Fähigkeit, rasche Bildfolgen aufzunehmen. In dieser Hinsicht sind viele

Kinder bereits ihren Eltern überlegen, die den schnell geschnittenen Videoclips bei MTV oder Viva mitunter kaum folgen können. Schorb betont aber auch, dass das Differenzierungsvermögen der Kinder nicht zuletzt von den Eltern abhängt. Weil Kinder schon in jüngeren Jahren mit Inhalten konfrontiert würden, müssten Eltern auch früher entsprechende Fragen beantworten. Sicherlich führe dies auch zu größerer Medienkompetenz. Doch diese Kompetenz allein sei ja nicht gleichbedeutend mit einem automatischen Schutz vor Wirkungen. Man bekomme kein „dickes Fell“, nur weil man wisse, wie Fernsehen funktioniert. Als Beleg führt Schorb seine eigene Studie „Mordsbilder“ an, bei der die Kinder mit Ekel statt mit Mitleid auf gewalthaltige Bilder reagiert haben. Würde Medienkompetenz immun gegen mediale Reize machen, würden Erwachsene im Kino nicht weinen, schließlich wissen sie ja, dass es „nur Kino“ ist. Auch die Erkenntnis, dass es sich bei gewalttätigen Darstellungen um Fiktion handelt, schützt laut Schorb nicht vor einer möglichen Wirkung. Wenn Kinder allerdings wüssten, dass ein Gewaltakt real und eben kein „Kino“ ist, sei die Wirkung entsprechend stärker.

Der Medienwissenschaftler Hans-Dieter Kübler betrachtet Medienkompetenz vor allem vor dem Hintergrund der „media literacy“. Neben den Kenntnissen über Organisationsformen des Rundfunks und Wissen über Inhalte benötige man auch Fähigkeiten, die verschiedenen Genres und dramaturgischen Präsentationsformen unterscheiden und kritisch beurteilen zu können. Fernsehen und andere Medien bieten spezifische Textsorten, die Kinder und Jugendliche kennen und in ihren Absichten lesen lernen müssen.

Spätestens an dieser Stelle zeigt sich, dass Medienkompetenz nicht auf Kinder und Jugendliche beschränkt werden darf. Doch während trotz knapper Kassen regelmäßig Geld in medienpädagogische Projekte investiert wird, haben Erwachsene kaum noch Gelegenheit, ohne viel Aufwand etwas für ihre Medienkompetenz zu tun. Eigentlich wäre dies eine dankbare Aufgabe für Medienfachjournalisten, doch die meisten Medien halten sich in dieser Hinsicht lieber bedeckt: Nach einer kurzen Blütephase Ende der Neunzigerjahre ist gerade in den Tageszeitungen Medienberichterstattung längst wieder gleichbedeutend mit Vorschauen aufs abendliche Fernsehprogramm (Seite 11).

Kinder und Jugendliche haben es da ungleich besser. Die Förderung von Medienkompetenz ist neben Lizenzierung und Kontrolle des privaten Rundfunks längst fester Bestandteil des Aufgabenkatalogs der Landesmedienanstalten. Der Schwer-

punkt liegt dabei auf Maßnahmen, die die Medienkompetenz von Kindern und Jugendlichen unterstützen, ohne dabei Eltern, Pädagogen und Multiplikatoren außer acht zu lassen. Der Aufgabenkatalog umfasst im Wesentlichen die Aspekte Forschung, Informations- und Bildungsangebote, partizipative Medienarbeit, Aus- und Fortbildung sowie Vernetzung. Der Bereich Forschung soll neben konkreten Projekten die medienpädagogische Debatte wissenschaftlich begleiten. Er befasst sich vor allem mit der Wirkung von Medien auf Kinder und Jugendliche. Zu den Informations- und Bildungsangeboten zählen Orientierungshilfen und Planungsgrundlagen (von einzelnen Medienpaketen über medienpädagogische Atlanten bis zu Medienkompetenzzentren). Einen Überblick über alle Projekte bietet www.alm-medienkompetenz.de.

Besondere Erwähnung verdient das Projekt „Flimmo“. Finanziert vom Verein „Programmberatung für Eltern“, dem sämtliche Landesmedienanstalten angehören, und erstellt vom JFF-Institut, führt die Zeitschrift seit acht Jahren Eltern und Kinder durch's TV-Angebot. „Flimmo“ nimmt die Kinder ernst, respektiert ihre Bedürfnisse (zum Beispiel das nach Unterhaltung) und beurteilt das Fernsehprogramm ohne erhobenen Zeigefinger. Abgerundet wird „Flimmo“ durch Beiträge zu aktuellen medienpolitischen Themen, Neuigkeiten aus Medienlandschaft und -forschung sowie Hintergrundinformationen zu besprochenen Sendungen.

Abgesehen von „Flimmo“ können sämtliche Maßnahmen nur dann erfolgreich sein, wenn sie Teil eines gesamtgesellschaftlichen Konzepts sind. Führende Medienpädagogen fordern daher seit langem, in den Schulen müsse die handlungsorientierte Medienkompetenzförderung endlich Teil des Stundenplans werden. Tatsächlich wird sie, wo sie bereits Bestandteil ist, nicht in ihren vollen Möglichkeiten umgesetzt: „Handlungsorientiert“ meint ja nicht nur die Handhabung von Computer und Internet, sondern die Nutzung dieser Handwerkszeuge als Kommunikationsmittel zum Ausdruck des eigenen Anliegens. Ein eigener Radio- oder Videobeitrag im Deutschunterricht ist sicherlich das Ideal, aber eher die Ausnahme. Dank des heutigen technischen Standards ist dieses Vorhaben jedoch bei weitem nicht mehr so unüberwindlich wie noch vor einigen Jahren. Der Software-Markt bietet kostengünstige Video- und Tonschnittprogramme an, mit denen sich ein semiprofessioneller Beitrag relativ einfach gestalten lässt.

Medienpädagogen kritisieren allerdings auch, dass zugunsten der Medienpraxis die Medienliterarität vernachlässigt



Foto: www.flimmo.de

Die Zeitschrift „Flimmo“ führt Eltern und Kinder einfühlsam durchs TV-Angebot.

werde, also Fragen wie „Kann ich Formate und ihre Eigenheiten erkennen und kritisch lesen?“. Genau das dürfte in der Masse der Angebote ein zentraler Punkt sein. Von entscheidender Bedeutung sei zum Beispiel die Frage „Welches Medium und welches Format bietet mir vertrauenswürdige Informationen?“. Die medienpädagogischen Projekte der Landesmedienanstalten berücksichtigen gerade diese Forderung nach Medienliterarität. Die partizipative Medienarbeit findet in Form Offener Kanäle und nichtkommerzieller Lokalradios statt, die zu einem großen Teil aus den Etats der einzelnen Landesmedienanstalten finanziert werden. Neben konkreten Kanälen für die Aus- und Fortbildung stellen sie auch Konzepte für den journalistischen Nachwuchs zur Verfügung und fördern entsprechende Bildungseinrichtungen. In Thüringen gibt es mit „Pixel“ sogar einen offenen Kanal für Kinder. Die Vernetzung der Einrichtungen untereinander soll schließlich dazu beitragen, Synergieeffekte durch Kooperationen der vielfältigen Projekte und Initiativen zu erzielen.

■ Teilhabe im Offenen Kanal

Konzipiert wurde diese Form von Gegenöffentlichkeit vor gut zwanzig Jahren als gewissermaßen dritte Säule des dualen Systems. Die Bürgermedien, die im europäischen Vergleich nahezu einzigartig sind, waren sogar medienpolitische Voraussetzung für das System aus öffentlich-rechtlichen und kommerziellen Hörfunk- und Fernsehsendern. Im Januar 1984 und damit zur gleichen Zeit wie der erste private Fernsehsender Sat.1 ging in Ludwigshafen nach amerikanischem Vorbild der erste Offene Kanal Deutschlands auf Sendung. Im Gegensatz zum werbefinanzierten Kommerzsender, der damals gleichfalls noch in Rheinland-Pfalz resi-

dierte, sollte er eine „proletarische Öffentlichkeit“ herstellen.

Offene Kanäle sollen als „Vielfaltsreserve“ und „Rundfunk der dritten Art“ unzensuriert und werbefrei all jenen Gehör verschaffen, die ansonsten von den Medien ausgegrenzt werden. Sie sind „Partizipationsmedien“ für benachteiligte Gruppen und bieten die Möglichkeit zur medienbezogenen Gruppenerfahrung. Ihr Ziel ist es, gemäß der Brechtschen Radiotheorie aus dem Distributionsapparat Rundfunk einen Kommunikationsapparat zu machen und so die politische und kulturelle Emanzipation der Bürger durchzusetzen. Laut Brechts Theorie soll im Idealfall jeder Empfänger gleichzeitig auch Sender sein; die Offenen Kanäle stehen daher ohne Einschränkung jedermann offen. Grenzen sind allein durch das Grundgesetz gesetzt: Pornografie, Aufstachelung zu Rassenhass oder nationalsozialistische Propaganda sind verboten, desgleichen Werbung für politische oder religiöse Gemeinschaften.

Die heutige Praxis sieht allerdings anders aus als in Brechts Theorie: Der typische Anbieter im Offenen Kanal ist eher männlich und jung, stammt aus der Mittelschicht, hat eine höhere Schullaufbahn absolviert und sieht in der Programmgestaltung nicht etwa ein politisches Instrument, sondern eine Möglichkeit zur Selbstverwirklichung. Er sendet nicht, um die Welt zu verändern, sondern für Gleichgesinnte. Sein Hauptmotiv: „Spaß an der Arbeit mit Medien“. Aus diesem Grund scheint der Begriff „Gegenöffentlichkeit“, der aus der Bewegung der freien Radios stammt, nicht mehr angebracht. Am demokratischen Prinzip und am unschätzbaren Beitrag der Sender zur Medienkompetenz zumindest der Macher hat diese Entwicklung jedoch nichts geändert. ■

Weit und breit kein Wegweiser

Medienkompetenz für Erwachsene vermittelt durch die Medien

Die gesamte Medienlandschaft befindet sich im Umbruch. Ausländische Investoren drängen in den Kabel- und Fernsehmarkt und übernehmen Tageszeitungen. Fernsehen und Computer sind dabei, miteinander zu verschmelzen. Mit einem Digital-Decoder kann man Hunderte von Sendern empfangen. Otto Normalverbraucher hat längst den Überblick verloren. Sein technisches Verständnis endet in der Regel beim 16:9-Flachbildfernseher. Er hat zwar mitbekommen, dass sein neues Gerät „HD-ready“ sein sollte, aber was das heißt, weiß er nicht; mit Abkürzungen wie DVB-T kann er in der Regel ohnehin nichts anfangen.

Rosige Zeiten also für Medienfachjournalisten: Es gibt viel zu tun, denn dass Defizit der meisten Erwachsenen in Sachen Medienkompetenz ist eklatant und offensichtlich. Zu dumm, dass sich die Arbeit der Medienredakteure bei den Tageszeitungen weitgehend darauf beschränkt, einen Mangel zu verwalten. Selbst wenn sie ausreichend qualifizierte Mitarbeiter hätten, die mit der komplexen Entwicklung des Medienmarktes Schritt halten konnten: Die Verlage sind auf eine anspruchsvolle Berichterstattung gar nicht erpicht. Daher sind die Medienseiten längst wieder das, was sie früher waren: Fernsehseiten. Einzig die überregionalen Tageszeitungen befassen sich immer wieder mal mit medienpolitischen Themen;

regionale Blätter hingegen, die sich zu Zeiten des Medienbooms Ende der Neunziger sogar eigene Medienseiten geleistet hatten, haben sie aus (nicht selten vorgeschobenen) Kostengründen längst wieder abgeschafft. So mancher Geschäftsleitung kam die Werbekrise nach dem Platzen der Internet-Seifenblase gerade Recht; Chefredakteure gaben öffentlich zu, im eigenen Blatt nicht dauernd Artikel über die Einbrüche bei den Anzeigeneinnahmen lesen zu wollen.

Mittlerweile hat sich die ökonomische Lage zwar längst wieder stabilisiert, doch am Status quo wurde nicht mehr gerüttelt. Und so ist der Medienfachjournalismus zum Nischenberuf geworden. Medienpolitik wird in der Regel auf ihre wirtschaftlichen Aspekte reduziert und findet im entsprechenden Ressort statt. Die Zeit hat ihr Medienressort gleich ganz abgeschafft, bei der Frankfurter Rundschau wurde es im Zuge der Sparmaßnahmen dem Feuilleton angegliedert; auf der Medienseite findet sich seither auch schon mal das tägliche „Sudoku“-Rätsel. Noch drastischer veranschaulicht der Berliner Zeitungsmarkt die Entwicklung: Der Axel Springer Verlag hat Welt und Berliner Morgenpost mehr oder weniger fusioniert. Betrieb der Morgenpost früher eine für ein regionales Blatt erstaunlich offensive Medienberichterstattung mit breitem Spektrum, beschränkt sich das Thema

Medien mittlerweile auf TV-Vorschauen. Gleiches gilt für Programmzeitschriften. Selbst die einstmals ambitionierte TV Spielfilm, die sich konsequent an ein junges, medienkompetentes Publikum richtet und die Grenzen der reinen Vorberichterstattung regelmäßig sprengte, betreibt längst den gleichen Promi-Journalismus wie der restliche Markt; wenn auch auf höherem Niveau. Blieben noch Fachzeitschriften wie CUT oder Digital Fernsehen, doch die richten sich tatsächlich überwiegend an eine spezifische Leserschaft und setzen zudem starke technische Schwerpunkte. Medienpädagogisch ausgerichtete Titel wie „tv diskurs“ oder „medien + erziehung“ beschränken sich in der Regel auf Medienkompetenz für Kinder und Jugendliche.

Im Fernsehen selbst sieht es noch finsterner aus: Selbstreflexion findet im Leitmedium nur noch in Form von Blödel-Shows wie Stefan Raabs TV total oder Persiflagen wie Kalkofes Mattscheibe statt. Medienkritische Magazine wie Glashaus – TV intern (ARD, 1972 bis 1979) oder betrifft: Fernsehen (ZDF, 1974 bis 1984) sind dermaßen Vergangenheit, dass sich kaum noch jemand daran erinnert. Das Medienmagazin Zapp vom NDR ist gegenwärtig nahezu das Einzige auf weiter Flur. Der Sendeplatz (mittwochs 23 Uhr) belegt, welchen Stellenwert man der Medienberichterstattung einräumt. Genannt werden sollte an dieser Stelle auch die Fernsehsendung „EinBlick“ vom bayerischen Rundfunk, die jedoch lediglich jeden ersten Sonntag des Monats von 16.00 bis 16.30 Uhr läuft. Rühmliche Ausnahmen bilden allein die ARD-Hörfunksender. Auch dort haben die Medienmagazine zwar kräftig Federn gelassen und müssen mit deutlich schmäleren Etats über die Runden kommen, doch immerhin gibt es regelmäßige, meist wöchentliche Sendungen. *Tilmann P. Gangloff* ■

Medienmagazine im Radio

Sender	Programm	Magazin	Sendezeit
RBB	Radio Eins	Medienmagazin	Samstag 18.03 – 19.00 Uhr
SR	sr2	Medienwelt	Samstag 17.04 – 17.30 Uhr
DLR	DLF	Markt und Medien	Samstag 17.05 – 17.30 Uhr
hr	hr info	Medien und Computer	Sonntag 11.05 – 11.30 Uhr
SWR	swr cont.RA	Medien	Sonntag 12.30 – 13.00 Uhr
BR	B 5	MedienMagazin	Sonntag 14.05 – 14.30 Uhr
WDR	WDR 5	töne, texte, bilder	Sonntag 18.03 – 18.30 Uhr

Sonstige

Radio Corax	Recherche	UKW in Halle / www.medienmagazin.net
OKB 97.2	Formatwandler	OKB Berlin / www.formatwandler.de
Antenne Düsseldorf	Frequenzfieber	NRW-Bürgerfunk / www.frequenzfieber.de
Radio Q	Was mit Medien	im Campus-Radio Münster / www.radioq.de

Der Bock als Gärtner

Werbung ist überall. Aber wissen Kinder überhaupt, was Werbung ist? Ist ihnen klar, mit welchen Tricks Kaufwünsche geweckt werden sollen? Weil Medienkunde in den Lehrplänen nach wie vor stiefmütterlich behandelt wird, ist ausgerechnet Kindersender Super RTL nun zur Tat geschritten. Geschäftsführer Claude Schmit, selbst Vater von drei Kindern, hat den Verein „Media Smart“ gegründet. Erste Aktion: ein Projekt mit dem Titel „Augen auf Werbung“.

Natürlich wurde prompt gemutmaßt, hier schwinde sich der Bock zum Gärtner auf: Schließlich lebt Super RTL selbst von Werbung. Partner und damit Finanziers der Kampagne sind überwiegend Hersteller von Produkten, die sich an Kinder richten. „Kommerzielle Sender und erst recht ein Programm wie Super RTL werden von einigen als Teufelswerk betrachtet. Deshalb ist es wichtig zu erklären, wie Werbung im Fernsehen funktioniert“, begegnet Schmit der Skepsis.

Die Schulen haben weniger Berührungspunkte, als wohl auch Schmit selbst befürchtet hat: Bereits nach einer Woche gab es über 3.000 Anfragen; die Lehrer loben das Konzept als äußerst schlüssig. Außerdem kostet das in Großbritannien entwickelte und an hiesige Verhältnisse angepasste Projekt keinen Cent. Erarbeitet wurde es von einer Experten-Gruppe, der mit Stefan Aufenanger und Norbert Neuß zwei der renommiertesten deutschen Fachleute auf diesem Gebiet angehören. Neuß begrüßt die Aktion vor allem deshalb, weil das Thema Werbung in Grundschulen kaum eine Rolle spiele. „Andererseits wundern sich alle über die mangelnde Kritikfähigkeit der Kinder. Das Arbeitsmaterial besteht aus einer Videokassette, einer dreißigseitigen Begleitbroschüre sowie 12 Arbeitsblättern. Ein Videofilm über ein Geschwisterpaar führt ins Thema ein und stellt dar, wie sehr der Kinderalltag bereits von Werbung durchdrungen ist. In den Unterrichtsmaterialien wird der Inhalt des Films, in dessen Verlauf die Schüler auch mehrere Werbespots gesehen haben, wieder aufgegriffen. Mit Hilfe von Schaubildern lernen sie, wie Werbung funktioniert und wie sie entsteht. Die verschiedenen Medien werden dabei von Figuren repräsentiert, die sich durch die gesamten Unterlagen ziehen. Lehrer können mit dem Material mindestens fünf Doppelstunden gestalten. Für den Entwurf einer eigenen Werbekampagne mit TV- und Radiospots sowie Plakaten sind gar zwei Schultage angesetzt.

Tilmann P. Gangloff ■

Sack und Esel

Medien nicht verantwortlich für die Verwahrlosung Jugendlicher

Eigentlich ist es ja eine gute Nachricht. Obwohl es in Deutschland mittlerweile insgesamt 426 Stunden Kinderfernsehen pro Woche gibt, hat der TV-Konsum der jüngsten Zielgruppe nicht zugenommen: Er liegt seit 15 Jahren bei rund neunzig Minuten. Und es kommt noch besser: Dank des größeren Angebots an Sendungen für die Zielgruppe ist der Anteil der Kindersendungen an der Fernsehzeit deutlich gestiegen: Noch 1993 betrug er bloß 25 Prozent, heute liegt er bei 44 Prozent.

Wenn Kinder fernsehen, dann also fast zur Hälfte auch Sendungen, die eigens für sie hergestellt worden sind. Über Qualität sagt das zwar noch nichts aus; aber lieber durchschnittliches Kinderfernsehen als der packende Krimi aus dem Abendprogramm. Aber den Rest der TV-Zeit beanspruchen in erster Linie Sendungen aus dem Bereich Familienfernsehen, die die Kinder gemeinsam mit ihren Eltern anschauen, darunter vor allem Shows wie „Wetten, dass ...?“ (ZDF) oder Sportübertragungen.

Trotzdem kursiert seit einigen Monaten die Behauptung, um 22 Uhr würden 800.000 Vorschulkinder vor dem Fernseher sitzen; eine Stunde später seien es immer noch 200.000. Eine Studie habe zudem nachgewiesen, dass Zweijährige pro Tag zwei Stunden vor dem Fernseher verbringen. Brav haben diverse Zeitungen und Zeitschriften die Zahlen ohne weitere Recherche nachgedruckt. Aber wenn bei-

spielsweise die Zahl für 22 Uhr stimmen würde, wären dies gut 40 Prozent der Drei- bis Fünfjährigen; dann müsste man allerdings in Deutschland von einer Medienverwahrlosung der Kinder sprechen.

■ Stundenlang am Bildschirm

Birgit Guth, Medienforscherin von Super RTL, weiß auch, wer Schuld ist: Der Hirnforscher Manfred Spitzer hat die Zahlen in seinem Buch „Vorsicht Fernsehen“ verbreitet und beruft sich seinerseits auf ein Buch von Rudolf Weiß („Gewalt, Medien und Aggressivität bei Schülern“). Dessen Zahlenmaterial wiederum stammt aus dem Jahr 1996. Ohnehin gehen Medienforscher gerade bei den nächtlichen Nutzungszahlen für Kinder von einer hohen Fehlerquote aus. In Wirklichkeit wird laut Birgit Guth „zwischen Mitternacht und 6.00 Uhr morgens so gut wie gar nicht ferngesehen“. Sie nimmt an, „dass diese Zahlen durch vergessene Abmeldung der Kinder am Messgerät oder nicht abgeschalteten TV-Geräten herrühren“. Der Höhepunkt kindlicher Fernsehnutzung liege mit 500.000 jungen Zuschauern um 19 Uhr. Andererseits räumt Guth ein, dass es gegen 22 Uhr immer noch 100.000 Drei- bis Fünfjährige seien, was man mit Fug und Recht ebenfalls alarmierend finden kann.

Ohnehin darf die Bildschirmnutzung ja längst nicht mehr auf das Fernsehen reduziert werden. Selbst wenn sich Man- ▶



Foto: Hermann J. Haubrich

fred Spitzers praktisch ohne Widerspruch hingegenommene Behauptung, Grundschul-kinder hätten einen täglichen TV-Konsum von drei Stunden und zwanzig Minuten, in krassem Kontrast zu den Ergebnissen jeder seriösen Medienforschung befindet: Bezieht man Computerspiele und Spielekonsolen mit ein, von den handlichen Geräten wie der „Playstation Portable“ (PSP im Jugendjargon) ganz zu schweigen, kommt man locker auf eine mehrstündige Bildschirmbeschäftigung.

Auch dann aber sollte es sich für intelligente Menschen wie Christian Pfeiffer eigentlich verbieten, schlichten Populismus zu betreiben und nahe zu legen, mit einem Bildschirmverbot im Kinderzimmer ließe sich die Gesellschaft verändern. Der Leiter des niedersächsischen Kriminologischen Forschungsinstituts hat im Rahmen der Studie „Gewalt und Medien im Leben von Kindern und Jugendlichen“ insgesamt 23.000 Schüler nach ihrer Mediennutzung befragen lassen. Die Ergebnisse sind durchaus aufschlussreich, Pfeiffers Schlussfolgerungen hingegen teilweise unseriös; zumindest bieten sie eine drastisch verkürzte Interpretation der Faktenlage. So ergeben die Forschungen zum Beispiel, dass über ein Drittel der Zehnjährigen einen eigenen Fernseher und / oder Computer besitzt. Andererseits hat fast die Hälfte jener Kinder, denen im letzten Grundschuljahr ein Wechsel zum Gymnasium empfohlen wird, kein eigenes Gerät. Pfeiffer fordert deshalb mehr oder weniger direkt ein Bildschirmverbot im Kinderzimmer. Kaum zu glauben, dass sein Weltbild derart schlicht ist: Fernseher und Computer raus aus den Kinderzimmern, und prompt konzentrieren sich die Kleinen auf ihre Hausaufgaben.

■ Bloß ein Zeitvertreib

Ohnehin ist Bildschirmbeschäftigung in der Regel bloß ein Zeitvertreib: In Umfragen nach beliebtesten Freizeitvergnügungen rangieren laut „Kids Verbraucheranalyse“ schon seit Jahren Freunde treffen, Musik hören, Rad fahren, Schwimmen und Gesellschaftsspiele bei den Sechs- bis Dreizehnjährigen mit 90 Prozent und mehr ganz vorn. Der Computer landet abgeschlagen auf dem letzten Platz, der Fernseher taucht gar nicht erst auf. Dabei erreicht laut der jüngsten JIM-Studie (Jugend, Information, Multimedia) kein anderes Medium so hohe Werte, wenn es darum geht, Langeweile zu vertreiben. Die Medien sind also nicht die Wurzel des Übels, sondern bloß ein sichtbares Symptom; wer von Medienverwahrlosung spricht, darf nicht Fernsehen und Computer dafür verantwortlich machen.

Tilmann P. Gangloff ■

Ins Netz gegangen

Internet – das Medium mit den rasantesten Zuwachsraten

Im Mittelpunkt diverser medienpädagogischer Projekte steht immer öfter das Internet: Es ist das Medium mit den rasantesten Zuwachsraten. Denn während durch die Köpfe von Erzieherinnen und Lehrern immer noch das Phänomen des „Vielsehers“ geistert, sitzen die Sorgenkinder längst vor einem anderen Bildschirm. Die 14- bis 19-Jährigen verbringen mittlerweile weit über zwei Stunden täglich im Internet. Wenn man andererseits weiß, dass der eine oder andere überhaupt nicht oder nur selten ins Netz geht, kann man sich vorstellen, in welchen Größenordnungen sich die Nutzungszeit der „Heavy User“ bewegen muss.

Viele Eltern beunruhigt das. Im Gegensatz zum überschaubaren Medium Fernsehen,

Wasser vertraut zu machen. Die Kampagne soll ein gemeinsames Netzwerk aller teilnehmenden Länder etablieren, für die Risiken des Internets sensibilisieren und gerade Kindern und Jugendlichen helfen, eigene Strategien zur Gefahrenabwehr zu entwickeln.

Jeder Internet-Nutzer sollte wissen, was überhaupt ein Server macht, welche technischen Möglichkeiten das Netz bietet und welche Gefahren dort lauern, wie man eine Suchmaschine benutzt und wie man im Internet kauft und verkauft. Wann immer man eine Internet-Seite besucht, stets solle man sich fragen: Wer ist für den Inhalt dieser Seite verantwortlich? Welche Absicht verfolgt er? Sind die Informationen zuverlässig?



Abb.: www.multikids.de

Ebenfalls neu im Netz: www.multikids.de mit über 100 verlinkten Adressen

das gerade tagsüber weitgehend berechenbar ist, lauern im Internet mannigfaltige Gefahren. Die EU hat daher die Kampagne „SaferInternet Action Plan“ ins Leben gerufen. Deutscher Knotenpunkt ist die Aktion „klicksafe“, aufgebaut von den Landesmedienanstalten in Kooperation mit dem Europäischen Zentrum für Medienkompetenz (emc, Marl).

Ein Surfen ohne Risiko wird es vermutlich nie geben. Die Liste der potenziellen Bedrohungen ist lang: finanzielle und technische Schädigungen, psychische Irritationen, Beleidigungen, Bedrohungen, Erpressung, sexuelle Belästigung, menschenverachtende Propaganda, Anleitungen zum Terrorismus. Laut einer amerikanischen Studie sind 30 Prozent der befragten weiblichen Teenager im Netz schon mal sexuell belästigt worden. Technische Lösungen eignen sich erfahrungsgemäß kaum, um Kinder und Jugendliche vor gefährdenden Internet-Seiten zu schützen. Die Organisatoren von „SaferInternet“ vergleichen dies mit der Gefahr, die ein Schwimmbaden für Nichtschwimmer darstellt: Warnschilder und Zäune seien nur eine bedingte Hilfe; sicherer sei es, Schwimmen zu lernen und sich mit dem

Schon 2001 haben die Landesmedienanstalten unter Federführung der LfM NRW gemeinsam mit der Bertelsmann-Stiftung und der Heinz Nixdorf Stiftung das für jedermann zugängliche werbefreie „Internet-ABC“ entwickelt (www.internet-abc.de). Mit dessen Hilfe können nicht nur Kinder, sondern auch Eltern ihre „Lizenz zum Surfen“ erwerben. Das Angebot besteht aus fein sauberlich getrennten Seiten für Eltern und Kinder. Beide Säulen sind aber nahezu identisch aufgebaut, was zumindest fortgeschrittene Internetnutzer im Elternteil als zu didaktisch empfinden werden. Für Anfänger aber ist der übersichtliche Aufbau und die etwas betuliche Machart genau das richtige. In der „Werkstatt“ kann man den Surfschein machen. In der „Bibliothek“ gibt es neben den Informationen über die Sicherheit im Netz und einen Wissenstest auch Anregungen für Schulprojekte. Ein Journalist führt zur Redaktion, in der eine Beratungsstelle eingerichtet ist. Neulinge können mit dem „Reiseführer durchs Netz“ das nötige Basiswissen erlernen. Der Elternbereich enthält außerdem über 450 Besprechungen von Computerspielen.

Tilmann P. Gangloff ■



Foto: Günter Zint

Gibt es zu viele Fotojournalisten?

Arbeitsbedingungen von Fotografen im Fokus einer dju-Veranstaltung

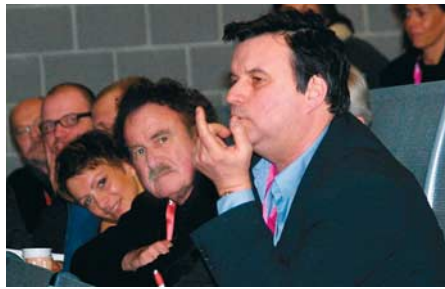


Foto: Magda Greßmann

Detlev Brinkschulte (Foto l.o.) verlangt technische Perfektion.

Prof. Rolf Nobel (Foto unten), Fachhochschule Hannover, erwartet von seinen Studenten vor allem Leidenschaft für die journalistische Fotografie.

Über 100 Teilnehmer lauschten in Hannover den Vorträgen



Foto: Magda Greßmann

Die Arbeitsbedingungen von Fotojournalisten waren noch nie so schwierig wie heute. Hat engagierter Fotojournalismus überhaupt noch eine Chance, und bleibt Fotografen eine realistische Hoffnung auf eine existenzsichernde Beschäftigung? Über diese Fragen diskutierten die etwa hundert Teilnehmer des Fotografentages der Deutschen Journalistinnen- und Journalisten-Union (dju) am 24. März in der Fachhochschule Hannover.

Verlage und Redaktionen beschäftigen aus Gründen der Kostenminimierung kaum noch fest angestellte Fotografen. Die Honorare der Freien bewegen sich, wenn überhaupt, seit Jahren nur in eine Richtung: nach unten. Dokumentarfotos werden in den redaktionellen Teilen der Printmedien zunehmend von kostenlosen PR-Bildern verdrängt. Das schränkt nicht nur den Markt bezahlter Fotos drastisch ein, sondern hat auch einen Qualitätsverlust der Publikationen zur Folge. Gleichzeitig wird der Bildermarkt zunehmend von Global Playern wie Getty und Corbis beherrscht – im Aktuellen dominieren Agenturen wie dpa und ddp. Und mit der Verbreitung der angeblich so einfach

handhabbaren Digitaltechnik drängen immer mehr Quereinsteiger in den Fotojournalismus, der damit vehement an Qualität einbüßt.

All denen, die vielleicht noch mit einem Funken Optimismus der Einladung der dju zum Fotografentag gefolgt waren, verpasste Professor Rolf Nobel von der Fachhochschule Hannover gleich zu Beginn der Veranstaltung einen herben Dämpfer: „Keiner der Studenten, die gegenwärtig an deutschen Fachhochschulen und Hochschulen ausgebildet werden – egal ob Kunst-, Werbe-, Modefotograf oder Fotojournalist – keiner von denen wird draußen wirklich gebraucht! Wir haben in Deutschland schon seit langem viel zu viele Fotografen! Der Markt ist übervoll, und jeder, der in diesem Feld überleben will, muss den Kollegen, die dort bereits tätig sind, die Jobs abjagen, die ihn dann ernähren sollen.“

Für die akademisch produzierte Fotografenschwemme macht Nobel vor allem die unkoordinierte Bildungspolitik der Länder verantwortlich. „Wo und wann es gerade mal einer Hochschulleitung beziehungsweise dem zuständigen Ministerium einfällt, wird aufs Geratewohl eine Studienrichtung Fotografie aufgemacht.“ Nach Berechnungen von Spiegel online würden derzeit an 50 deutschen Hochschulen und Fachhochschulen Fotografinnen und Fotografen der verschiedensten Richtungen ausgebildet. Hinzu kämen private Fotoschulen. Aus kommerziellen Gründen verzichteten sie auf eine wirkliche künstlerische Eingangsprüfung. Ihr wichtigstes Ziel sei, Geld zu verdienen.

Das heißt, möglichst viele Schüler aufzunehmen. „Sie bauen zusätzliche Illusionen über die Berufsrealität auf und vergrößern die Zahl der Berufseinsteiger auf dem Abkürzungswege weiter“, kritisiert Nobel. Als Hochschullehrer trägt er natürlich selbst, wenn auch nur in bescheidenem Maße, zur Vermehrung der Berufseinsteiger bei. Aus diesem Dilemma hat die Fachhochschule Hannover die Konsequenzen gezogen: strenge Auswahlkriterien für die Studentinnen und Studenten und die Konzentration des Studiums auf journalistisch-dokumentarische Fotografie.

■ Strenge Auswahlkriterien

Von seinen Studentinnen und Studenten erwartet Nobel vor allem eines: Leidenschaft. „Ich denke nicht daran, bei einer Arbeitslosenzahl von über fünf Millionen Menschen und einer viel zu großen Zahl von Fotografen weitere leidenschaftslose und wenig motivierte Fotografen auf die Welt loszulassen.“ Auf die zwölf jedes Jahr zu besetzenden Studienplätze hätten sich jetzt 126 Bewerber gemeldet. Eine restriktive Auswahl ist schon deshalb notwendig. Nobel erwartet von seinen Studienbewerbern denn auch, dass sie ihre fotografische Selbstfindung bereits hinter sich haben. „Weder Pippimädchen, noch Muttisöhnchen ohne jede Peilung vom Leben haben in einem Medienberuf etwas verloren“, so das abschreckende, wenn auch bewusst überspitzt formulierte Urteil des Visum-Fotografen und Professors.

Zwei Bereiche hält Nobel in der Ausbildung angehender Fotojournalisten für

besonders wichtig: einen frühen Praxisbezug und die Entwicklung ethischer Maßstäbe. Den Praxisbezug lernen die Studenten in Hannover vor allem durch ein Praktikum in der Bildredaktion der Frankfurter Allgemeinen Zeitung. Was die Ethik betrifft, hat Nobel festgestellt: Für die meisten manipulierten Fotos sind nicht die Redaktionen, sondern die Fotografen selbst verantwortlich. „Unter dem Druck, ihre Bilder besser und aufregender zu machen, photoshopen sie daran herum und verschwenden keine Sekunde Gedanken an eine Kennzeichnung mit dem M für Manipulation.“ Extreme Defizite registriert Nobel auch immer wieder bei der Selbstvermarktung. Portfolios zeugten von dem Willen, sich als Alleskönner zu präsentieren. Berufsanfänger hätten keine Ahnung, wie ein Exposé für einen Themenvorschlag auszusehen habe. Sie wüssten oft weder, was eine Garantie, noch was ein Anstrichhonorar ist. Ihre digitalen Fotos würden in viel zu großer Zahl an die Bildredakteure geschickt, die dann Mühe mit der Auswahl hätten.

Brauchen die Redaktionen überhaupt noch gut ausgebildete Fotografen oder reichen in den meisten Fällen vielleicht schon billige Gelegenheitsknipser? Mit dieser Frage beschäftigte sich Isabel Lott, Bildredakteurin der taz. Lott stellte klar, dass die Tageszeitung, die bekannt dafür ist, dass sie ihre Fotografen wie Gelegenheitsknipser bezahlt, nichtsdestotrotz professionelle Ansprüche bei der Bildbeschaffung hat. Natürlich würden der taz immer wieder Amateurfotos angeboten, aber nur in Ausnahmefällen auch abgedruckt. Zum Beispiel dann, wenn es sich um ein besonders wichtiges Ereignis handelt, bei dem kein Profi anwesend war. Auch der schreibende Kollege, der eigene Fotos zu

Isabel Lott, Bildredakteurin der taz



Foto: Magda Grefmann

seinem Artikel liefert, sei bei der taz die Ausnahme und meist nur im Lokal- und Regionalteil anzutreffen. Am Umgang mit Profis schätzt Lott die Verlässlichkeit im Hinblick auf Absprachen und, ganz wichtig, die ausreichende und korrekte Beschriftung der digitalen Bilddateien.

Besonders gern arbeitet Lott mit freien Fotografen zusammen, nicht nur, weil die Redaktion keine fest angestellten

beahlt: „Freie haben unterschiedliche Stile, auf die ich je nach Bedarf zurückgreifen kann.“ Doch Aufträge an freie Fotojournalisten werden offenbar immer weniger vergeben. Denn der Trend in vielen Printmedien, dass Dokumentarfotos durch inszenierte Bilder, Kollagen und Illustrationen ersetzt werden, ist auch an der taz nicht vorüber gegangen. „Das reine Fotodokument läuft nicht mehr“, so Lott. Besonders auffällig ist diese neue Art der Bebilderung auf der Titelseite der taz, bei deren Entstehung der Grafiker inzwischen

Detlev Brinkschulte, Mauritius Images; Maurice Weiss, Agentur Ostkreuz; Frank Beyer, Jupiter Images; Thomas Schumann, MFM-Vorsitzender (v.l.n.r.).



Foto: Günter Zint

oft wichtiger ist als der Fotograf. Mindestens so wichtig wie der Inhalt der Aufmacherfotos sei, ob das Motiv genug Luft zum Freistellen für Texte lasse oder ob die über dem Bruch erscheinende obere Bildhälfte als Eye-Catcher dienen könne, erklärte die Bildredakteurin. Dem Blatt scheint dieser Relaunch genützt zu haben. Seit Einführung der neuen Seite Eins, so Lott, verkaufe sich die taz am Kiosk besser.

Fotos in der Nebenrolle

Nicht unbedingt besser sieht die Beschäftigungsmöglichkeit für Fotojournalisten in anderen Zeitungen aus. Der Fotograf Günter Zint hat mehrere norddeutsche Tageszeitungen ausgewertet und die Ergebnisse auf dem Fotografentag vorgestellt. Danach handelt es sich bei bis zu 70 Prozent der in den Wochenendausgaben abgedruckten Fotos um unbezahltes PR-Material. „Wir brauchen immer Fotos“, sagen dagegen Detlev Brinkschulte von Mauritius Images und Frank Beyer von Jupiter Images. Die Vorbehalte vieler Fotojournalisten gegenüber der mehr an PR und Werbung orientierten Stock-Fotografie versuchten sie zu zerstreuen mit dem Hinweis, auch in der Werbung seien journalistische Bilder zunehmend gefragt, weil sie den Werbebotschaften mehr Glaubwürdigkeit verliehen. Zwei Voraussetzungen seien jedoch zu beachten: Die Fotos müssten technisch perfekt und, sobald Personen abgebildet sind, mit einem Model-Release versehen sein. Besonders letzteres Kriterium dürfte für Dokumentarfotografen nicht immer leicht zu erfüllen

sein. Man stelle sich nur mal die Kolleginnen und Kollegen vor, die in Krisen- und Kriegsgebieten wie dem Irak arbeiten.

Auch die abschließende Podiumsdiskussion konnte nicht wirklich einen Ausweg aus der Krise des Fotojournalismus aufzeigen. Kritisiert wurde, dass in Deutschland Fotos gegenüber Texten nur eine Nebenrolle im Journalismus spielen. In Frankreich beispielsweise habe das Foto einen viel höheren Stellenwert, sagte der Fotograf Maurice Weiss, von der Agentur Ostkreuz. Die Text-Dominanz spürt auch

taz-Bildredakteurin Isabel Lott. Im Zweifel werde immer zugunsten der Texte entschieden, obwohl bekannt sei, dass der Leser über das Foto in die Seite einsteigt. Entsprechend schwierig sei die Position der Bildredaktion gegenüber den anderen Ressorts. Überhaupt gebe es immer weniger eigenständige Bildredaktionen und qualifizierte Bildredakteure, so Detlev Brinkschulte von Mauritius Images. Hintergründige Reportagen seien kaum noch gefragt, was laufe, seien vor allem Klatsch und Tratsch, sagte Thomas Schumann, Vorsitzender der Mittelstandsvereinigung Fotomarketing (MFM). Doch es gebe auch positive Beispiele. In diesem Zusammenhang wurde immer wieder das Magazin Mare hervorgehoben. Davon, dass Fotos trotz aller Verflachungstendenzen nach wie vor Wirkung zeigen und etwas bewegen können, zeigte sich Rolf Nobel überzeugt. Ein Beispiel dafür sind die Fotos aus dem amerikanischen Kriegsgefangenenlager Abu Greibh in Bagdad. Eine wichtige Erkenntnis zwar, bleibt jedoch die Frage, wie über 10.000 Fotojournalisten in Deutschland davon leben sollen. **Mathias Thurm** ■

Günter Zint, freier Fotograf



Foto: Magda Grefmann

Hohe innere Motivation

Sein eigener Herr sein mit geringerem Verdienst

Eine Studie der Universität Bremen hat die Lebenssituation, Einkommenshöhe und Motivation von „freien“ Solounternehmen in der Medienbranche unter die Lupe genommen. Für M sprach Thomas Gesterkamp mit der Sozialwissenschaftlerin Dr. Sigrid Betzelt.

M | Frau Betzelt, Sie und Ihre Kollegin Karin Gottschall haben vier Jahre lang über „Alleindienstleister in Kulturberufen“ geforscht. Ein Teil ihrer Untersuchungsgruppe waren Journalistinnen und Journalisten. Was interessiert Sie an diesem in den Sozialwissenschaften eher exotischen Thema?

SIGRID BETZELT | Trotz seiner starken Medienpräsenz, dem „hippen“ Image und seiner wachsenden Bedeutung auch als Arbeitsmarkt ist der Kulturbereich ein noch ziemlich unerforschtes Gebiet. Dabei zählen Kunst und Publizistik seit den achtziger Jahren zu den stark expandierenden Sektoren: In Deutschland wuchs die Zahl der Erwerbstätigen allein zwischen 1995 und 2003 um 184.000 auf 780.000. Das ist eine Wachstumsrate von 31 Prozent, während die Gesamtbeschäftigtenzahl stagnierte.

Was uns besonders interessierte, waren die Selbstständigen: Deren Zahl stieg in den Kulturberufen im gleichen Zeitraum viermal so schnell wie die der Selbstständigen insgesamt, nämlich um über 50 Prozent. Im Jahr 2003 waren mehr als zwei von fünf Erwerbstätigen in der Kulturbranche selbstständig, in der Gesamtwirtschaft dagegen nur jede/r zehnte. Dabei ist die große Mehrheit, mehr als acht von zehn selbstständigen KulturberuflerInnen, als „Alleindienstleister“, also ohne Beschäftigte, tätig. Unsere Fragen dazu lauteten: Bilden sich hier neue Muster von Professionalität, oder überwiegen eher prekäre, instabile berufliche Existenzen? Mit welchem beruflichen Selbstverständnis gehen die FreiberuflerInnen an ihre Arbeit, wie gelingt ihnen die Marktbehauptung? Bilden sich neue Formen der solidarischen gegenseitigen Unterstützung – oder sind das alles Einzelkämpfer, getreu dem eher skeptischen soziologischen Konzept des „Arbeitskraftunternehmers“?

M | Seit ein paar Jahren ist das Nonsens-Wort von der „Ich-AG“ in aller Munde, in den Medienberufen aber hat Soloselbstständigkeit eine viel längere Tradition. Spielt die Publizistik eine Vorreiterrolle?

BETZELT | Unter JournalistInnen war es schon immer üblich, auch freiberuflich zu arbeiten. Die Organisation der Arbeit machte solche flexiblen Beschäftigungsformen notwendig, um möglichst schnell und aktuell zu sein und sich mit verschiedensten, ständig wechselnden Themen befassen zu können. Allerdings haben auch im Journalismus große marktliche, technologische und daher auch arbeitsorganisatorische Veränderungen stattgefunden. Viele Aufgaben, die früher die Festangestellten, auch im technischen Bereich, übernommen haben, müssen heute die Freien selbst leisten. Zudem ist der Journalismus eines der Felder, in das die stark besetzten Jahrgänge von Hochschulabsolventen in den letzten beiden Jahrzehnten hineingedrängt sind – inzwischen oftmals ohne große Chancen auf einen festen Arbeitsplatz. Der Wechsel zwischen freier und fester Tätigkeit ist heute nicht mehr so einfach möglich, weil es relativ weniger Festanstellungen gibt. Die zunehmende Selbstständigkeit hat aber auch zu tun mit veränderten Ansprüchen an die Arbeit, gerade bei den hoch qualifizierten. Ein hoher Grad an Selbstbestimmung der Arbeitsinhalte, außerhalb betrieblicher Hierarchien, aber auch der Arbeitszeiten und des Orts ist vielen sehr wichtig. Lieber sein eigener Herr oder seine eigene Frau sein, als sich in eine Redaktion mit ihren strengen Abläufen einfügen zu müssen. Dafür wird dann auch ein geringerer Verdienst in Kauf genommen.

M | Wie sieht die Einkommenssituation freiberuflicher Medienarbeiter/innen aus? Unter welchen Bedingungen sind Soloselbstständige erfolgreich?

BETZELT | Alle verfügbaren Quellen – wie Steuerstatistiken, die Künstlersozialkasse oder der Mikrozensus – weisen in die selbe Richtung: Die Verdienste sind mehrheit-

Die Studie

Karin Gottschall und Sigrid Betzelt forschten am Zentrum für Sozialpolitik der Universität Bremen vier Jahre lang über „Alleindienstleister in Kulturberufen“. Die Studie basiert auf über 300 schriftlichen Befragungen, 42 biografischen Interviews sowie 19 Expertengesprächen. Freie Journalisten stellten die größte Untersuchungsgruppe, daneben gaben auch Designer, Übersetzer und Lektoren Auskunft. All diese „künstlerisch-publizistisch“ Tätigen bezeichnen die Sozialwissenschaftlerinnen als „kreative Wissensarbeiter“. Typische Merkmale dieser Berufsgruppe sind die lange Tradition „selbstständiger Erwerbsformen“ und eine wachsende Akademisierung: Rund 80 Prozent der Solounternehmer im Medienbereich haben nach der Erhebung einen Hochschulabschluss. tg ■
Kontakt: Universität Bremen, Zentrum für Sozialpolitik, Parkallee 39, 28209 Bremen. Telefon 0421/218-43 57
sbetzelt@zes.uni-bremen.de

lich niedrig, sie liegen im Schnitt unter 20.000 Euro im Jahr. Nach unseren eigenen Befragungen von rund 300 Freien erzielten rund 80 Prozent ein Jahresnettoeinkommen zwischen unter 10.000 Euro und 30.000 Euro. Zu beobachten ist dabei eine Polarisierung: Das Gros verdient eher wenig bis mittelmäßig, eine kleine „Elite“ erreicht aber Spitzenverdienste, besonders im Fernsehen und in bestimmten Nischen. Charakteristisch ist auch das schwer kalkulierbare Schwanken des Einkommens, das ja unmittelbar von der momentanen Auftragslage abhängt. Äußere Bedingungen spielen eine große Rolle, also die Sparte, das Hauptmedium, für das man tätig ist, und auch die Region: So lagen die Verdienste im hart umkämpften Berliner Markt generell unter denen Kölns oder Münchens. Fernsehen und Hörfunk bieten bessere Verdienstchancen als der Printjournalismus, und hier besonders als die Tages- und Lokalpresse. Fachjournalismus etwa im medizinisch-naturwissenschaftlichen Bereich wird meist höher honoriert, weil dafür Spezialkenntnisse erforderlich sind. Es geht darum, ob das eigene Profil von Themen und Kenntnissen eine bestimmte Nische besetzen kann, die andere nicht bedienen können – ein knappes Gut erzielt am Markt eben oft höhere Preise. Andererseits muss auch genügend Flexibilität vorhanden sein, um sich auf Veränderungen einzustellen. Wer zu sehr in seinem Spezialthema verharret, kann irgendwann „abgehängt“ werden. Wichtig ist, mehrere Auftraggeber zu haben und Kundenbeziehungen gut zu pflegen. Zuverlässigkeit und Termintreue sind die Basis, um Folgeaufträge zu bekommen. Es geht um gegenseitiges Vertrauen, das erst gebildet und dann immer wieder unter Beweis gestellt werden muss.

Insgesamt sind das sehr hohe Anforderungen, die die Einzelnen zu bewältigen haben. Und gleichwohl gibt es keine Erfolgs-garantie – wenn sich die äußeren Marktbedingungen plötzlich ändern, können schnell mehrere Auftraggeber gleichzeitig „wegbrechen“ – und damit natürlich auch der Verdienst.

M | Was bewegt JournalistInnen, trotz niedriger Verdienste im Beruf zu bleiben?

BETZELT | Die große Mehrheit der Befragten bringt eine hohe innere Motivation mit und identifiziert sich stark mit dem Beruf. Das schafft Bindungen und Befriedigung durch die Arbeit, was oftmals subjektiv höher bewertet wird als der niedrige Verdienst. Viele entwickeln persönliche Strategien, wie sie berufliche Identität und Existenzsicherung „ausbalancieren“ können: Neben ihrer Kernberufstätigkeit arbeiten sie in benachbarten Feldern, in denen sie zwar ihre fachlichen Ambitionen nicht erfüllen können, die aber besser honoriert werden. Bei JournalistInnen sind das typischerweise die Public Relations, Öffentlichkeitsarbeit. Unter berufsethischen Aspekten ist es durchaus fragwürdig, wenn mit dem „Kerngeschäft“ nicht genug Geld verdient werden kann. Individuell ist diese Mischkalkulation aber eine der wichtigsten Überlebensstrategien. Wir glauben, dass sich hier eine Art neues Erwerbsmuster entwickelt, ein sozialer Wandel, der nicht mehr umkehrbar ist, wie das die Gewerkschaften lange Zeit angestrebt haben. Es wäre eben völlig falsch, die Betroffenen nur als Opfer zu betrachten – was aber nicht heißen soll, dass die teils unglaublich niedrige Bezahlung und die unzureichende soziale Absicherung einfach akzeptiert werden müssen.

M | Welche Rolle spielen für Alleindienstleister private und berufliche Netzwerke?

BETZELT | Viele haben Kontakte zu anderen freiberuflichen KollegInnen der gleichen oder benachbarter Berufszweige aufgebaut. Wichtig ist das gerade für BerufsanfängerInnen, aber auch zur Marktbehauptung: etwa um zu wissen, welche Auftraggeber welche Honorare bezahlen und wo eventuell noch Verhandlungsspielräume liegen. Solche Netze ersetzen teilweise die fehlende Einbindung der FreiberuflerInnen in einen Betrieb – der Austausch, der sonst mit dem Kollegen im Büro läuft, muss selbst organisiert werden. Eine besondere Form hierfür sind Bürogemeinschaften, die viele Vorteile im Arbeitsalltag bieten können – von der Nutzung einer gemeinsamen technischen und räumlichen Infrastruktur über den fachlichen Austausch, gegenseitige Vertretung und

Weitergabe von Aufträgen. Eine Rolle spielen auch private Netzwerke, besonders wenn der Beruf mit einem Familienleben in Einklang gebracht werden muss. Denn die Selbstständigkeit bietet zwar Vorteile durch die stärker selbstbestimmten Arbeitszeiten und die Möglichkeit des „home office“. Aber die Anforderungen etwa an zeitliche Flexibilität sind hoch, daher bedarf es eines guten Selbstmanagements und der Unterstützung durch ein funktionierendes soziales Umfeld.

M | Gibt es mehr weibliche Freiberufler als früher?

BETZELT | Das trifft generell zu, Frauen haben einen gewissen „Nachholbedarf“ bei der Selbstständigkeit. Man kann trotz des Zuwachses von einem „gender gap“ sprechen: Die Selbstständigquote, also der Anteil an den Erwerbstätigen, liegt unter Männern bei rund 13 Prozent, unter Frauen nur bei etwa 6 Prozent. Ein wichtiger Grund ist, dass Freiberuflichkeit



in den von Frauen dominierten Bereichen häufig gar keine Option ist – eine Bürokauffrau oder Bibliothekarin hat diese Möglichkeit kaum. In den publizistisch-künstlerischen Berufen entspricht der Frauenanteil bei den Selbstständigen mit 43 Prozent dem Anteil in dieser Berufsgruppe insgesamt.

M | Für ver.di haben Sie 2004 ein Gutachten zur Alterssicherung von Selbstständigen vorgelegt. Nun gibt es für Medienarbeiter die Künstlersozialkasse. Wo liegt dann das Problem?

BETZELT | Die KSK deckt in der Tat wichtige Risiken wie Krankheit und Alter ab und die Versicherten müssen – im Gegensatz zu anderen Selbstständigen – nur den hälftigen Beitrag tragen. Allerdings gibt es trotzdem Lücken in der sozialen Sicherung: Erstens gewährt die KSK nicht allen Medien- und Kulturschaffenden Zutritt, gerade neuere Berufe wie Webdesigner oder Eventmanager haben oft Schwierigkeiten, anerkannt zu werden. Zweitens ist Schutz gegen längere Krankheit mit höheren Kosten verbunden, die von den Versicherten allein zu tragen sind und die sich viele deshalb nicht leisten können. Zudem ist die Höhe der KSK-Altersrenten aufgrund der niedrigen und stark schwankenden Einkommen im allgemeinen gering. Drittens beinhaltet die KSK keine Absicherung gegen Arbeits- oder Auftragslosigkeit, was aber zum Problem wird, je schwieriger sich die Marktsituation entwickelt. Immerhin gibt es seit Februar 2006 die Möglichkeit für alle Selbstständigen, sich freiwillig in der Arbeitslosenversicherung weiter zu versichern, wenn sie irgendwann vor ihrer Existenzgründung mindestens zwölf Monate lang Beiträge gezahlt haben (M 02/03.2006). Unsere Interviews haben gezeigt, dass viele Freie ihre mangelnde soziale Absicherung als einen der größten Nachteile ihrer Selbstständigkeit sehen. Viele sind phasenweise auf private finanzielle Unterstützung angewiesen, gerade in Flautenzeiten oder bei längerer Krankheit. Diese vormoderne Form der Risikosicherung ist im hochmodernen und hoch qualifizierten Feld der Kulturberufe besonders absurd. Abgesehen davon haben nicht alle Solounternehmer gut abgesicherte Partner oder vermögende Eltern, auf die sie zurückgreifen können.

M | Wie kann gewerkschaftliche Unterstützung für Solounternehmer aussehen?

BETZELT | Das Beratungsnetz mediafon von ver.di ist ein gutes Beispiel, wie Selbstständige gewerkschaftlich unterstützt werden können: fachkundige Beratung durch Profis mit eigener freiberuflicher Erfahrung, und dies in einem schnellen, modernen Kommunikationssystem. Solidarische Unterstützung bei der Aushandlung von angemessenen Honorarstandards, und Information und Beratung über bestehende Rechte sind wichtig; die informellen Netzwerke müssen gestützt oder wo erforderlich auch geschaffen werden, damit die Isolation der Solounternehmer aufgebrochen wird. Gewerkschaften sollten sich dafür einsetzen, dass bestimmte Leistungen, die Angestellte vom Unternehmen erhalten – zum Beispiel Weiterbildung – auch für FreiberuflerInnen bezuschusst werden. Auf gesellschaftlich-politischer Ebene sollten sich Gewerkschaften für eine bessere soziale Absicherung der Selbstständigen einsetzen – so wie das ver.di oder die GEW heute schon tun. ■

Der mit dem Wort tanzte

Zum Tod des Schriftstellers E. A. Rauter

Als der Schriftsteller, Autodidakt, Sprachkritiker und Kommunist ohne Parteibuch Ernst Alexander (E. A.) Rauter am 8. März 2006 im Alter von 76 Jahren starb, hinterließ er viele tausend Bücher, die er sammelte. Ein gutes Dutzend davon und ungezählte Texte hat er selbst geschrieben.

Wenige Titel wurden in hohen Stückzahlen von Bildungsverantwortlichen des DGB geordert und gehörten lange zur Grundausrüstung gewerkschaftlicher Kurse. So verstanden junge Metalller den Weg „Vom Faustkeil zur Fabrik“ und Druckerlehrlinge diskutierten mit GEW-Paukern „Wie eine Meinung in einem Kopf entsteht“. IG BAU-Mitgliedern machte er Lust, die Bevormundung durch professionelle Schreiber und ihre Erzieher im Selbstversuch zu überwinden: „Bemühung um besseren Stil ist Bemühung um demokratischere Verhältnisse.“

Der in Pflegefamilien und Erziehungsheimen geschulte Autor war ein radikaler

des Wortes. Mit ihm tanzte er, sprengte Konventionen und entfachte Leidenschaften. Besessen von der Aufgabe, „größtenwahnsinnig wie ich war, analog zu Marx‘ „Kapital“ ein Werk mit dem Titel „Die Information“ zu verfassen“ (1985 im Interview mit Mathias Altenburg), saugte Rauter Lügenwörter aus den Zeitungen, die sich vor die Wirklichkeit stellen: „Schreiben heißt, sich gegen Wörter stemmen.“

Er stemmte sich mit den richtigen Wörtern gegen eine Bewusstlosigkeit der Sprache und einen Journalismus, der Ideologie produziert statt Aufklärung. Der die Ohnmacht der Leser voraussetzt und befördert, wo das Klasseninteresse vor der Information entschleiert gehört. Scharf richtete er in dem kleinen Buch „Vom Umgang mit Wörtern“ die fruchtlose Achtlosigkeit linker Wortarbeiter, die ihr Handwerkszeug nicht beherrschen. Erst 1992 fragte ihn jemand, warum er, der wütende Kämpfer für demokratische Verhältnisse, noch kein Gewerkschaftsmitglied

sei. Der gelehrte Schriftsetzer wollte keine Ausrede gelten lassen und trat in den Schriftstellerverband (VS) ein.

Die letzten Jahre seines Lebens verbrachte Rauter damit, dem Nachwuchs an Journalistenschulen und Verleger-Akademien zu erklären, warum sie so schlecht schreiben. Beinahe jede Woche veröffentlichte er eine medienkritische Kolumne im Internet („Rauter, ärgere dich nicht!“), deren 177. Ausgabe am 6. Februar wenige Wochen vor seinem Tod erschien.

Auf einem Treffen der von Eckart Spoo gegründeten „Bürgerinitiative für Sozialismus“ im März 1990 plädierte E.A. Rauter dafür, das Wort Sozialismus nicht mehr zu verwenden. Besser solle von Produktionsdemokratie gesprochen werden. Weil es das treffende Wort für eine Sache ist, die hoffnungslos diskreditiert und endgültig verloren schien. Das ist dann nicht weiter verfolgt worden. Vom Sozialismus ganz zu schweigen. Ärgere dich nicht, Rauter, tanze! *Michael Knoche* ■

Foto: Adriano Kwiatkowski

Kein Hexeneinmaleins

25. Tutzing Medientage: Monopoly auf dem deutschen Medienmarkt

Das 25jährige Jubiläum der Tutzing Medientage bot Anlass für berechtigte und einträgliche Würdigung, so durch den Intendanten des bayerischen Rundfunks Thomas Gruber und den Präsidenten der Bayerischen Landeszentrale für neue Medien (BLM) Wolf-Dieter Ring. Weniger einträchtig ging es bei den Diskussionen zum Thema „Das große Monopoly – Medienmarkt Deutschland“ zu.

Nachdem die Übernahme der ProSieben-Sat.1 Media AG durch Springer am Widerstand der Kommission zur Ermittlung der Konzentration im Medienbereich (KEK) und dem Kartellamt gescheitert und nach der Absage des Pressekonzerns selbst auch der Ruf aus Bayern und Hessen nach einer Ministererlaubnis obsolet geworden war, hatte sich Tutzing in diesem Jahr für diesen Titel entschieden. Das geschah zu Lasten der zunächst geplanten Fragestellung „Medienfusion – Gefahr für die Demokratie?“ Schade eigentlich, mit ihr hätte das Thema ‚Erhalt der Meinungsvielfalt‘

deutlicher fokussiert werden können. Nicht, dass die Gefahren von Medienkonzentration für die freie Meinungsbildung nicht zur Sprache gekommen wären – so im Einführungsreferat von Siegfried Weischenberg – aber die Diskussionen ließen mitunter den Verdacht aufkommen, dass hier Ablehner der Untersagung das gebotene Forum für ihre Position nutzten, verkleidet zum Teil im Gewand kritischer Hervorhebung einer ‚übertriebenen‘ Regulierung oder als Verfechter neuer Sichtweisen im Zeitalter der Globalisierung. CSU-Generalsekretär Markus Söder etwa meinte, „die KEK blockiert den Medienstandort Deutschland. Brauchen wir die überhaupt noch?“

Dass „etwas nicht stimmt“, meinte auch Prof. Miriam Meckel. „Unser Regulationsmodell ist zu komplex und kann im internationalen Wettbewerb nicht mithalten“. „Das chaotische Zusammenspiel der Regulationsinstanzen“ habe dazu geführt, dass „die geplante Übernahme in

einer Verfahrenssackgasse stecken bleiben musste“. Insbesondere die KEK habe eine „unglückliche Rolle“ gespielt. Aufgrund ihrer Zuordnung zur Direktorenkonferenz der Landesmedienanstalten (DLM), deren Mitglied BLM-Präsident Ring von Anfang an betont hatte, dass er die Fusion befürwortet, sei ihre Vorgehensweise „absurd“ gewesen. Auch seitens einiger Ministerpräsidenten habe es Bedenken gegeben, effektivere Regelungen im Rundfunkstaatsvertrag seinen daher wünschenswert. Solchen Überlegungen erteilten sowohl KEK-Geschäftsführer Bernd Malzanini als auch der Vizepräsident des Bundeskartellamts, Peter Klockner, eine Absage. Beide Institutionen haben, so Malzanini, „nur das getan, wofür sie eingesetzt sind, nämlich Missbrauch von Meinungsmacht entgegen zu wirken.“

Auch die von Franz Müntefering ins Leben gerufene „Heuschrecken“-Debatte, wurde in Tutzing wieder belebt. Diese Haltung, so Weischenberg, schiebe beiseite,

dass deutsche Medienunternehmen wie Bertelsmann, Springer, Bauer, Burda oder die WAZ-Gruppe „seit Jahren jenseits der Grenzen dicke Gewinne einfahren“. Dass „Heuschrecken“ in beiden Richtungen unterwegs sind, war in Tutzing Konsens, zumal sich wohl auch niemand dem Vorwurf „ungeprüfter Vorurteile bis hin zu ausländerfeindlichen Begrifflichkeiten“ aussetzen wollte, die Meckel (u.a. auch für eine PR-Firma tätig, die Montgomery berät) in der Debatte um die Übernahme des Berliner Verlags durch den britischen Investor ausgemacht hatte.

Malzanini betonte, dass die der KEK übertragene Aufgabe, „vorherrschender Meinungsmacht vorbeugend entgegen zu wirken“, mit dem staatsvertraglich festgelegten Zuschaueranteilsmodell allein nicht zu leisten sei. Bei crossmedialen Verflechtungen, wie im Falle Springers, seien deshalb zusätzliche Berechnungen erforder-

lich gewesen, die kein unüberschaubares „Hexeneinmaleins“, wie von der Kritik behauptet, sondern „gerichtlich überprüfbar“ seien. Der heftig angegriffene Vorschlag, einen ‚Fernsehbeirat‘ zur Binnenkontrolle des fusionierten Medienunternehmens zu installieren, sei übrigens von Springer selbst gekommen. Die KEK habe dann auch einen Entwurf vorgelegen müssen, wohl wissend, dass dieser „nie akzeptiert werden konnte“. Eine späte Verwirklichung der 68er Forderung „Enteignet Springer!“ wäre das gewesen, meinte Meckel, schon „aus aktienrechtlichen Gründen unmöglich“.

Klocker legte dar, dass auf dem Fernsehwerbemarkt, dem Lesermarkt für Straßenverkaufszeitungen und auf dem bundesweiten Anzeigenmarkt Springers Aufstieg zum Fernsehveranstalter „nach dem Kartellrecht zu einer nicht genehmigungsfähigen Marktmacht geführt“ hätte. Das bisherige marktbeherrschende Duopol von Bertelsmann und ProSiebenSat.1 wäre mit dem Hinzutreten Springers durch Angleichung der Strukturmerkmale weiter gestärkt worden mit der Folge

„wettbewerbsbeschränkenden Parallelverhaltens“. Kampagnen-Journalismus in Bild hat es immer schon gegeben. Trotzdem ist es gut, wenn das mal wieder belegt wird, wie in der Untersuchung von Jens Harden im Auftrag des NDR. Just bis vor Bekanntgabe des Scheiterns der Megafusion wurde dem „Saustall ARD“ die Schleichwerbe-Affäre „um die Ohren gehauen“, während derselbe Vorgang in Sat.1 kaum Thema gewesen sei. Wie hätte Springer nach dem Megadeal mit ProSiebenSat.1 wohl berichtet?

„Ökonomische Macht muss kontrolliert werden. Das Kartellrecht schützt den Wettbewerb und nicht den Wettbewerber“. Und: „Ohne selbstbewussten, aufklärenden Journalismus und innere Medienfreiheit keine Meinungsvielfalt!“ Martin Dieckmann von ver.di hatte das in die Abschlussdiskussion eingebracht, heftig attackiert von Helmut Heinen, Präsident des Bundesverbandes Deutscher Zeitungsverleger: „Das wäre die Abkoppelung der wirtschaftlichen Verantwortung des Journalismus. Das wichtigste ist für uns der Markt!“ *Christina Oberst-Hundt* ■



Gegenwind

Seit knapp 17 Jahren wird die mediale Landschaft im hohen Norden Deutschlands durch ein besonderes Magazin bereichert, den „Gegenwind“.

„Politik und Kultur in Schleswig-Holstein und Mecklenburg-Vorpommern“ lautet der Untertitel der Broschüre aus dem Kieler Magazin-Verlag, der sich seit 1979 spezialisiert hat auf Hefte mit Dritte-Welt-Thematik. Als Herausgeberin fungiert die Gesellschaft für politische Bildung e.V. 211 Ausgaben des unkommerziellen Hefes sind bisher erschienen.

Mit dem „Gegenwind“ untrennbar verbunden sind zwei „Männer der ersten Stunde“: Reinhard Pohl und Henning Hofmann. Während Pohl sich um den Inhalt kümmert, übernimmt sein Partner das Layout.

Ursprünglich stellte die DIN A4 Publikation einen Mitglieder-Rundbrief der alternativen Netzwerk-Selbsthilfe von Hamburg, Lübeck und Kiel dar. Als

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.

die Hamburger absprangen und sich alles auf den Magazin-Verlag konzentrierte, war das bis heute im Abo oder an ausgewählten Verkaufsstellen zu erwerbende journalistische Pflänzchen geboren. „Gegenwind“ leistet sich regelmäßig die etwas andere Meinung. Zu Wort kommen Bürgerinitiativen, Umweltgruppen, antifaschistische Organisationen und soziale Bewegungen, die andernorts meist kein Gehör finden. Mal hat das Heft 32 Seiten, mal 48. Dazu wird die Periodika durch Sonderdrucke wie „Gesunde Ernährung“ oder „Alternative Energien“ ergänzt. Im „Gegenwind“ finden sich nur wenige Anzeigen, bei Sonderthemen „beißen“ aber mehr Inserenten an. „Wir laden engagierte Gruppen aus dem links-alternativen Spektrum ein, uns ihre Texte zu schicken. Die kommen journalistisch leicht bearbeitet ins Blatt“, erläutert Pohl das Konzept. „Ist in den Manuskripten beispielsweise von ‚Bullen‘ die Rede, ändern wir das in ‚Polizeibeamte‘“, ist der 47-Jährige um Seriosität bemüht. „Als Schleswig-Holsteins Ministerpräsident Peter Harry Carstensen zur Pressekonferenz über den Dialog mit dem Islam eingeladen hatte, war keine Tageszeitung des Landes, kein Sender im Landeshaus. Nur wir vom Gegenwind und ein Kollege des türkischen Hürriyet interessierten sich dafür“, schildert Pohl den Anspruch, über Themen

zu berichten, die andere ausblenden. Sieht man Redakteure aus den etablierten Zeitungshäusern im Landtag mit Anzug und Krawatte recherchieren, so ist Pohl mit Pulli, Parka und Jeans vor Ort. Bis 1993 kam „Gegenwind“ zweimonatlich heraus, dann wurde auf monatliches Erscheinen umgestellt. Die Auflage liegt meist bei 1500 Exemplaren. Gern erinnert Pohl sich an 1999: „Mit einem Themenschwerpunkt zur Reemtsma-Wehrmachtsausstellung haben wir fast 18.000 Exemplare abgesetzt!“ – das bisherige Highlight der „Gegenwind“-Historie. Eine Schwäche: Pohl kennt den eigenen Leserkreis fast nicht: „Kommt er aus der Szene, aus der Öko-Ecke – ich weiß es nicht.“ Rund 20.000 Euro im Jahr nimmt der Verlag mit „Gegenwind“ ein, bei Druckkosten von 9.000 Euro und den Auslagen für Vertrieb/Versand, Telefon und laufende Betriebskosten wird zwar kein Verlust gemacht, es bleibt aber auch nichts übrig. Die Aussage „Gehälter oder Honorare gibt es nicht bei uns“, verwundert also kaum. Und warum tut man sich trotzdem jeden Monat den Produktionsstress an? „Weil es Spaß macht, und wir die etwas andere Meinung in der hier etablierten Zeitungslandschaft darstellen“, so Pohl. *Dieter Hanisch* ■ Kontakt: 0431/56 58 99, www.gegenwind-online.de oder www.gegenwind.info

Thomas Leif
Rudolf Speth (Hrsg.)
Die fünfte Gewalt
Lobbyismus
in Deutschland

► **Buchrezension: Die fünfte Gewalt – Lobbyismus in Deutschland**

Unheimliche Mächte

Heimlich, still und leise haben sie sich etabliert im neudeutschen Politsystem: die Lobbyisten. Zunehmend beeinflussen sie nicht nur Politiker, sondern auch die Journaille. Man erhält Einladungen zu Events, Partys, Hintergrundgesprächen – flugs ist man umgarnt und hält für objektive Informationen, was bloße Propaganda ist. Jemand, der das lieber kritisch durchleuchtet, statt sich manipulieren zu lassen, ist Thomas Leif, Vorsitzender vom Journalistenverbund „netzwerk recherche“ und Chefreporter beim Fernsehen des SWR. Zusammen mit dem Politologen Rudolf Speth gibt Leif Bücher heraus – eines, „Die stille Macht“, prägte bereits ein zur Redewendung gewordenes Synonym für den neuen Berliner Lobbyismus. Das jüngste Werk der beiden geht noch einen Schritt weiter: „Die fünfte Gewalt – Lobbyismus in Deutschland“ vereint Essays von 19 Autoren zu einer aufrüttelnden Zustandsbeschreibung nebst Trendprognosen. Aus verschiedensten Bereichen wird rapportiert, mit welchen Methoden sich die diversen Industrien durchsetzen. Wie unheimliche Mächte wirken sie hinter den Kulissen. Da locken Zigarettenhersteller mit „Blauen Stunden“ zum Qualmen und Kontakteknüpfen, während sie Studien sponsern, die Passivrauchen als unschädlich darstellen.

Den Nebel der Noblesse verströmen auch jene neoliberalen Zirkel, die sich als Teil der Schickeria ganz mondän geben. So wird Berlins Prachtboulevard Unter den Linden scherzhaft „Unter den Lobbyisten“ genannt – dort bearbeiten die hoch bezahlten Schönredner ihre Opfer nämlich vorzugsweise: in feinen Cafés

und Restaurants, in schneien Kanzleien und Agenturen. Es ist also kein Wunder, wenn Stromkonzerne mit angeblich guten Nachrichten auftrumpfen können, obwohl sie bei Übernahmen Stellen streichen und die Verbraucher mit überhöhten Preisen quälen. Die ZDF-Reporterin und Publizistin Ulrike Hinrichs weist zudem präzise bis ins Detail eines Tagesablaufes nach, wie fest Politiker im Griff der Lobbyisten stecken – manche wechseln denn auch die Seite, als wäre nichts dabei. So Wolf-Dieter Zumpfort, früher Bundes- und Landtagsabgeordneter, heute Chef der TUI. Ein Interview mit ihm von Leif zeigt, wie Lobbyisten ihre Möglichkeiten potenzieren: Entscheidungen werden immer häufiger in vor- und außerparlamentarischen Grauzonen getroffen. Die grundlegende Idee der Demokratie, dass die vom Volk gewählten Vertreter transparent und ohne Fremdeinfluss regieren sollten, hat da keine Chance. So kam es zu Hartz IV – und so werden weitere, auch mehrheitsfeindliche Gesetze ausgetüfelt. Hoffnung setzt das Buch auf die Pressefreiheit, die zu kritischer Berichterstattung verpflichtet; doch auch für Journalisten werden die Dinge immer komplizierter. Das gilt fürs Gesundheitswesen mit all den Pharma-Gruppierungen ebenso wie für positiv besetzte Lobbys, die der Umwelt etwa. Den Gewerkschaften ist hier ebenfalls ein Kapitel gewidmet. Laut Autorin Anke Hassel besteht die Chance des DGB darin, ein Lobbyverband wie jeder andere zu werden – um dort Einfluss anzustreben, wo es die Gegner tun: an der Lobby-Front Berlin.

Gisela Sonnenburg ■

Thomas Leif/
Rudolf Speth
(Hrsg.):

Die fünfte Gewalt
– Lobbyismus in
Deutschland

VS
Verlag für Sozial-
wissenschaften,
Wiesbaden 2006

368 Seiten
19,90 Euro

ISBN
3-531-15033-2

Flurbereinigung

Traditionsblatt Buerische Zeitung und Meinungsvielfalt geopfert

Der hohe Besuch hatte sich höflich angekündigt: Mit der Schließung dreier Lokalredaktionen der Ruhr Nachrichten (Bottrop / Gladbeck / Gelsenkirchen) beginne für die Buerische Zeitung (BZ) eine „neue Zeitrechnung“, über die man reden müsse. Als Verleger Kurt Bauer, Besitzer des gleichnamigen Zeitungshauses in Marl, dann am 30. März in der Gelsenkirchener Hagenstraße erschien, waren die Beschäftigten sprachlos. Sie erhielten pünktlich zum Quartalsende ihre Kündigung.

19 Journalisten, 20 Pauschalisten und rund 80 Zusteller sind davon betroffen. Der Schock saß tief. Immerhin schrieb und schreibt das Lokalblatt schwarze Zahlen. Rund 3,5 Millionen Euro sollen es in den letzten zehn Jahren gewesen sein. Mehr noch: Die Buerische Zeitung hatte allein in den letzten Wochen fast 1.000 neue Abonnenten gewonnen. Dennoch soll das Blatt, das bereits Vorbereitungen für eine umfangreiche Sonderausgabe zum 125-jährigen Jubiläum traf, am 31. Sep-

tember eingestellt werden. Angeblich droht die Gefahr „tieferer Zahlen“. Grund: Die eingestellte Lokalausgabe der Ruhr Nachrichten (RN) war bisher von der BZ geliefert worden. Der finanzielle Verlust würde jedoch, so ein Redaktionsmitglied, „durch die Neuabonnenten zu einem Großteil wieder ausgeglichen“. Außerdem sind bisher keinerlei Sparangebote (etwa kostenlose Mehrarbeit oder prozentualer Lohnverzicht des Verlegers) an seine Mitarbeiter bekannt. Von Abfindungen oder Übernahmeangeboten ist bis zum Redaktionsschluss dieser M-Ausgabe ebenfalls nichts zu hören gewesen.

Tatsächlich geht es wohl um etwas ganz anderes: „Flurbereinigung“ im Zeitungswesen vermuten Mitarbeiter des Blattes. Das Bundeskartellamt hatte im vergangenen Jahr der Westdeutschen Allgemeinen Zeitung und den Ruhr Nachrichten die Genehmigung für eine Druckkooperation erteilt. Im Januar 2006 gab das Dortmunder Verlagshaus Lensing-

Wolff die Schließung der RN-Lokalredaktionen Bottrop, Gladbeck und Gelsenkirchen bekannt. Damit hat die WAZ in den Nachbarstädten eine unangefochtene Monopolstellung. Nicht so in Gelsenkirchen. Hier stand noch die Buerische Zeitung mit ihren rund 8.000 Abonnenten im Wege. Sie garantierte mit ihrer Konkurrenz nicht nur Meinungsvielfalt, sondern auch monopolfreie Anzeigenpreise. Das ist jetzt vorbei. In der 250.000-Einwohnerstadt wird es ab Herbst nur noch eine publizistische Meinung geben: Die der WAZ.

Das will der ver.di-Bezirk Emscher-Lippe-Süd nicht stillschweigend hinnehmen. Er hat als erste Aktion eine Protest- und Solidaritätsveranstaltung mit einer öffentlichen Diskussion organisiert. Motto: „Rettet die Buerische Zeitung“. Neben dem Gelsenkirchener SPD-Oberbürgermeister Frank Baranowski werden dort der dju-Landesvorsitzende Udo Milbret, der Medienwissenschaftler Horst Röper (Formatt Institut) und der Journalistik-Professor Karl-Martin Obermeier Stellung zu dem Schließungshandstreich beziehen. Ob auch ein Vertreter der Zeitung anwesend ist, bleibt fraglich. Nach anfänglichem Widerstandsgeist scheint jetzt die Angst in der Redaktion vorzuherrschen.

Werner Schlegel ■

Neue Zeitung in Hamburg

Selbstbewusster Start mit farbigen 100 000 Exemplaren

Hamburg hat mit der Hamburger Initiativenzeitung, kurz HIZ, eine neue Zweimonatszeitung. Das Konzept – Nachrichten von unten, kostenlos und eine hohe Auflage – eigne sich auch für andere Städte, meinen ihre Macher.

Bescheiden sind sie nicht, die neuen Hamburger Blattmacher. Gleich 100.000 Exemplare der 32-seitigen, durchgängig vierfarbigen Startausgabe haben sie drucken lassen. Das sei, meint Herausgeber Ralf Flechner, wahrscheinlich noch nicht einmal genug. Denn das Spektrum der Leserschaft reiche von Gewerkschaften über Bürgervereine bis hin zu Polit-Initiativen und Schülervertretungen. Alleine ver.di habe ja schon mehr als 100.000 Mitglieder in Hamburg, sagt der 57-jährige, der gemeinsam mit einem guten halben Dutzend Mitstreitern vom Dachgeschoss seines Einfamilienhauses am Hamburger

Stadtrand aus die neue Hamburger Stadtzeitschrift HIZ gegründet hat.

Entstanden ist die Idee aus der Walddörfer Umweltzeitung, die der Ex-Sozialpädagoge und gelernte Journalist Flechner bereits seit fünfzehn Jahren gemeinsam mit anderen herausbringt. Was im Kleinen in Hamburgs Walddörfern erfolgreich sei und sich finanziell trage, könne auch in der gesamten Stadt funktionieren, meint Flechner. Hamburg brauche angesichts der Springer-Presse, die die Zeitungslandschaft in der Hansestadt mit ihren Tageszeitungen und kostenlosen Wochenblättern dominiere, ein Sprachrohr für die Aktiven der Stadt, die in den Springer-Blättern kaum Gehör finden.

Flechner und seine fünf Mitstreiter, die neben viel Engagement auch 55.000 Euro in eine GmbH in Mitarbeiterhand gesteckt haben, wollen ihr Projekt innerhalb von zwei Jahren finanziell so abgesichert

haben, dass neben den anfallenden Druck- und Sachkosten auch angemessene Honorare gezahlt werden können. Helfen sollen dabei auch die Leser, indem sie gemeinsam mit der GLS Gemeinschaftsbank Bürgschaften geben für einen Fonds, aus dem Investitionen wie beispielsweise eine häufigere Erscheinungsweise finanziert werden können. Dass sich das alles ein wenig nach längst verblichenen Zeitungen und Konzepten aus vergangenen Jahrzehnten anhört, gibt Flechner gern zu. „Deswegen kann es ja heute trotzdem gut funktionieren“, meint er. Außerdem gehe man ja auch mit der Zeit, mit der ständig aktualisierten Internetseite beispielsweise.

Inhaltlich dreht sich die erste Ausgabe in erster Linie um klassisch alternativ besetzte Themen – vom Protest in der Umweltbehörde über die Volksgesetzgebung bis hin zur Initiative gegen Autobahnlärm. Die HIZ versteht sich als Zeitung von unten, als mediales Angebot an Initiativen, Organisationen und Vereine. Das, glaubt Flechner, würde bestimmt auch in anderen Städten funktionieren. Mehr unter: www.initiativenzeitung.org

Jörn Breiholz ■

Anzeige

Schrumpfmodell

taz-Lokalteile durch Norddeutschland-Seite ersetzt

Nach monatelangem Streit um das Überleben der taz-Lokalteile Hamburg und Bremen ist jetzt ein Kompromiss gefunden worden: Die Lokalseiten wurden eingedampft, aber nicht völlig weggespart.

Die taz-Beilagen an Elbe und Weser sind der Berliner Zentrale schon seit Jahren mehr teuer als lieb. Bereits 2003 mussten die in der Regel vierseitigen Lokalteile auf die Hälfte ihres Umfangs verzichten. Die andere Hälfte wurde mit manchmal eher belanglosen Texten aus dem restlichen Norddeutschland gefüllt – im Irrglauben, dass sich dort neue Leser gewinnen ließen. 2005 heckten Chefredaktion und Vorstand dann das nächste Sparkonzept aus: Die verlustreichen Lokalseiten sollten komplett durch Norddeutschland-Seiten ersetzt werden. Nach örtlichen Proteststürmen wurde schließlich ein Kompromiss ausgehandelt: Seit 18. März erscheint in

Hamburg und Bremen nur noch je eine Lokalseite, neuerdings am Ende der jeweiligen Beilage. Dafür wurden die gemeinsamen Nord-Seiten (taz nord) von zwei auf drei aufgestockt. Hier gibt es nicht nur Geschichten aus Schleswig-Holstein, Niedersachsen und Westmecklenburg, sondern auch das Wichtigste aus den beiden Hansestädten, soweit es den ganzen Norden interessieren könnte – was eher selten ist, denn die viereinhalb Bundesländer haben keine gemeinsame Nord-Identität.

In Werbebeilagen verkauft die taz-Zentrale das Sparkonzept unlautererweise als Fortschritt. Zwar bemüht sich die Nord-Redaktion unter ihrem neuen Chef Jan Kahlcke mit einigem Erfolg um eine interessante Themenmischung und ermöglicht damit manch aufschlussreichen Blick über ihren Tellerrand. Aber letztlich wird das nordische Allerlei niemandem richtig gerecht. Die Flächenländer können

nicht ausführlich genug abgedeckt werden, und die Hanseaten werden schlechter bedient als vorher. Für sie ist Zeitungslernen zum Suchspiel geworden: Mal stehen ihre örtlichen Themen im Lokalen, mal auf den Nord-Seiten, mal zusätzlich im überregionalen Teil – oder auch in allen drei Ressorts zugleich, natürlich unterschiedlich aufbereitet. Zudem fehlt der tägliche Veranstaltungskalender. Auch die Optik hat gelitten: Nach der Hamburger wurde auch die Bremer Fotoredaktion aufgelöst. Das Aufmacherfoto kommt jetzt oft von dpa, und manch Schreiber muss selber auf den Auslöser drücken.

Ansonsten trifft der Stellenabbau vor allem den Verlag. In beiden Städten zusammen schrumpft die gesamte taz-Belegschaft bis Dezember von etwa 40 auf rund 30 Beschäftigte. In Hamburg wurde für die Ausscheidenden ein Sozialtarifvertrag vereinbart: Sie können für ein Jahr bei rund 80 Prozent ihres bisherigen Gehalts in eine Beschäftigungsgesellschaft wechseln; zudem erhalten sie laut dju-Landesgeschäftsführerin Eva Schleifenbaum „eine für derzeitige Verhältnisse im Hamburger Verlagsbereich gute Abfindung“.

Eckhard Stengel ■



Ohne Glamour

Jugendliche machen ihre eigenen Zeitschriften ohne Bevormundung

lich und kostenfrei, weil sowieso unbezahlbar“, wie es im Editorial stolz heißt. „Wir Jugendlichen sind lange genug bevormundet worden“, sagt Öffentlichkeitsarbeiter Oskar Piegsa. „Wir wollen keine Call-In-Shows und Ratgeberseiten, wir wollen unsere eigene Zeitschrift.“ Freihafen versteht sich als „Plattform“ und „Sprachrohr für die Hamburger Jugend“. Die ehrenamtliche Redaktionsarbeit ist offen und basisdemokratisch organisiert. Jede(r) zwischen 15 und 28 Jahren kann zu den alle zwei Wochen stattfindenden öffentlichen Treffen kommen und als Autor/in, Fotografin/in oder Grafiker/in zum Gelingen der Zeitschrift beitragen.

Freihafen steht für einen neuen Trend in der Jugendpresse: umsonst verteilte regionale Monatsblätter, journalistisch ambitioniert, farbig, aber aus Kostengründen auf Zeitungspapier gedruckt. Von der Hochglanzkonkurrenz wie Bravo, Yam, Popcorn oder Youngmiss will man sich nicht nur äußerlich abgrenzen. Vorbilder für das Hamburger Projekt waren Yaez aus Stuttgart, ein früheres Online-Magazin,

das inzwischen in gedruckter Form in ganz Baden-Württemberg erhältlich ist, und der Spiesser aus Dresden. Die sächsische Zeitschrift wird inzwischen in allen neuen Bundesländern verteilt.

Inhaltlich verbindet die drei Jugendblätter, dass sie auf Prominentenklatsch und Glamour bewusst verzichten. Wie Stars und Sternchen leben, welche Sexpraktiken oder teuren Modetrends angeblich gerade angesagt sind, solche Themen überlässt man weitgehend den etablierten Wettbewerbern. Das schließe Interviews mit Popmusikern oder Schauspielerinnen keineswegs aus, betont Michael Hartung von Yaez, der das eigene Blatt (Auflage 96.000) irgendwo „zwischen Generalsekretären und Girlgoup“ verortet. Er plädiert für eine Mischung aus Politik und Lifestyle. Geschichten über Schülerpraktika, Auslandsaufenthalte oder den Führerschein finden so ihren Platz. Ausbildung und Studium sowie die Ablösung vom Elternhaus sind wichtige praktische Anliegen, die in Variationen immer wieder aufgegriffen werden.

Anders sein als „Bravo“ & Co.: Unabhängige, in Regionen und Großstädten verankerte Jugendzeitschriften wollen sich jenseits des Mainstreams etablieren.

„Man braucht nur mal ins Musikfernsehen reinzappen oder am Kiosk eine Teenie-Zeitschrift durchblättern, um zu erkennen: Die Jugend in Deutschland ist verloren.“ Selbstironisch charakterisiert die Zeitschrift Freihafen, herausgegeben von der Jungen Presse Hamburg, die eigene Zielgruppe: „Eine hirnlose Masse gieriger Konsumenten, arbeitsunwillig, protestwählend und unbelehrbar. Noch nicht einmal schreiben können sie richtig. Oder vielleicht doch?“ Freihafen erscheint seit März 2005 in der Hansestadt – in einer Auflage von 20.000 Exemplaren „monat-

Der Spiesser widmete dem Thema „Frisch gestrichen! Das erste Mal umziehen“ gleich eine eigene Beilage – garniert mit Anzeigen von Stadtwerken, Wohnungsbaugesellschaften oder Sparkassen. Bei dem einst an einem Dresdener Gymnasium gegründeten Blatt florierte das Geschäft mit den regionalen Werbekunden. Eine ganze Anzeigenseite kostet in der Gesamtauflage von 300.000 Exemplaren immerhin rund 10.000 Euro. Während sich das „größte ostdeutsche Jugendmedium“ (Eigenlob) auf dem Werbemarkt etabliert hat, tun sich die westdeutschen Pendants noch schwer. „Wir haben mehr Anzeigen als beim Start“, betont Oskar Piegsa vom Freihafen. Sein Kollege Michael Hartung von Yaez verweist auf die Krise beim einst unbestrittenen Marktführer Bravo. Dessen einstige Auflage von 1,2 Millionen Heften hat sich seit Ende der neunziger Jahre mehr als halbiert. Hartung bewertet diesen Niedergang als deutlichen Beleg dafür, dass die „einst wichtigste deutsche Jugendzeitung“ den richtigen Ton nicht mehr trifft. Die „Dr. Sommer-Schreibe“ sei einfach „nicht mehr zeitgemäß“.

Ein schlüpfriger Umgang mit Sex-

themen, wie ihn etwa Yam praktiziert, verbietet sich für die kostenlose Jugendpresse schon wegen ihres Vertriebssystems. Die Zeitschriften liegen nicht nur in Kneipen, Clubs, Cafes oder Bibliotheken aus, sondern werden auch an Schulen, Universitäten und anderen Bildungseinrichtungen verteilt. Die Macher legen Wert auf Glaubwürdigkeit, Seriösität und authentische Schreibe. „Das Heft kommt aus der Zielgruppe selbst und von Herzen, es ist sehr viel Idealismus dabei“, glaubt Spiesser-Chefredakteur Peter Stawowy.

■ Gewerkschaft unterstützt ran

Eine dezidiert politische Jugendberichterstattung jenseits des Bravo-Mainstreams lieferte einst der Blickpunkt. Vom Berliner Landesjugendring herausgegeben, verschwand das Blatt, als es (auch aus politischen Gründen) auf öffentliche Zuschüsse verzichten musste. Ebenso umstritten war stets die von den Gewerkschaften unterstützte Jugendzeitschrift ran, die sich bemüht, neben kulturellen Berichten auch Themen aus der Arbeitswelt aus der Sicht von Auszubildenden und Jugendlichen aufzugreifen. Das Maga-

zin, das inzwischen im eigenen Verlag erscheint, war in der Vergangenheit mehrfach von Einstellung bedroht. Vorläufig ist die Finanzierung zwar gesichert, ran bleibt aber neben den Abonnements auf eine garantierte Mindestabnahme innerhalb der DGB-Organisationen angewiesen.

Experimente mit unabhängigen Jugendmedien werden immer wieder gestartet – und häufig schnell wieder beendet. Zuletzt stellten monomag (Berlin) und clash (München) ihr Erscheinen ein. Im Rhein-Main-Gebiet kam in den neunziger Jahren der Auspuff heraus. „Das junge und freche Magazin“ aus Frankfurt wurde im Gegensatz zum heute üblichen Gratisvertrieb für 2,50 Mark verkauft. Die Auflage kam deshalb über 10.000 Exemplare nie hinaus. Wie in anderen unterfinanzierten Projekten war zudem die Fluktuation unter den ehrenamtlichen Redaktionsmitgliedern hoch: Ohne berufliche Perspektive wanderten die Schreiber/innen mit ernsthaften journalistischen Ambitionen im Laufe der Zeit ab. Die kostenlose Verteilung und ein solides Anzeigenpolster sind für die regionale Jugendpresse offenbar überlebenswichtig.

Thomas Gesterkamp ■

Anzeige

Mächtige Journalisten?

Mainzer Tage der Fernsehkritik und die Mediendemokratie

Sind wir Journalisten mächtig oder nicht? Leiden wir unter Machtmissbrauch der Politiker oder üben wir ihn selbst aus? Sind weitere Kontrollgremien zur Medienaufsicht vonnöten oder müssten die bereits existierenden nur effektiver gestaltet werden? „Macht und Medien“ ist ein spannendes Thema – und die Mainzer Tage der Fernsehkritik sind eine wichtige Institution, darauf kann man sich sicherlich einigen. Doch warum tauschen sich hier weitgehend nur diejenigen miteinander aus, die sich sowieso fast täglich in den Chefetagen die Hände schütteln?

Davon, dass der Kampf ums Politiker-Interview Reporter schon einmal auf die Knie vor einem bequem sitzenden Joschka Fischer trieb – um in Augenhöhe zu bleiben, spitzte ZDF-Moderatorin Marietta Slomka im Interview mit dem Ex-Außenminister zu. Doch sind Journalisten, Programmmanager, Fernsehkritiker und Medienwissenschaftler im Kongreßzentrum des ZDF bei den 39. Mainzer Tagen der Fernsehkritik unter sich, um zu reflektieren, geht es selbstbewusster zu.

■ Krieg der Plattformen

„Nur mit einer konsequenten Neuordnung kann unsere Mediendemokratie weiter funktionieren“, eröffnete der Hausherr, ZDF-Intendant, Markus Schächter – und unterstellte somit, wir hätten diese weitgehend: Einzig neue Technologien und Global Player bedrohten den guten, alten öffentlich-rechtlichen Rundfunk. „Ein Krieg der Plattformen“ kündige sich an. Der ehemalige Verfassungsrichter Dieter Grimm rief ins Gedächtnis, dass die Rundfunkfreiheit in der Erfüllung einer gesellschaftlichen Funktion beruhen solle, „auf der Basis von verfassungsrechtlichen Grundrechten“, insofern „eine dienende Freiheit“ sei. Er mahnte externe Kontrollinstanzen an, die eine verfassungsrechtliche Produktqualität prüfen sollten. Dass es diese Aufsichtsgremien, die Rundfunkräte für öffentlich-rechtlichen Rundfunk, und die Landesmedienanstalten für den kommerziellen Rundfunk, bereits gibt, davon war kaum die Rede. Ebenso wenig davon, auf welche Weise sie – soweit sie denn halbwegs funktionieren – mal mehr und mal weniger engagiert in mühevoller Kleinarbeit ihre Arbeit versehen: Mitunter im Kampf gegen unklare und diffuse

Regelungen des Gesetzgebers. Grimm beschränkte sich darauf, den Landesmedienanstalten die Leviten zu lesen und erhielt, wie zu erwarten, in den Hallen des ZDF Applaus. Doch was ist mit den Rundfunkräten? Nimmt man sie in den Redaktionen als Medienwächter wahr?

■ Debatte nur im Insider-Rahmen

Die graue Theorie wurde aus den hehren Elfenbeintürmen nicht auf die Praxis heruntergebrochen. Nun, die interessantesten Gespräche gibt es bei Kongressen bekanntlich meist in den Pausen. Von unten betrachtet, sieht die Welt anders aus: Sonia Mikich (ARD-Magazin Monitor) befand eine permanente Berufung auf Rechtsparagrafen im journalistischen Alltag als wenig produktiv. Im Gegensatz zu den Anfängen ihrer Redakteurslaufbahn sei sie derzeit gehalten, Inhalte zunehmend vom Justiziar prüfen zu lassen. Was für mutigen Journalismus keineswegs förderlich sei. Die aktuelle politische Berichterstattung verzögere und erschwere sich. Bürokratische Juristerei trete häufig anstelle kritischer Würdigung.

Ein weiteres Pausengespräch: Matthias Haus (Architekturstudent, im Nebenjob Kabelträger beim ZDF) fühlt sich „vom Fernsehprogramm unterfordert“. Vor allen Dingen bedauerte er, dass die Diskussionen der Mainzer Tage der Fernsehkritik nur auf Phoenix übertragen – ansonsten jedoch im intimen Insider-Rahmen verbleiben und kaum öffentlich werden.

Dass die Mainzer Tage der Fernsehkritik doch ihren Namen wert waren, weil einzelne zivilcouragierte Publizisten nicht auf Schmusekurs gingen und Machtmissbrauch thematisierten, erfuhren Matthias Haus und seine drei Kommilitonen also nur, weil sie hier die Kabel der Kamera schleppten. Der ehemalige Geschäftsführer des Grimme Instituts, Bernd Gäbler, plauderte in seiner Podiumsrunde unter dem Titel „Bestens im Bilde – oder zu nah dran“ aus dem Nähkästchen. Von außen müsse der allseits beklagte „Einfluss der Politik auf die Journalisten“ gar nicht kommen. Die „Große Koalition“ sei im Sender selbst umgesetzt. Wie nachschlichten Abzählreimen seien die öffentlichen-rechtlichen Sendeanstalten mit parteipolitischem Personal bestückt: Einer CDU, einer SPD ... Es gebe das geflügelte Wort vom „Umlackieren“: „Wenn einer

seinen angestammten politischen Platz verlässt und ins andere Lager wechselt“. Mit diesen Internas konfrontierte Gäbler genüsslich den langjährigen ARD-Chefredakteur Hartmann von der Tann. Ergebnis seien öde Parteitagsberichte, die schon die Cutter im Schneiderraum zum Gähnen brächten. Die von Gäbler vorgeschlagene Lösung hieß nun allerdings nicht, Anarchisten, Kommunisten, Bürgerrechtler, Feministinnen, Schwule und Globalisierungskritiker einzustellen – er forderte einzig „einen Autor mit einer guten Handschrift“. Anderes wäre wohl auch zu dreist gewesen. Bekam doch selbst Peter Klöppel („das seriöse Gesicht von RTL“) als Reaktion auf sein harmloses Ansinnen, vermehrt mit Bürgern und nicht nur mit Politikerköpfen Fernsehen machen zu wollen, vom ZDF-Chefredakteur Nikolaus Brender ein wütendes „Dann müssen Sie die parlamentarische Demokratie abschaffen“ zugezischt.

■ Weitgehende Unklarheit über publizistische Grundsätze

Weiterhin wurden Ideen debattiert, die man aus publizistischen Anfängerkursen kennt, hier aber relativ neu zu sein schienen. Stefan Hebel, Textchef der Frankfurter Rundschau, fühlte sich bemüßigt, zu erinnern, dass Journalisten doch auch selbst Themen besetzen und in Schulen, Universitäten, Krankenhäusern und Betrieben recherchieren können. „Die Politik liegt auf der Straße“, so Hebel. Auch unter Print-Journalisten herrscht über publizistische Grundsätze weitgehend Unklarheit: Hans-Ulrich Jörges (Stern-Kolumnist) sah die journalistische Aufgabe eher darin, „an der Vertrauensbildung zur Politik mitzuwirken“. Die Dimension der Pressefreiheit erfuhr in den Debatten auf dem Lerchenberg eine seltsame Auslegung. Nicolaus Fest (Bild Hamburg) triumphierte, Bild habe sich nicht hinreißen lassen, „Nachrichten zu unterdrücken“: Es ging um die „Nachricht“ der über ihren Orgasmus plaudernden baden-württembergischen SPD-Politikerin Ute Vogt! Uwe Vorkötter (Berliner Zeitung) empörte sich aufrichtig, dass Günter Jauch keine Berichterstattung über seine Heirat wollte: „Das lasse ich mir doch nicht vorschreiben“. Sage einer, Journalisten würden nicht machtvoll für eine „freie Presse“ kämpfen. Gitta Düperthal ■

Unzulässige Werbung

Regionalzeitung sendet im Offenen Kanal Kassel

Unter dem Titel „Alszus – Das Redaktionsmagazin“ kommt die Regionalzeitung Hessisch/Niedersächsische Allgemeine (HNA) seit Mitte Februar auch per Bildschirm zum „Leser“. Ausgestrahlt werden die 15 Minuten jeden Wochentag 17.45 Uhr vom Offenen Kanal (OK) in Kassel. Ver.di kritisiert die Zulassung dieses Magazins. In einem Schreiben an die für die zuständige Landesanstalt für privaten Rundfunk (LPR) weist ver.di darauf hin, dass es sich bei dem ausgestrahlten Programm nicht um Beiträge im Sinne der Regelungen zu den Offenen Kanälen handele. Das in der Redaktion der HNA produzierte Magazin sei aber offenbar ein Programm des Dierichs-Verlags aus der Ippen-Gruppe, in dem die HNA erscheint. Auch wenn die Anmeldung des Programms durch die Privatperson Horst Seidenfaden, HNA-Chefredakteur, erfolgt sei, lasse die HNA selbst kaum Zweifel an ihrer Urheberschaft und werbe für „Alszus“ mit dem Hinweis, „Redakteure der HNA berichten, was in der Zeitung von morgen stehen wird.“ Werbung aber sei im Offenen Kanal nicht zulässig. „Für uns ist völlig unverständlich, weshalb ein Unternehmen wie die Ippen-Gruppe mit erheblicher Meinungsmacht auf dem nordhessischen Zeitungsmarkt auf dem Umweg über einen Offenen Kanal Zugang zum Fernsehmarkt erhält,“ sagt Manfred Moos vom ver.di-Fachbereich Medien. Die LPR verlangte im Ergebnis ihrer April-Sitzung, vorerst die Sendung so zu gestalten, dass der Eindruck einer „HNA-Sendung“ nicht mehr entstehe. *red.* ■

Anzeige

Kräfte bündeln

Neuer BundesFilmverband – eine Initiative der Film- und Fernsehschaffenden

In ver.di gibt es seit wenigen Wochen einen BundesFilmverband. Gegründet wurde er auf Initiative der Beschäftigten der Film- und Fernsehproduktionswirtschaft, die in ver.di organisiert sind. Am Rande der Berlinale 2006 hat sich ein Vorstand konstituiert, dem auch Olla Höf, freie Filmeditorin, angehört.

M | Warum muss es eine spezifische Interessenvertretung für Film- und Fernsehschaffende in ver.di geben?

OLLA HÖF | Es gibt mehrere Gründe, die Aktivitäten der Filmbeschäftigten zusammenzuführen, nach außen und wie nach innen in ver.di. Der BundesFilmverband ist ja eigentlich die logische Konsequenz aus der Arbeit von connexx-av, der Interessenvertretung für Medienschaffende im privaten Rundfunk, Film, AV-Produktion und Neue Medien in ver.di. Connexx hat die Gewerkschaft auch bei den Filmleuten bekannt und akzeptiert gemacht. Wir haben eine wachsende Mitgliederzahl und jetzt kommt es darauf an, die Vertretung zu stabilisieren, ein besseres Netzwerk aufzubauen und zu zeigen, wir sind da.

Und nach innen: Es ist ja klar, je größer die Organisation, umso weniger Platz hat darin die Vertretung kleinerer Gruppen. Und die dauernden Organisationsreformen innerhalb von ver.di, geschehen offensichtlich nach dem Prinzip, wie viel Geld ist da, und nicht danach, was wäre für die Vertretung wünschenswert. Und wenn freiwerdende Sekretärsstellen überhaupt wieder besetzt werden, dann, so fürchten wir, nicht nach der Erfahrung und besonderen Qualifikation, sondern danach, wer gerade innerhalb der Organi-

sation da ist. Die vielen Wechsel in Organisationsform und Besetzung haben uns ganz schön gebeutelt. Es geht also auch darum, uns sinnvoller und besser zu positionieren in den zukünftigen Organisationsstrukturen.

Die Interessenvertretung der Film- und Fernsehschaffenden war bisher auf die Filmverbände in Nord, Süd und Berlin-Brandenburg konzentriert. Und jetzt kommt endlich noch für NRW und Rhein-Main ein Filmverband West hinzu. Um die bundesweiten Aufgaben zu koordinieren, gab es bisher die regelmäßigen Treffen der Filmverbandsvorstände. Diese Koordination und die Gesamtvertretung nach außen übernimmt jetzt der BundesFilmverband, in dessen Vorstand alle vier Filmverbände vertreten sind.

M | Welche Ziele verfolgt der BFV, was hat er sich für Aufgaben gestellt?

HÖF | Die Produktionsfirmen und die großen „Dienstleister“ (Kopierwerke, Lichtverleiher usw.) um die Produktion herum, sind bundesweit aktiv. Wir Filmschaffenden ebenfalls. Deshalb muß auch die Gewerkschaft hier stärker bundesweit agieren. Die Tarifverträge für die technischen Betriebe wie die für Film- und Fernsehschaffende werden ebenfalls bundesweit abgeschlossen. Und häufig sind die lokalen Sekretäre und Rechtsberater mit unseren komplizierten Arbeitsverhältnissen zwischen frei, auf Produktionsdauer- und/oder unständig beschäftigt auch überfordert. Da ist es wichtig, dass es für alle klar erkennbar einen Verband gibt, der Zuständigkeiten im Filmbereich bündeln und zusammen mit den Gewerkschaftssekretären und der Freienvertretung bei ver.di Erfahrungen besser weitergeben kann, z.B. für die Lobbyarbeit zur Verbesserung der Rahmenbedingungen in der Filmwirtschaft und der sozialen Sicherung der Filmschaffenden. Hauptaufgabe ist na-



Foto: Martin Winkelmann

**Olla Höf,
Vorstand im
Bundesfilmverband
Nord, Hamburg**

türlich weiterhin die Umsetzung der Tarifverträge.

Und wir planen ein Beratungstelefon für Filmleute ähnlich mediafon

mit Beratern aus dem Kreis der Filmschaffenden, ein Internetauftritt des BundesFilmverbandes und ein regelmäßiger Newsletter. Filmpolitische Aktivitäten sollen besser unter uns abgestimmt werden, so bei Förderungen, Preisen, Konferenzen. Außerdem wollen wir uns mehr in der beruflichen Aus- und Fortbildung engagieren. Weitere Vorschläge werden gerne angenommen.

M | Die Zusammenarbeit von ver.di mit berufsständisch organisierten Verbänden der Film- und Fernsehbranche hat gerade in jüngster Zeit wieder einige Blessuren davon getragen. Kooperationen wurden sogar aufgekündigt. Wie sieht das der neue Verband?

HÖF | Der BundesFilmverband in ver.di und die Berufsverbände der Filmschaffenden können sich in der Interessenvertretung ideal ergänzen. Das war uns immer bewusst und wir wollen die Zusammenarbeit. Auch wenn's manchmal heftig knallt, weil Führungsanspruch, Vertretungskultur und Interessen divergieren, es wird weiter z.B. einen gemeinsamen Tarifausschuss geben. Die Verbände, die eine Kooperation mit ver.di eingegangen sind, werden darin ein Stimmrecht haben. Die anderen möchten wir so weit einbinden, dass möglichst alle Berufsgruppen der Filmschaffenden in der Tarifarbeit vertreten sind. Auf anderen Gebieten z.B. Ausbildung hat die Zusammenarbeit bisher gut geklappt.

Das Gespräch führte
Karin Wenk ■

► BundesFilmverband

Vorstand des BundesFilmverbandes:
Bernhard Speck (München, Filmverband West)
Antje Schlüter (München, Geschäftsführender Bundesvorstand der Fachgruppe RFAV)
Olla Höf (Hamburg, Filmverband Nord)
Grube Venn (Köln, Filmverband Süd)
Jan-Peter Schmarje (Potsdam, Filmverband Berlin-Brandenburg)
Kontakt: peter.voelker@verdi.de



Foto: Hermann J. Haubrich

für diese Branche gibt es bereits – nachzulesen im Arbeitszeitgesetz. Aber nicht alle Alternativen, die von den entnervten Kolleginnen und Kollegen immer häufiger diskutiert werden, scheinen bei näherem Hinsehen erstrebenswert. Wer etwa darüber nachdenkt, die auf Produktionsdauer Beschäftigten dieser Branche in die Selbstständigkeit zu entlassen, hat nicht nur den dadurch wachsenden Konkurrenzdruck auf die Festangestellten sowie die in der Branche üblichen typischen Merkmale eines Arbeitsverhältnisses aus dem Auge verloren. Er (oder sie) riskiert, dass diese Selbstständigen aus jeder Form der sozialen Sicherung herausfallen.

Hartz-Schaden für den Film

Tarifvertrag federt ab – Blick über die Grenzen lohnt sich

„Basta!“ – mit diesem Wörtchen signalisierte der letzte Bundeskanzler das Ende jeder Diskussionsbereitschaft über seine Politik. Auch über das Ei, das die Hartz-Gesetzgebung zahlreichen Medien- und Kulturschaffenden ins Nest legte: die besonders harte Wirkung der verkürzten Rahmenfrist. Übersetzt: Wer Arbeitslosengeld 1 beziehen will, muss 360 sozialversicherungspflichtige Beschäftigungstage in den vergangenen zwei – statt zuvor drei – Jahren vorweisen. 360 Tage – dieses Volumen ist für viele Film- und Fernsehschaffende nicht erreichbar.

Das hat unterschiedlichste Gründe: So wird etwa in Wintermonaten wenig produziert. Proben und andere Vor- und Nachbereitungszeiten werden häufig nicht als Beschäftigungszeiten gerechnet. Hinzu kommen Abrechnungstricks: Urlaubstage werden ausgezahlt und gelten somit nicht als sozialversicherungspflichtige Tage, Mehrarbeit wird in Pauschalen versteckt und so weiter ...

Um die größten Folgen dieser Rahmenfristverkürzung abzufedern, hat ver.di einen Tarifvertrag mit den Produzentenverbänden abgeschlossen. Dessen Kern: Die überlangen Arbeitszeiten werden in sozialversicherungspflichtige Beschäftigungstage umgerechnet. Wer also mehr als 40 Stunden pro Woche arbeitet, parkt die Mehrarbeit und anfallende Zuschläge in einem Zeitkonto und ruft sie am Ende der Produktion als sozialversicherungspflichtige Tage ab. So können aus einer vierwöchigen Produktion mit gut zwölf

Arbeitsstunden am Tag leicht sieben Wochen Beschäftigung entstehen – wenn auch der Urlaub genommen wird. So haben viele Filmschaffende die Chance, den 360 Tagen deutlich näher zu kommen. Manche erreichen damit bereits den ALG 1-Anspruch in den Beschäftigungspausen.

■ Hausaufgaben gemacht

ver.di und die Beschäftigten haben also ihre Hausaufgaben gemacht, so weit dies möglich war – wobei der Hinweis darauf, dass auch der Gesetzgeber nachsteuern muss, nie fehlte. Denn der Tarifvertrag allein löst das Problem der Kultur- und Medienschaffenden nicht. Es gibt Branchen wie Privat- oder Projekttheater, für die vergleichbare Verhandlungen nicht in Sicht sind. In anderen Branchen wird die sozialversicherungspflichtige Beschäftigungsdauer von den Arbeitgebern bewusst limitiert. So praktizieren einige öffentlich-rechtliche Rundfunkanstalten das so genannte Prognose-Verfahren. Um das „Risiko“ zu minimieren, dass sich auf Produktionsdauer Beschäftigte einklagen, werden diese nur wenige Tage im Monat beschäftigt. Die Folge: Sie zahlen zwar Beiträge zur Arbeitslosenversicherung – können aber die erforderlichen Anwartschaftszeiten nie erreichen. Nun ist der Gesetzgeber dran. Und er könnte, wenn er denn wollte. Die neue Regierung hat bereits zaghafte Veränderungen an den unter Rot-Grün zementierten Hartz-Gesetz vorgenommen. Und: Gesetzliche Ausnahmeregelungen

■ Nachbesserung notwendig

Also lohnt ein Blick über die Grenzen, um zu prüfen, welche Regeln andere Länder für auf Produktionsdauer beschäftigten Medien- und Kulturschaffenden haben, um sie in der Arbeitslosenversicherung halten zu können. In der Schweiz etwa werden bei jeder Produktion die ersten dreißig Beschäftigungstage sozialversicherungsrechtlich doppelt angerechnet. Klingt erst einmal gut, kann aber der Persilschein für die Arbeitgeber sein, die Beschäftigten auch mit täglichen Doppelschichten zu disponieren. Das Ziel, das hinter dem Film-Tarifvertrag steckt – nämlich die real geleistete Arbeit der Medien- und Kulturschaffenden sichtbar zu machen – wird dadurch ausgehebelt.

Einleuchtender, innerhalb der Logik unserer gesetzlichen Systeme und als Reaktion auf die Hartz-Gesetze auch schlüssiger – und letztlich auch für die Bürokratie leichter handhabbar – wäre die Reduzierung der Anzahl der sozialversicherungspflichtigen Beschäftigungstagen, wie es die Franzosen für diese Branche praktizieren, bzw. der sich daraus ergebenden Beschäftigungstage, um es in deutsche Gesetzeslage zu übertragen. So gut hat dies in Frankreich funktioniert, dass die Planung, diese Regelung abzuschaffen, im Jahr 2004 wieder zurückgenommen wurde.

„Der Gesetzgeber hat mit den Hartz-Regelungen der Filmbranche enorm geschadet. Wenn er jetzt über eine – zweifelsfrei nötige – Nachbesserung nachdenkt,“ so Olla Höf vom Vorstand des BundesFilmVerbands (BFV) in ver.di, „sollte er eines im Hinterkopf haben: Wir Filmschaffenden arbeiten unter besonderen Bedingungen – nämlich sehr flexibel und mobil. Um ein professionelles Filmschaffen zu erhalten, muss der Gesetzgeber diese Realität unserer Branche berücksichtigen, wenn er den Filmstandort Deutschland dauerhaft erhalten will.“

Veronika Mirschel, Matthias von Fintel ■

Von Lohndumping und Profitgier

Starke globalisierungskritische Beiträge in Thessaloniki

Die Kinobranche beklagte unlängst einen Rückgang der Besucherzahlen. Vielleicht haben sich die Menschen an fiktiven Unterhaltungsfilmern, Stars und Special Effects allmählich satt gesehen, dass sie mehr über das wirkliche Leben erfahren wollen. Der erstaunliche Zuschauer-Boom auf dem „8. Thessaloniki Documentary“ legt eine solche These nahe. Das noch junge, kleine, engagierte Festival konnte mit einer Vielzahl brisanter politischer Beiträge immerhin doppelt so viele Zuschauer wie im Vorjahr anlocken und avanciert somit immer mehr auch zu einer ersten Adresse für den Dokumentarfilm.

Längst hat sich der Dokumentarfilm emanzipiert von der einst so klassischen Fernsehreportage mit einem oder mehreren Sprechern aus dem Off. Kinoerfolge wie „Nomaden der Lüfte“ oder „Blackbox BRD“ haben gezeigt, dass sich die narrativen Strukturen des Spielfilms durchaus übertragen lassen. Mehr und mehr Regisseure lassen Bilder und Protagonisten für sich selbst sprechen. Andere Dokumentationen leben von starken Protagonisten, die auf persönliche Weise wirtschaftliche und gesellschaftliche Probleme reflektieren, sich auch mit eigenen Emotionen einbringen. Das griechische Kino hält mit diesen Entwicklungen Schritt, auch wenn das Gros der kleinen, unspektakulären Produktionen aus diesem Land nur selten einen Verleih im Ausland findet.

Dagegen ist der enorme Ansturm auf Erwin Wagenhofers Doku „We Feed The World“ – ab 27. April auch im deutschen Kino – geradezu sensationell. Dieser Film sorgte nicht nur in Thessaloniki für große Diskussionen, auch in Österreich sahen ihn schon 150.000 Zuschauer. Eigentlich müsste man diesen starken globalisierungskritischen Beitrag über die Landwirtschafts-Industrie und Nikolaus Geyrhalters Film „Unser täglich Brot“ nacheinander sehen. Denn beide Filme beleuchten dieselben Themen auf unterschiedliche Weise und ergänzen sich. Es geht um die Perversionen der Massentierhaltung, den Niedergang kleinerer und mittlerer Landwirtschaftsbetriebe sowie genmanipulierte Gemüsezücht.

„Unser täglich Brot“ kommt dabei mit schockierenden Bildern, die wie aus einem futuristischen Horrorfilm anmuten, ohne jegliche Kommentare, Interviews und Einblendungen aus. Der Film richtet den Blick auf gespenstische High-tech Landwirtschaft in steriler Atmosphäre. Sämtliche Produktivkräfte werden radikal auf eine technische Größe reduziert. Die Transformation vom Tier zum Konsumgut erfolgt in Sekundeneinheiten, mechanischen Handgriffen und reibungslosen Tötungsabläufen. Computergesteuert werden Tausende von Eiern in Hochöfen maschinell bebrütet, später hocken ängstlich

von seiner eigenen Arbeit distanziert. Es sind Ungeheuerlichkeiten, die man da erfährt. Etwa, dass in Wien täglich tonnenweise Brot auf dem Müll landet, während Hunderttausende Unterernährte in den Entwicklungsländern verhungern, oder dass in Südspanien die Wasserreserven knapp werden, weil die dortigen Treibhäuser inzwischen halb Europa mit Tomaten versorgen und Produzenten von Nahrungsmitteln den Geschmack als nachrangiges Kriterium bezeichnen. Und dass die Schweine ein so kümmerliches Dasein fristen, weil „ein Schnitzel heute nur zwei Euro kosten darf“. Zu solchem Spottpreis ist eine artgerechte Haltung gar nicht drin.

Um die Ausbeutung der menschlichen Arbeitskraft, profitgierige Bosse, Niedrigtlöhne für miese Jobs, die kaum zum Leben reichen, unzumutbare Arbeitsbedingungen und unbezahlte Überstunden als Folge der Globalisierung drehen sich auch die beiden großartigen Dokumentationen „China Blue“ (USA 2005) von Micha Peled und „A Decent Factory“ (Finnland-Frankreich 2004)

von Thomas Balmès, die sich wiederum thematisch ergänzen. Peled teilt die Perspektive dreier Arbeiterinnen einer Jeansfabrik, Balmès richtet seine Kamera als Außenstehender auf eine Kabelfabrik. Beide zeigen Menschen, überwiegend junge Frauen, die täglich unter Hochdruck bis zu 14 Stunden schuften – illegal ohne einen Vertrag in der Tasche und für einen Hungerlohn von zwei Euro pro Tag. Eine Forderung nach gesetzlichen Mindestlöhnen, wie sie derzeit bei uns gerade geführt wird – sie drängt sich in solchen Filmen geradezu auf. Dabei grenzen die Zustände in diesen Betrieben schon an Sklaverei. Folglich sind Filmemacher bei den Unternehmern auch nicht willkommen. Peled und Balmès haben sie überlistet und nur so Bilder eingefangen, denen die Augen kaum trauen wollen: Einige Mädchen heften



„China Blue“ und „Our daily bred“ (ganz oben)

piepende Küken eingepfercht in winzigen Drahtkäfigen, Hühner steuern auf Fließbändern einem qualvollen Tod entgegen, Schweine und Rinder werden durch brutale Killermaschinen geschleust. Es wird höchste Zeit, einmal über den alltäglichen Wahnsinn in den Schlachtfabriken nachzudenken und unsere Essgewohnheiten zu hinterfragen.

Zu diesem Ergebnis kommt auch Wagenhofer, wengleich ihn mehr die Hintergründe und die Menschen hinter den Maschinen interessieren. Zu Wort kommen Betroffene, die auf unterschiedlichste Weise ins Weltgeflecht der Ernährungsindustrie verstrickt sind: brasilianische Bauern, spanische Fernfahrer, französische Fischer, Schweizer Konzernlenker sowie der Produktionsleiter des größten Samenherstellers der Welt, der sich offen

sich Wäscheklammern an ihre Lider, damit sie im Erschöpfungszustand nur ja nicht einschlafen. Nachts drängen sie sich in engen Achtbett-Zimmern mit dürrtigen Waschmöglichkeiten. An ein Privat- oder gar Intimleben in solch bescheidenen Behausungen ist gar nicht zu denken. Männerbesuch ist nicht gestattet, Schwangere droht eine Kündigung, wenn sie nicht abtreiben.

Auch wenn die meisten Filme eher pessimistisch und ratlos stimmen angesichts einer fehlenden Aussicht auf Besserung. Einen Lichtblick in Gestalt einer vorbildlichen Powerfrau gab es auch: „Bullshit“, ein Porträt der legendären Globalisierungsgegnerin Vandana Shiva. Mit zahlreichen Initiativen und spektakulären Medienauftritten konnte die Inderin etwa erfolgreich durchsetzen, dass eine Coca-Cola Fabrik in Indien geschlossen werden musste, die das spärliche Trinkwasser der armen Landbevölkerung stark verunreinigte. Die beliebte und viel beschäftigte Aktivistin setzte mit ihrem eintägigen Besuch zugleich einen Höhepunkt auf dem Festival.

Kirsten Liese ■

UfA-Palast vor Abriss

47 Kino-Beschäftigte in Hamburg verlieren ihren Job

Der traditionsreiche UfA-Palast Hamburg stellt zum 31. Mai den Spielbetrieb ein und wird zum 30. Juni gänzlich geschlossen. Danach geht das Multiplexkino am Gänsemarkt in der Innenstadt von Hamburg an die Immobilieneigentümerin, die Investmentfirma „The Carlyle-Group“, zurück. Sie hatte das Grundstück und den darauf befindlichen Gebäudekomplex im Frühjahr 2005 aus der Insolvenzmasse der UfA-Theater AG käuflich erworben und kündigte nun der Betreiberfirma am 24. Februar vorzeitig den bestehenden Pachtvertrag. „The Carlyle-Group“ plant den Komplettabriss der Immobilie und eine Umnutzung des Standortes in ein neues Geschäfts- und Bürogebäude. Die Verhandlungen mit dem Senat der Stadt Hamburg sollen hierüber weitestgehend abgeschlossen sein, heißt es in einer Presseinformation des Betriebsrates.

Es sei bedauerlich und nicht mit dem gesunden Menschenverstand nachvollziehbar, dass der Senat der Stadt Hamburg an einem Traditionsstandort, der seit 1913 für die Hamburger Bevölkerung eine willkommene Zuflucht aus dem Alltag bot, nicht festhalten will, so Betriebsratsvorsitzender Harald Giersberg. Die Fehler der Stadtentwicklung, die der Senat in den letzten Jahren vollzogen hat, setzten sich somit in anderer Hinsicht weiter fort, könnten jedoch zum Erhalt der dann in Hamburg verbleibenden unprofitablen Multiplexkinos behilflich sein. Die Innenstadt verliert einen wichtigen Publikums-magneten. „Von der Schließung des UfA-Palastes Hamburg sind 47 abhängig beschäftigte Arbeitsverhältnisse betroffen. Ein Interessenausgleich und Sozialplan wurde am 14. März unterzeichnet“, erklärte der Betriebsrat.

Red. ■

► Filmrezension: Zur falschen Zeit am falschen Ort

Staunen über soviel Arroganz und so wenig Würde

Es war im Sommer 2002 im brandenburgischen Potzlow, als sich das Unfassbare ereignete: Drei Jugendliche hatten den schüchternen, zum Stottern neigenden 17-jährigen Marinus einen ganzen Tag lang gefoltert, dann brutal getötet und in einer Jauchegrube verscharrt. Vier Monate lang blieb die Leiche damals spurlos verschwunden, bis Matthias, einer der Täter, sie schließlich ausbuddelte. Schlagzeilen erschütterten das ganze Land.

Die Frankfurter Filmemacherin Tamara Milosevic hat drei Jahre lang gewartet, um weiter nach Antworten zu suchen. Das Verbrechen ist vergangen und verdrängt, doch die Gesellschaft, die es ermöglichte, hat sich nicht verändert: Jugendliche vertreiben sich die Zeit mit geistlosen PC-Spielen, vernebeln ihren Frust mit Alkohol und Haschisch. Die Erwachsenen geben Plattitüden von sich und zeigen sich ungerührt und stumpf gegenüber dem Grauen, das sich da neben ihrer Haustür zugetragen hat. „Eltern von Problemkindern müssten sich halt Rat von Fachleuten holen“, meint der Bürgermeister, und den Vater von Matthias ärgert es, dass seinen Sohn die Erinnerung lähmt. Es müsse doch mal Schluss sein, sagt er, „wir sind doch nicht die Schuldigen, die wurden doch bestraft.“

Dass ausgerechnet dieser Matthias trotz solch dumpfem Umfeld menschliche, sensible Regungen zeigt, grenzt schon an ein Wunder. Die Regisseurin war gut beraten, ihn in den Mittelpunkt ihres Films zu rücken, denn an seiner tragischen Biografie zeigt sich die ganze Tragweite des Dilemmas, wenn einer „zur falschen Zeit am falschen Ort“ ist. Und zwar seine ganze Kindheit lang. Es ist ein Erkenntnischock, der den Jungen wach gerüttelt hat, dass die Gewaltorgie jeden hätte treffen können. „Wie dumm sind die Menschen“, sagt er, „das macht mir Angst“. Offen gibt er zu, dass er lange Zeit wie alle anderen die Schule geschwänzt und geklaut hat. „Manchmal ist mir alles egal, dann seh' ich schwarz, dann tick ich nicht mehr richtig“ – so beschreibt er das eingerastete Lebensgefühl in der Potzlower Clique. Aber seit einiger Zeit bemüht er sich nach Kräften, sein Leben wieder in den Griff zu bekommen. Und das, obwohl seine Eltern ihn für einen Versager halten. Dabei sind sie es, die ver-

sagt haben. Und ausgerechnet der Vater, der unter den vielen Wende-Verlierern noch zu den wenigen zählt, die einen festen Job haben, produziert sich mit geradezu makabren Späßen vor der Kamera: Fassungslos muss der Zuschauer mit ansehen, wie er den betrunkenen „Dorftrottel“ in voller Kleidung bei einem Picknick am See ins Wasser scheucht, oder als verkleideter Operations-Arzt mit dem Messer auf andere zugeht. Da schüttelt selbst Matthias ratlos den Kopf: „Ich verstehe meine eigenen Eltern nicht“. Und die wiederum haben so wenig Einfühlungsvermögen und Liebe für ihren Sohn, dass sie ihn am Ende ins Internat abschieben. „Wunderbar, endlich ist er weg“, sagt die Mutter.

„Zur falschen Zeit am falschen Ort“ ist ein bewegender, zutiefst verstörender und beängstigender Film, der einen mit offenem Mund staunen lässt über so viel Ignoranz und so wenig Würde. Eine Studie, die nicht nur über ein deprimierendes Leben in der ostdeutschen Provinz aufklärt, sondern ganz generell über die Verlierer unserer Gesellschaft, für die ein Klima aus Gewalt, Frust, Arbeitslosigkeit, Langeweile und Gleichgültigkeit immer mehr zur Normalität wird, denkt man nur an die desolaten Zustände und Gewalteskalationen an Berliner Hauptschulen, über die derzeit viel diskutiert wird.

Kirsten Liese ■



Vor dem Kahlschlag

Massenhafter Stellenabbau beim spanischen Staatsrundfunk

Dass eine Sanierung Not tut, das war beim spanischen Staatsrundfunk Radio Televisión Española (RTVE) allen klar. Doch das hat keiner erwartet. Die staatliche Industrie-Holding SEPI, der die Anstalt unterstellt ist, hat einen Plan. Die Belegschaft soll in den kommenden zwei Jahren von bisher 9.200 auf 4.855 Mitarbeiter gekürzt werden. Das ist ein Stellenabbau von 39 Prozent der dem Beamtenstatus angeglichenen Fernsehmacher und 44 Prozent der Angestellten und künstlerischen Mitarbeiter. Am 5. April streikte die Belegschaft gegen die drastischen Kürzungen. Radio und TV senden 24 Stunden lang ein Minimum an aktuellen Nachrichten. Die restliche Zeit liefern Musik und Wiederholungen.

Der Stellenabbau soll soweit wie möglich durch eine Vorruhestandsregelung und durch Abfindungen für diejenigen, die freiwillig kündigen, erreicht werden. Die Begründung für den harten Eingriff: RTVE steht mit 7,6 Milliarden Euro in der Kreide. Jahr für Jahr kommen weitere 600 Millionen hinzu. Allein für die durch die Schulden verursachten Zinsen fallen zwischen 155 und 200 Millionen an.

„Das ist ein brutaler Todesstoß für RTVE“, beschwert sich Macarena Montesinos. Die konservative Politikerin sitzt in der parlamentarischen Kontrollkommission für Rundfunk und Fernsehen. Ihr ehemaliger Kommis-sionskollege José Manuel Martínez Medem von der Verei-

nigten Linken sieht das ähnlich. Die Krise sei künstlich herbeigeführt. „Die Schulden sind nicht von RTVE. Es handelt sich um Staatsschulden, denn die Regierungen, egal ob von den Sozialisten oder von den Konservativen, haben die Anstalt dazu ge-

zwungen, sich zu verschulden – mit Staatsbürgschaft anstatt die gesetzlich vorgesehene Subvention auszahlend.“

Martínez Medem verweist damit auf das eigenwillige Finanzkonzept, das bei RTVE seit 20 Jahren angewandt wird. Zwar steht im Gesetz, dass die Anstalt neben den Werbeeinnahmen aus dem Staatshaushalt finanziert wird, doch statt die Subventionen auszahlend, wurden RTVE ständig neue Schulden genehmigt. Die roten Zahlen häuften sich, ohne den Staatshaushalt direkt zu belasten. Damit wurde das Haushaltsdefizit gesenkt, um die Maastrichter Kriterien für die Einführung des Euros zu erfüllen. Vor zwei Jahren kam Brüssel den Spaniern auf die Schliche und schob dem Ganzen einen Riegel vor.

RTVE stand nicht immer so tief in der Kreide. Bevor Mitte der 80er die öffentlichen Regionalsender und Anfang der 90er Jahre drei private Mitbewerber – Antena 3, TeleCinco und das Bezahlfernsehen Canal+ – in den Äther gingen, nahm RTVE über Werbung oft mehr ein, als für den Betrieb der Anstalt ausgegeben wurde. Doch mit dem Ende des Monopols begannen die Werbeeinnahmen zu sinken. Heute decken sie nur noch 57 Prozent der Betriebskosten. Der Staat steuert weitere vier Prozent hinzu. Der Rest wird über das Schuldensystem finanziert.

Dieses Jahr hat die sozialistische Regierung von José Luis Zapatero im Staatshaushalt mit 575 Millionen Euro erstmals eine nennenswerte Summe für RTVE eingeräumt. Das Geld ist allerdings nur eine einmalige Zahlung und an die Bedingung gebunden, die Anstalt „gesundzuschumpfen“. Was die Regierung verschweigt: Rechnet man die Schulden von RTVE um, beläuft sich dies nicht einmal auf ein Sechstel dessen, was zum Beispiel die Deutschen oder die Briten im gleichen Zeitraum mittels Rundfunkgebühren für ihre öffentlichen Anstalten aufbringen.

Eine sichere Finanzierung für RTVE ist auch künftig nicht in Sicht. Zwar wird im eigens von der Regierung eingesetzten „Komitee der Weisen“, das die Reformen für ein qualitativ, besseres öffentliches Fernsehen ausarbeiten soll, auch über die Einführung von Rundfunkgebühren de-

battiert. Doch die Regierung traut sich an eine solche Maßnahme nicht heran. Gebühren gelten als zu unpopulär.

„Der Personalabbau wird dazu führen, dass wir kaum noch selbst Programme produzieren können“, ist sich der Sprecher des Betriebsrates bei RTVE, Marcel Camacho, sicher. Die Programme müssten dann künftig außer Haus von privaten Produktionsgesellschaften hergestellt werden. 4.855 verbleibende Mitarbeiter klingt viel. Doch RTVE ist ein Riesenkonzern. Neben TVE 1 und La 2 unterhält der Sender zwei internationale Kanäle, den Sender 24 horas, der über Satellit rund um die Uhr Nachrichten auf Spanisch in alle Welt sendet sowie vier thematische Kanäle. Hinzu kommen die sechs Radioprogramme von RNE. Vom normalen Radio 1 über Klassik, Rock und Pop bis hin zum Nachrichtensender Radio 5 und dem Weltsender.

„Mit diesen Finanzen und einer so dünnen Personaldecke müssen ganze Bereiche geschlossen werden“, sagt Camacho. Das betreffe unter anderem die Regionalredaktionen. „Das wird dazu führen, dass die Nachrichten immer mehr aus hauptstädtischer Sicht gemacht werden.“ Außerdem soll es künftig weniger Kinofilme, weniger Serien und weniger Sport geben. Nachrichtensendungen und Kinderprogramme sollen im Gegenzug ausgebaut werden. „Beschränkung auf das Wesentliche eines öffentlichen Fernsehens“, wird diese Politik genannt.

„Damit geht unsere Zuschauerquote endgültig in den Keller“, ist sich Camacho sicher. Die beiden Sender von TVE liegen zusammengenommen bei um die 22 Prozent Einschaltquote. Die beiden großen Privatsender Antena 3 und TeleCinco liegen jeweils gleich auf. Alle großen Tageszeitungen sind sich einig, wenn es ums Ab-specken bei RTVE geht. Die Anstalt sei viel zu groß, die Produktionskosten zu hoch und die staatliche Finanzierung verzerre den Wettbewerb, lauten die Schlagzeilen. Kein Wunder, die meisten Blätter sind mit Privatsendern verbunden oder haben Projekte für das terrestrische Digitalfernsehen. Sie würden sich gerne den Marktanteil TVE einverleiben.

Bei nicht unerheblichen Teilen der Bevölkerung stößt die Kritik an RTVE auf Zustimmung. Die Anstalt hat einen großen Teil ihres einst guten Rufes aus den ersten Jahren der Demokratie eingebüsst.



Heute gilt sie vielen wieder als „die Stimme ihres Herrn“, als Regierungssprachrohr. Anders als in den meisten europäischen Ländern wird RTVE nicht wirklich unabhängig verwaltet. Die Kontrollkommission von RTVE ist ein Spiegelbild des Parlaments. Wer in der Volksvertretung die Mehrheit hat, hat auch das Sagen bei RTVE. Die Nachrichten werden von der Regierung – egal welcher politischer Couleur – schamlos benutzt, um Vorfälle totzuschweigen oder eigene Erfolge hochzuspielen.

In den letzten Jahren sank zudem die Qualität der Programme. Um mit den Privaten auf dem Werbemarkt zu konkurrieren, nahm auch bei TVE das Trash-Fernsehen – Realityshows, Herz-Schmerz-Programme, Testimonios, etc. – zu. „Diese Programme bedienen die primitivsten Instinkte der Zuschauer. Dazu werden regelrechte Monster aufgebaut“, erklärt Mariola Cubells. Sie ist Pionierin dieser Art von Fernsehen. Acht Jahre lang arbeitete die junge Journalistin im öffentlichen Regionalsender von Valencia, Canal 9, wo gleich mehrere der Formate erfunden und erprobt wurden, die heute alle nachahmen.

Dann kamen die Zweifel und der Ausstieg. Mit ihrem Buch: „¡Mírame, tonto!“ (Schau her, Dummkopf!), ermöglicht sie einen Blick hinter die Kulissen. Sie zeigt, wie die Gäste gezielt dazu gebracht werden, zu weinen, zu schreien oder andere Menschen zu beleidigen. In jedem Sender gibt es eine Kartei mit Personen, die dafür bekannt sind, dass sie in Talkshows spontan besonders sexistische Sprüche, Rassisches, oder Arrogantes von sich geben.

TVE möchte aus diesem Teufelskreis aussteigen. „Wir können nicht mitbieten in einem Konkurrenzkampf, der versucht die Inhalte des anderen noch zu unterbieten. Televisión Española kann keinen offenen und beleidigenden Sex bringen, wir können keine Aggressivität, Gewalt oder Verhalten senden, das gegen die Gleichberechtigung der Geschlechter verstößt, Minderheiten diskriminiert, oder die Gewalt gegen Frauen zum Spektakel macht“, erklärt die TVE-Direktorin Carmen Caffarel. Der Professorin für Medien- und Kommunikationswissenschaften, die eigens eingesetzt wurde, um die Anstalt zu reformieren, schwebt ein Programm vor, das „Vorbild ist bei der Information und damit die Führung erreicht“. Das öffentliche Fernsehen soll „Paradigma für Qualität, Pluralität, kulturelle Vielfalt und die Verbreitung von Werten“ sein.

Reiner Wandler ■

Akbar Gandschi frei

Der iranische Journalist Akbar Gandschi ist am 17. März aus dem Gefängnis entlassen worden. Er war nach einem Hungerstreik im vergangenen Sommer noch immer sehr geschwächt und wog nur knapp 50 Kilogramm, als er am Abend plötzlich bei seiner Frau klingelte. Gandschi, für dessen Freilassung sich unter anderem die „Reporter ohne Grenzen“, amnesty international und die Gewerkschaft ver.di (vgl. u.a. M, 11/2005) eingesetzt hatten, betonte nach seiner Haftentlassung: „Ich danke all jenen, die mich in den vergangenen Jahren unterstützt haben“.

Der regierungskritische Journalist war im April 2000 nach der Rückkehr aus Berlin von einer internationalen Iran-Konferenz festgenommen worden. In Artikeln und einem Buch hatte er mehreren ranghohen Behördenvertretern in Teheran vorgeworfen, an einer Mordserie gegen etwa hundert iranische Intellektuelle Ende der 90er Jahre beteiligt gewesen zu sein. Wegen „Gefährdung der nationalen Sicherheit“ und „Verbreitung von Propaganda gegen die islamische Republik“ wurde er im Januar 2001 zunächst zu zehn Jahren Gefängnis verurteilt. Später wurde es auf sechs Jahre gesenkt. hg ■

Logos: www.tve.es

♦ Aktion für Bonaventure Bizumuremyi, Ruanda



Regierungskritische Artikel unerwünscht

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

Die Forderung der Eindringlinge war kurz und knapp. Bonaventure Bizumuremyi solle gefälligst seine kritische Berichterstattung über die ruandische Regierung zügeln. Seine 14-tägig herausgegebene Zeitung „Umuco“ sei ihnen schon länger ein Dorn im Auge, gaben die vier bewaffneten Männer zu verstehen. Um ihrem Anliegen Nachdruck zu verleihen, zerstörten sie das Mobiliar des Journalisten und verschwanden.

Bonaventure Bizumuremyi wurde am 15. Januar morgens um drei Uhr nicht zum ersten Mal Opfer von Einschüchterungsversuchen und Drangsalierungen. Seit September vergangenen Jahres haben ihn Sicherheitskräfte schon mehrfach verhört und festgenommen. Der Herausgeber von „Umuco“ ist ein scharfer Kritiker der Regierungspartei „Ruandische Patriotische Front“ (RPF). Wenige Tage vor dem nächtlichen Besuch hatte Bizumuremyi eine Grundsatzkritik an den Machthabern des ostafrikanischen Landes veröffentlicht. Die RPF regiere das Land schlecht und kontrolliere die Justiz. Außerdem wurde die Partei in dem Artikel mit Korruption und Schutzgelderpressungen in Verbindung gebracht.

Die Regierung in Kigali übt seit langem eine strenge Kontrolle über die Medien des Landes aus. Immer wieder werden willkürliche Festnahmen und systematische Einschüchterungsversuche bekannt. Viele unabhängige Journalisten haben daraufhin Ruanda aus Angst verlassen.

Was können Sie tun?

Schreiben Sie an den ruandischen Präsidenten und fordern Sie ihn auf, dafür Sorge zu tragen, dass Bonaventure Bizumuremyi und alle anderen unabhängigen Journalisten des Landes ungefährdet ihrer Arbeit nachgehen können. Dringen Sie darauf, dass der Überfall auf Bizumuremyis Haus untersucht wird und die Verantwortlichen vor Gericht gestellt werden.

Schreiben Sie auf Französisch, Englisch oder Deutsch an:

Paul Kagame
Präsident de la République
PO Box 15
Kigali
Telefax: 00 250 – 584 390

Senden Sie eine Kopie Ihres Schreibens an:

Kanzlei der Botschaft der Republik Ruanda
S.E. Herrn Eugène Richard Gasana
Jägerstraße 67-69
10117 Berlin
Telefax: (030) 209 16 59 59
E-Mail: info@rwanda-botschaft.de



Unfassbares Urteil

Willkürlich verhaftet, gefoltert, ohne Beweise festgehalten

Mehmet Bakir glaubt den türkischen Beteuerungen nicht mehr, ein Rechtsstaat zu sein und gegen Folter vorzugehen. Er lebte als freiberuflicher Journalist mit seiner Ehefrau in Berlin, bis er vor drei Jahren im Urlaub in die Fänge der türkischen Sicherheitskräfte geriet. Sein Fall wird beispielhaft in einem neusten Gutachten für Amnesty International zu der mangelnden Rechtsstaatlichkeit von politischen Strafverfahren in der Türkei aufgeführt.

Mehmet Bakir befand sich in seiner dritten Urlaubswoche in der Türkei und wollte am 9. Juli 2002 zusammen mit einem neuen Bekannten, dem deutschen Staatsbürger Mehmet Desde, zum Ferienhaus seiner Eltern fahren. Auf der Fahrt dorthin wurden sie von Polizeibeamten festgenommen. Gründe wurden ihnen nicht genannt. Die Beamten interessierte es nicht, dass Mehmet Desde deutscher Staatsbürger war und Mehmet Bakir sich durch seinen internationalen Presseausweis als Journalist zu erkennen gab. Erst auf dem Polizeirevier in Izmir erfuhren sie von dem bizarren Vorwurf, der ihnen gemacht wurde. Sie und acht weitere Personen sollten Mitglieder einer „terroristischen Vereinigung bolschewistische Partei Nordkurdistan-Türkei“ sein. Diese Organisation kannten sie noch nicht einmal. Der Urlaub war zum Albtraum geworden.

So rechtswidrig wie die Festnahme gestaltete sich auch der weitere Verlauf der Haft. Es wurden ihnen weder Zugang zu Anwälten gewährt, noch wurden ihre Angehörigen unterrichtet. Mehmet Bakir wurde unter schweren Schlägen und psychischer Folter verhört, man wollte ihn zwingen seine angebliche Mitgliedschaft zu gestehen. Er widersprach der Folter und unterschrieb die vorgefertigten Aussagen nicht. Später sollte dies – neben erfolgten Aussagen anderer Angeklagter – das einzige „Beweisstück“ gegen ihn sein. Die Polizei nennt dies in der Türkei das Einnehmen einer „organisatorischen Haltung“, denn: wer trotz Folter und Bedrohungen bei der Polizei keine Aussagen macht, muss in irgendeiner Form politisch organisiert sein. Mehmet Desde wurde so schwer gefoltert, dass er im Krankenhaus

behandelt werden musste. Seine Strafanzeige gegen die Folterer blieb folgenlos. Erst als das deutsche Konsulat ebenfalls Strafanzeige erstattete, wurde ein Strafverfahren eröffnet, die Folterer jedoch aus „Mangel an Beweisen“ freigesprochen.

Erst nach vier Tagen im Polizeigewahrsam wurden Bakir und Desde dem Haftrichter vorgeführt, der Bakir entließ und gegen Desde Untersuchungshaft anordnete. Die Freilassung bedeutet jedoch nicht Freiheit für Mehmet Bakir. Am 1. August 2002 wurde er in Istanbul auf dem Flughafen vor seinem Abflug nach Berlin verhaftet. Das Gericht hatte später doch noch einen Haftbefehl erlassen. Die ersten acht Tage hielt man ihn in völliger Isolation, in einer unerträglich schmutzigen Zelle. Nach sechs Monaten wurden er und Mehmet Desde aus der Untersuchungshaft entlassen, gegen beide eine Ausreiseperrre verhängt. Sie konnten die Türkei nicht mehr verlassen.

Die Hauptverhandlung fand vor einem sogenannten Staatssicherheitsgericht in Izmir statt. Schon am ersten Hauptverhandlungstag im Oktober 2002 wurde es offensichtlich, dass es keinerlei Beweise gegen Mehmet Bakir und die anderen Angeklagten gab. Es waren lediglich bei Hausdurchsuchungen völlig legale linke Zeitungen, Flugblätter und Aufkleber gefunden worden. Selbst die oberste Polizeidirektion wusste zu der angeblichen Terrororganisation nicht mehr zu sagen, als dass diese in Izmir Flugblätter verteilt und Aufkleber angebracht haben sollte.

Aufgrund dieser absurden Anklage und ohne Beweise wurden Mehmet Bakir und Mehmet Desde am 24. Juli 2003 als Gründer einer „terroristischen Organisation“ von dem Staatssicherheitsgericht zu 50 Monaten Freiheitsstrafe und 5.000 Euro Geldstrafe verurteilt.

Das Revisionsgericht verwies die Sache wieder zurück, nunmehr an das Landgericht Izmir, da aufgrund von EU-Reformen inzwischen die berüchtigten Staatssicherheitsgerichte abgeschafft worden waren. Mehr Rechtsstaatlichkeit

bedeutete dies jedoch nicht für die Angeklagten: Die Richter waren dieselben wie zuvor. In dieser Neuverhandlung beantragte nun auch der Staatsanwalt Freispruch für die Angeklagten. Das Gericht ließ sich von seinem alten Urteil nicht abbringen und reduzierte in der Verhandlung vom 12. Oktober 2004 lediglich die Freiheitsstrafe von 50 auf 30 Monate.

Auch dieses Urteil gab das Revisionsgericht zurück. Woraufhin es am 16. März 2006 zu der vorerst letzten Verhandlung vor dem Landgericht Izmir kam. Die Verhandlung dauerte nur eine halbe Stunde. Der Staatsanwalt beantragte erneut Freispruch und die Anwälte und Angeklagten verwiesen erneut auf die fehlenden Beweise und die erfolgten Aussagen. Mehmet Bakir sagte, dass er von diesem Gericht keine Gerechtigkeit mehr erwarte und er nur noch den Weg sehe, mit seinem Fall in die Öffentlichkeit zu gehen. Das Gericht zeigte sich unbeeindruckt, sowohl von den fehlenden Beweisen, als auch von der Beobachtung des Prozesses durch das deutsche Konsulat, durch türkische Menschenrechtsorganisationen und durch Anwältinnen aus Deutschland. Es bestätigte sein Urteil in vollem Umfang und hob selbst die Ausreiseperrre nicht auf.

Die türkische Anwältin von Mehmet Bakir, Ayse Kuru, sagte, dass sie sich von dem Revisionsgericht einen Freispruch erhoffte, doch dass bis zu einer Verhandlung vor dem Revisionsgericht noch zwei oder drei Jahre vergehen könnten. Mehmet Bakir will nicht aus der Türkei fliehen. Er wolle für einen Freispruch kämpfen, denn dieses Urteil sei nicht nur für ihn tragisch, so Bakir. Sollte es Bestand haben, könnte es zum Präzedenzfall werden, mit dem jegliche Opposition in der Türkei kriminalisiert werden könnte.

Mehmet Bakir hat sich darauf eingerichtet, dass er noch viel Geduld haben muss, um sein Ziel zu erreichen. Er hat sich inzwischen ein Leben in Istanbul aufgebaut und arbeitet dort als Journalist.

Antonia von der Behrens ■

Foto: privat

Journalismus aktuell

ABP, München. 8. bis 12. Mai in Kulmbach: Meinungsbeiträge. 22. bis 24. Mai: Gastkritik. 22. bis 24. Mai in Kulmbach: Wirtschaftsjournalismus im Lokalen. 29. bis 31. Mai: Boulevardjournalismus. 29. Mai bis 2. Juni: Interview. 1./2. Juni: Editorial. 1./2. Juni: Themenfindung. 12./13. Juni: Auslandsberichterstattung. 12. bis 14. Juni: Kreatives Schreiben für Fachzeitschriften.

ABZV, Bonn. 16. Mai in Stuttgart: Neues UWG – Neuer redaktioneller Umgang mit geschäftlichen Informationen.

AFP, Hamburg. 29. bis 31. Mai: Kreatives Schreiben. 7. bis 9. Juni: Bühnenreife Interviews. 9. Juni: Schreib-Coaching. 12. bis 14. Juni: Schreibwerkstatt.

AM, Düsseldorf. 12./13. Juni: Interviewtraining. FES, Bonn. 15. bis 19. Mai: Orientierungsseminar Nachricht. 30. Juni bis 2. Juli: Redaktionsarbeit in einer wissenschaftlich/politischen Fachzeitschrift.

JHB, Hagen. 19. bis 23. Juni: Aufbau-seminar Wirtschaft.

JSR, Essen. 22./23. Mai: Sportberichterstattung. 31. Mai: WM 2006 –

Was dürfen Fotografen und Blattmacher?

KLARA, Berlin. 12. bis 16. Juni: Texten und Redigieren.

MH, Hamburg. 29. bis 31. Mai: Interviewtraining.

Journalistische Themen

APB, Tutzing. 7. bis 10. Mai: Am Puls der Hauptstadt – Politiker, Journalisten, Lobbyisten. 8. bis 10. Mai: Der Islam, die Türkei und die EU. 12. bis 14. Mai: Vom Vorbild zum Zerrbild – Politiker-Image in der Mediokratie.

FES, Bonn. 31. Mai bis 2. Juni: Was das Fernsehen aus uns macht. ITZ, Bonn. 8. bis 12. Mai in Augsburg: Politik im Lokalteil.

JSR, Essen. 29. bis 31. Mai: Zukunft der Energiewirtschaft.

Journalismus online

ABP, München. 6. bis 9. Juni: Online-Texten.

ABZV, Bonn. 29./30. Mai: Journalistische Darstellungsformen im Internet.

ADB, München. 15./16. Mai: Schreiben fürs Internet

JA, München. 9. bis 11. Juni: Multi-mediales Web-Publishing.

Journalistische Formen

IFP, München. 21. bis 24. Mai: Kommentar für Fortgeschrittene.

KLARA, Berlin. 19. bis 22. Juni: Reportage.

MH, Hamburg. 16. bis 18. Juni: Zeitungsreportage.

Volontäre

ABP, München. 8. bis 19. Mai: Grundkurs II Zeitschrift. 8. bis 19. Mai: Grundkurs I Zeitung. 19. bis 30. Juni: Grundkurs II Zeitung. 19. bis 30. Juni in Kulmbach: Grundkurs I Zeitung. 19. bis 30. Juni: Grundkurs Fernsehen.

AFP, Hamburg. 6. bis 30. Juni: Kompaktkurs für Print-Volontäre. 26. Juni bis 21. Juli: Kompaktkurs für Fernseh-Volontäre.

AM, Düsseldorf. 26. bis 28. Mai: Journalisten-Nachwuchs-Training.

EMA, Berlin. 6. bis 30. Juni: Volontärkurs.

Fotografie

ABP, München. 8. bis 12. Mai: Fotojournalismus.

ABZV, Bonn. 17. Mai in Stuttgart: Digitale Fotografie – Bildbearbeitung, Bildverwaltung. 18. Mai in Stuttgart: Grund- und Aufbaukurs Photoshop.

EMA, Berlin. 31. Mai bis 3. Juni: Fotografieren für Fortgeschrittene.

JHB, Hagen. 27. Mai: Einführung Fotografie.

Hörfunk

AM, Düsseldorf. 12./13. Mai: Hörfunk-Porträt. 19. Mai: Präsentation von Hörfunk-Nachrichten.

APB, Tutzing. 21. bis 23. Mai: Politik im Hörfunk.

DHA, Oberhausen. 22./23. Mai: Zielgruppenorientierte, moderne Nachrichten – Best Practice Workshop. 20. Mai bis 3. Juni: Live-Moderations-Training – Intensiv-Workshop. 2./3. Juni: On-Air-Promotion. 3. Juni: Aircheck praktisch. 7./8. Juni: Sprech-Training. 7./8. Juni: Grundkurs-Radio, Teil III.

MH, Hamburg. 6. bis 9. Juni: Wissenschaft zum Hören.

MKZ, Bad Honnef. 20./21. Mai: Moderationstraining.

Film & TV

AFP, Hamburg. 19. bis 21. Mai: Von der Idee zum Treatment. 15./16. Juni: Texten fürs Fernsehen.

AM, Düsseldorf. 9. bis 11. Juni: TV-Reportage. 12. Juni: TV-Moderation Coaching.

BET, Hamburg. 8. bis 10. Juni: TV-Produktionsmethoden HD.

CMA, Wetzlar. 12. bis 14. Mai: Basis-kurs Regie.

FHB, Hamburg / Berlin. 26. bis 28. Mai: Stoffentwicklung / Projektentwicklung I. 6. Juni: Dramaturgie – Writing Great Shorts Films. 9. bis 11. Juni: Projektentwicklung II / Drehplan. 10./11. Juni: Filmisches Erzählen II.

FM, Münster. 9. bis 11. Juni: Regie-assistenz. 24./25. Juni: Produktion von Animationsfilmen.

ISFF, Berlin. 15. bis 19. Mai: Gestaltung dokumentarischer TV-Beiträge.

KFH, Köln. 8. bis 11. Juni: Drehbuch – Grundlagen. 12. bis 16. Juni: Drehbuch II – the Sixteen Story Steeps.

Film- & TV-Technik

AM, Düsseldorf. 20./21. Mai: AVID-Schnitt.

BET, Hamburg. 29./30. Mai: Avid Maintenance. 14. Juni: Videotechnik Editing HD. 17./18. Juni: SNG-Technik.

FM, Münster. 26. bis 28. Mai: DVD Studio Pro Authoring. 16. bis 18. Juni: 16mm Schnitt.

KFH, Köln. 20. bis 23. Mai: Kameraarbeit im Dokumentarfilm. 27./28. Mai: Licht.

➤ 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

ADB Fon 089 / 291 953 84, www.buchakademie.de

AFP Fon 040 / 41 47 96 – 0, www.akademie-fuer-publizistik.de

AM Fon 0211 / 436 901 50, www.medienverband.de

ANM Fon 09221 / 1316, E-Mail: t.nagel@bayerische-medienakademien.de

APB Fon 081 58 / 256 – 0, www.apb-tutzing.de

BET Fon 040 / 42 10 84 – 0, <http://bet.de>

CMA Fon 064 41 / 91 51 66, www.cma-medienakademie.de

COP Fon 02 21 / 739 32 62, www.dreamguidance.de

DAA Fon 069 / 972 00 20, www.daa-frankfurt-main.de

DEPAK Fon 030/44 72 90, www.depak.de

DHA Fon 0208 / 621 350, www.hoerfunkakademie.de

EMA Fon 030 / 310 01 – 417, www.evangelische-medienakademie.de

FAZ Fon 069 / 75 91 – 20 76, www.seminare-faz-institut.de

FES Fon 02 28 / 883 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

FUA Fon 040 / 450 20 90, www.Frau-und-Arbeit.de

IFV Fon 0711 / 505 306 55, www.institut-verbraucherjournalismus.de

ISFF Fon 030 / 200 92 74 42, www.isff-berlin.de/isff/center.html

IFP Fon 089 / 54 9 10 30, www.ifp-kma.de

www.ifp-kma.de

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 / 551 783 80, www.mbwmedienberatung.de

MH Fon 040 / 30 62 31 80, www.medienbuero-hamburg.de

MKZ Fon 02224 / 955 129, www.ksi.de

NA Fon 040 / 41 13 – 28 42, www.newsaktuell.de

PRO Fon 03 31 / 721 21 81, www.probabelsberg.de

Selbst- und Medienmanagement

ABP, München. 22./23. Mai: MiR – Presse- und Medienrecht aktuell / Medienethik / Journalismus und PR. 22. bis 24. Mai: Rhetorik. 29./30. Mai: Zeitmanagement für Journalisten.
ABZV, Bonn. 17. bis 19. Mai in Hannover: Zeitmanagement in der Redaktion.
AFP, Hamburg. 28. Mai bis 2. Juni: Führungsaufgaben in Print-Medien. 16. Juni: Ich-Marketing und Netzwerke.
AM, Düsseldorf. 10./11. Juni: Präsentation, Stimme und Körpersprache.
ANM, Kulmbach. 13. Mai: Persönlichkeit und Rolle. 19./20. Mai: Unternehmer-Workshop.
CMA, Wetzlar. 19./20. Mai: Rhetorik I.
COP, Köln. 8./9. Mai und 24./25. Juni: Perspektiven-Coaching mit DreamGuidance. 13./14. Mai in Köln und 20./21. Juni in Hamburg: Einfach gelöst und traumhaft kreativ. 19./20. Mai in Köln und 20./21. Mai in Hamburg: Authentische Rhetorik.
DHA, Oberhausen. 19./20. Mai:

DHA-Lehrgang für Media-Berater, Modul 6. 20./21. Mai: DHA-Moderationstrainer (Junior), Modul 3.
EMA, Berlin. 15. bis 17. Juni: Grundkurs Moderation.
FUA, Hamburg. 27./28. Mai: Akquise-strategie Empfehlung.
KFH, Köln. 26. bis 28. Mai: Controlling im Filmgeschäft.
KLARA, Berlin. 19. Juni: Existenzgründer Freier Journalist.
MBW, München. 11./12. Mai in Berlin: Medientraining Print / Radio / TV.
NA, Hamburg. 1./2. Juni in Frankfurt / Main: Professionell moderieren. 1./2. Juni: Fit für den Medienauftritt – Interviewtraining.
PRO, Potsdam. 21. Juni: Kundengewinnung durch Kundenbindung – Systematische Kundenakquise / Qualitätssicherung.

Public Relations

ABP, München. 29. bis 31. Mai: Cross-Media-Konzepte für PR und Agenturen. 7. bis 9. Juni: Kreatives Schreiben für Pressestellen. 15. bis

19. Mai: Public Relations.
AFP, Hamburg. 22./23. Mai: PR-Werkstatt.
AM, Düsseldorf. 19. Mai: Erfolgreiche Pressearbeit.
DAA, Frankfurt / Main. 5./6. Mai: Schreiben für die Presse. 23./24. Juni: Handwerkszeug der PR.
DEPAK, Berlin. 1./2. Juni: Unternehmenskommunikation wertorientiert managen. 8./9. Juni: Low-Budget PR. 12./13. Juni: Entwicklung von PR-Konzepten.
FAZ, Frankfurt / Main. 29./30. Mai: Fit-up your Website.
IFV, Stuttgart. 24. Mai in Berlin: Mit Nutzwert die Pressearbeit verbessern.
JHB, Hagen. 22. bis 24. Mai: Die digitale Pressemappe. 29. bis 31. Mai: Organisation und Strategie der Pressearbeit.
NA, Hamburg. 5. Mai: Journalisten-Knigge. 11./12. Mai: Kreatives Texten. 15./16. Mai in Köln: Pressearbeit für Einsteiger. 15./16. Mai: Leiter von Pressestellen. 18./19. Mai: PR-Konzepte für Fortgeschrittene. 29./30. Mai: Personality-PR. 29./30. Mai in München: Digitalfotografie für Fortgeschrittene. 31. Mai in München: Die digitale Pressemappe. 1./2. Juni: Interviewtraining und Coaching. 12./13. Juni: Digitalfotografie für Einsteiger.

tungen im journalistischen Alltag.“ Mit Berichten über Erfahrungen und Erfolgsrezepte. Coach Renate Hauser referiert über „Die Kunst des Neubeginns.“ Im Anschluss daran ehrt der Journalistinnenbund die Berliner Journalistin und Autorin Gesine Stempel mit der Hedwig-Dohm-Urkunde. Am 11. Juni ist Mitgliederversammlung. Anmeldungen: www.journalistinnenbund.de, Journalistinnenbund e.V., In der Maar 10, 53175 Bonn, Fon/Fax: 0228 / 312 747, E-Mail: journalistinnenbund@t-online.de

Soziales Engagement

STUTT GART. Der Journalistenpreis der Diakonie in Württemberg und Baden ist mit insgesamt 9.000 Euro dotiert und wird in den Kategorien Print, Hörfunk und Fernsehen vergeben. Bewertet wird die Auseinandersetzung mit sozialen Themen, die sich von ethischen Grundüberzeugungen leiten lässt. Einsendeschluss: 5. Mai. Bewerbungsbogen: www.journalistenpreis-diakonie.de. Kontakt: Diakonisches Werk Württemberg, Peter Ruf, Heilbronner Str. 180, 70191 Stuttgart, Fon: 0711 / 165 61 18, E-Mail: presse@diakonie-wuerttemberg.de und Diakonisches Werk Baden, Angelika Schmidt, Vorholzstr. 3-5, 76137 Karlsruhe, Fon: 0721 / 934 92 48, E-Mail: a.schmidt@diakonie-baden.de.

Dietrich Oppenberg-Medienpreis MAINZ. Journalisten, die sich in ihren Beiträgen gezielt mit dem Thema Lesen in der modernen Informations- und Wissensgesellschaft und der Entwicklung von Medienkompetenz auseinandergesetzt haben, können sich bis zum 31. Mai um den Dietrich-Oppenberg-Medienpreis der Stiftung Lesen und der Stiftung Presse-Haus NRZ bewerben. Der Preis ist mit insgesamt € 5.000 dotiert. Daneben ist ein Sonderpreis möglich. Der Wettbewerb ist offen für alle journalistischen Darstellungsformen in Print- und Online-Medien. Gegebenenfalls können auch herausragende Hörfunk- und TV-Beiträge berücksichtigt werden. Die Beiträge müssen zwischen dem 1. Januar 2005 und dem 31. Januar 2006 veröffentlicht worden sein. Kontakt: Stiftung Lesen, Pressestelle, Christoph Schäfer / Katrin Hage, Römerwall 40, 55131 Mainz, Fon: 06131 / 288 90 28 und -16, Fax: 06131 / 23 03 33, E-Mail: Christoph.Schaefer@StiftungLesen.de, Katrin.Hage@StiftungLesen.de, Internet: www.stiftunglesen.de.

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 05.2006: 01.04.2006
 M 06.2006: 01.05.2006
ISSN-Nr.: 09 46 – 11 32

termine

Journalismus

Werkstatt Rechtsextremismus
 BERLIN. Rechtsextremismus, Antise-
 mitismus und Fremdenfeindlichkeit
 sind die Themen des Werkstattge-
 sprächs „Ideologie und Strategien
 des Rechtsextremismus – Wie geht
 man als Journalist damit um?“ am
 8. Mai in Berlin für Lokaljournalisten.
 Kontakt: Sozialpädagogisches Institut
 Berlin „Walter May“, Geschäftsbe-
 reich Strategien sozialer Integration,
 Nazarethkirchstraße 51, 13347 Berlin,
 Fon: 030 / 457 98 60, Fax: 030 / 457
 986 50, E-Mail: regiestelle@eundc.de,
 Programm: [www.eundc.de/seiten/
 info/aktuell_09.html](http://www.eundc.de/seiten/info/aktuell_09.html)

Tagung des Journalistinnenbundes
 BONN. „Feste und Freie – Immer
 mehr Zwänge für beide?“ lautet das
 Thema der Jahrestagung des Journa-
 listinnenbundes am 10. und 11. Juni,
 die im Gustav-Stresemann-Institut in
 Bonn stattfindet. Am ersten Tag geht
 es um „Strategien gegen neue Zumu-

Der Einstieg in den Umstieg

Neuorientierung und eigene Zukunftskonzepte für erfahrene Selbstständige

6. bis 8. Juni 2006

Selbstständig arbeiten – ja. Aber: Kann ich mich noch auf dem Markt behaupten? Märkte verändern sich, wie kann ich darauf reagieren? Ziel des Workshops ist es, neue berufliche Perspektiven zu eröffnen. Dazu ist eine intensive Auseinandersetzung mit dem eigenen Standort, den Erfahrungen und den persönlichen Werten hilfreich und nötig. Fähigkeiten und Stärken, Erfolge und Kompetenzen werden herausgearbeitet und präzisiert. Gemeinsam sollen konkrete berufliche Ziele, neue Geschäfts- und Aufgabenfelder erarbeitet werden. Zielgruppe: KollegInnen, die bereits als Selbstständige gearbeitet haben bzw. arbeiten – Referenten: Barbara Eder, Bernhard Miltner, Kosten: 300 Euro / 120 Euro für ver.di-Mitglieder incl. Unterkunft und Verpflegung, Sem.Nr.: LHO 306 060 602

Leicht (neue) Kunden gewinnen

Ein Akquisitionstraining für Selbstständige

12. Juni (mittags) bis 14. Juni (mittags) 2006

Akquisition gehört zum Berufsalltag: das eigene Angebot präsentieren, Kontakt aufnehmen, geschickt verhandeln, eine Verkaufsbeziehung aufbauen, die für beide GesprächspartnerInnen gewinnbringend ist. Das setzt voraus, dass Selbstständige ihre Zielgruppe und ihren Markt kennen. Das Seminar ermöglicht, die eigene Akquisitionsstrategie und das Akquisitionsverhalten zu überprüfen, Planungs-, Verhandlungs- und Gesprächsführungsmethoden zu erlernen und auszuprobieren. Zielgruppe: „AlleinunternehmerInnen“ mit praktischen Erfahrungen in professioneller selbstständiger Arbeit. Referentin: Barbara Frien
Kosten: 300 Euro / 120 Euro für Mitglieder von ver.di incl. Unterkunft und Verpflegung, Sem.Nr.: LHO 306 061 203

Veranstaltungsort und Anmeldung: ver.di-Institut für Bildung, Medien und Kunst, Teutoburger-Wald-Str. 105, 32791 Lage-Hörste
Telefon 05232/983-0 Fax -462, E-Mail bst.lage-hoerste@verdi.de
Weitere Seminare für Selbstständige unter www.mediafon.net/termine.php3

Internationaler Bezug gefragt
MÜNCHEN. Der von CNN International und den Medientagen München ausgelobte Preis dient der Anerkennung von journalistischem Talent und er soll die Auslandsberichterstattung im deutschsprachigen Raum fördern. Der Preis richtet sich an Nachwuchsjournalisten, in deren Berichten der internationale Bezug im Vordergrund steht. Er steht Journalisten aus Deutschland, Österreich und der deutschsprachigen Schweiz offen, die zum Zeitpunkt der Erstveröffentlichung ihres Beitrages nicht älter als 34 Jahre waren. Es wird einen Gesamtsieger sowie fünf Preisträger aus folgenden Kategorien Printmedium, Fernsehen, Hörfunk, Online Publikumspreis, Bild / Foto geben. Die Beiträge müssen im Zeitraum vom 1. April 2005 bis einschließlich 31. März 2006 erschienen

sein. Einsendeschluss: 26. Mai. Anmeldeformular: <http://www.cnn-journalistaward.com>. Kontakt: CNN Journalist Award in Partnership with Medientage München, Fon: 030/726 193 838, E-Mail: CNNAward@cnn.com oder Fon: 089/689 992 50, E-Mail: CNNAward@medientage.de.

Medientage Leipzig
LEIPZIG. Die Medientage Leipzig stehen in diesem Jahr unter dem Motto „Wissen und Leidenschaft – Medienmacher mit Passion“. Programm: www.medientreffpunkt.de, Kontakt: Sächsisch – Westfälisches Organisationsbüro für Kommunikation Keßler & Lange GbRmbH, Wiedebachstraße 14, 04277 Leipzig, Fon: 0341/301 81 81, Fax: 0341/301 81 82, E-Mail: info@medientreffpunkt.de.

Geförderter US-Aufenthalt

FRANKFURT / MAIN. Die Michael-Jürgen-Leisler-Kiep-Stiftung vergibt für junge Journalisten (Höchsteralter 32 Jahre), die am Beginn ihres Berufsweges stehen, ein Stipendium in Höhe von US \$ 7.500 zur Finanzierung eines Aufenthalts in den USA. Bewerbungsschluss: 15. Mai. Details: <http://www.kiep-stiftung.de>. Kontakt: Michael-Jürgen-Leisler-Kiep-Stiftung, Postfach 71 02 26, 60492 Frankfurt / Main, Christina Dähler, Fon: 069/677 338 86, Fax: 069/677 338 72, E-Mail: info@kiep-stiftung.de.

Verantwortungsvoller Umgang mit Antibiotika

KÖLN. Der ARGUS-Journalistenpreis wird für eine in Presse, Hörfunk oder Fernsehen veröffentlichte herausragende journalistische Arbeit zum Thema „Verantwortungsvoller Antibiotikaeinsatz“ verliehen. Die journalistischen Arbeiten müssen nach dem 25. Oktober 2005 veröffentlicht worden sein. Der Preis ist mit 3.000 Euro dotiert. Bewerbungsschluss: 1. Juni. Kontakt: Medizin & PR GmbH, Im Klapperhof 33a, 50670 Köln, Heike Hallenberg 0221/775 43 12, Dr. Lisa Kempe 0221/775 43 17, Internet: www.argus-stiftung.de.

Gut informiert einkaufen

BERLIN. Die Stiftung Warentest hat den mit insgesamt 5.000 Euro dotierten Olaf-Triebeinstein-Förderpreis ausgeschrieben. Ausgezeichnet werden Arbeiten von Studenten, Wissenschaftlern oder Wissenschaftsjournalisten zu einem jeweils wechselnden Themenkreis, die für die Arbeit der Stiftung Warentest besonders förderlich sind. Das Thema lautet in diesem Jahr „Wie informieren sich Verbraucher vor Kaufentscheidungen?“. Die Veröffentlichung darf nicht mehr als drei Jahre zurückliegen. Kontakt: Stiftung Warentest, Bettina Dingler, Pressestelle, Lützowplatz 11-13, 10785 Berlin, Fon: 030/263 122 42, E-Mail: b.dingler@stiftung-warentest.de, Internet: www.stiftung-warentest.de

Medienpreis Morbus Bechterew
SCHWEINFURT. Mit dem Journalistenpreis der Deutschen Vereinigung Morbus Bechterew e.V. (DVMB) sollen Journalisten ausgezeichnet werden, die durch Arbeiten außergewöhnlicher Qualität dazu beitragen, das Bewusstsein der Öffentlichkeit für die Morbus Bechterew Erkrankung zu schärfen. Der Preis ist mit insgesamt 5.000 Euro dotiert und wird in den Katego-

rien Print / Online-Medien und Hörfunk / Fernsehen vergeben. Die eingereichten Beiträge dürfen zwischen dem 1. Juli 2005 und dem 30. Juni 2006 erstmals in deutschen Publikumsmedien veröffentlicht worden sein. Einsendeschluss: 30. Juni. Kontakt: Deutsche Vereinigung Morbus Bechterew e.V. (DVMB), Bundesverband, Kennwort: Journalistenpreis, Metzgergasse 16, 97421 Schweinfurt, Fon: 09721/220 33, Fax: 09721/229 55, Internet: www.bechterew.de.

Medienpreis Diabetes

MAINZ. Das dänische Pharmaunternehmen Novo Nordisk hat den „Novo Nordisk Media Prize 2006“ für Beiträge ausgeschrieben, die über die Krankheit Diabetes informieren. Die Beiträge müssen zwischen dem 1. Mai 2005 und 31. Mai 2006 veröffentlicht worden sein. Die Gewinner auf nationaler Ebene werden nach Kopenhagen eingeladen, hier wird der beste internationale Beitrag ausgewählt. Der internationale Preis ist mit 10.000 Euro dotiert. Kontakt: Novo Nordisk Pharma GmbH, Stichwort: „Novo Nordisk Media Prize 2006“, Silke Sakoucky, Brucknerstraße 1, 55127 Mainz, Fon: 06131/90 30, Fax: 06131/903 250, E-Mail: ssak@novonordisk.com, Internet: www.novonordisk.de.

Film

Festival für Filme zur Kunst

BERLIN. Das Festival DOKU.ARTS findet zum ersten Mal vom 15. bis 17. September 2006 in Berlin statt. Das neue Festival versteht sich als internationale Plattform für Filme, aus allen Bereichen der Kunst von Musik, Literatur, Theater, Tanz, Kino, Fotografie, Architektur bis Bildende Kunst. Das Genre „Filme zur Kunst“ soll aus seiner Nische geholt und seine Vielfalt, Kreativität und Qualität aufgezeigt werden. Im Zentrum des Festivals stehen Dokumentarfilme, ergänzt durch Mischformen zwischen fiktivem und dokumentarischem Genre. Bewerbungsschluss: 15. Juni. Kontakt: Internationales Festival für Filme zur Kunst, Akademie der Künste, Ulrike Rösen, Pariser Platz 4, 10117 Berlin, E-Mail: roesen@adk.de, Internet: www.doku-arts.de.

Filmsalat

VERDEN. Das 8. Wettbewerbsfestival „Filmsalat“ des Kommunal Kino Verden e.V. findet vom 15. bis 17. Sep-

tember 2006 im Cine City Verden statt. Das Kurzfilmfestival versteht sich als Forum, auf dem Film- und VideokünstlerInnen ihre aktuellen Produktionen einer breiten Öffentlichkeit vorstellen können. Es wird ein Hauptpreis, mehrere Förderpreise und Publikumspreise in Höhe von insgesamt 6.500 Euro vergeben. Anmeldeabschluss: 15. Juni. Anmeldeformular: www.koki-verden.de. Kontakt: Kommunal Kino Verden e.V., Festivalbüro im Cine City, Zollstrasse 1, 27283 Verden, Fon: 04231 / 932 843, Fax: 04231 / 932 845, E-Mail: filmsalat@web.de.

Internationales Kurzfilmfestival Berlin

BERLIN. Vom 7. bis 12. November findet das Internationale Kurzfilmfestival *interfilm*, ein Treffpunkt der internationalen Kurzfilm- und Videoszene in Berlin, statt. Während der sechs Festivaltage werden über 400 Kurzfilme und Videos gezeigt, von denen schätzungsweise 100 für den internationalen Wettbewerb nominiert werden. Eine internationale Jury verleiht die „*interfilm Short Awards*“ und das Publikum den Preis „*eject*“. Zusätzlich werden internationale Kurzfilme für Kinder gegen Gewalt und Intoleranz ausgezeichnet. Einsendeschluss: 14. Juli. Kontakt: *interfilm* Berlin, 22. Festival, Tempelhofer Ufer 1A, 10961 Berlin, Fon: 030 / 693 29 03, E-Mail: festival@interfilm.de. Ausschreibungsformular: http://interfilm.de/interfilm/download/if22_entry_form.pdf

Künstlerischer Dokumentarfilm MÜNCHEN. Vom 3. Mai bis 11. Mai findet in München das 21. Internationale Dokumentarfilmfestival statt. Deutschlandpremiere und eine Welturaufführung werden im Internationalen Wettbewerb gezeigt. Einen Schwerpunkt stellen in diesem Jahr die aktuellen Arbeiten Schweizer Filmemacher dar. Kontakt: Tilmann Schönecker, Fon: 089 / 513 997 88, Mobil E-Mail: schoenecker@dokfestmuenchen.de, Internet: www.dokfestmuenchen.de.

Kurzfilmtage Oberhausen OBERHAUSEN. „Wie kommt mein Film zum Publikum?“, unter diesem Titel bieten die Internationalen Kurzfilmtage Oberhausen (4. bis 9. Mai), ein zweitägiges Seminar für Filmstudenten und -studentinnen an. Ziel des Seminars, das am 8. und 9. Mai 2006 während der Kurzfilmtage stattfindet, ist es, den angehenden Filme-

macherInnen praxisnahes Wissen zu den immer komplexeren Möglichkeiten des Marktzugangs und der Filmverwertung zu vermitteln. Internet: Internationale Kurzfilmtage Oberhausen, Grillostr. 34, 46045 Oberhausen, Kontakt Seminar: Jutta Winkels, E-Mail: winkels@kurzfilmtage.de Pressekontakt: Sabine Niewalda, Fon: 0208 / 825 30 73, Fax: 825 54 13, E-Mail: niewalda@kurzfilmtage.de, Internet: www.kurzfilmtage.de

Varia

Jugend macht Radio

DUISBURG. Wie weit wird die Digitalisierung noch gehen? Werden wir in Zukunft in einem virtuellen Digitalien leben? Und wie wird es dort aussehen? Ist es ein perfektes digitales Paradies oder wird es ein irreales Cyberspace sein? Diese Fragen sollen beim 9. NRW-Wettbewerb Jugend macht Radio 2006 unter dem Motto: „Auf nach Digitalien“ beleuchtet werden. Teilnehmen können alle jungen Menschen in NRW im Alter von 8 bis 25 Jahren. Zugelassen sind sowohl Gruppen als auch einzelne RadiomacherInnen. Die Gewinner erhalten attraktive Geld- oder Sachpreise. Einsendeschluss: 30. Juni. Kontakt: LAG Lokale Medienarbeit NRW e.V., Emscherstr. 71, 47137 Duisburg, Fon: 0203 / 410 58 10, Fax: 0203 / 410 58 20, E-Mail: info@medienarbeit-nrw.de, Internet: www.medienarbeit-nrw.de

leute

Markus Arndt, bislang Lokalchef beim Hamburger Abendblatt, löste als Redaktionsleiter der *Elmshorner Nachrichten* **Lars Haider** ab, auf den im Springer-Verlag andere Aufgaben warten.

Bundespressekonferenz: Der ZDF-Journalist **Werner Göbbling** wurde als Vorsitzender ebenso wiedergewählt wie die Vorstandsmitglieder **Petra Diroll** (BR), **Peter Ehrlich** (Financial Times Deutschland), **Eckart Lohse** (Frankfurter Allgemeine Sonntagszeitung), **Angela Wefers** (Börnsenzeitung), **Thomas Wittke** (Bonner Generalanzeiger) und **Cornelia Wolber** (Welt / Berliner Morgenpost).

Alexander Becher, zuletzt in der Fotoredaktion der *Bildzeitung* tätig, wurde neuer Chef vom Dienst bei

den dpa-Bilderdiensten; **Irmgard Kern**, bisher schon bei dpa, übernahm diese Funktion in der Wortzentrale der Agentur in Hamburg.

Alexander Böker, bisher stellvertretender Redakteur *Modernes Leben* bei Max, folgte als Stellvertreter des Chefredakteurs auf **Rainer Schmidt**, der stellvertretender Chefredakteur bei Park Avenue wurde.

Torsten Casimir, bisher Feuilletonchef der Rheinischen Post (Düsseldorf), wird in der Nachfolge von **Hendrik Markgraf** Chefredakteur des *Börsenblatts – Wochenmagazin* für den Deutschen Buchhandel.

Deutscher Presseclub: Dr. **Gerd Depenbrock** (WDR) wurde als Vorsitzender bestätigt. Stellvertretende Vorsitzende sind **Christina Wandt** (Westdeutsche Allgemeine Zeitung) und Dr. **Dieter Keller** (Südwest Presse). In den Vorstand gewählt wurden außerdem **Birgit Przygodda** (Deutsche Welle TV), **Axel Graser** (SWR), **Philipp Kirschner** (Frankfurter Neue Presse) und Dr. **Wolfgang Koch** (Stuttgarter Zeitung).

Gernot Gehrke, Geschäftsführer der *ecmc* Europäisches Zentrum für Medienkompetenz GmbH, wird in der Nachfolge des verstorbenen **Wolfgang Hahn-Cremer** zusätzlich Geschäftsführer der LfM (Landesanstalt für Medien NRW) Nova GmbH.

Sandra Gottwald, bisher bei der Zeitschrift *AD – Architectural Digest*, wird Leiterin des Ressorts *Leben von Capital*; sie ist künftig auch für die Sonderhefte *Capital Lebensart* zuständig.

Stephan Hebel, bislang stellvertretender Chefredakteur bei der *Frankfurter Rundschau*, übernahm die neu geschaffene Position des Textchefs und die Koordination der Berichterstattung in den überregionalen Ressorts sowie Serien und Sonderausgaben.

Dirk Horstkötter, zuletzt als Autor tätig, wurde Ressortleiter Politik bei *impulse* und löste in dieser Funktion den stellvertretenden Chefredakteur **Gerd Kühnhorn** ab, der bisher auch das Ressort Politik des *Wirtschaftsmagazins* verantwortete.

Ulrich Kohstall, bislang stellvertretender Chefredakteur der *Magazine* *promobil* und *Caravaning*, folgte als

Chefredakteur auf **Thomas Seidelmann**, der ausschied.

Landespressekonferenz Brandenburg: **Peter Kranz** (ZDF) wurde als Vorsitzender wiedergewählt. Vorstandsmitglieder sind **Matthias Benirschke** (dpa), **Thomas Bittner** (RBB-Fernsehen), **Igor Göldner** (Märkische Allgemeine Zeitung), **Susann Fischer** (ddp) und **Claudia van Laak** (DeutschlandRadio).

Landespressekonferenz NRW: **Leo Flamm**, Hörfunkredakteur beim WDR, wurde in seinem Amt als Vorsitzender bestätigt. Dem Vorstand gehören außerdem an: **Michael Fritsch** (Ruhr Nachrichten), **Bettina Grönewald** (dpa), **Peter Jansen** (Neue Westfälische) und **Heidi Renz** (Radio NRW).

Arthur Landwehr, zuletzt SWR-Korrespondent in Washington, folgte als Chefredakteur Hörfunk und stellvertretender Hörfunkdirektor des SWR auf **Wolfgang Pohl**, der in den Ruhestand ging.

Jens-Uwe Meyer, bisher Programmleiter von Antenne Thüringen, wechselte als Geschäftsführer zu einer TV-Produktionsfirma. **Hans-Jürgen Kratz**, Geschäftsführer des Senders, ist kommissarischer Programmdirektor.

Ingo Müntz, zuletzt freier Fernseh- und Hörfunkjournalist für den WDR, wurde neuer Pressesprecher der Hochschule für Gestaltung Schwäbisch Gmünd.

NDR-Rundfunkrat: **Volker Müller**, der seit vier Jahren die Unternehmerverbände Niedersachsens in dem Gremium vertritt, wurde zum Vorsitzenden gewählt. Stellvertreter sind **Helmuth Frahm** (SPD Hamburg), **Karl-Heinz Kutz** (Landessportbund Mecklenburg-Vorpommern) und **Dagmar Gräfin Kerssenbrock** (Landesnaturerschutzbund Schleswig-Holstein).

Kulturstaatsminister **Bernd Neumann** wurde von der Bundesregierung in den Verwaltungsrat des ZDF entsandt.

Uli Pecher, früher u.a. Leiter des Ressorts Medien bei *Focus*, wird Geschäftsführender Redakteur bei der *WirtschaftsWoche* (Verlagsgruppe Handelsblatt, Düsseldorf).

Peter Philipps, früher Mitglied der Welt-Chefredaktion und Chefredakteur der *Berliner Morgenpost*, bis

2002 Leiter der Axel-Springer-Journalistenschule, wurde Stellvertreter des Chefredakteurs bei der Märkischen Oderzeitung (Frankfurt/Oder).

Alexander Rösner, bisher stellvertretender Sportchef bei Sat.1, folgte als Sportchef auf **Albrecht Schmitt-Fleckenstein**, der Redaktionsleiter bei Arena wurde.

Innerhalb der RTL-Kommunikation wurde der Bereich Programmpresse neu strukturiert. Als leitende Redakteure verantworten **Anke Eickmeyer** den Bereich Non-Fiction, **Claus Richter** den Bereich Fiction und **Heike Schultz** den Bereich Information, Magazine und Sport.

Gerd Rubenbauer trat als Sportkommentator der ARD zurück, weil er mit seinem geplanten Einsatz bei der Fußball-WM nicht einverstanden war.

Patricia Schlesinger, zuletzt Leiterin der Programmgruppe Ausland und Aktuelles beim NDR, folgt als stellvertretende Leiterin des Programmbereichs Kultur/Fernsehen sowie Leiterin der Programmgruppe Dokumentation und Reportage auf **Volker Zielke**, der in den Ruhestand ging.

Till Schröder und **Mirjam Stegherr**, bisher schon Redaktionsmitglieder von Politik & Kommunikation (Helios Media), lösten als Doppelspitze den bisherigen Chefredakteur **Manuel Lianos** ab, der das Fachmagazin verließ.

Lutz Schumacher, bisher Mitglied der Chefredaktion bei den Ruhr Nachrichten (Dortmund), übernimmt die Geschäftsführung der Münsterschen Zeitung.

Stephan Steinlein, bislang Ressortleiter Berlin/Brandenburg der Berliner Morgenpost und der Welt, wird Leitender Redakteur und Mitglied der Chefredaktion bei der Berliner Morgenpost.

Manfred von Thien, zuvor Chefredakteur der Lübecker Nachrichten, folgte als Chefredakteur der Ostsee-Zeitung (Rostock) auf **Gerhard Spilker**, der Ende 2005 ausgeschieden war. Vize-Chefredakteur wurde **Jan Emendörfer**. Neuer Chefredakteur der Lübecker Nachrichten wird **Ulrich Exner**.

Volker Thormählen, bislang Leiter der Stabsabteilung Markenkommunikation beim NDR, löst zum 1. August als Leiter der Intendanz **Albrecht Frenzel** ab, der Verwaltungsdirektor des NDR wird.

werben & verkaufen: **Stefan Braunschweig** wurde Leiter der Nachrichtenredaktion Print und Online. **Helmut van Rinsum** leitet künftig die Magazinredaktion, **Rolf Schröter** das Ressort Marketing und **Manuela Pauker** das Ressort Medien.

Heiko Zwirner, derzeit Redakteur bei der Magazin Verlagsgesellschaft Süddeutsche Zeitung mbH (München), wird Chefredakteur des Berliner Stadtmagazins TIP.

preise

Beim ADC-Wettbewerb des Art Director's Club war das SZ-Magazin mit zweimal Gold (Editorial/Zeitschriftengestaltung und Editorial/Zeitschriftenbeiträge), einmal Silber und zweimal Bronze die am häufigsten prämierte Publikation.

Emily Atef gewann mit dem Spielfilm „Molly's Way“ (dffb/ZDF/ARTE) auf dem 11. Filmfestival Türkei/Dtld. in Nürnberg den Preis für den besten Film. Beim internationalen Filmfestival in Mar del Plata/Argentinien erhielt er den Special Jury Award.

Die Fotografin **Yto Barrada** (Marokko/Frankreich) erhielt das Ellen Auer-

bach-Förderungsstipendium für jungen Fotografen der Akademie der Künste Berlin-Brandenburg.

Wolfgang Bergmann, Leiter des ZDFtheaterkanals und Subkoordinator Theater und Musik für ARTE, erhielt in der Sparte Fernsehen den Kritikerpreis 2006, der vom Verband der deutschen Kritiker vergeben wird.

Eric Black und **Frauke Sandig** gewannen mit ihrem Dokumentarfilm „Frozen Angels“ (ZDF) beim Festival International de Films de Femmes de Créteil den Prix Graine de Cinéphase. Auf dem FICCO-Festival in Mexico City wurde der Film mit einer Special Jury Mention ausgezeichnet.

Den BMW Kurzfilm Award 2006 erhielten **Andreas Pieper** (HFF Potsdam-Babelsberg), **Sarah Grohnert** (Arts Institute Bournemouth/Großbritannien) sowie **Laura Lackmann Popescu-Zeletin** und **Sebastian Fremder** (dffb). Die Preisträger können mit einem Produktionsteam der Bavaria Film sowie einem Gesamtbudget von 75.000 € und dem „Regiepaten“ **Moritz Bleibtreu** ihr prämiertes Drehbuch verfilmen.

Der Bob (Business of Beauty)-Medienpreis Friseur wurde vom Industrieverband Friseurbedarf (IVF) erstmals vergeben. 1. Preis (7.500 €): **Eva Apraku** (tip Berlin); 2. Preis (5.000 €): Redaktion der Jugendseite der Hanoverschen Allgemeinen Zeitung; 3. Preis (2.500 €): **Dirk Engelhardt** (Rheinischer Merkur).

Der Autor und TV-Regisseur **Heinrich Breloer** wurde mit dem Verdienstorden des Landes NRW geehrt.

Hansjürgen Britsch, **Gerald Förster** und **Sonja Irouschek** gewannen die Fujifilm Euro Press Photo Awards 2006 in Deutschland.

Klaus Buhlers Hörspielproduktion „Mosaik“ (hr/Deutschlandfunk) wurde von der Deutschen Akademie der Darstellenden Künste zum „Hörspiel des Jahres 2005“ gewählt.

Der Deutsche Hörbuch Preis wird vom WDR und der WDR mediagroup ausgeschrieben. Die Preisträger 2006 – Kategorie „Best of all“: **Götz Fritsch** für die Neubearbeitung und Neuinszenierung von Dylan Thomas' „Unter dem Milchwald“ (MDR/Hörverlag, München); Information: **Jochanan**

Shelliem für das Dokumentarstück „Weinen Sie nicht, die gehen nur baden!“ (SWR/Audio Verlag, Berlin); Interpretation: **Sophie Rois** für „Jane Eyre“ von Charlotte Brontë (Eichborn LIDO); Jugendhörbuch: Autor **Uri Orlev** (Israel) für „Lauf, Junge, lauf“ (Beltz & Gelberg); Unterhaltung: Autor **Edgar Hilsenrath** für seinen Roman „Der Nazi und der Friseur“ und Schauspieler **Bodo Primus** für die Lesung (SR/Random House Audio); „Das besondere Hörbuch“: „Wörter Sex Schnitt“, akustisches Material von **Rolf Dieter Brinkmann**, ediert von **Herbert Kapfer** und **Katarina Agathos** (BR/Intermedium Rec., München).

Anna-Lisa Dieter erhielt für die Artikelserie „Beruf Schauspieler“ (Rhein-Main-Zeitung) den mit 2.500 € dotierten Hessischen Jungjournalistenpreis 2006, der vom Verband Hessischer Zeitungsverleger vergeben wird. Anerkennungspreise zu je 500 € gingen an **Constanze Kindel** (Frankfurter Neue Presse) und **Michael Brüggeman** (Rhein-Main-Zeitung).

Der Fernsehkrimi „Das Glück der Anderen“ aus der ZDF-Reihe „Bella Block“ (Buch: **Christian Jeltsch**; Regie: **Christian von Castelberg**) gewann den Deutschen Fernsehkrimi-Preis 2006, der mit 1000 Liter Wein dotiert ist.

Jenny Genger, Redakteurin für Luftverkehr und Touristik im Unternehmensressort der Financial Times Deutschland, wird mit dem Medienpreis der deutschen Reiseindustrie 2006 ausgezeichnet, den der Travel Industry Club erstmals vergibt.

42. Grimme-Preis des Adolf Grimme-Instituts (Marl) – Wettbewerb „Fiktion & Unterhaltung“: Preise mit Gold für „Polizeiruf 110: Der scharlachrote Engel“ (BR/ARD) an **Günter Schütter** (Buch), **Dominik Graf** (Regie), **Michaela May**, **Edgar Selge**, **Nina Kundendorf** (Darstellung); für „Hierankl“ (BR/ARTE/SWR) an **Hans Steinbichler** (Buch/Regie), **Bella Halben** (Kamera), **Johanna Wokalek**, **Barbara Sukowa**, **Josef Bierbichler**, **Peter Simonischek** (Darstellung); für „Marias letzte Reise“ (BR/ARD) an **Ariela Bogenberger** (Buch), **Rainer Kaufmann** (Regie), **Monica Bleibtreu** (stellv. für das Darstellerteam). Preise für „Polizeiruf 110: Kleine Frau“ (RBB/ARD) an **Stefan Rogall** (Buch), **Andreas Kleinert** (Regie),

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

Thomas Plenert (Kamera), **Imogen Kogge**, **Johanna Gastdorf** (Darstellung); für „Stromberg“ (ProSieben) an **Ralf Husmann**, **Moritz Netenjakob**, **Lars Albaun**, **Dietmar Jacobs**, **Ron Markus** (Buch), **Christoph Maria Herbst** (Darstellung); für „Die Nachrichten“ (ZDF) an **Alexander Osang** (Buch), **Matti Geschonneck** (Regie). Wettbewerb „Information & Kultur“: Preise für „Abenteuer Glück“ (WDR/ARD) an **Annette Dittert** (Buch/Regie); für „Weltmarktführer – Die Geschichte des Tan Siekmann“ (ZDF) an **Klaus Stern** (Buch/Regie); für „die story: Why we fight – Die guten Kriege der USA“ (ARTE/WDR/BBC) an **Eugene Jarecki** (Buch/Regie); für „Abschiebung im Morgen-grauen“ (NDR) an **Michael Richter** (Buch/Regie); für „Die Frauen von Ravensbrück“ (MDR/RBB/SWR) an **Loretta Walz** (Buch/Regie). Wettbewerb „Spezial“ – Preise: **Claire Doutriaux** für Idee, Gestaltung und Realisation des Kulturmagazins „Karambolage“ (ARTE); **Justin Webster** und **Daniel Hernández** für „FC Barcelona – Das Jahr der Entscheidung“ (ZDF/ARTE/BBC/TVC/NTS); **Edda Bau-mann-von Broen** (Konzept/Produktion), **Cordula Kablitz-Post** (Produktion/Regie), **Martin Pieper** (Konzept/Redaktion) und **Hasko Baumann** (Buch/Regie) für „Durch die Nacht mit...“ (ZDF/ARTE). Besondere Ehrung des Deutschen Volkshochschul-Verbandes: **Elke Heidenreich**. Sonderpreis „Kultur“ des Landes NRW (10.000 €) für „Welthauptstadt Germania“ (ARTE/RBB/SWR) an **Artem Demenok** (Buch/Regie). Publikumspreis der Marler Gruppe: für „Abenteuer Glück“ (WDR/ARTE) an **Annette Dittert** (Buch/Regie). Mercedes-Benz-Förderstipendium: **Alejandro Cardenas-A.** für „Alias Alejandro“ (ZDF).

Jürgen Habermas erhielt für sein publizistisches Lebenswerk den mit 7.000 € dotierten Bruno-Kreisky-Preis des österreichischen Renner-Instituts.

Mit dem Hanns-Joachim-Friedrichs-Preis für Fernsehjournalismus 2006 wird die Redaktion des ZDF-Magazins „Frontal 21“ (Redaktionsleiter: **Claus Richter**; Moderator: **Theo Koll**) ausgezeichnet.

Journalistenpreis „Abdruck 2006“ der Aktion proDente: In der Kategorie Print gingen der 1. und 2. Preis an **Sven Rohde** (Stern) und **Gabriele Hellig** (Infothek-Reihe der AOK); in

der Kategorie Elektronische Medien wurden **Andrea von Burgsdorff** (sat.1) und **Annette Kanis** („Volle Kanne“, ZDF) ausgezeichnet. Einen Sonderpreis erhielt die Redaktion NZZ-Folio der Neuen Zürcher Zeitung.

Journalistenpreis „Mobilität und Logistik“ der Deutschen Bahn AG – 1. Preis (10.000 €): **Helmut Frei** für das Radiofeature „Kurze Wege – saubere Luft“ (SWR); 2. Preis (6.000 €): **Walter Wille** für den Beitrag „Die groben Kästen mit dem hohen Feingefühl“ (FAZ); 3. Preis (4.000 €): zu gleichen Teilen an **Jörn auf dem Kampe**, **Uwe Albig** und **Martin Paetsch** (alle GEOkompakt).

Die Kamerafrau **Judith Kaufmann** erhielt im Rahmen der Marburger Kameragespräche den mit 5.000 € dotierten Marburger Kamerapreis der Philipps-Universität.

Der Kinder- und Jugendhörspielpreis des MDR-Rundfunkrats 2006, dotiert mit 7.500 €, ging zu gleichen Teilen an drei Produktionen: **Andrea Otte** für die Hörspiel-Bearbeitung des Jugendbuchs „Die geheimnisvolle Minusch“ von Annie M. G. Schmidt (Regie: **Oliver Sturm**, SWR); **Dagmar Schnürer** für die Hörspiel-Bearbeitung des Kinderbuchs „Dakota Pink“ von Philip Ridley (Regie: **Axel Pleuser**, SWR); **Sandra Doedter** für das Feature „Befehl ist Befehl! Leben auf einem Nazi-Internat“ (WDR).

Kurt-Magnus-Preis/Radio-Nachwuchsförderpreis der ARD 2006 – 1. Preis (je 7.000 €): **Christina Teuthorn** (BR) und **Corinna Tertel** (hr); kein 2. Preis; 3. Preis (4.000 €): **Stefanie Pesch** (RB); 4. Preis (3.000 €): **Daniela Kahls** (MDR); 5. Preis (2.000 €): **Markus Stratmann** (NDR).

Der Autor **Dimitri Ladischensky** und der Fotograf **Francesco Zizola** erhielten für ihre Reportage „Das Dilemma des Comandante“ (mare) den mit 6.000 € dotierten Hansel-Mieth-Preis 2006 der Reportage-Agentur Zeiteinspiegel (Weinstadt). Das ebenfalls mit 6.000 € dotierte Gabriel-Grüner-Stipendium ging an den Autor **Leonardo La Rosa** und den Fotografen **Roger Wehrli** für das Projekt, die oppositionelle Medienlandschaft in Italien zu skizzieren.

7. Landshuter Kurzfilmfestival – BMW Kurzfilmpreis: 1. Preis (1.500 €): **Micha Lewinsky** für „Herr Goldstein“;

2. Preis (900 €): **Fiona Pinkernell** für „Swan Song“; 3. Preis (600 €): **Jan Schomburg** für „Nie solo sein“. Newcomer Publikumspreis des MedienCampus Bayern – 1. Preis: „Pizza Amore“ von **Achim Wendel**; 2. Preis: „Wolfstrau“ von **Maria-Anna Rimpfl**; 3. Preis: „Echos“ von **Michael Ramsauer**. StadtLandJugendpreis – 1. Preis (500 €): „Kopfsache“ von **Doron Wisotzky**; 2. Preis (300 €): „Die kleine Bio-Mahlzeit“ von **Stephan-Flint Müller**; 3. Preis (200 €): „Der Karl“ von **Minh Duong**. BBl-Förderpreis: **Daniel Vogelmann** für „Dubois“.

Lead Awards 2006 der LeadAcademy (Hamburg) – eine Auswahl der Preisträger. Kategorie Zeitschriften/Lead Magazin des Jahres: 1. Neon (G+J); 2. SZ-Magazin (Süddeutscher Verlag); 3. 032c (032c workshop). Kategorie Newcomer des Jahres: 1. Park Avenue (G+J); 2. Player (b & d Verlag); 3. Liebling (Liebling Verlag). Kategorie Beitrag des Jahres: 1. „Zwillinge“ in SZ-Magazin Nr. 51; 2. „Tu was!“ in Greenpeace Magazin Nr. 1; 3. „Vogelgrippe: Gefahr aus Asien“ in National Geographic Nr. 10 sowie „New Orleans: Amerikas Atlantis“ in Stern Nr. 37. Kategorie Online/WebLeader des Jahres: 1. wikipedia.org (Wikimedia Deutschland); 2. openbc.com (Open Business Club); 3. plazes.com (Plazes). Erfolgreichster Titel war das SZ-Magazin mit zwei Gold- und zwei Silbermedaillen.

Der Medienpreis 2005 „When I'm Sixty-Five“ der FinanzFachFrauen, eines bundesweiten Zusammenschlusses von unabhängigen Finanzdienstleisterinnen, zum Thema Altersvorsorge für Frauen. 1. Preis: **Wiebke Peters** für den Beitrag „Altersvorsorge – Special“ (brigitte.de); 2. Preis: **Nadine Oberhuber** für den Artikel „Das verflixte X-Chromosom“ (Die Zeit); 3. Preis: **Sabine Hildebrandt-Woekel** für den Beitrag „Arm dran im Alter“ (Frankfurter Allgemeine Sonntagszeitung). Der Preis war mit insgesamt 18.000 € dotiert.

Elfi Mikesch, Kamerafrau und Regisseurin, wird mit dem Deutschen Kamerapreis ausgezeichnet.

Imo Moszkowicz, Theater- und Filmregisseur, wurde zum Ehrenmitglied des Bundesverbands Regie.

Dr. **Hellmuth Nordwig** (München) erhält für seine Hörfunkbeiträge zu

Themen der Chemie den Journalistenpreis der Gesellschaft Deutscher Chemiker.

Nick Park und **Steve Box** wurden beim internationalen Animationsfilm-Forum „Cartoon Movie“ in Potsdam für „Wallace & Gromit auf der Jagd nach dem Riesenkaninchen“ zu den besten europäischen Regisseuren des Jahres gekürt.

Der Regionalsender rheinmain.tv (Bad Homburg) schnitt mit vier ersten Preisen in insgesamt elf Kategorien beim diesjährigen Deutschen Regionalfernsehpreis, der für lokale und regionale Kommerzsender ausgeschrieben wird, am erfolgreichsten ab.

Runar Runarsson (Island) gewann mit dem schon mehrfach preisgekrönten Beitrag „The Last Farm In The Valley“ den Preis des ersten Internationalen Kurzfilmfestivals Munich International veranstaltet von der Münchner Filmwerkstatt und dem CommClub München wurde.

Rundfunkpreis Mitteldeutschland 2006 für Fernsehbeiträge, vergeben von den Landesmedienanstalten in Sachsen, Sachsen-Anhalt und Thüringen – Kategorie Bester Beitrag (2.500 €): **Ralf Schietrumpf** für „Als der Frieden nach Halle kam, Folge 1“ (TV Halle); Kategorie Bestes Porträt (2.500 €): **Gabriele Kontor** für „Zwischen den Zeiten“ (Dresden Fernsehen); Sonderkategorie „Sport ohne Sponsoren?“ (1.000 €): **Katrin Taubert** (werra TV). Länderpreise (je 500 €) – Sachsen: **Witja Frank** (Leipzig Fernsehen); Sachsen-Anhalt: **Uwe Stötzner** (TV Halle); Thüringen: **Anne Wiesigel** (Salve.tv).

Frank Sorge (Berlin) erhält den Sven-Simon-Preis der Welt am Sonntag für das beste Sportfoto des Jahres 2005. Der zweite Preis wurde **Herbert Roth** (Pulheim/NRW), der dritte **Sascha Fromm** (Riechheim/Thüringen) zugesprochen.

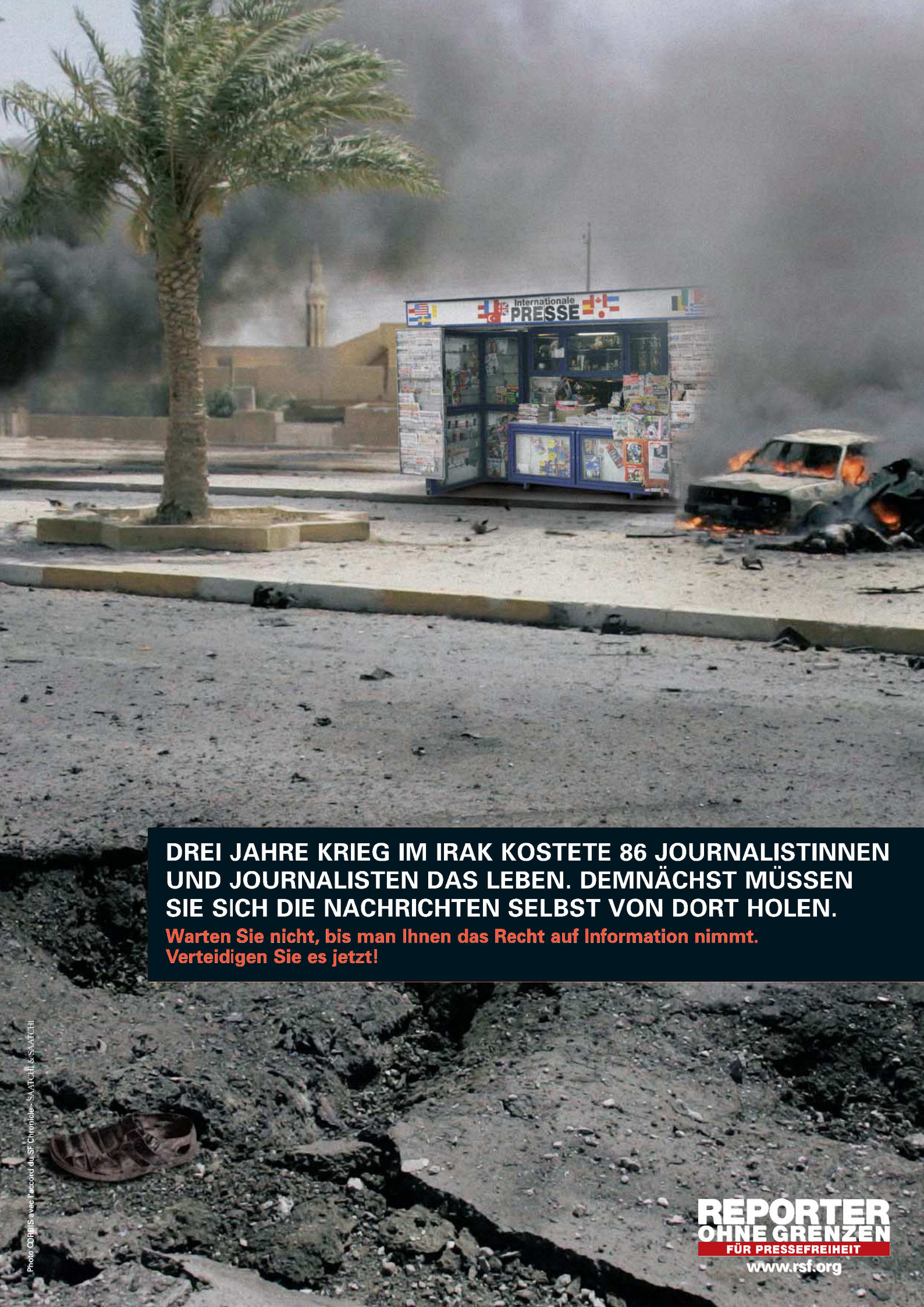
Angelika Stangneth, Leiterin des Vorpommern-Studios des NDR in Greifswald, wurde für das deutsch-polnische Radioprojekt „Radio Pomerania“ (NDR 1 Radio MV) vom polnischen Journalistenverband mit dem Czubasiewicz-Preis ausgezeichnet.

Das NDR-Gesundheitsmagazin „Visite“ erhielt den Medienpreis der Deutschen Augenärzte 2006.

Dem Informatiker Prof. **Wolfgang Wahlster**, u.a. Vorsitzender der Geschäftsführung des Deutschen Forschungszentrums für Künstliche Intelligenz und Mitglied der Schwedischen Akademie der Wissenschaften, wurde in Würdigung der guten Zusammenarbeit mit der Presse die „Goldene Ente“ der Landespressekonferenz Saar (LPK) verliehen.

Wächterpreis der Tagespresse 2006 der Stiftung „Freiheit der Presse“ (Bad Vilbel): 1. Preis (12.000 €):

Frank Thonicke, Redakteur der Hessischen/Niedersächsischen Allgemeinen (Kassel) für seine investigative Berichterstattung über korrupte Praktiken des Sportchefs einer öffentlich-rechtlichen Anstalt; 2. Preis (8.000 €): **Michael Ohnewald**, Redakteur der Stuttgarter Zeitung, für seine Beiträge über den Missbrauch von Arbeitslosenhilfe; 3. Preis (6.000 €): **Jörg Klotzek** und **Martin Riedlaicher**, Redakteure der Passauer Neuen Presse, für ihre Berichterstattung über die Bereicherung eines Amtsträgers.



**DREI JAHRE KRIEG IM IRAK KOSTETE 86 JOURNALISTINNEN
UND JOURNALISTEN DAS LEBEN. DEMNÄCHST MÜSSEN
SIE SICH DIE NACHRICHTEN SELBST VON DORT HOLEN.**

**Warten Sie nicht, bis man Ihnen das Recht auf Information nimmt.
Verteidigen Sie es jetzt!**