E 2814

MENSCHEN MACHEN MEDIEN

Medienpolitische ver.di-Zeitschrift

Nr. 2/3 Februar/März 04 Jahrgang 53

ver.di

MULTIMEDIALES QUERFELDEIN

Bundesweite Streiks an Tageszeitungen

Sind Journalisten Speichellecker?

Dass „Stars“ ihre Interviews absegnen, ist heutzutage selbstverständlich. Sogar ganze Biografien wollen sie autorisieren. Journalisten lassen sich diese Form der Zensur gefallen. Weshalb?

Von Peter Köpf

Foto: Christian von Polentz / trasiit

Peter Köpf, Autor von „Die Burdas“ und „Stoiber“.

Was Gerhard Schröder von Journalisten hält, umschreibt er gern mit einer Anekdote: Wenn er aus dem Dienstwagen steige, halte ihm meist ein engagierter junger Mensch ein Mikrofon unter die Nase und frage: „Herr Bundeskanzler, und?“ Alle lachen.

Der deutsche Journalismus ist auf den Hund gekommen. Ganz deutlich wird das bei der Kumpanei, die Journalisten mit Prominenten aus Politik, Wirtschaft, Kultur und Sport pflegen: „Unautorisiert“ sei die Grönemeyer-Biographie von Ulrich Hoffmann, schrieben Journalisten dem Sprecher der Plattenfirma Capitol Music Germany nach dem Mund. Auch meine Stoiber-Biografie haben Kollegen als unautorisiert bezeichnet. Was soll das?

In der Zunft gilt es heute offenbar als selbstverständlich, vom Interview bis zum fertigen Buchmanuskript alles „absegnen“ zu lassen. Sogar Zeitungsartikel werden vor dem Druck zum „Gegenlesen“ verschickt. Warum lassen Journalisten abnicken, was doch in den Aufnahmegeräten dokumentiert ist? Warum lassen sie sich nehmen, was gute Fragetechnik dem Gegenüber entlockt hat? Warum holen sie sich Absolution?

Um Fehler zu vermeiden, höre ich. Damit die Gesprächspartner auch später geneigt sind, ahne ich. Dies ist eine Unsitte, weiß ich. Der Wahrheitsfindung dient sie keinesfalls, die Kollegen in anderen Ländern lachen darüber: obrigkeitshörig bis heute, die Deutschen. Ich behaupte, dass in einem Buch, in einem Interview, das autorisiert ist, mehr gelogen wird als in einem nicht „abgesegneten“.

Betrug an den Lesern

Das ist Betrug an den Lesern. Sie wissen nicht, dass der „Kronprinz“ seinen Parteichef im Gespräch als unfähig bezeichnet und menschlich abqualifiziert, wenn nach dem Weichspülen zu lesen ist, er stehe hinter dem großen Vorsitzenden. Sie wissen nicht, wie Gesagtes umformuliert wird. Aber sie ahnen es. Und das hat Folgen auch für das Ansehen des Berufsstands, das ohnehin beschämend ist. Mehrfach haben mich Zuhörer bei Lesungen (vor der Lektüre) gefragt, in wessen Auftrag ich die Stoiber-Biografie oder meine Monografie über „Die Burdas“ geschrieben hätte. Staatskanzlei? Burda-Verlag? Die Leute scheinen zu glauben, eine Biografie sei ohnehin gekauft. Das ist das Bild, das unsere Zunft heute abgibt: Das Publikum verwechselt Journalisten mit Bücklingen und Speichelleckern. Hauptsache embedded. Dabei sein ist alles.

Und sie haben Recht, die Leser, Gustav Freitags Schmock lebt: „Ich habe geschrieben links und wieder rechts. Ich kann schreiben nach jeder Richtung.“ Die Schmocks von heute schreiben nicht einmal mehr selbst, sie lassen sich „ihre“ Texte von den Hilfstruppen der Mächtigen (um)schreiben und setzen schamlos ihren Namen drunter. Die Schmocks von heute haben Angst, nicht mehr mitspielen zu dürfen, und machen sich deshalb zum willfährigen Vollstrecker der Presse- und PR-Abteilungen. Das ist der freiwillige Verzicht auf eine der besten Eroberungen der Demokratie: die Freiheit des Worts.

Vorauseilender Gehorsam

Über Personen der Zeitgeschichte darf schreiben, wer möchte. Autoren müssen sich allerdings an der Wahrheit orientieren, sonst drohen juristische Folgen. Selbstverständlich gehört es sich, einen Portraitierten mit Vorwürfen Dritter zu konfrontieren und ihm Gelegenheit zur eigenen Darstellung zu geben. Was sich nicht gehört, ist, sich die Feder führen zu lassen.

Dieser vorauseilende Gehorsam muss beendet werden. Auch um den Preis, dass Promis wie die Kicker von Hertha BSC nicht mehr mit uns sprechen wollen. Mehr Selbstbewusstsein. Die Profis kommen wieder. Sie müssen die Verpflichtungen aus ihren Werbeverträgen erfüllen. Politiker müssen zu ihren Wählern sprechen, und das geht am effektivsten über die Medien. Und wenn Herr Grönemeyers Management sagt, ihr Musiker hätte die Hoffmann-Biografie 1. nicht autorisiert und 2. mit dem Autor nie gesprochen, dann kann ich ihm nur sagen: Hätte er mal. Vielleicht wäre dann manches zu vermeiden gewesen. Die Könige von heute sollten wissen, dass sie unliebsame Recherchen und Veröffentlichungen nicht verhindern können, indem sie ungebetenen und unbequemen Fragern kein Gespräch gewähren.

Journalisten müssen die Hoheit über die Mikrofone und Schreibmaschinen wieder erkämpfen. Dem Publikum würde das ersparen, nichts sagende Antworten auf dämliche Fragen hören oder lesen zu müssen. Nebenbei würde es sein Urteil über Journalisten mildern. ■

„Missbrauchte Form“

Nachdem Olaf Scholz auf dem SPD-Parteitag sogar in die Fragen des taz-Korrespondenten Jens König hineinredigiert hatte, machten am 28. November die wichtigsten Tageszeitungen der Republik diese Unsitte mit einem Aktionstag öffentlich. Im „Tagesspiegel“ warnte Stephan-Andreas Casdorff vor einer derartigen Grenzüberschreitung, für Michael Hanfeld von der „FAZ“ sind Interviews inzwischen die „missbrauchte Form des Journalismus“. In der „Financial Times Deutschland“ offenbarte Peter Ehrlich, dass das gesprochene Wort nicht mehr gelte, und Hans Leyendecker schrieb in der „Süddeutschen Zeitung“: „In Deutschland regiert die Kontrollwut.“

Nun machen die Pressesprecher mobil. Der im Oktober gegründete Bundesverband deutscher Pressesprecher lud am 2. Februar in die Opel-Repräsentanz, um über die „Autorisierungsdebatte kontrovers“ diskutieren zu lassen. Auf dem Podium saßen Bascha Mika von der „taz“ und Klaus Schrotthofer, Sprecher des Bundespräsidenten.

Bascha Mika, die den Aktionstag initiiert hatte, gab rasch zu, dass auch sie ihre Interviews überarbeite, und so einigten sich die beiden Seiten darauf, es bestehe Waffengleichheit. Zeitungen könnten ein verfälschtes Gespräch jederzeit aus dem Blatt nehmen.

Auch der Pressesprecher-Verband vertrat seine Meinung per Positionspapier in acht Punkten. Unter Punkt 1 vermerkte der Gastgeber: „Die von führenden Tageszeitungen angestoßene Autorisierungsdebatte über die Freigabe von Interviews ist überflüssig.“ Das letzte Wort müsse immer das eigene sein. Kö ■

Anzeige

Foto: Jürgen Seidel

Mehr arbeiten für weniger Geld sollen die Redakteure an Tageszeitungen, ginge es nach dem Willen der Verleger. Eine Provokation für die Blattmacher von mehr als 100 Redaktionen. Für den bisherigen Manteltarifvertrag, eine angemessene Gehaltserhöhung und Beschäftigungssicherung gingen bundesweit Tausende auf die Straße (Seiten 10/11), wie die Kollegen der „Westfalenpost" in Hagen (Foto).

Titelthema: Neue Medien

4 **Multimediales Querfeldein**
Digitaltechnik sucht Inhalte – Crossmedia führt zu neuen Kommunikationswegen und krempelt klassische Berufsfelder um
Von Holger Wenk

5 **Der Mensch hinter dem @**
Betriebsräte der Neuen Medien zwischen Interessenskonflikt und Kooperation
Von Katja Karger

7 **Wie zur Zeit des Pyramidenbaus**
Junge Branche, alte Muster – eine Bestandsaufnahme von connexx.av

8 **Konstruktive Spannung**
Quellennachweis verhindert Schleichwerbung

8 **Online-Journalisten**
Content-Management und Journalismus

9 **Buchtipp: Gütesiegel für Suchmaschinen**

9 **Wettbewerb Rückblende '03**

Kolumne

2 **Sind Journalisten Speichellecker?**
Von Peter Köpf

Tarifpolitik

10 **Guten Journalismus gibt es nicht zum Schnäppchenpreis**
Bundesweite Streiks an Tageszeitungen gegen Einschnitte bei Urlaubsgeld und Gehalt

12 **„Ohne Preis, kein Fleiß"**
Tarifverhandlungen im öffentlich-rechtlichen Rundfunk – Pilotabschluss beim WDR

12 **Nicht für'n Appel und für'n Ei!**
Protestfrühstück bei der Deutschen Welle

13 **„Warum durch die offene Tür ..."**
Warnstreiks beim Bayerischen Rundfunk

13 **Haustarifvertrag bei Hamburger Filmproduktion**
Wegweisender Abschluss für die Branche

13 **RTL: Ein Prozent mehr Gehalt**

13 **Kino: 20 Prozent weniger**

Medienpolitik

14 **Vielfalt braucht Menge und Qualität**
17. Journalistentag diskutierte Wege zur Reform der Presseförderung

16 **Lex Speciales gegen SPD und Madsack?**
Streit um neues Mediengesetz in Niedersachsen – Verfassungsklage vorbereitet

17 **Bericht zum Datenschutz in Redaktionen**
Presserat dokumentiert Freiwillige Selbstkontrolle

Rundfunk

18 **Rundfunkgebühren in Zeiten der Krise**
14. KEF-Bericht und die Folgen mit Blick auf wahltaktische Kahlschlagphantasien

22 **Lohnender Widerstand**
Senderfusion RBB: Trotz Teilerfolg kritische Lage für Freie

Ratgeber

20 **2004: Alles wird anders**
Steuern – Arbeitsamt – Versicherungen

Freie

23 **Starker Knoten im Netz**
Selbständigen-Erfolgsprojekt media fon in ver.di wird fortgeführt

Film

24 **Schattendasein**
Urheber Drehbuchautor – Chancen und Risiken bei der Markteroberung

25 **Filmrezension: Montags in der Sonne**

Bildung

26 **Das Zauberwort Medien**
Trotz schlechter Chancen auf dem Arbeitsmarkt gibt es immer mehr Studiengänge

Meldungen

27 **Prominente hinter der Kamera**
Versteigerung von selbstgemachten Starfotos für verfolgte Journalisten

27 **VG Wort: Mehr Geld für die Fachautoren**

27 **Werbefotografen gehören in die KSK**

27 **Weiterbildung bei der Deutschen Welle**

27 **Fotoagentur gegen „Bilder-Klau"**

Medien International

28 **Medien unter der „Diktatur der Gesetze"**
Russland zur Wahlzeit: Redaktionen nahezu handlungsunfähig

28 **Vom König begnadigt**

28 **Festnahme nach Rückkehr**

29 **Aktion für Khawa Medhi Rizvi**
Pakistanischer Journalist nach Festnahme „verschwunden"

Rubriken

30 **Service / Seminare**

33 **Leute / Preise**

34 **Impressum**

Während in manchen Verlagen noch diskutiert wird, ob der Webauftritt integraler Bestandteil der Zeitung und die für Inhalte zuständigen Mitarbeiter deshalb Redakteure sind, ist der Zug der Mediendigitalisierung längst weiter gefahren. Crossmedia ist der neue Trend, der nicht nur bei den traditionellen Inhalteproduzenten die Kasse klingeln lassen soll. Dabei verwischen die Grenzen zwischen alten und neuen Medien, zwischen Journalismus, PR und Handel – es entstehen auch völlig neue Berufe.

Multimediales Querfeldein

Digitaltechnik sucht Inhalte – Crossmedia führt zu neuen Kommunikationswegen und krempelt klassische Berufsfelder um

Von Holger Wenk

Fotos / Bearb: Petra Dreßler

Bundesweit ist Alba vor allem als Entsorgungsunternehmen und Sponsor des Basketballteams Alba Berlin bekannt. Doch das wird sich bald ändern: „Ja, wir haben eine eigene Redaktion“, sagt Jürgen Jaschke, der allerdings nicht die Pressestelle der Müllfirma leitet.
Er ist vielmehr Geschäftsführer des Tochterunternehmens Albanet, das einen neuen Dienst anbietet, der in Berlin-Brandenburg schon von zwei Wohnungsunternehmen und zwei Kabelnetzbetreibern für zehntausende Haushalte genutzt wird. „Service TV“ ist ein interaktives Fernsehportal, das vor allem regionale und lokale Inhalte, Unterhaltung und Kommunikation bietet.
Das Besondere daran: Die Mieter mit einer Kabelbox haben „Service TV“ als ein zusätzliches Programm auf ihrem TV-Bildschirm, dabei sind es nicht Rundfunksignale, sondern Datenströme im Format des Internetprotokolls (IP), die wie ein moderner Videotext daherkommen.

Kontakt per E-Mail

Die Interaktion mit den Nutzern entsteht nicht nur, indem sie ein- und ausschalten. Durch eine Navigationsleiste auf der linken Bildschirmseite kann sich jeder Kunde per Fernbedienung im „Service-TV“tagesaktuelle News, Veranstaltungstipps, Ratgeberthemen, Klatsch & Tratsch abrufen oder das örtliche Branchenbuch durchblättern. Die Plattform bietet eine umfassende TV-Programmvorschau, etliche Video- und PC-Spiele, eine Videothek mit 200 Filmen sowie Lotto und andere Glücksspiele an. Für Wohnungsunternehmen als Kabelbesitzer besonders attraktiv: Der Kontakt zwischen Mietern und dem Hausmeister oder der Wohnungsverwaltung kann über E-Mail erfolgen. Zusätzlich laufen die aus dem Internet bekannten Funktionen wie E-Mails, Chats, Homeshopping und Telebanking.
„Wir sind so eine Mischung von Schwarzem Brett, Notdienst und Kiez-Marktplatz“, beschreibt Jaschke das multimediale Angebot. Und Redaktionsleiterin Dagmar Zurawski sieht „Service TV“ als lokales Medium der neuen Art. Es soll weder die Radiosender oder TV-Programme vor Ort und schon gar nicht die Regionalzeitung oder das Anzeigenblatt ersetzen. Eher ergänzen, denn die Inhalte werden von profilierten lokalen Anbietern zugeliefert und in der kleinen Albanet-Redaktion nur neu konfektioniert.
Und die Konvergenz der Medien verleiht der Verschmelzung von Individual- mit Massenkommunikation, der Verwischung von Grenzen zwischen Journalismus und Werbung / PR sowie dem Zusammenwachsen von Kommunikation und Vertrieb / Handel (der berüchtigte Klick von der Buchrezension zu amazon.de) weiter Vorschub.
So bietet das digitale Antennenfernsehen DVB-T die Möglichkeit, außer Fernsehprogramme auch lokale Dienste als Datenströme zu verbreiten, die auf Handys der neueren Generation bald genutzt werden können. Zum Beispiel der Service „What‘s up?“ von Touch Mobile. Dabei stellt die Firma einen interaktiven Stadtführer mit aktuellem Kino-Programm (mit kurzer Inhaltsbeschreibung), Restaurant-Tipps (mit Gastro-Kritik) und Event-Empfehlungen zur Verfügung. Ausgestrahlt über DVB-T ist er für alle im Sendegebiet nutzbar, gestattet es, ein Restaurant vorab zu betrachten oder neue Filmtrailer anzusehen. Selbst Platzreservierungen und Ticketkauf sind sofort möglich. Ein Stadtplan mit Wegbeschreibung führt dank Handy-Lokalisation den Nutzer zum richtigen Ort. Und die Kosten (Abo und / oder Einzelabruf) im einstelligen Euro-Bereich halten sich in Grenzen. „In Berlin“, so Touch-Mobile-Geschäftsführerin Dr. Silvia Kienberger, „wird das Ganze in Kooperation mit dem führenden Stadtmagazin Tip“ realisiert.

Content managen

Aber sind das Journalisten, womöglich noch nach den klassischen Tarifen für Print oder Fernsehen bezahlte, die da in den neuen Multimedia-Redaktionen werkeln? Wohl kaum. Eigentlich sind es Contentmanager, nur: für die gibt es weder ein Berufsprofil noch einen Tarifvertrag. Und „Service TV“ aus dem Kabelbereich oder „What‘s up?“ bei Mobilfunk / Digital-TV sind beileibe keine Einzelbeispiele. So bieten die Handynetzbetreiber wie T-mobil, E-plus oder O2 ihren Kunden schon eigenen Medienservice – von News über Unterhaltung bis zu aktuellem Sport. Auch Online-Dienste und Provider wie T-Online und AOL bieten Medieninhalte, werden mit AOL@radio oder T-Online.vision sogar zu einer Art Programmveranstalter oder Videothek. Selbst klassische Suchmaschinen wie Google schmücken sich nun mit einem Newsticker.
Zwar läuft das oft wie bei Albanet oder Touch Mobile in Kooperation mit traditionellen Medien – von „Bunte“ über das „heute“-Journal des ZDF bis zu „Bild“. Doch wird der Content nicht immer im perfekt passenden Format angeliefert und automatisch eingestellt, oft muss auch gesichtet, sortiert, bearbeitet werden. Eben redaktionelle bzw. journalistische Arbeit in Unternehmen, die bislang ausschließlich Gegenstand journalistischer Berichterstattung waren. Da mutet die Debatte um Online-Journalisten fast schon so antiquiert wie der berüchtigte Theologen-Streit an, ob die Engel weiblichen oder männlichen Geschlechts sind. ■

Der Mensch hinter dem @

Betriebsräte der Neuen Medien zwischen Interessenskonflikt und Kooperation

Von Katja Karger, connexx.av

Über die schöne neue Arbeitswelt der sogenannten New Economy ist so viel geschrieben und gesagt worden, dass die Menschen dahinter kaum mehr wieder zu erkennen sind. Dieser Artikel versucht, die Menschen wieder in den Mittelpunkt zu stellen. Aus der Perspektive von connexx.av beleuchtet er die Besonderheiten der Interessenvertretung in der New Media Branche sowie die Widersprüche und Spannungen, mit denen die Beschäftigten zu kämpfen haben.

Seit 2000/2001 steigt bei den Beschäftigten der Neuen Medien das Bedürfnis nach einer Interessenvertretung. Die Gründe sind so einfach wie vielfältig: mehr interne Kommunikation, mehr Prozessbeteiligung, Transparenz, Gerechtigkeit, Demokratie, Mitspracherecht, Absicherung, Zuverlässigkeit und Sicherheit.
connexx.av hat seitdem viele Belegschaften der New Economy bei der Gründung eines Betriebsrats unterstützt. Viele Erkenntnisse und Erfahrungen hat connexx.av dabei gewonnen: Es ist wichtig, dass die Gewerkschaft nicht als „von außen kommend" wahrgenommen wird: In der Regel gehen einige Beschäftigte voran und connexx.av leistet die Begleitung und Absicherung. Alles, was kommuniziert wird, muss mit den Initiatoren abgesprochen werden. Die Gewerkschaft weiß es nicht immer besser – das ist die wichtigste Grundeinstellung. Darüber hinaus muss den Beschäftigten genügend Zeit zur Diskussion gegeben und viel Aufklärungsarbeit geleistet werden. Bei den verkürzten Wahlverfahren, so bequem sie auch sein mögen, fühlen sich die Mitarbeiter häufig überrumpelt und übergangen. Sie wollen ernst genommen werden, auch und vor allem in ihrer Widersprüchlichkeit, in ihrem Tanz zwischen abhängiger Beschäftigung, individuellem Bedürfnis und unternehmerischem Denken. Daraus erwächst ein hoher Anspruch an die Gewerkschaften, denn diese Beschäftigten reagieren sehr empfindlich, wenn auf ihre Lage mit Schubladen-Konzepten geantwortet wird. Gerade in der New Media Branche sind neue Formen der Mitarbeitervertretung stark gefragt und es dauert, bis Vorurteile abgebaut sind und ein Umdenken stattfindet.

Alternative Gremien

Mit dem Höhepunkt der New Economy und der verstärkten Gründung von Betriebsräten tauchte ein Phänomen in der Branche auf: die „alternative" Interessenvertretung. Mal sind sie als Gremium organisiert und haben sich ein Statut gegeben, mal sind es Einzelpersonen. connexx.av arbeitet mit solchen Mitbestimmungsgremien zusammen. Ja, sie haben sich sehr schöne, sehr kreative Namen gegeben, sie reden viel und häufig mit der Geschäftsleitung, sind bei den Beschäftigten anerkannt. Nur Handlungsoptionen haben sie wenige. Verfahren wird nach dem Motto: man kann über alles reden – die Entscheidungen trifft der Arbeitgeber. Die „alternativen" Mitbestimmungsformen haben keine Möglichkeit, die Interessen der Beschäftigten tatsächlich durchzusetzen oder bei Konflikten eine gleichberechtigte Position einzunehmen. Trotz allem sind sie ein Anfang, es gehört eine Menge Mut dazu, Mitglied einer solchen Vertretung zu sein – schließlich gibt es keinen verbindlichen, rechtlich abgesicherten Schutz. Letztlich geht es darum, dass die Beschäftigen ihre Interessen wahrnehmen und behaupten. Und der Erfahrung nach verwandeln sich viele im Laufe der Zeit doch noch zum „verstaubten" Betriebsrat – weil sie ihre Handlungsoptionen vergrößern wollen.

Halbierte Freistellung

Ein Betriebsrat hat ab der Größe von neun Mitgliedern Anspruch auf ein freigestelltes Betriebsratsmitglied. Allerdings taucht in den Unternehmen der New Economy ein Phänomen auf, mit dem der Gesetzgeber wohl kaum gerechnet haben dürfte: Betriebsräte wollen nicht mehr voll freigestellt werden. Sie wollen ihren Job, der ihnen Spaß macht, weiterhin machen. Sie wollen den Anschluss und den Kontakt zu ihren Kollegen nicht verlieren und ihre Karriere im Auge behalten. Daraus folgen zum Teil sehr ungewöhnliche Lösungen: Die halbierte Freistellung zwischen Vorsitzendem und Stellvertreter ist fast üblich, aber es gibt auch die gedrittelte Freistellung. Oder die Betriebsrats-Assistenz geht in die volle Freistellung. Oder die Freistellung wird monatlich neu vergeben. Diese neue Arbeitsteilung innerhalb der Betriebsräte weist zum einen auf deren verändertes Selbstverständnis hin, zeigt aber zum anderen das ungeheure Potenzial an Mitbestimmungspartizipation. Vorbei scheint die Zeit, in der einzelne Betriebsratsvorsitzende den Weg des Betriebsrates über lange Jahre bestimmten.

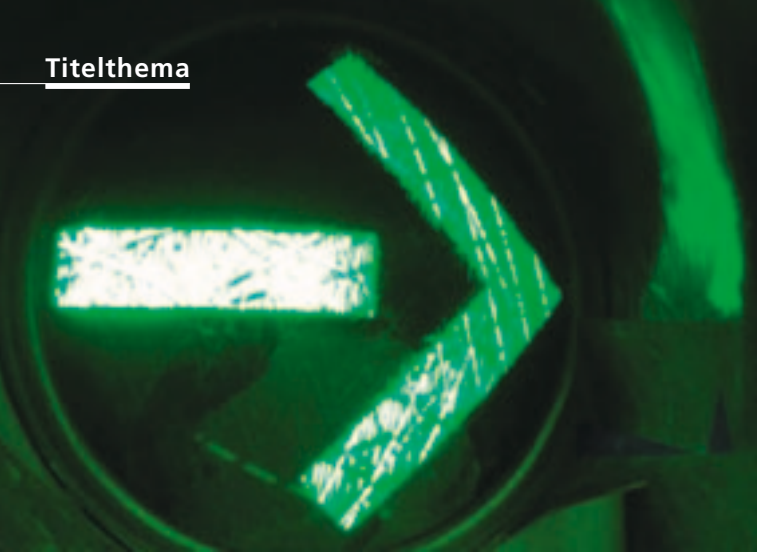
Kommunikation ist alles

Kommunikation ist das A und O der Betriebsratsarbeit – gerade in der New Media Branche. Denn ein wesentlicher Grund, warum hier Betriebsräte gegründet werden, liegt in der mangelnden internen Kommunikation. Ein Betriebsrat tritt auch mit dem Versprechen an, diesen Missstand zu beseitigen.
Die Chance, die Betriebsräte in den Neuen Medien haben, sind die einfachen, schnellen Informationswege per E-Mail oder In- ▶

Das Projekt connexx.av

connexx.av ist ein Projekt von ver.di in den Zukunftsbranchen der Mediengesellschaft. Gegründet 1999 als Pilotprojekt, um die Beschäftigten und ihre Interessenvertreter im Privaten Rundfunk, Film AV-Produktion und Neue Medien zu betreuen, leistet onnexx.av seitdem Pionierarbeit.
An den fünf Medienstandorten Hamburg, Berlin, Leipzig, Köln und München arbeitet ein Team, das die Medienbranche und ihre Spielregeln als Arbeitnehmer kennt.
Die Projektmanager waren New Media-Spezialistinnen, Betriebsräte, Fernseh- und Filmfachleute, IT-Fachfrauen, Rechtsanwälte, ehemalige Start-up-Mitarbeiter und Radiomacher.

www.connexx-av.de



Der gesamte Aufsatz von Katja Karger ist nachzulesen im

„Handbuch Betriebsklima“

herausgegeben von Uta-Maria Hangebrauck, Klaus Kock, Edelgard Kutzner, Gabriele Muesmann; Rainer Hampp Verlag, München und Mering 2003; ISBN 3-87988-771-3, 268 Seiten, 27,80 Euro.

Die Autorinnen und Autoren aus Wissenschaft und Beratung behandeln Aspekte von Personalmanagement und Arbeitsbeziehungen, von Führung und betrieblicher Demokratie, von Interessenvertretung und Konfliktlösung, es gibt Anregungen und Hinweise für ein produktives Betriebsklima und Hilfestellungen für eine Weiterbildung. Es richtet sich vorwiegend an Personalverantwortliche, Vorgesetzte, Betriebsräte und Berater.

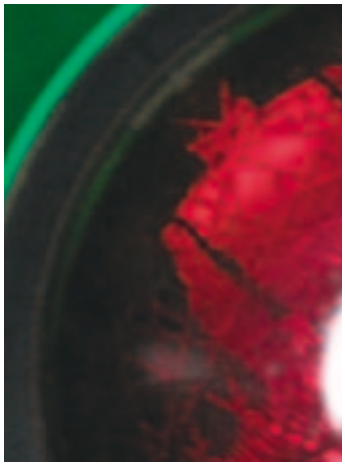
tranet. Zwar sind sie inzwischen in nahezu allen Unternehmen etabliert, aber Beschäftigte und Betriebsräte der Neuen Medien haben eine besondere Affinität dazu. Bewährt haben sich Newsletter, die direkt nach der Betriebsratssitzung an die Belegschaft verschickt werden. Im Intranet werden Betriebsvereinbarungen zur Diskussion gestellt, über Inhalte abgestimmt, die Belegschaft nimmt unmittelbar an der Entwicklung teil und trägt das Ergebnis mit. Zudem werden Hinweise und Regelungen für das Individualrecht zur Verfügung gestellt, manchmal sogar Chats angeboten.
Schließlich: wenn der Betriebsrat von den Kollegen kritisiert wird, ist das gut und nicht schlecht. Zeigt es doch, dass seine Arbeit wahrgenommen wird und dass eine Auseinandersetzung stattfindet. Jede Kritik gibt dem Betriebsrat die Möglichkeit, sein Handeln zu überdenken, den Kurs zu korrigieren oder seine Argumente für dieses Handeln sorgfältiger zu kommunizieren. Und er kommt kaum in die Versuchung, im luftleeren oder schlimmstenfalls abgehobenen Raum zu schweben.

Hohe Flexibilität

Die sogenannte New Economy hat es vorgemacht, das gesamte Dienstleistungsgewerbe und viele weitere Unternehmen sind nachgezogen: Die Bedürfnisse der Arbeitnehmer verändern sich, Unternehmensleitung und Betriebsräte müssen sich darauf einstellen.
Die Menschen sind selbstbewusst individualisiert, entsprechend wachsen ihre Anforderungen an eine Interessenvertretung. Sie wollen nicht nur mit kollektiven Regelungen beruhigt werden, sie fordern Auseinandersetzung, Gehör, Beachtung und ein Höchstmaß an Flexibilität von ihrem Betriebsrat, der immer häufiger Kollektiv- und Einzelinteressen miteinander vereinbaren muss. Zum Beispiel bei einem Online-Unternehmen, bei dem generell die fünf Tage Woche mit 40 Stunden gilt, viele Kollegen aber lieber vier Tage mit 10 Stunden arbeiten wollen.

Keine starren Regelungen

Ging es vor einigen Jahren mehr oder weniger ausschließlich um die Vermittlung und Verhandlung von Interessenkonflikten entlang relativ scharfer Grenzen, so sind inzwischen zu diesen Auseinandersetzungen noch besondere individuelle Bedürfnisse der Beschäftigten hinzu gekommen. Sie wünschen sich von ihrem Betriebsrat Rahmenbedingungen, keine starren Regeln. Damit wird jede Betriebsvereinbarung – sei es über Arbeitszeit, Urlaub oder Entgelt – zum hochpolitischen Eiertanz. Sie wollen klare Orientierungsgrößen aber gleichzeitig selbst entscheiden, wann und wo sie diese einhalten. Möglichst viel individueller Spielraum mit gleichzeitiger zuverlässiger Basis.
Die größte Herausforderung und damit die Königsdisziplin für Betriebsräte ist die Verhandlung über Zielvereinbarungen und / oder Mitarbeiter-Gespräche. Oszillierend zwischen den Anforderungen der Arbeitgeberseite nach Effizienz, Selbstausbeutung, Berechenbarkeit und größtmöglicher Flexibilität und den Ansprüchen der Mitarbeiter nach Kontrollierbarkeit, Fairness, Gleichberechtigung, Effektivität und leistungsadäquater Beurteilung machen sich Betriebsräte auf beiden Seiten häufig keine Freunde.
Erschwerend kommt hinzu, dass Betriebsräte selbst in enormen Schwierigkeiten stecken, wenn ihre Leistung beurteilt und belohnt werden soll. Normalerweise wird die Entlohnung im Gespräch mit dem Vorgesetzten anhand des konkreten Jobs entwickelt, dessen Voraussetzung die 100 %-Verwertbarkeit des Arbeitnehmers ist. Diese erfüllt ein Betriebsrat nicht im eigentlichen Sinne, weil er zwischen 10 und 90 % seiner Arbeitszeit und -kraft für Betriebsratsarbeit benötigt. Er ist für das Unternehmen schwer planbar. In „alten“ Unternehmen war es so geregelt, dass Betriebsräte das Durchschnittsgehalt der Kollegen (inklusive der Gehaltserhöhung) erhalten. Bei Zielvereinbarungen und ohne Gehaltsgruppen ist das nicht mehr möglich. So gibt es diverse Experimente mit dem Durchschnitt des variablen Anteils aller vergleichbaren Kollegen, oder dass die „Nicht-Betriebsrat-Zeit“ nachträglich zu 100 % gesetzt wird mit entsprechenden Zielvereinbarungen. Hier wird noch viel Kreativität der Betriebsräte gefordert sein.



Fotos: Petra Dreßler

Die Chance nutzen

Daraus folgt, dass sich der Betriebsrat um flexible Rahmenbedingungen streiten muss – nicht mehr um festgefügte Regelungen. Das ist zum Teil nur mit massiven Konflikten möglich, denn Interessenskonflikte bestehen nicht mehr nur als „harte“ zwischen Geschäftsleitung und Belegschaft, sondern auch als „weiche“ zwischen den Kollegen. Hier ist vor allem die soziale Kompetenz von Betriebsräten gefragt.
Diese neue, individualisierte Arbeitskultur, die geprägt ist von der Selbstverantwortung des Einzelnen, der Projektarbeit, der freien Zeiteinteilung, des Erreichens eines Ziels, hat einen ganz entscheidenden Nebeneffekt: die Selbstausbeutung im Interesse des Unternehmens. Es ist zur Management-Methode geworden, die unternehmerische Verantwortung immer weiter nach unten zu delegieren, jeder einzelne ist für das Wohl-und-Wehe verantwortlich und das Risiko wird auf die Beschäftigten abgewälzt. Das fühlt sich erstmal unbestritten gut an, denn wer will heute noch entfremdet arbeiten – aber es stellt sich natürlich die Frage: wofür wird die Geschäftsleitung noch so gut bezahlt und warum macht man sich dann nicht selbstständig? Denn trotz aller Individualisierung und Freiheit in der Arbeit wird ein Grundsatz nicht erschüttert: als Angestellter ist man abhängig beschäftigt und fremdbestimmt. Hier gilt für Betriebsräte, im Auge zu behalten, wo die Grenzen verschwimmen; wann die praktizierte Arbeitsteilung noch gerecht ist; manchmal sogar die Kollegen vor sich selbst zu schützen.
Mit der Arbeitskultur der New Economy sind emanzipatorische Ansprüche der Beschäftigten zu Standards geworden, die aber mit einer Realität konfrontiert werden, die ihren Bedürfnissen noch nicht genügt. Die gesellschaftliche Herausforderung besteht darin, aus dieser Auseinandersetzung Fortschritt zu generieren. Auf allen Ebenen. Denn die Geister, die die New Economy rief, wird diese Gesellschaft nicht mehr los. Und genau das ist ihre Chance. ■

Wie zur Zeit des Pyramidenbaus

Junge Branche, alte Muster – eine Bestandsaufnahme von connexx.av

Wie arbeiten die Beschäftigten der Neuen Medien, nachdem sie den märchenhaften Hype und die Baisse der Branche miterlebt haben? In einer bundesweiten Befragung stellte das ver.di-Projekt connexx.av den Beschäftigten der New Economy diese Frage.

Die Branche ist jung, kinderlos und hochgebildet. 83 % haben Abitur, 48 % einen Studienabschluss. Längst ist sie kein Pool für Studienabbrecher mehr:
Nur in der Webprogrammierung und Netzwerkadministration ist der Anteil mit 28 % bzw. 20 % relativ hoch. Lediglich 28 % haben bisher eine multimediaspezifische Ausbildung.
Gearbeitet wird flexibel in Gleitzeit oder Vertrauensarbeitszeit. Im Durchschnitt werden 5,2 Überstunden pro Woche geleistet. Freie Mitarbeiter arbeiten im Schnitt 47,3 Stunden. Wegen der Flexibilität werden diese Arbeitszeitmodelle von 71 % der Befragten als positiv bewertet.
Die Belastung wird dagegen von 70 % als alarmierend hoch empfunden und „Verhältnisse wie zur Zeit des Pyramidenbaus in Ägypten“ angeprangert. Als Ursachen dafür werden vor allem Zeit- und Leistungsdruck angeführt und fehlende Weiterqualifizierung bemängelt. In Betrieben mit Betriebsrat (das sind 56 %) ist die Belastung weniger hoch als in solchen ohne Betriebsrat: Im Schnitt werden in Betrieben mit BR 4,6 Überstunden geleistet, in solchen ohne 6,3. Dafür Freizeitausgleich zu nehmen ist eher in Betrieben mit Betriebsrat möglich.
Die Stimmung in der Branche ist eher gedämpft. 66 % glauben, dass die Talsohle noch nicht durchschritten ist und 60 % spüren seit der Krise ein verschlechtertes Betriebsklima.
Bei der allgemeinen Zurückhaltung der Branche gegenüber Gewerkschaften ist erstaunlich, dass neben Beratung und Vertretung von Gewerkschaften vor allem tarifliche Regelungen erwartet werden. „Tarifverträge wären super. Müssen unbedingt moderner werden. Wirken immer noch sehr verstaubt“, findet ein Beschäftigter. Für connexx.av wie für die New Media Branche ist das eine große Herausforderung: ein den Bedürfnissen der Beschäftigten angepasster Tarifvertrag.

Kathlen Eggerling,
Projektmanagerin
connexx.av Hamburg ■

Die Studie kann bestellt werden unter: mail@connexx-av.de oder als Download unter www.connexx-av.de.

Anzeige

Konstruktive Spannung

Quellennachweis verhindert Schleichwerbung

Vermischungstendenzen von PR und Journalismus in den neuen Medien unterscheiden sich für Prof. Günter Bentele, Inhaber des PR-Lehrstuhls an der Uni Leipzig, nicht von denen in den „alten" Medien – nur die Erscheinungsformen sind teilweise neu oder anders. Mit dem Experten sprach Gundula Lasch.

PR und Journalismus, ist das wirklich – wie allgemein behauptet – wie Feuer und Wasser?

Günter Bentele: Natürlich nicht – ich würde das Verhältnis eher als konstruktive Spannung beschreiben, wie sie auch zwischen Staatsanwälten und Verteidigern vorzufinden ist. Es sind einfach unterschiedliche Rollen, die eingenommen werden. Natürlich gibt es wie überall auch Konflikte, doch insgesamt ist das Verhältnis zwischen Journalisten und PR-Leuten als kollegial zu bezeichnen. Es gibt ja auch gewisse Abhängigkeiten, Kooperationen und anderes mehr.

Verschärfen das Internet und neue crossmediale Produkte nicht die Gefahr der Vermischung / Verflechtung von Journalismus + PR?

Natürlich gibt es diese Gefahr, doch die ist keine spezifische für die neuen Medien. Die zunehmende Vermischung und Verflechtung können wir in allen Medien beobachten. Ich setze die Grenzen nicht hinsichtlich der Form, sondern der Funktion: Derselbe Text kann ein journalistischer oder ein PR-Text sein – entscheidend ist, ob ein Unternehmen den Text zur Selbstdarstellung verwendet, zum Beispiel auf ihren Webseiten, oder ob dieser Text ein Artikel im Online-Angebot einer Tageszeitung ist. Verantwortlich für die zunehmende Vermischung sind oftmals die Journalistinnen und Journalisten selbst. Sie können gegen steuern, indem sie Transparenz als Qualitätskriterium ansetzen. Im Klartext heißt das: wenn PR-Material verarbeitet wird, gehört die Quellenangabe dazu. Wenn immer auf Quellen wie Pressemittelungen von Unternehmen hingewiesen wird, könnte der Leser / Konsument die Einflüsse von PR klarer erkennen.

Foto: Gundula Lasch

Professor Günter Bentele: „Es gibt genügend rechtliche Hinweise."

Sind Kaufhinweise/links in journalistischen Beiträgen bei Web-/Handy-Diensten und in elektronischen Programmführern (EPGs) völlig unzulässig oder notwendiges Übel zur Refinanzierung von neuen Medienformen?

Auch das ist keine Frage des Mediums. Für Schleichwerbung gibt es genügend rechtliche Hinweise. Richtlinien für die Trennung von Werbung und journalistischen Beiträgen gibt es unter anderem vom Deutschen Presserat und dem Deutschen Rat für Public Relations. Momentan gibt es noch keine speziellen für den Online-Bereich, das kann aber noch kommen. Wichtig ist und bleibt, dass diese Trennungsnorm Bestand behält. Wie diese mehr und mehr aufgeweicht wird, können wir in TV-Talkshows beobachten, die zu Werbesendungen mutieren: Die Moderatoren sind die Stichwortgeber und die jeweiligen Gesprächspartner werben munter für ihr neues Buch, ihre neue CD… Vergessen wird dabei offensichtlich, dass die Trennungsnorm ebenso für kulturelle Produkte gelten sollte. Im Hörfunk oder den Printmedien gibt es ähnliche Phänomene. Dass die Refinanzierung über Schleichwerbung unmoralisch ist, muss wohl nicht betont werden. Keine Suchmaschine ist „objektiv". Man sollte sie grundsätzlich mit Vorsicht und Distanz nutzen, die verschiedenen Ergebnisse vergleichen. Das ist eine reine Übungsfrage. ■

Online-Journalisten

Content-Management und Journalismus

In ihrem Selbstverständnis verstehen sich vor allem Online-Journalisten als neutrale Informationsvermittler. Redigieren und Selektieren spielen eine deutlich größere Rolle als im traditionellen Journalismus.

Dies geht aus der Studie „Online-Journalisten in Deutschland" hervor, die das Institut für Medien- und Kommunikationswissenschaft der TU Ilmenau vor kurzem vorgestellt hat. In Deutschland gibt es rund 7800 Online-Journalisten, die für 1150 Redaktionen arbeiten. Basierend auf Telefoninterviews mit 461 Journalisten untersuchte die Studie unter anderem Tätigkeitsprofile und Rollenverständnis von Online-Journalisten.

Ein Paradebeispiel für den Trend hin zum Contentmanagement ist die Redaktion des Online-Dienstes AOL. In der AOL-Redaktion arbeiten rund 35 Redakteure. Von einer Themenredaktion von 25 Redakteuren arbeiten 8 für Nachrichten und Sport, 15 für Themen wie Computer & Technik, Finanzen, Auto und Lifestyle, sowie 10 für den Unterhaltungsteil, der Entertainment-Themen online bringt. Die Entertainment-Inhalte stammen unter anderem aus der Film- und Musikindustrie von Time Warner. Freie Mitarbeiter gibt es keine.

„Ich sehe mich als Redakteur mit Contentmanagement-Ambitionen", sagt Matthias Brügge, Leiter der AOL-Nachrichtenredaktion. Etwa 50 Prozent der Inhalte des redaktionellen Angebotes stammt von 15 Partnern wie Sat1 und Gala, 35 Prozent von Agenturen wie dpa, afp, ddp und ap, 15 Prozent sind eigene Inhalte. Zu den selbst erstellten Inhalten zählt Brügge Kommentare und Berichte etwa über die RTL-Dschungelshow. Eigene Inhalte kommen zudem aus dem Community-Bereich mit seinen Pinboards, einer Art Nachrichtenbrett.

Ähnlich sieht es bei dem Portal von T-Online aus: 30 inhaltlich verantwortliche redaktionelle Mitarbeiter verwenden unter anderem Material der Nachrichtenagenturen ddp, dpa, Reuters.

Zudem kooperiert T-Online mit Bunte, der ZDF-heute-Redaktion und betreibt mit dem Axel Springer Verlag das Portal bild.t-online.de. „Eine prozentuale Aufschlüsselung ist hier schwierig“, sagt Pressesprecher Mark Nierwetberg.

Die Klickraten bestimmen die Themen

Bei AOL sind die Inhalte auf der Einstiegsseite alle selbst gemacht. Bei Nachrichten schreiben die Redakteure verschiedene Agenturmeldungen zusammen.
Bei der kürzlich erfolgten Marslandung etwa stellte ein Redakteur eine Bildergalerie zusammen und textete die Untertitel. Beim Nachrichtenfeed seitens Partnern wählen die Redakteure nur noch die Inhalte aus und bringen sie auf Länge. Je tiefer sich allerdings ein Angebot in der Link-Hierarchie befindet, desto weniger wird es von den Redakteuren bearbeitet. Die Nachrichtenauswahl orientiert sich daran, wie stark ein Thema bei den Mitgliedern ankommt. Für Matthias Brügge besteht die richtige Mischung aus seriösen und weichen News sowie einem großen Serviceteil. Die Klickraten bestimmen, ob ein Thema auf der Einstiegsseite bestehen kann. „Gibt es kaum Klicks, fliegt das Thema raus“, sagt Brügge.
Klaus Meier, Leiter des Studiengangs Online-Journalismus an der Fachhochschule Darmstadt, weiß: „Es ist ein Verkaufen und Kaufen von Inhalten. Redaktionen kaufen ein, andere produzieren für sie. Es stehen immer Journalisten dahinter.“ Der Medienprofessor erkennt bei den Tätigkeiten der Online-Redakteure keinen großen Unterschied zu Redakteuren in den Mantelredaktionen von Tageszeitungen. Online-Redakteure würden allerdings für die laufende Aktualisierung Nachrichten dutzende Male umschreiben. Den Unterschied zu einer Tageszeitung sieht AOL-Redakteur Matthias Brügge vor allem darin, dass einige der Nutzer nicht täglich online gehen. Dies bestimmt auch die Angebotsgestaltung bei AOL. Ein allgemeines gültiges Thema, wie der sich abzeichnende Lotto-Jackpot, ist deshalb am Mittwoch bei der aktuellen Verlosung noch nicht out.
Seit Jahren umstritten ist der Umgang mit Werbepartnern. T-Online etwa ist seit Jahren dafür bekannt, redaktionelle Inhalte nicht deutlich von den Inhalten seiner Werbepartner zu trennen. Nach massiver Kritik hat der Dienst in einigen Bereichen E-Commerce und Service-Angebote farblich und organisatorisch getrennt. So stehen über Werbe-Bannern „Anzeige“, doch in Bereichen wie „Immobilien“ und „Versicherungen“ kann der Leser immer noch nicht erkennen, ob er nun Inhalte der Redaktion oder des Werbepartners anklickt. AOL kennzeichnet Partnerinhalte per Logo oder Hinweis. „Man muss wissen, bei wem man ist“, sagt Brügge. Der Nutzer dürfe nicht verwirrt werden, die Inhalte müssten transparent gestaltet sein. Zwischen den Werbepartnern und der Redaktion gebe es allerdings immer ein Tauziehen. „Der Druck ist schon da“, gesteht Brügge ein. Doch aus der Vergangenheit habe er gelernt: Heute sei die Redaktion nur dafür verantwortlich, wieviel geklickt wird, nicht dafür, wieviel verkauft wird.

Ausgewogene Mischung

„Wenn wir ein tolles Foto vom Mars bringen könnten, den Platz aber bereits einem Werbepartner versprochen hätten, käme das nicht so gut an bei den Nutzern“, weiß Brügge. Langfristig wäre mit einer reinen Verkaufsstrategie kein Mitglied zu halten. Eine „ausgewogene Mischung zwischen Inhalten und Werbung“ ist dennoch wichtig - und die Redaktion achtet auf die richtigen Gelegenheiten. Brügge: „Der Hinweis auf einen Werbepartner wie etwa Lotto funktioniert dann besonders gut, wenn er mit einem aktuellen Aufhänger wie „Jackpot geknackt“ verbunden wird.

Christiane Schulzki-Haddouti ■

Gütesiegel für Suchmaschinen

Selten bestechen Analysen im geisteswissenschaftlichen Bereich durch Aktualität und direkten Praxisbezug. Ausnahmen bestätigen aber die Regel, etwa „Wegweiser im Netz“ von Marcel Machill und Carsten Welp. Die beiden Wissenschaftler haben zusammen mit der Bertelsmann-Stiftung ein Buch über „Qualität und Nutzung von Suchmaschinen“ vorgelegt, das durchaus als „Bibel“ der neuen Medien bezeichnet werden kann. Umfassend, aktuell und analytisch nimmt es die neuen „Wegweiser der Informationsgesellschaft“ unter die Lupe.
Im Mittelpunkt stehen einerseits die Nutzer, andererseits die Anbieter und zugleich immer die Frage, wie gesellschaftliche Verantwortung im Dschungel des weltweiten Netzes bewahrt werden kann. Das mündet in den Entwurf eines „Code of Conduct“ (Teil II), der inzwischen heiß diskutiertes Branchenthema ist.
Als erstes wendet die weltweit größte christliche Suchmaschine crossboat seit Januar den Ethik-Codex an. Weitere Branchengrößen wie Microsoft MSN Deutschland, AOL Deutschland, der Webkatalog Allesklar.com und die Suchmaschine Metager werden folgen. Sie alle eint die Erkenntnis, dass es besser ist, mit einer Art freiwilligen Selbstkontrolle wie andere Branchen zu agieren, als allein staatlichen Regulierern das Feld zu überlassen. Das reicht von der Transparenz des Eintragsrankings und der Kennzeichnung kommerziell platzierter Links/Treffer über eine Nutzer-Hotline und Kinder-/Jugendschutz bis zur Datensicherheit für Verbraucher und einem Gütesiegel für Such-Qualität. Besonderen Wert für Journalisten hat das Buch durch Teil III, eine top-aktuelle Analyse der Suchmaschinenlandschaft 2003.
Holger Wenk ■

Marcel Machill,
Carsten Welp (Hrsg.).

„Wegweiser im Netz
Qualität und Nutzung von
Suchmaschinen“,

Verlag Bertelsmann Stiftung,
2003, 544 Seiten, Broschur,
ISBN 3-89204-714-6.

Downloads: www.bertelsmann-stiftung.de/de/4214_7699.jsp

Foto: Nicole Maskus

Wettbewerb Rückblende ‘03

Siegerin des Wettbewerbs „Rückblende 2003“ ist die freie Fotojournalistin Nicole Maskus mit ihrem Foto: Applaudierende Vorstandsmitglieder der CDU beim Leipziger Bundesparteitag nach der Rede von Parteichefin Angela Merkel (unser Foto). Den 2. Preis konnte Jens Neumann von Visum entgegennehmen. Der 3. Preis ging an Wolfgang Truckenbrodt von Mangopress.
Sieger in der zweiten Kategorie im einzigen gemeinsamen Wettbewerb für politische Fotografie und Karikatur wurde der Karikaturist Freimut Wössner („taz“, „Sächsische Zeitung“). Den 2. Preis erhielt Klaus Stuttmann und der 3. Preis ging an Thomas Plaßmann. Die Siegerfotos wurden mit je 5000 Euro prämiert.
Veranstalter des Wettstreits sind die Landesvertretung Rheinland-Pfalz und der Bundesverband Deutscher Zeitungsverleger gemeinsam mit Partnern wie der Bundespressekonferenz, dem „Spiegel“, Agfa, Leica Camera und dem „Tagesspiegel“. „Rückblende 2003“ zeigt die Arbeiten von 91 Bildjournalisten und 53 Karikaturisten. Die Ausstellung mit ausgewählten Fotos und Zeichnungen wird in Berlin, Bonn, Hamburg, Brüssel, Leipzig und Mainz gezeigt.
Internet: www.rueckblende.rlp.de

Guten Journalismus gibt es

Bundesweite Streiks an Tageszeitungen gegen Einschnitte bei Urlaubsgeld und Gehalt

Tagelange bundesweite Streiks an Tageszeitungen, sichtbar an eingeschränkten Umfangen und zusammengelegten Lokalteilen. Aber es war offenbar noch nicht genug, auch in der sechsten Verhandlungsrunde mauerten die Verleger. Mit tiefen Einschnitten im Manteltarifvertrag wollen sie das Rad zurückzudrehen.
Inakzeptabel für die Gewerkschaften, die mit eher moderaten Forderungen in den Tarifstreit getreten waren: Den Manteltarif wieder in Kraft setzen, angemessene Gehaltserhöhungen und einen Beschäftigungssicherungsvertrag. Die Streiks wurden ausgeweitet. Bis Redaktionsschluss gab es noch keinen neuen Verhandlungstermin, Mitte Februar wurde anvisiert.

An den Streiks hatten sich bis zu diesem Zeitpunkt bereits 3.000 Kolleginnen und Kollegen von über 100 Zeitungstiteln beteiligt, in der Spitze sind an einem Tag über 2.300 im Ausstand gewesen. Nach dieser eindrucksvollen Meinungsdokumentation bewertete der dju-Vorsitzende Malte Hinz das Autreten der Verleger am 4. Februar als „unverschämt“ und „Schlag ins Gesicht“ der Streikenden. Auch ver.di Verhandlungsführer Frank Werneke sah in der Weigerung, ein vernünftiges Angebot vorzulegen und die Verhandlungen kurzfristig weiter zu führen, einen „Affront“. „Die Verleger wollen offensichtlich auf Zeit spielen“, so Werneke.

Foto: Stefan Pompetzki

„Main Post“ in Würzburg – nichts geht mehr! (rechts)

500 füllten den Saal im traditionellen Streiklokal „Freischütz“ in Schwerte (Foto darunter).

In kleiner Sondierungsrunde hatte der Bundesverband Deutscher Zeitungsverleger (BDZV) nach achtstündigen Gesprächen ein gering verändertes Paket auf den Tisch gelegt. Das letzte Wort des Verhandlungsführers des BDZV, Werner Hundhausen, war: 20 Prozent weniger Urlaubsgeld, bis zu 5 Tage weniger Urlaub und eine Verschlechterung der Urheberrechtsregelung. Die Berufsjahresstufen bleiben zunächst unangetastet, aber sie sind den Verlegern weiter ein Dorn im Auge. Spätestens mit dem nächsten Tarifabschluss soll eine Änderung der Berufsgruppenstruktur vollzogen werden. Und beim Einkommen? Nullrunde! Erst ab August 2004 soll es ein mageres Prozent geben. Insgesamt also ein Minusgeschäft. Als Krönung kann die Drohung bezeichnet werden: Wenn die Gewerkschaften darüber nicht verhandeln wollten, werde der BDZV intensiver als bisher in der Öffentlichkeit darauf hinweisen, dass Redakteure fast 14 Monatsgehälter und bis zu 35 Tage Urlaub hätten.

Foto: Roland Geisheimer / attenzione

Foto: Ralph Hübner

Foto: Ulrich Metz

Redakteure der „Neuen Presse“ und der „Hannoverschen Allgemeinen“ im Warnstreik. (oben).

Streiklokal „Parterre“ am Tübinger Marktplatz – Treff der Streikenden des „Schwäbischen Tagblatts“ unterstützt von den Kollegen des „Reutlinger Generalanzeigers“ (links).

Unter dem Deckmantel der Krisenbewältigung

Ein Geheimnis gibt er damit nicht Preis. Was die Herren um Hundhausen in diesem Zusammenhang zu erwähnen vergessen, sind Fakten wie die Vernichtung von etwa 1.000 redaktionellen Arbeitsplätzen in den letzten zwei Jahren, die starke Kürzung der Honorartöpfe in zahlreichen Redaktionen, die unzähligen Überstunden der Redakteure neben ihren Wochenenddiensten und, in Folge dieser Tendenzen, die ungeheure Arbeitsverdichtung in den Redaktionen und Verlagen. Auch die guten Gewinne einer Reihe von Großverlagen über Jahre, die sich nicht zuletzt durch die Expansionen auf dem internationalen Medienmarkt und Übernahmen im eigenen Land dokumentieren lassen, werden an dieser Stelle nur ungern benannt.

„Immer mehr arbeiten mit immer weniger Leuten. Das ist auf Dauer nicht zu machen, ohne die Qualität Ihrer Zeitung zu gefährden“, wandten sich Redakteure in Flugblättern an ihre Leser und gingen in den Streik. Mehr als 95 Prozent der befrag-

Foto: Roland Geisheimer / attenzione

Streikmusik mit dem besonderen Klang von Badewannen und Schüsseln in Dortmund

nicht zum Schnäppchenpreis

Foto: Karl-Heinz Lammel

„Wir sind doch nicht blöd", meinten die Kollegen vom „Nordbayerischen Kurier" und gingen vors Haus.

ten Blattmacher hatten bereits in der ersten Urabstimmung dafür votiert. Eine Streikbewegung brach sich Bahn, wie sie zuletzt 1990 zu verzeichnen war. Und sie nahm ihren Lauf nach der Blockadehaltung der Verleger Anfang Februar. Die Urabstimmung in Bayern mit 98 Prozent Zustimmung führte weitere sechs Verlage in den Streik. Darunter zum Beispiel die Münchner Zeitungen „Abendzeitung", „tz" und die „Süddeutsche Zeitung". Unter dem Deckmantel der vermeintlichen Krisenbewältigung werde die dauerhafte Senkung von Arbeitnehmereinkommen versteckt, eine Einschätzung von ver.di-Chef Frank Bsirske, die auf breite Zustimmung während der Streikversammlung im brechendvollen Saal des Münchener Hofbräuhauses traf.

Skandieren von Streikparolen verboten

„Wir knacken die Nuss", lautete der Slogan der Redakteure der „Norddeutschen Rundschau" während des Streiks. Zur Verdeutlichung der Botschaft verteilten sie Erdnüsse und Flugblätter an Passanten in der Itzehoer Innenstadt. Vom Verlagshaus Madsack beteiligten sich rund 300 Redakteure von vier Zeitungsverlagen, darunter zahlreiche kleine Lokalredaktionen in Niedersachsen und Bremen am unbefristeten Ausstand. In Oldenburg gingen die Volontäre mit auf die Straße. Beim „Schwarzwälder Boten" in Baden-Württemberg traten sieben Außenredaktionen gemeinsam in den Ausstand und produzierten eine Streikzeitung. In Nordrhein-Westfalen waren die Streikaktivitäten seit Beginn der Warnstreiks ungebrochen. Rund 600 Journalisten legten in NRW an 16 Tageszeitungen die Arbeit nieder. Unmut gab es über Streikbrecher: „Schön, dass Sie derzeit so fleißig unsere Arbeit mitmachen," bedankten sich die Streikenden bei ihnen in einem Brief, verbunden mit einer Einladung ins nächste Streiklokal, „denn was wir während dieser Zeit in den Tarifverhandlungen erstreiken, dürfen sie später selbstverständlich mit in Anspruch nehmen."

Konkurrenzzeitungen nicht bestreikter Verlage versuchten außerdem durch Werbeexemplare in den Briefkästen, Leser der zum Teil eingeschränkt erschienenen Zeitungen abzuwerben. Deshalb bauten die Dortmunder ihr großes Sreikzelt vor dem Verlagshaus Lensing-Wolff auf. Das ärgerte den Verleger, der auf die Kollegen der „Ruhr-Nachrichten" massiv Druck ausgeübt hatte, damit sie sich nicht an den Aktionen beteiligen. Er ließ Ordnungskräfte aufmarschieren und das lautstarke Skandieren von Streikparolen unter den Fenstern seiner Redakteure untersagen. Mit der „Aktion Aussetzer", deren Formulare auch im Internet zu erhalten waren, wurden die Leser in NRW aufgefordert die Abos ihrer Zeitungen für die Zeit der Streiks auszusetzen, um die Redakteure zu unterstützen. Auch in Rheinland-Pfalz führte das provokante Ansinnen der Verleger bereits in den Morgenstunden nach der Urabstimmung 100 Redakteure in Mainz und Trier auf die Straße.

Redakteure der Bremer Tageszeitungen AG und des „Weser Kurier" fuhren nach Oldenburg zu einer Streikversammlung zusammen mit der „Nordwest Zeitung"

Foto: Jürgen Juschkat

Bereits zur Tarifkonferenz in Stuttgart waren die Ziele klar und die Stimmung gut (unten).

Foto: Joe Roettgers

Foto: Jürgen Adamek

Gestärkt mit einer Erbsensuppe gingen die Kollegen der „Lübecker Nachrichten" in die nächste Runde

Foto: Jürgen Seidel

Foto: Jürgen Seidel

95 Prozent stellten bei der Urabstimmung die Weichen auf Streik.

Solidaritätsstreiks

Eine weitere wertvolle Unterstützung erhielt die Streikbewegung der Journalistinnen und Journalisten durch zunehmende Solidaritätsstreiks. So sind zuerst beim Madsack-Verlag in Hannover am 5. Februar die Tagschicht der Rotation und über 50 Verlagsangestellte in den befristeten Solidaritätsstreik getreten. Im AZ/Verlag Rhein Main ging die gesamte Nachtschicht in eine gemeinsame Streikversammlung mit den Redakteuren. Die Technik der SZ/Verlagsgruppe „Saarbrücker Zeitung" unterstützte die Redakteure mit Aktionen.

Solidaritätsadressen kamen unter anderem von der IG Metall, befreundeten Gewerkschaften aus der Schweiz und Zypern und vom Auschuss für Kulturpolitik in ver.di-NRW. Auch die ver.di-Kollegen der Deutschen Welle erklärten sich mit den Printkollegen solidarisch. „Ihr setzt ein Signal auch für uns", hieß es.

Karin Wenk ■

„Ohne Preis, kein Fleiß“

Tarifverhandlungen im öffentlich-rechtlichen Rundfunk – Pilotabschluss beim WDR

Es war ein Abschluss mit Pilotwirkung. Trotz der Widerstände aus Politik und anderen ARD-Anstalten konnte am 19. November des vergangenen Jahres beim Westdeutschen Rundfunk (WDR) ein Gehaltstarifvertrag vereinbart werden. Weitere öffentlich-rechtliche Anstalten folgten, bei einigen dauern die Verhandlungen noch an. Die Beschäftigten des Bayerischen Rundfunks (BR) und der Deutschen Welle (DW) gehen für ihre Forderungen wirksam vors Tor. Musik aus der Konserve konnte nicht immer den Ausfall anspruchsvoller Sendungen ersetzen.

Mit dem neuen Gehaltstarifvertrag beim WDR werden die Gehälter in zwei Schritten um insgesamt 2,7 % erhöht: ab dem 1.9.2003 (rückwirkend) um 1,7 Prozent und ab dem 1.1.2005 um weitere 1 Prozent. Zusätzlich gibt es für das 2. Halbjahr 2003 eine Einmalzahlung in Höhe von 300 Euro (= 50 Euro pro Monat). Die Kinderzuschläge steigen in gleicher Weise linear. Die Ausbildungsvergütungen werden entsprechend linear angehoben und die Auszubildenden erhalten eine Einmalzahlung von 100 Euro. Künftig haben auch sie an Heiligabend und Silvester frei, das heißt, sie müssen die Stunden nicht mehr vor- bzw. nacharbeiten. Die Honorare der Freien werden ebenso angehoben. Arbeitnehmerähnliche Freie, die für 2002 einen vollen Urlaubsanspruch berechtigt geltend gemacht haben, erhalten eine Einmalzahlung von 350 Euro. Die Laufzeit des Vertrages endet am 31.Mai 2005. In den zähen und langwierigen Verhandlungen wurde außerdem erreicht, dass der freie Tag (§6a) erhalten und das Urlaubs- und Weihnachtsgeld unangetastet und dynamisiert bleiben.

Inzwischen gibt es Abschlüsse beim Südwestrundfunk (SWR), beim Zweiten Deutschen Fernsehen (ZDF), beim Deutschlandradio (DLR), beim Hessischen Rundfunk (HR) und beim Saarländischen Rundfunk (SR). Die Einigung beim Norddeutschen Rundfunk (NDR) bedarf noch der Bestätigung des zuständigen Gremiums und ist deshalb noch nicht in Kraft. Bei Radio Bremen (RB), dem Bayerischen Rundfunk (BR), dem Rundfunk Berlin-Brandenburg (RBB), dem Mitteldeutschen Rundfunk (MDR) und der Deutschen Welle (DW) laufen die Verhandlungen. Die Tarifverträge in den anderen Anstalten sind im Ergebnis durchaus mit dem WDR- Abschluss, der knapp unter dem des Öffentlichen Dienstes liegt, vergleichbar. Im Detail weichen sie jedoch unterschiedlich um einige Zehntel Prozentpunkte, in den Einmalzahlungen und auch in den jeweiligen Terminen der Erhöhungen vom Piloten ab. Auch die Verhandlungen für die Freien sind von unterschiedlicher Dauer. Im ZDF wurde zum Beispiel Mitte Januar vereinbart, für die Monate Juni bis Dezember 2003 eine Einmalzahlung von 420 Euro für alle arbeitnehmerähnlichen Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter zu zahlen. Seit dem 1. Januar 2004 werden die tatsächlich gezahlten Vergütungen um 2,1 Prozent erhöht. Alle Laufzeiten enden im Jahr 2005, wobei der NDR das Schlusslicht bildet mit dem Monat September.

Karin Wenk ■

Foto: Chr. v. Polentz / transit

Nicht für ‘n Appel und für ‘n Ei!

Protestfrühstück bei der Deutschen Welle

„Elitär“ nannte Deutsche-Welle-Intendant Erich Bettermann das Protestfrühstück, das ver.di, und andere Gewerkschaften am 8. Januar zwischen Acht und Zehn auf dem Bürgersteig vor dem Deutsche-Welle-Funkhaus in der Berliner Voltastraße anboten.

Zwar lehnte Intendant Bettermann, der einen Warnstreik vermutete, das Angebot von Hartgekochtem und Vitaminen ab. Das Flugblatt der Gewerkschaften nahm er zu Beginn seines Arbeitstages gegen 9.20 Uhr notgedrungen entgegen. „Geiz ist geil...“ hieß es dort, „Aber uns gibt‘s nicht für‘nen Appel und ‘n Ei“. An die 250 solche Flugblätter wurden an diesem Morgen ausgegeben. Viele Mitarbeiter der Deutschen Welle in Berlin nutzten die Aktion zu Gesprächen und weiterer Information über den akuten Tarifkonflikt. „Die Kolleginnen und Kollegen würden noch nicht sofort streiken, aber die Mehrheit ist stark sensibilisiert“, so das Resümee der Organisatoren.

Dem Berliner „Frühstück“ war Anfang Dezember in Bonn bereits ein zweistündiger Warnstreik der dortigen Deutsche-Welle-Beschäftigten vorausgegangen. Dabei kam es zu Sendeausfällen im deutschen und in zahlreichen Fremdsprachenprogrammen. Mit beiden Aktionen reagierten die Beschäftigten auf die starre Haltung der Geschäftsleitung mit Verwaltungsdirektor Dr. Hartstein an der Spitze. Im Sommer noch hatte der einen Tarifabschluss auf dem Niveau des öffentlichen Dienstes für möglich gehalten. Inzwischen lehnt die Arbeitgeberseite die moderaten Tarifforderungen der Gewerkschaften, die sich am Abschluss des WDR orientieren, rundweg ab. Statt dessen ließ die Hartstein-Crew die Verhandlungen am 27. November mit folgenden Zumutungen platzen: Man will die Anhebung der Arbeitszeit von 38,5 auf „vorerst“ 41 Stunden. Die automatischen Stufensteigerungen in den Gehaltsgruppen III und IV sollen „leistungsabhängigen“ Modellen weichen. Die Gehälter könnten linear um 1,7 Prozent – real 1,13 Prozent – erhöht werden. Freie sollen eine „Nullrunde“ akzeptieren. Zudem soll die betriebliche Altersversorgung weiter reduziert werden.

Die gewerkschaftliche Mitgliederversammlung lehnte dieses Angebot als „Unfug“ ab. Damit verabschiede sich die Deutsche Welle aus dem Tarifgefüge des öffentlich-rechtlichen Rundfunks. Seit 1999 seien im Sender annähernd 700 Stellen abgebaut worden. Die nun geplante wöchentliche Mehrarbeit von zunächst 2,5 Stunden bedeute eine weitere Arbeitsverdichtung. Entsprechend beschnitten würden Beschäftigungsmöglichkeiten für Freie, argumentiert die gewerkschaftliche Tarifkommission. Gehaltssteigerungen „nach Leistung“ werden als „Nasenprinzip“ abgelehnt. An gemeinsamen Vergütungsverhandlungen für Feste und Freie will man unbedingt festhalten. Kurz vor Druckbeginn wurde der neue Verhandlungstermin 11. Februar bekannt. Erwartet wird der Abschluss eines Gehaltstarifvertrages „ohne Wenn und Aber“, so ver.di-Verhandlungsführer Dieter Seiffert. Über das Ergebnis berichtet «M» in der nächsten Ausgabe.

Helma Nehrlich ■

Foto: Theodor Tobias Bossert

„Warum durch die offene Tür ...“

Warnstreiks im Bayerischen Rundfunk

Knapp 500 Beschäftigte des Bayerischen Rundfunks (BR) waren im Januar und Februar dem Aufruf von ver.di, dem Bayerischen Journalistenverband und der Deutschen Orchestervereinigung zu Warnstreiks gefolgt.

„Den Beschäftigten reicht es jetzt! Sie wurden erst monatelang hingehalten, dann kam das Haus schließlich mit unerfüllbaren Gegenforderungen“, so der Vorsitzende des ver.di-Betriebsverbandes des BR Tobias Bossert. Bei klirrender Kälte wurde etwa zwei Stunden vor jenem Haus ausgeharrt, in dem sich am 27. Januar die ARD-Intendanten trafen. Wachpersonal verwehrte den nicht Eingeladenen den Zutritt. Offenbar hintenherum, die Protestierenden meidend, hatte sich die Intendantenversammlung schließlich zur Kantine begeben. Also wurden die Protestschilder in den Schnee gesteckt und in Richtung Kantinenfenster ausgerichtet. Ab und zu habe jemand durch die Gardine gelugt, berichtete ver-di-Sekretär Georg Völker. Dann konnte der Späher Sprüche lesen wie „Ohne Preis, kein Fleiß“, „Wer zu spät abschließt, den bestraft das Leben“ oder „Der bayerische Sonderweg: Warum durch die offene Tür gehen, wenn eine Wand für den Kopf da ist?“.

Die Forderungen der Beschäftigten seien klar, so Bossert. „ver.di besteht auf einem ganz normalen Tarifabschluss, wie es ihn bereits in den anderen Anstalten gegeben hat, mit Gehaltserhöhungen knapp unter denen im Öffentlichen Dienst.“ Der Bayerische Rundfunk befindet sich derzeit seit mehr als acht Monaten im tariflosen Zustand. Die Gehaltstarifverhandlungen für Angestellte und freie Mitarbeiter des Senders waren im Dezember nach fünf ergebnislosen Runden gescheitert. wen ■

Haustarifvertrag bei Hamburger Filmproduktion

Wegweisender Abschluss für die Branche

connexx.av, dem ver.di-Projekt für Medien- und Filmschaffende, und der Rundfunk-Fachgruppe von ver.di ist in Hamburg der Einstieg in Tarifstandards für Festangestellte bei Film- und Fernsehproduktionen gelungen.

Für Kameraleute, Editoren, Producer, Produktions- und Kameraassistenz … gilt ab dem 1. Januar 2004 bei dm Film & TV-Produktion in Hamburg ein einheitlicher Firmenstandard. „Keiner hat sich verschlechtert, alle haben dabei gewonnen“, resümierte der Betriebsrat. Gemeinsam mit den Kollegen hatte ver.di Eckpunkte für einen Manteltarifvertrag und Vorschläge für ein Gehaltssystem für die unterschiedlichen Beschäftigtengruppen in der Filmproduktionsfirma erarbeitet. Entscheidend für die Geschäftsführung war der Erhalt der Flexibilität und der Grundsatz, dass der Tarifvertrag keine signifikanten Mehrkosten verursachen darf. Den Verhandlungspartnern ist dies durch Einführung eines Arbeitszeitmodells gelungen, bei dem die Flexibilität der Firma, auf Kundenanfragen schnell reagieren zu können, ebenso gewährleistet ist, wie die Entscheidungssouveränität der Beschäftigten. Neben dem Arbeitszeitkonto gibt es Vereinbarungen zur Mehr-, Nacht-, Sonntags- und Feiertagsarbeit, Urlaub, Weiterbildung und Altersvorsorge sowie ein gutes Gehaltsgefüge.

Hintergrund des Tarifabschlusses war auch die neue Regelung zum Arbeitnehmerüberlassungsgesetz (AÜG), die mit Beginn des Jahres umgesetzt werden sollte. Sie schreibt Betrieben wie dm Film & TVProduktion vor, eine Tarifregelung vorzuweisen, wenn sie Mitarbeiter an andere „verleihen“. Ansonsten würden diese Kollegen den Vergütungen und Arbeitsbedingungen des Betriebes unterliegen, der ihre Leistungen in Anspruch nimmt. ver.di bewerte diesen Abschluss für Festangestellte bei Film- und Fernsehproduktionen „als Maßstab und wegweisend für weitere Haustarifverträge bei Filmproduktionen“, so Olaf Hofmann von connexx.av. cc. ■

Infos: www.connexx-av.de

RTL: Ein Prozent mehr Gehalt

Ausweitung des Geltungsbereichs

ver.di hat sich mit RTL Television (Köln) und die Regionalfenster im Norden, in Hessen und NRW auf eine garantierte Anhebung der Tarifentgelte von 1,0 Prozent ab Januar 2004 mit einer Laufzeit von zwölf Monaten geeinigt. Erfolgsabhängig sind weitere 1,5 Prozent in 2004 möglich. Rückwirkend für das Jahr 2003 sind eine tabellenwirksame Nachtragszahlung von 0,4 Prozent sowie eine freiwilligen Einmalzahlung von 1 Prozent auf die Jahresbruttotarifgehälter (Auszahlung Januar 2004) hinzuzurechnen. Der Geltungsbereich des RTL-Tarifvertrages wurde erstmals auch auf die Unternehmen RTL Hessen und Tele West ausgeweitet. Um der wirtschaftlichen als auch medienrechtlichen Situation dieser Regionalfenster Rechnung zu tragen wurde vereinbart, in die Tariftabelle eine „Juniorgruppe“ einzuarbeiten. Hier können die Sender sowie RTL Nord befristet bis maximal zwei Jahre Neueinstellungen eine Tarifstufe unter der nach dem Entgelt-Haustarifvertrag vorgesehenen Mindestbedingungen eingruppieren. Die Tarifparteien werden dieses System in zwölf Monaten neu bewerten. ■

20 Prozent weniger

Verspätet begann am 31. Januar eine Kinovorstellung im CinemaxX Berlin-Prenzlauer Berg. Die Beschäftigten protestierten mit einem Warnstreik gegen die stockenden Tarifverhandlungen. Bisher gab es 30 Warnstreiks an 10 CinemaxX-Standorten. CinemaxX hatte auf einer Absenkung der Gehälter von den rund 2000 Beschäftigten in den bundesweit über 40 Kinos um rund 20 % bestanden. Ver.di fordert dagegen eine Verkürzung der Wochenarbeitszeit um 1 Stunde auf 38 Stunden bei gleichem Gehalt. Damit würden die Stundensätze um 2,5 % steigen. Auch sollten die Gehälter ab Januar 2005 um 2 % erhöht werden. ■

Foto: Chr. v. Polentz / transit

Vielfalt braucht Menge und Qualität

17. Journalistentag diskutierte Wege zur Reform der Presseförderung

Die dju wird wie in den Vorjahren vom Journalistentag eine Dokumentation herausgeben. Sie wird im März fertig sein und ist dann in den Medienfachbereichen der Länder erhältlich.

Vor den Journalisten sterben die Verleger? Das stand zumindest als provokative Behauptung im Motto des 17. Journalistentages der dju Ende November in Berlin. Das jährliche Forum, bei dem Gewerkschafter, Medienpraktiker und Fachwissenschaftler debattieren, befasste sich diesmal mit der „Perspektive Pressevielfalt".

Fragen von medialer Vielfalt und Qualität wurden vor dem Hintergrund des aktuellen Krisenumbruchs vorrangig im Printbereich erörtert. „Die wichtigste Voraussetzung für großen Journalismus ist, dass man ihn erst einmal ermöglicht", zitierte Inez Kühn, Bereichsleiterin Medien und Publikation im ver.di-Bundesvorstand, in ihrer Begrüßung. Die Teilnehmer der Veranstaltung suchten engagiert nach Wegen zu besseren gesellschaftlichen Rahmenbedingungen für Pressevielfalt und nach gewerkschaftlichen Antworten auf aktuelle Konzernstrategien. Das Reizthema Subventionen bildete dabei einen wichtigen Diskussionsschwerpunkt.

Zur Vielfalt der Presselandschaft gehört die Vielfalt der Querköpfe, betonte Martin Dieckmann, ver.di-Fachgruppenleiter Verlage und Agenturen, der das Hauptreferat hielt. Als Beispiele für diesen Typus nannte er die großen Hamburger Verleger von Axel Cäsar Springer, Henry Nannen, Gerd Bucerius bis Rudolf Augstein, die die deutsche Presselandschaft nach dem zweiten Weltkrieg geprägt haben. „Heute sind Chefredakteure in Tageszeitungen zu einem hohen Grad in der betriebswirtschaftlichen Leitung involviert. Sie müssen quasi wie Manager mitdenken", bedauerte Dieckmann. „Diese Zielkonflikte sind in der Vergangenheit innerhalb des Verlages ausgetragen worden. Der Verleger selbst hat beide Seiten dargestellt." Tendenziell sei die Zeit des klassischen Verlegers im Schwinden. Budgetierungen und Kostensysteme würden heute massiv in die inneren Redaktionswelten eingreifen. Dies sei der Kern eines Problems, das etwas überspitzt im Motto des Journalistentages „Vor den Journalisten sterben die Verleger" zusammengefasst worden sei. Neben den Verlegern, die ihr Geschäft mit Herzblut führen, gäbe es auch eine nicht geringe Anzahl von Verlagsmanagern, die dies voller Arroganz für unmodern halten. Er benannte drei entscheidende Fehler, die in der Vergangenheit in den Chefetagen der Verlagshäuser begangen wurden: Unkontrollierte Zukäufe, massive Risikoinvestitionen in Internetgeschäfte und hohe Gewinnentnahmen durch Gesellschafter und Eignerfamilien. Die Konjunkturkrise führte zu einem Einbruch der Werbewirtschaft und dadurch auch zu sinkenden Anzeigenerlösen für die Verlage.

Das Kerngeschäft wieder fest im Blick

Tageszeitungen hätten früher zwei Drittel ihrer Erlöse aus Anzeigen, davon rund 50 Prozent aus dem Rubrikengeschäft, erzielt. Zeitschriften hätten je zur Hälfte aus Vertrieb und Anzeigen ihre Umsätze erwirtschaftet. Dieckmann konstatierte „eine dramatische Veränderung in den vergangenen drei Jahren". In Ostdeutschland habe der Vertriebsanteil im Durchschnitt die Anzeigenerlöse bei den Tageszeitungen überholt. Deutschland-

weit bewege sich die Quote nur noch bei rund 60 Prozent. „Diese Entwicklungen sind größtenteils konjunkturell bestimmt und werden sich zum Besseren wenden, wenn es gesamtwirtschaftlich einen Aufschwung gibt", versicherte er. Zusätzlich sei als langfristiger Trend ein Rückgang der Abonnementzahlen zu beobachten sowie eine Abkehr von den integrierten Medienkonzernen der 80er Jahre, die von der Bibel bis zum Porno-Chat, aber auch Fernsehsender und Radiostationen unter einem Dach vereinten. Verlage konzentrieren sich wieder auf ihr Kerngeschäft. „Kerngeschäfte sind diejenigen Märkte, auf denen ein Unternehmer mit Eintritt in die Konjunktur mindestens einen der ersten drei Marktplätze besetzen kann", erklärte Martin Dieckmann. Die Folge ist ein reger Kauf und Verkauf einzelner Geschäftsbereiche, die nicht selten durch einen Tausch von zum Beispiel Tageszeitung gegen Fernsehanteile vollzogen wird. Warum kaum eine Branche so geschockt ist von der Rezession wie die Verlage, sei darauf zurückzuführen, dass in diesem Wirtschaftsbereich die Märkte abgesichert und abgesteckt seien. Der Medienwissenschaftler Horst Röper, habe die Verleger einmal als die einzigen Unternehmer charakterisiert, „die nicht den Erfolg suchen mussten, weil, sie wurden vom Erfolg regelrecht heimgesucht." Regional seien die Märkte zu 50 Prozent monopolisiert von einer einzigen Tageszeitung, während überregional ein relativ hoher Wettbewerb stattfindet. Zusätzlich gibt es bei den Verlegern eine „Wir bleiben unter uns!"-Mentalität. Nur Zeitungsverleger erwerben Zeitungsverlage, ausländische Investoren sollen draußen bleiben. Gleichzeitig kaufen sie selbst fleißig in Osteuropa. „Da gilt die Regel umgekehrt natürlich nicht", stellte der Referent fest.

Gesetz nicht demontieren

Diese Haltung gipfelt in teilweise abenteuerlichen Verlegervorschlägen zur Änderung des Gesetzes gegen Wettbewerbsbeschränkungen (GWB). Holtzbrinck zum Beispiel plädierte für eine Abschaffung der Fusionskontrolle. Innerhalb des Bundesverbandes deutscher Zeitungsverleger (BDZV) sind die Positionen allerdings sehr unterschiedlich. Die kleinen Verleger wehren sich gegen Vorstöße der großen. Martin Dieckmann hält auch den vorgelegten Kompromiss-Vorschlag des BDZV für gefährlich. Danach soll erst ab einer Umsatzgrenze der beteiligten Verlags-

17 Journalistentag

häuser von 100 Millionen Euro das Kartellamt über einen Zeitungsverkauf informiert werden. Dies würde schnell zu unkontrollierbaren Zusammenschlüssen und Kooperationen führen.

Gegen eine Lockerung des Wettbewerbsrechts und der Fusionskontrolle sprach sich auch Professor Franz-Jürgen Säcker vom Berliner Institut für Wettbewerbsrecht in seinem Referat aus. „Das Kartellgesetz ist das Grundgesetz der sozialen Marktwirtschaft.“ Er empfahl, die Ministererlaubnis im Bereich Pressefusionskontrolle „ersatzlos abzuschaffen und das deutsche Recht auch insoweit dem europäischen Recht anzugleichen.“

Staatsnähe oder Staatsferne?

Mit der Frage, was der Staat mit der Presse zu tun hat, befassten sich die drei folgenden Referenten. Gerd Nies, IMU München, untersuchte speziell das Verhältnis zwischen Presse und Staat und kam zu dem Schluss, dass Pressefreiheit – einst als Abwehrrecht gegen den Staat erkämpft – inzwischen vielfältige Wechselwirkungen zwischen der marktwirtschaftlich konstituierten Presse und dem Staat bedinge. Die Kennzeichnung als vierte Gewalt sei insofern treffend, als die Presse quasi „Bestandteil der staatlichen Gewaltenteilung“ geworden sei, eine Einrichtung, „deren Funktionieren als globale, vielfältige und kritische Institution innerhalb der staatlichen Ordnung garantiert werden muss“. Staatsferne bedeute heute, dass staatliche Einflussnahme auf die Inhalte nach wie vor ausgeschlossen werden müsse. Ein „absoluter Bestandsschutz der Presse gegenüber staatlichen Eingriffen“ sei daraus aber nicht abzuleiten. Neben einem Gestaltungsrecht des Staates sei auch eine Gestaltungspflicht zum Funktionieren der Medien ableitbar. Aktuelle Entwicklungsprozesse, die zu weiterer Konzentration und Monopolisierung, speziell auf dem regionalen Pressemarkt, führten, bergen für Nies die Gefahr einer „Furcht erregenden Verschmelzung von Staat und Privatinteressen“, wie nicht nur das Beispiel Italien belege. „Der Staat muss eingreifen“, forderte der Referent zu Regulierung im Interesse von Vielfalt auf.

Staatliche Einflussnahme könne neben restriktiven Maßnahmen aber auch in Subventionierung bestehen.

Mit der staatlichen Presseförderung im europäischen Vergleich befasste sich Prof. Christine Holtz-Bacha von der Mainzer Universität. Ausgehend von der Einschätzung, dass hierzulande mit lediglich halbierter Mehrwertsteuer und reduzierten Postzeitungstarifen die Förderung der Presse „außerordentlich zurückhaltend“ ausfalle, legte die Expertin dar, dass etwa Schweden und Frankreich ihre Medienbranche vielfältig und zum Teil seit Jahrzehnten massiv unterstützen. In Frankreich erreichten solche Subventionierungen im Jahr 2002 einen Umfang von 793 Mio. Euro. Auf die Gefahren eingehend, wenn die Presse „am Tropf des Staates hängt“, forderte Holtz-Bacha eine Förderung „unabhängig von in-

haltlichen Kriterien“, die interessenungebunden und transparent, ja nahezu automatisch erfolgen solle. Sie setze die Offenlegung ökonomischer Kennziffern durch die Verlage voraus und stelle „hohe Anforderungen an die Politik“. (M 11 / 03)

Gleichzeitig Qualität fördern

Ob die Lokalzeitung angesichts der Krisenprozesse in der Branche langfristig die besseren Karten habe, blieb im Gespräch von Verleger und Chefredakteur Christoph Müller vom „Schwäbischen Tagblatt“ mit Moderatorin Inez Kühn eher vage. Trotz Abonnentenrückgang, moderatem Arbeitsplatzabbau und einer zunehmenden „Vergreisung“ der Redaktion, da junge Leute nicht übernommen werden könnten, sah Müller in der Krise auch eine „Chance“ und die Pflicht, Qualität abzuliefern. Das bedinge Veränderungen im Berufsbild des Lokalredakteurs: „Wir müssen inhaltlich wieder in die Breite und können es uns nicht leisten, Spezialist im Kleinen zu sein.“

Die abschließende Podiumsdiskussion forschte der Frage nach, ob Presseförderung und die gewerkschaftlich forcierte Debatte um Qualitätsjournalismus einen Widerspruch darstellen. Die Möglichkeiten staatlicher Förderung über die Verlage direkt wurden zumeist skeptisch gewertet. „Ich schreie nicht nach dem Staat“, meinte Verleger Müller. Doch wurde in der Debatte auch auf funktionierende Förderbeispiele wie die „Frankfurter Rundschau“ verwiesen. Gefördert werden könne vorrangig Pressevielfalt. „Vielfalt allein sichert tatsächlich Qualität im Journalismus nicht“, betonte dju-Bundessprecher Malte Hinz. Vom Podium und aus dem Auditorium kamen deshalb Vorschläge, wie über Subventionierung gleichzeitig Qualität gefördert werden könne: Durch Projekt- und auftragsbezogene Förderung, ähnlich wie in der Filmbranche (Marianne Lange, freie Journalistin), durch Stipendien und Fortbildung für Freie (Andreas Küstermann, freier Journalist), durch die Gründung öffentlich-rechtlicher Zeitungen, das Setzen von Tariftreue als Förderkriterium (Holger Wenk, Moderator), durch die Subventionierung der universitären oder öffentlich-rechtlichen Journalistenausbildung (Karl-Heinz Kaschel-Arnold, ver.di). Presseförderung, darauf konnte man sich einigen,

müsse auch bei den Verlegern sichern, „dass nicht noch mehr unter die Räder kommen“ (Martin Dieckmann). Man dürfe es nicht den Marktkräften oder Technikern überlassen, wie künftig „die soziale und kulturelle Gestalt und Funktion“ der Medien aussieht, brachte es dju-Bundessprecher Martin Protze in seinem Schlusswort auf den Punkt. „Das müssen wir schon selbst in die Hand nehmen.“

Silke Leuckfeld, Helma Nehrlich ■

Fotos: Chr. v. Polentz / transit

Von links nach rechts: Inez Kühn, Martin Dieckmann, Gerd Nies, Prof. Christine Holtz-Bacha, Christoph Müller, Prof. Franz-Jürgen Säcker (oben).

Perspektive Pressevielfalt

Lex Speciales gegen SPD und Madsack?

Streit um neues Mediengesetz in Niedersachsen – Verfassungsklage vorbereitet

Das „Anzeiger Hochhaus", einst Sitz der „Hannoverschen Allgemeinen Zeitung" und Stammhaus von Madsack, ist heute Domizil von Hit-Radio Antenne und radio ffn.

Medienpolitik ist in Deutschland Ländersache, und so verfügt jedes Bundesland auch über ein eigenes Mediengesetz. Um die Neufassung des Niedersächsischen Mediengesetzes ist jetzt ein Streit entbrannt, der demnächst die Justiz beschäftigen wird. Denn die im Dezember mit der Regierungsmehrheit von CDU und FDP verabschiedeten Änderungen treffen alleine die SPD und den einzigen großen Medienkonzern des Landes, die Verlagsgesellschaft Madsack.

Das neue Mediengesetz begrenzt die Beteiligung von politischen Parteien an privaten Rundfunksendern auf höchstens zehn Prozent und zielt damit auf die indirekte Beteiligung der SPD an den beiden großen niedersächsischen Privatradios. Über ihre Medien-Holding Deutsche Druck- und Verlagsgesellschaft ist die SPD mit 20,4 Prozent an der Verlagsgesellschaft Madsack beteiligt. Diese wiederum hält jeweils 21,6 bzw. 13,7 Prozent der Anteile an Hit-Radio Antenne und radio ffn.

Foto: Oliver Förste

Die Niedersächsische Justizministerin Elisabeth Heister-Neumann, CDU, betonte während der Medien-Debatte im Landtag, es gehe der Landesregierung um die „Unabhängigkeit des privaten Rundfunks" in Niedersachsen, der durch den Einfluss der SPD gefährdet sei. Die frühere SPD-Justizministerin Heidi Merk macht dagegen verfassungsrechtliche Bedenken geltend. So werde der Eigentumsschutz nach Artikel 16 des Grundgesetzes in Frage gestellt. Außerdem sei ein solches „Lex Specialis", da es nur ein einziges Unternehmen treffe, rechtlich nicht zulässig.

Einflussnahme bestritten

Die SPD bestreitet außerdem jegliche Einflussnahme auf die Berichterstattung der Radiosender. Dabei wird sie von Madsack unterstützt. In einer schriftlichen Stellungnahme verneint der Medienkonzern jeden publizistischen Einfluss der Partei auf die beiden Radiosender. Vielmehr werde der Verlagsgesellschaft durch das neue Mediengesetz ein „ausreichendes Wachstum in seinem Stammland verwehrt". Das sei „das Gegenteil einer sinnvollen Medienpolitik", heißt es bei Madsack. Der Gesetzgeber solle doch jeden Eindruck vermeiden, als gehe es ihm „um die Finanzquellen von Parteien".

Die Novellierung ist Teil einer bundesweiten CDU-Strategie: Ähnliche Bestimmungen gibt es schon in Bayern und Baden-Württemberg, in Hessen läuft eine Normenkontrollklage gegen das dortige Mediengesetz. Auf ihrer Internetseite schreibt die Bundes-CDU, die Medienmacht der SPD bringe den fairen Wettbewerb in Gefahr, und die Hannoveraner Verlagsgesellschaft Madsack spiele eine „zentrale Rolle im Medienimperium der SPD". Indiz für eine Verlagsführung im Sinne der SPD sei die frühere leitende Position des Madsack-Geschäftsführers Friedhelm Haak bei der SPD-eigenen Deutschen Druck- und Verlagsgesellschaft. Tatsächlich ist die von Madsack heraus gegebene „Neue Presse" traditionell sozialdemokratisch orientiert, während die weitaus größere „Hannoversche Allgemeine" als rechtsliberal bezeichnet werden kann. Hitradio Antenne und radio ffn lassen im Allgemeinen keine parteipolitische Präferenz erkennen und können durchaus als „wirtschaftsfreundlich" bezeichnet werden. Auch die Niedersächsische Landesmedienanstalt hat bisher „keinen maßgeblichen Einfluss" der SPD auf die Privatradios festgestellt.

Zurzeit bereitet die SPD eine Klage gegen das neue Mediengesetz vor dem Staatsgerichtshof in Bückeburg vor. Für die juristische Auseinandersetzung bleibt noch genügend Zeit, denn die neuen Beteiligungsregeln werden erst ab 2006 wirksam, dann muss die Lizenz von radio ffn verlängert werden. Eine weitere Klage prüft der Fernsehsender Sat.1 gemeinsam mit RTL. Sat.1 will seine Regionalprogramme in Zukunft in Berlin erstellen, das neue Mediengesetz schreibt aber vor, dass die Regionalfenster in Niedersachsen produziert werden müssen. Jürgen Doetz von der ProSiebenSat.1-Gruppe sieht darin einen „Eingriff in die Gewerbefreiheit". Allein bei Sat.1 gehe es um Kosteneinsparungen in Höhe von 1,5 Millionen Euro.

Kein Sitz für ver.di-Vertreter

Proteste gegen das neue Mediengesetz gibt es noch in einem dritten Zusammenhang: So haben CDU und FDP beschlossen, die Versammlung der „Niedersächsischen Landesmedienanstalt" zu verkleinern. Das Argument der Landesregierung, auch damit solle der Einfluss der Parteien zurück gedrängt werden, entlarvt sich jedoch als Vorwand, denn faktisch steigt der Anteil der Parteienvertreter in der Versammlung von 15 auf 20 Prozent. Statt dessen verlieren eher dem linken Spektrum zuzuordnende Organisationen, wie die Verbraucherzentrale, Naturschutzverbände oder der Flüchtlingsrat ihre Sitze in dem Gremium. Auch die bisherigen drei ver.di-Vertreter finden in Zukunft keinen Platz mehr in der Versammlung, obwohl doch die Dienstleistungsgewerkschaft die meisten Beschäftigten der Medienbranche repräsentiert. Ver.di-Medienexpertin Amadore Kobus kommentiert das mit den Worten, die Versammlung solle „offenbar zu einem regierungsfreundlichen, willfährigen Gremium degradiert werden".

Oliver Förste ■

Bericht zum Datenschutz in Redaktionen

Presserat dokumentiert Freiwillige Selbstkontrolle

Der Deutsche Presserat stellte seinen ersten Tätigkeitsbericht zum Thema „Datenschutz in Redaktionen“ der Öffentlichkeit vor. Moderner Datenschutz setze auf Eigenverantwortung und Selbstregulierung, sagte Bundesinnenminister Otto Schily: anlässlich der Übergabe des 165 Seiten umfassenden Berichts in Berlin. „Die Presse hat mit ihrer Freiwilligen Selbstkontrolle im Bereich des Datenschutzes das Modell einer solchen Selbstregulierung erfolgreich umgesetzt.“

Zusätzlich zu seinen bisherigen Aufgaben hatte der Deutsche Presserat im Sommer 2001 den Aufbau einer Freiwilligen Selbstkontrolle für den Datenschutz in Redaktionen übernommen. Hintergrund war eine EU-Richtlinie, die Eingang in das Bundesdatenschutzgesetz im Mai 2001 fand. Die im Gesetz vorgesehene Regelung zum Umgang mit personenbezogenen Daten für journalistisch-redaktionelle Zwecke bedurfte einer praktischen Anwendung, die sowohl das Datenschutzrecht des Einzelnen als auch das Grundrecht der Pressefreiheit ausreichend beachtete.

Der nun vorliegende Bericht dokumentiert die Ergebnisse von zwei Jahren „Freiwilliger Selbstkontrolle Redaktionsdatenschutz“ durch den Deutschen Presserat. So erweiterte er z. B. den bestehenden Pressekodex im Hinblick auf den Datenschutz in Redaktionen und gab einen Leitfaden mit Empfehlungen für die Verlage heraus. Anfang 2002 wurde ein zusätzlicher Beschwerdeausschuss für diesen Bereich eingerichtet. Die dort behandelten Beschwerden und die Spruchpraxis dieses Ausschusses werden ausführlich dokumentiert. Eine Liste aller Verlage, die sich der Freiwilligen Selbstkontrolle bislang angeschlossen haben, zeigt zudem die außerordentlich große und positive Resonanz der Printmedien. Der Bericht enthält außerdem die Auswertung einer vom Presserat zur Situation des Datenschutzes in Redaktionen durchgeführten Umfrage bei den deutschen Zeitungs- und Zeitschriftenverlagen. ■

Das Buch ist im Buchhandel erhältlich:
Deutscher Presserat (Hg.),
Bericht zum Redaktionsdatenschutz 2004,

UVK Verlagsgesellschaft ,
166 Seiten, broschiert,
ISBN 3-89669-435-9 ,(D)
Euro 15.00 / SFr 26,90

Deutscher Presserat

info@presserat.de
www.presserat.de

Anzeige

Abb: KEF / Rainer Conrad

Rundfunkgebühren in Zeiten der Krise

14. KEF-Bericht und die Folgen mit Blick auf wahltaktische Kahlschlagphantasien

Frank Werneke: ver.di werde sich „aktiv an einer Debatte zum Programmauftrag und damit auch zu den Strukturen des öffentlich-rechtlichen Rundfunks beteiligen". Diese müsse jedoch unabhängig vom Gebührenschacher der Politiker geführt werden.

Seit Monaten streiten die Landespolitiker über die Frage, ob es zum 1. Januar kommenden Jahres eine Erhöhung der Rundfunkgebühren geben soll. Anfang Januar gab die zuständige „Kommission zur Ermittlung des Finanzbedarfs der Rundfunkanstalten" – kurz: KEF – ihre Empfehlung bekannt. Doch ein Ende der Debatte ist längst nicht abzusehen. Dabei geht es nicht nur um die Frage, wie viel uns ARD, ZDF und DeutschlandRadio wert sind. Geprüft werden soll auch, wie der Funktionsauftrag des öffentlich-rechtlichen Rundfunks künftig ausgefüllt wird.

Das Titelblatt des 14. KEF-Berichts ziert eine Karikatur: Die Eins der ARD, dargestellt als König Fussball, hält einem Mainzelmännchen die bekannten zwei Finger vors linke Auge. Ein zweites Mainzelmännchen, nicht faul, rächt den Gefährten, indem es die ARD-Eins – unfairerweise allerdings von hinten – in den Rücken boxt. Eine Anspielung auf den Binnenwettbewerb zwischen ARD und ZDF, die sich gelegentlich mit Fussball und Boxen gegenseitig das Publikum streitig machen.

Ab 1. Januar 2005, so verkündete Kommissionschef Rainer Conrad, ist eine Erhöhung der Rundfunkgebühr um 1,09 Euro auf 17,24 Euro erforderlich. Nach den Vorstellungen der KEF entfallen dabei 5,57 Euro auf die Grundgebühr; die Fernsehgebühr soll 11,67 Euro betragen. Damit blieb die KEF um einiges hinter den von den öffentlich-rechtlichen Anstalten beantragten Finanzbedarfsanmeldungen zurück. Wären alle Wünsche von ARD, ZDF und DeutschlandRadio erfüllt worden, hätte die Rundfunkgebühr ab 2005 um rund 2 Euro monatlich angehoben werden müssen. Zu hoch, befand die KEF, zumal in wirtschaftlichen Krisenzeiten. Und forderte die Sender auf, noch mehr als bisher zu sparen.

Kurt Beck, Ministerpräsident von Rheinland-Pfalz und Vorsitzender der Rundfunkkommission der Länder, hält die Gebührenempfehlung der KEF für „angemessen". Der Bericht sei „sehr sachbezogen" und gebe „klare Aufträge, was das Ausschöpfen weiterer Spar- und Effizienzpotentiale bei ARD, ZDF und Deutschlandfunk" angehe. Aber er mache eben auch klar, dass „eine gewisse Gebührenerhöhung ab 2005 nötig" sei.

Nicht alle seiner Ministerpräsidentenkollegen sind der gleichen Auffassung. Etwa Bayerns Landesvater Edmund Stoiber, der beim Treffen der Länderchefs Mitte November letzten Jahres in München erklärt hatte, „angesichts der Milliardenhaushalte der öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten in Deutschland" sei eine Gebührenerhöhung „ohne tiefgreifende Strukturveränderungen" bei ARD und ZDF „nicht möglich".

Unzulässige Vermischung durch „Dreierbande"

Gemeinsam mit den Länderchefs von Sachsen und Nordrhein-Westfalen, Georg Milbradt und Peer Steinbrück hatte Stoiber seinerzeit ein umstrittenes Positionspapier vorgelegt. Darin knüpften die drei Politiker ihre Zustimmung zu einer Gebührenerhöhung an umfangreiche Sparauflagen für ARD und ZDF. Unter anderem forderten sie eine Fusion von ARTE und 3sat, die Verminderung der ARD-Hörfunkstationen um 16 auf 45 Programme sowie erhebliche Einschnitte beim Personal.

Auch Kurt Beck ist für's Sparen, hält aber die Vermischung von Strukturreformwünschen und Gebührenentscheidung für unzulässig. Sein Verdikt: Die Vorschläge der drei Ministerpräsidenten seien „zum Teil verfassungswidrig, zum Teil rundfunkpolitisch nicht akzeptabel". Becks Kritik an der Intervention der „Dreierbande" wird von der KEF in der Tendenz geteilt und von der Rechtsprechung des Bundesverfassungsgerichts gestützt. KEF-Vorsitzender Conrad mahnte, die Gebührenfrage nicht zu Zwecken der Programmlenkung medienpolitisch zu missbrauchen. Grundlagen der Finanzbedarfsermittlung durch die KEF, so erinnerte er an den verfassungsrechtlich vorgegebenen Auftrag der Kommission, seien „die gegebenen Strukturen" der öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten. Und schlussfolgerte: „Das Verfahren zur Festlegung der Rundfunkgebühr muss daher unabhängig von einer Diskussion über Strukturveränderungen im öffentlich-rechtlichen Rundfunk gesehen werden."

Vertreter der öffentlich-rechtlichen Anstalten reagierten jedenfalls erleichtert auf die KEF-Empfehlung. Die Kommission habe sich offensichtlich nicht von „populistischen Forderungen", die Gebühr einzufrieren, beeindrucken lassen, sagte ARD-Vorsitzender Jobst Plog. Auch Frank Werneke, Vizechef der Dienstleistungsgewerkschaft ver.di, begrüsste die KEF-Empfehlung, hält sie aber für gerade mal „bestandssichernd". Für wichtige Zukunftsaufgaben des öffentlich-rechtlichen

Die Gebühreneinzugszentrale kommt Zahlungsunwilligen immer wieder auf die Spur.

Foto: gez

Rundfunks wie etwa die Digitalisierung, so fürchtet er, könnte künftig das Geld knapp werden. Gemischte Gefühle beschleichen den Gewerkschafter begreiflicherweise auch angesichts der KEF-Forderung, vor allem im Personalbereich nach weiteren Sparmöglichkeiten zu suchen. Schließlich habe allein das ZDF in den letzten zehn Jahren fast ein Viertel der Belegschaft abgebaut. Werneke begreift den aggressiven Vorstoß der „Dreierbande" auch als durchsichtiges Manöver, die jeweiligen Standortinteressen der Privatfunker in den betroffenen Ländern zu verteidigen. Er forderte die Politik auf, die KEF-Empfehlung „ohne Zeitverzögerung" umzusetzen, um den Anstalten Planungssicherheit zu geben. „Eine Verzögerung oder gar der Verzicht auf die geplante Erhöhung" werde „verheerende Folgen auf die Programmqualität und den Bestand von Arbeitsplätzen" in den Sendern haben, warnte Werneke. Zugleich kündigte er an, dass sich ver.di „aktiv an einer Debatte zum Programmauftrag und damit auch zu den Strukturen des öffentlich-rechtlichen Rundfunks beteiligen" werde.

Was preiswert und was teuer ist – darüber gehen bekanntlich die Meinungen vieler Zeitgenossen auseinander. Angesichts der Kassandrarufe einiger Politiker über das angeblich „teuerste Rundfunksystem der Welt" erscheint es vielleicht ganz nützlich, die Relationen ein wenig gerade zu rücken. Folgt die Politik der KEF-Empfehlung, steigt die monatliche Rundfunkgebühr Anfang nächsten Jahres auf 17,24 Euro. Dieser Betrag entspricht wenig mehr als einem halben Euro pro Tag. Das ist wenig mehr, als für die Frühstücklektüre einer halbwegs passablen Tageszeitung berappt werden muss. Ob die vorgeschlagene moderate Erhöhung als „sozial unverträglich" einzustufen ist, erscheint zumindest zweifelhaft.

Pure Heuchelei

Die Mediengewerkschaft befürwortet eine Strukturdebatte. Die Rezepte der „Dreierbande" und anderer „Reformer" sind jedoch wenig geeignet für eine entsprechende Qualitätsdiskussion. So ist es pure Heuchelei, einerseits die zunehmende Boulevardisierung von ARD und ZDF zu beklagen, andererseits mit der Zusammenlegung von ARTE und 3sat Kulturabbau zu fordern.

Dabei beobachten gerade Verteidiger des öffentlich-rechtlichen Systems besorgt Tendenzen, beim Quotenfight mit den Privaten gewohnte Qualitätsstandards immer häufiger aufzugeben. „Bunte-TV", eine Art Dauerwerbesendung für den Burda-Verlag, wurde von der ARD nach heftiger, auch interner Kritik glücklicherweise früh abgesetzt. Andere vergleichbare Formate wie „Wellness-TV" dagegen noch nicht. Die sonntäglichen Kulturmagazine der ARD-„Kulturreport", „Kulturweltspiegel" und „Titel, Thesen, Temperamente" rutschten im Interesse eines störungsfreien „audience flow" weiter ins vormitternachtliche Ghetto. Nicht viel besser ergeht es derzeit einer anderen „Kernkompetenz" der Öffentlich-Rechtlichen: der vertiefenden Information und dem investigativen Journalismus.

Strukturdebatte notwendig

Die Politmagazine „Monitor", „Panorama" und „Kontraste", einst zur „Prime-Time" nach der „Tagesschau" auf dem Bildschirm, werden immer häufiger von „Schlagerparaden der Volksmusik" oder zweitklassigem UEFA-Kick auf hintere Sendeplätze verdrängt. Das ZDF brachte es fertig, das letzte EM-Qualifikationsspiel der Völler-Buben gegen die Kicker-Grossmacht Island in einen siebenhalbstündigen Fussball-TV-Abend zu verwandeln, unterbrochen nur von ein paar spärlichen „Heute"-Nachrichten. Und der vierfache Becker-Auftritt bei ZDF „Kerner" provozierte den früheren SAT1-Chef Martin Hoffmann zu der Aussage, sein Sender stehe nicht „für die Instrumentalisierung privater Interessen eines Stars".

Solche Kritik sollte den Öffentlich-Rechtlichen zu denken geben. Auch die ausufernde Sponsoring-Praxis oder die undurchsichtige Outsourcing-Politik der Anstalten gehören auf den Prüfstand. Je mehr die Trennschärfe zwischen kommerziellem und öffentlich-rechtlichem Rundfunk verloren geht, desto häufiger dürften Fragen nach der Legitimation der Gebührenfinanzierung von ARD und ZDF auftauchen. Stoiber, Milbradt und Steinbrück sind allerdings keine glaubwürdigen Verteidiger eines starken, unabhängigen öffentlich-rechtlichen Rundfunks. Ihre „Reform"-Vorschläge sind lediglich wahltaktisch motivierte Kahlschlagphantasien populistischer Politiker. Günter Herkel ■

2004: Alles wird anders – Steuern – Arbeitsamt – – Versicherungen –

Selten ist in einem Jahr – und so kurz vor Jahresende – so viel an Gesetzen herumgeschraubt worden wie in der Vorweihnachtszeit 2003. Alle Gesetzesänderungen (sowie ein paar aktuelle Urteile), soweit sie für Arbeitnehmerinnen (A) und Freie (F) von Interesse sind, sind hier von Goetz Buchholz in Stichworten zusammengestellt. Mit Quellen, wo man genauere Informationen findet.

Absetzung für Abnutzung (AfA)

Wer sich größere Geräte anschaffte, konnte bisher im Kaufjahr den vollen oder den halben Abschreibungsbetrag als Betriebsausgabe ansetzen – je nachdem, ob er das Gerät in der ersten oder der zweiten Jahreshälfte kaufte. Künftig muss er „monatsgenau“ abrechnen: Für den PC, den er im Juli kauft, darf er im Kaufjahr nur 5/12 der normalen AfA-Rate abziehen.
www.mediafon.net/aktuelles.php3#3fe3411472bd1

Altersversorgung und Krankenkasse

Die Krankenversicherung im Alter wird teurer: Brauchte man für „Versorgungsbezüge“ bisher nur den halben Krankenversicherungsbeitrag zu zahlen, so wird künftig der volle Beitrag fällig. Nach Auskunft des Gesundheitsministeriums gilt das für alle Betriebsrenten und Versicherungen, zu denen der Arbeit- oder Auftraggeber Beiträge gezahlt hat – also auch für die tarifliche Zusatz-Altersvorsorge beim Presseversorgungswerk und die Renten der Pensionskasse für Freie. Zuschüsse vom Autorenversorgungswerk seien dagegen „unschädlich“, sagt das Ministerium – allerdings unverbindlich. Man müsse erst noch die eigenen Durchführungsbestimmungen abwarten. Wem schon höhere Beiträge abgebucht werden, der sollte Widerspruch einlegen. Musterschreiben gibt's bei ver.di und mediafon.
www.mediafon.net/aktuelles.php3#400d2de929887

Arbeitnehmerpauschbetrag

Der Arbeitnehmerpauschbetrag, der ohne weitere Belege vom Bruttoeinkommen abgezogen wird, beträgt für das Steuerjahr 2004 nur noch 920 Euro (bisher 1.044 Euro).

Bewirtungen

Wer Geschäftsfreunde oder potentielle Auftraggeber zu einem Geschäftsessen einlädt, kann seit 1.1.2004 von der Restaurantrechnung nur noch 70 Prozent (bisher 80) als Betriebsausgaben absetzen.
www.mediafon.net/aktuelles.php3#3fe3411472bd1

Dienstwagen Vorsteuer

Wer jetzt einen Dienstwagen kauft, darf die Mehrwertsteuer aus Kaufpreis und laufenden Kosten wieder voll als Vorsteuer abziehen – muss dafür aber auf die Privatnutzung wieder 16 % Mehrwertsteuer aufschlagen. Für zwischen dem 1.4.1999 und dem 31.12.2003 gekaufte Autos war nur die halbe Vorsteuer abziehbar – dafür war die Privatnutzung steuerfrei.
www.mediafon.net/aktuelles.php3#3fd1cd5967acb

Dienstwagen gewillkürt

Freiberufler, die das eigene Auto zwischen 10 und 50 Prozent beruflich nutzen, können neuerdings wählen, ob sie es steuerlich als „Dienstwagen“ oder als Privatwagen behandeln. Bisher galt das Privileg des „gewillkürten Betriebsvermögens“ nur für Gewerbetreibende.
www.mediafon.net/aktuelles.php3#3fcf3f3a8ad97

Entfernungspauschale

Die Entfernungspauschale für den Weg zwischen Wohnung und Arbeitsstätte wurde zum 1.1.2004 auf 30 Cent pro Entfernungskilometer (bisher 36, ab dem 11. Kilometer 40 Cent) gekürzt. Sie gilt weiterhin unabhängig vom benutzten Verkehrsmittel – also auch für Leute, die zu Fuß zur Arbeit gehen. Für Familienheimfahrten bei doppelter Haushaltsführung bleibt der alte Satz bestehen. Aber auch wer zweimal am Tag zur Arbeit muss, weil z. B. zwischen Probe und Aufführung mehrere Stunden Pause sind, bekommt die Pauschale nur einmal am Tag.
www.mediafon.net/aktuelles.php3#3fa65dd850c7c

Erziehungsgeld

Seit dem 1.1.2004 sind die Beträge für das Erziehungsgeld leicht und die Einkommensgrenzen drastisch gesenkt worden. Künftig gibt es 12 Monate lang 450 oder 24 Monate lang 300 Euro – in voller Höhe aber nur noch, wenn das Jahreseinkommen bei Antragstellung unter 13.500 Euro (Single) bzw. 16.500 Euro (Ehepaar) plus 3.140 Euro für jedes weitere Kind lag.
www.ratgeber-freie.de/frame_seite.php3?kapitel=09070302&view=&si=401aa2465004e#09070302

Existenzgründerförderung mehrfach

Seit 1.1.2004 kann man Überbrückungsgeld und Existenzgründungszuschuss mehrfach hintereinander bekommen. Bedingung ist nur, dass zwischen den Förderphasen mindestens zwei Jahre liegen – und dass Anspruch auf Arbeitslosengeld besteht.
www.mediafon.net/recht_recht.php3#3fe5de9200ac2

Gewinnermittlung

Für die Gewinnermittlung per Einnahmenüberschussrechnung, die Freie bisher formlos nach eigenem Gutdünken aufschreiben konnten, ist ab dem Steuerjahr 2004 ein amtliches Formular vorgeschrieben.
www.mediafon.net/aktuelles.php3#3f992f096e2b9

Ich-AG und Nebenjob

Wer Existenzgründungszuschuss („Ich-AG“) vom Arbeitsamt bekommt und von der Selbstständigkeit noch nicht leben kann, darf nebenher einen Arbeitnehmerjob annehmen. Bedingung: Für den Nebenjob darf man nicht mehr als 15 Stunden und nicht mehr Zeit als für die selbstständige Tätigkeit aufwenden.
www.mediafon.net/aktuelles.php3#3fc4bc4e75eb1

Krankengeld

Das Krankengeld bleibt vorerst unverändert. Erst ab 2006 müssen die Versicherten den Beitrag dafür (0,5 % vom Bruttoeinkommen) komplett aus eigener Tasche bezahlen.

Künstlersozialabgabe

Die Künstlersozialabgabe, die Verwerter publizistischer Leistungen auf alle Honorare abführen müssen, die sie an Freie bezahlen, wurde zum 1.1.2004 auf 4,3 Prozent (bisher 3,8) angehoben. Aus der Abgabe wird der KSK-Anteil zu den Sozialversicherungsbeiträgen von Freien finanziert.
www.mediafon.net/aktuelles.php3#4005737f19334

Lohnsteuerkarte

Die gute alte Lohnsteuerkarte wurde zum 1.1.2004 zu einer Art Eintrittskarte degradiert: Arbeitnehmer müssen sie zwar noch beim Arbeitgeber abgeben – am Jahresende bekommen sie für die Steuererklärung aber nur noch einen Ausdruck der „elektronischen Lohnsteuerbescheinigung“, die der Arbeitgeber auch an das Finanzamt beamt.

Meisterzwang

Erleichterung für Fotografen: Sie dürfen künftig Hochzeits-, Pass- und Porträtfotos auch dann machen, wenn sie keinen Meisterbrief haben – ohne dass ihnen die Handwerkskammer dazwischenfunken kann. Für sie ist

der „Meisterzwang“ seit dem 1.1.2004 gefallen. Aber Vorsicht: Sie müssen so eine Tätigkeit der Handwerkskammer melden. Und „Fotograf“ nennen darf sich auch weiterhin nur, wer eine handwerkliche Ausbildung hat.
www.mediafon.net/aktuelles.php3#3fe3121183bf7

Rechnungen

Rechnungen zu schreiben wird zur Wissenschaft: Vom 1.7.2004 an lassen die Finanzämter nur noch Rechnungen zum Vorsteuerabzug zu, die neben dem Rechnungsgegenstand und Preis auch

- den Namen und die Anschrift des Ausstellers und der Empfängerin,
- das Rechnungsdatum,
- eine fortlaufende Rechnungsnummer,
- die Steuernummer oder die Umsatzsteuer-Identifikationsnummer des Ausstellers sowie
- den Mehrwertsteuersatz und den Mehrwertsteuerbetrag bzw. bei umsatzsteuerfreien Rechnungen eine Begründung für die Steuerfreiheit enthalten.

www.verdi.de/0x0ac80f2b_0x007ae122#

Reisekosten

Die Finanzämter erlauben es schon länger – seit 1.1.2004 steht es auch wieder im Gesetz: Aus Reisekostenbelegen kann man Vorsteuer abziehen. Ein Vorsteuerabzug aus Kilometer- und Verpflegungspauschalen ist dagegen weiter ausgeschlossen. Erlaubter Trick dazu: Auf Dienstreise tanken, für die Einkommensteuer die Kilometerpauschale von 30 Cent ansetzen – und aus der Tankquittung Vorsteuer abziehen. Oder unterwegs essen, für die Einkommensteuer die Verpflegungspauschale ansetzen und aus der Restaurantquittung Vorsteuer abziehen.

Renten-Besteuerung

Die Bundesregierung will die Besteuerung der Alterseinkünfte umstellen. Künftig soll man Lebens- und Rentenversicherungsbeiträge voll vom steuerpflichtigen Einkommen abziehen können, muss dafür aber die ausgezahlten Beträge voll versteuern. Das Ganze ist aber noch nicht abschließend geklärt – das Gesetz ist noch in der Beratung. Für laufende Lebensversicherungen soll sich nichts ändern.
www.mediafon.net/aktuelles.php3#3fcdc700debbe

Schonfrist Umsatzsteuer

Seit 1.1.2004 gibt es bei der Umsatzsteuervoranmeldung keine Schonfrist mehr: Wenn das Geld nicht spätestens am Stichtag (wenn das ein Sonntag ist: am nächsten Werktag) auf dem Konto des Finanzamts ist, wird ein Säumniszuschlag fällig.
www.mediafon.net/aktuelles.php3#3fd1cd5967acb

Solisten

Solisten in Musik und Theater können sich künftig als „kulturelle Einrichtung“ von der Umsatzsteuerpflicht befreien lassen – bisher war das nur Gruppen von mindestens zwei Mitgliedern möglich. Wer nicht befreit ist, braucht nur 7 % Mehrwertsteuer zu erheben – auch der ermäßigte Steuersatz wurde bisher nur Gruppen zugestanden. Beides ist dem Europäischen Gerichtshof zu verdanken.
www.mediafon.net/aktuelles.php3#3fa9176994b4b

Sparerfreibetrag

Der Sparerfreibetrag, bis zu dem Einkünfte aus Kapitalvermögen wie Sparbriefzinsen und Dividenden steuerfrei sind, wurde für das Steuerjahr 2004 auf 1.370 Euro gesenkt (bisher 1.550). Eheleute haben bei gemeinsamer Veranlagung den doppelten Freibetrag.

Überbrückungsgeld Pflicht

Das Überbrückungsgeld des Arbeitsamtes, bisher eine Kann-Bestimmung, ist seit dem 1.1.2004 eine Pflichtleistung: Wer Anspruch auf Arbeitslosengeld hat und die Bescheinigung einer fachkundigen Stelle vorweisen kann, dass sein Vorhaben „dauerhaft tragfähig“ ist, kann das Überbrückungsgeld notfalls einklagen.www.mediafon.net/recht_recht.php3#3fe5de9200ac2

Überbrückungsgeld steuerfrei

Rückwirkend seit dem 1.1.2003 ist das Überbrückungsgeld nicht nur steuerfrei, sondern unterliegt – genauso wie der Existenzgründungszuschuss – auch nicht mehr dem „Progressionsvorbehalt“. Das bedeutet, dass diese Zuschüsse bei der Einkommensteuer gar nicht mehr mitgerechnet werden.

Vermögenswirksame Leistungen

Die Arbeitnehmer-Sparzulage wurde für Bausparverträge auf 9 %, höchstens 42,30 Euro, und für Aktien und Aktienfonds auf 18 %, höchstens 72,– Euro gesenkt (bisher bis zu 48,– / 81,60 Euro).

Verzugszinsen

Der Basiszinssatz, der für die gesetzlich festgelegten Verzugszinsen maßgeblich ist, wurde zum 1.1. auf 1,14 Prozent gesenkt. Damit kann man kommerziellen und institutionellen Kunden, die ihre Rechnung 30 Tage nach Erhalt noch nicht bezahlt haben, 9,14 % Verzugszinsen berechnen. Bei Privatkunden sind es nur 6,14 Prozent.
www.mediafon.net/aktuelles.php3#3e243d24503a6

Werbegeschenke

Werbegeschenke werden seit dem 1.1.2004 nur noch als Betriebsausgaben anerkannt, wenn sie pro Kopf und Jahr weniger als 35 Euro gekostet haben (bisher 40). Vorsicht: Was teurer ist, darf gar nicht abgezogen werden - auch nicht mit 35 Euro!
www.mediafon.net/aktuelles.php3#3fe3411472bd1

Zahnersatz

Der Zuschuss zum Zahnersatz bleibt erst mal unverändert, wird ab 2005 aber auf Festzuschüsse umgestellt. Wer weniger als 11.424 Euro im Jahr verdient, bekommt den doppelten (in der Regel kostendeckenden) Zuschuss. Die Prämie für die Zahnersatz-Versicherung müssen gesetzlich Versicherte ab 2005 allein bezahlen – die Leistungen bleiben aber gleich.

Zuzahlungen

Die neuen Zuzahlungsregeln gelten seit dem 1.1.2004 für alle gesetzlich Krankenversicherten – für Arbeitnehmer genauso wie für KSK-Versicherte. Wer zwei (chronisch Kranke ein) Prozent seines Jahreseinkommens zugezahlt hat, kann sich für den Rest des Jahres befreien lassen. Maßgeblich sind die „Bruttoeinnahmen zum Lebensunterhalt“ – eventuell also mehr als das Bruttogehalt oder das der KSK gemeldete Einkommen. Die Details sind noch unklar: Bitte bei der Krankenkasse nachfragen.
www.verdi.de/gesundheitsreform/eckpunkte/serviceheft_gesundheitsreform

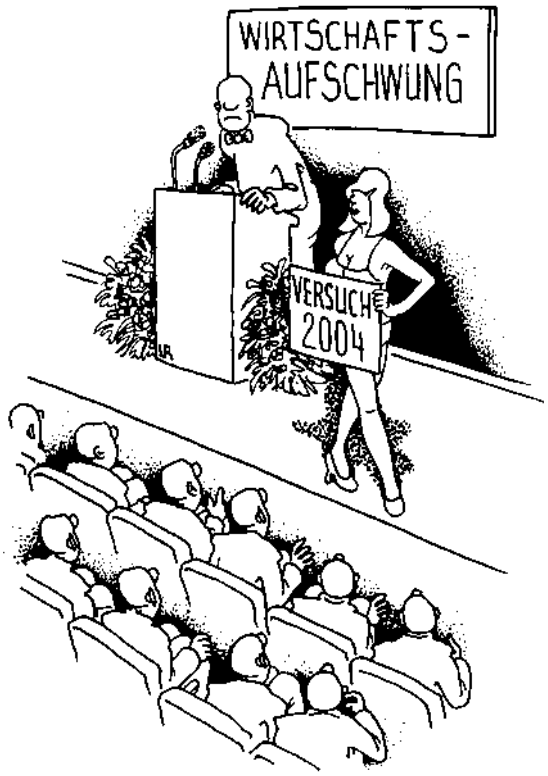


Abb: Reinhold Löffler

Noch kurz vor Jahresende kam es zu neuen Vereinbarungen über die Weiterbeschäftigung von Freien beim fusionierten RBB.

Fotos: Chr. v. Polentz / transit

Lohnender Widerstand

Senderfusion RBB: Trotz Teilerfolg kritische Lage für Freie

Eines war allen Mitarbeitern von ORB und SFB, angestellten wie freien, von Anfang an klar: Bei einer Fusion von zwei Vollsendern würde Arbeit wegfallen. Besonders die Freien bangten von Anfang an um ihre Beschäftigungsmöglichkeiten. Als die Intendanz im Oktober 2003 eine neue Dienstanweisung in Umlauf brachte, wurde die Angst existenziell. Schien es doch, dass ein probates Mittel gefunden worden sei, sich unliebsamer Mitarbeiter auf einfache Weise zu entledigen. Mit Unterstützung der Gewerkschaften hat die Bewegung „rbbprotest" gezeigt, dass Widerstand nicht vergeblich ist.

In der Abteilung Honorare und Finanzen konnten die Verträge unterzeichnet werden.

Kurz vor Weihnachten nahm die Geschäftsleitung teilweise von ihren Plänen Abstand. Die Weiterbeschäftigung von Freien, die sechs Jahre und länger beim Sender sind, ist vorerst gesichert. Inhalt der formal schon lange vorhandenen, vor allem in Berlin jedoch kaum praktizierten Anweisung war es, Prognoseregelungen und Zwangspausen ab 2004 strikt umzusetzen. Besonders beim SFB war der Anteil der Freien, die länger als sechs Jahre dabei waren, sehr hoch. Ihnen hätte bei Inkrafttreten der Dienstanweisung eine halbjährige Sperrfrist gedroht – Rückkehr ungewiss. Über die Weiterbeschäftigung hätte ein Verständigungsverfahren entschieden, an dem die oder der Betroffene nur indirekt beteiligt gewesen wäre.

Mit dem Kampfgeist der Freien hatte die Geschäftleitung kaum gerechnet: Im November schlug die Geburtsstunde von rbbprotest, einer Bewegung, die den Argumenten der Freien Gehör verschaffen sollte. Immer mehr Betroffene schlossen sich an, Anfang Januar standen über 600 Personen auf der Liste, Festangestellte erklärten sich solidarisch. Bei der ersten Vollversammlung Ende November wurde ein Team zur Verhandlung mit der Geschäftsleitung gewählt.

rbbprotest vertrat klare Ziele: Rücknahme der Dienstanweisung, verbunden mit der Zusage, Tarifverträge auszuhandeln, die auf Sperrzeit und Prognose verzichten, bis dahin keine Verschlechterung des rechtlichen Status der freien Mitarbeiter. Immer wieder drangen die Freien darauf, dass die Geschäftsleitung endlich mit den Vertretern von verdi, djv und rbbprotest in offenen Dialog treten solle.

Neue Rahmenverträge

Mit konsequenter Wiederholung ihrer Forderungen, Medienpräsenz und internen Aktionen vertraten die Protestler ihre Sache. In der Folge schien die Geschäftsführung in ihrem Glauben erschüttert, dass man sich freier Mitarbeiter im Handstreich entledigen könnte, machte schrittweise Zugeständnisse. Kurz vor Weihnachten ein erster Erfolg: Die Geschäftsleitung erklärte, dass Beschäftigungsverhältnisse auch nach sechs Jahren nicht aus juristischen Gründen beendet seien, wenn Bedarf bestehe und die Voraussetzungen freier Mitarbeit erfüllt seien. Neue Rahmenverträge sollten die Weiterbeschäftigung ermöglichen. Eine Prüfung durch Gewerkschaftsjuristen beschied den Verträgen Unbedenklichkeit – bei einem von ver.di gesponserten Frühstück am 22. Dezember unterzeichneten zahlreiche Freie in der Masurenallee die neuen Verträge.

Entspannt zurücklehnen kann sich dennoch niemand, die Atmosphäre zwischen den Kontrahenten bleibt kühl. „Die Geschäftsleitung ist es nicht gewohnt, mit uns zu sprechen. Sie tut sich nach wie vor schwer damit", sagt Jürgen Schäfer, einer der gewählten Sprecher von rbbprotest und ver.di-Vertreter. Zudem habe es den Anschein, dass in der Geschäftsleitung einige beleidigte Racheengel säßen. Bei einem Treffen mit dem Redakteursrat habe es geheißen, dass man mit Personen, die einen so unverschämten Ton anschlügen wie die Vertreter von rbbprotest, nicht länger zusammenarbeiten wolle. Wegen einer Presseerklärung ohne Impressum habe die Geschäftsleitung sogar das Landeskriminalamt eingeschaltet.

Hauptziel der Protestler bleibt ein dauerhafter Dialog mit der Intendanz. „Wir wünschen ein institutionalisiertes Verfahren, das regelmäßige Kontakte vorsieht", sagt Schäfer. Die Verhandlungsführer der Gewerkschaften, die rbbprotest von Anfang an unterstützten, schlugen einen runden Tisch nach Vorbild des ZDF vor. Dort sitzen Vertreter der Geschäftsleitung, Programmverantwortliche und Betroffene zusammen. Angestrebt werde ein partnerschaftlicher Umgang miteinander. Beispielsweise sollten Verständigungsverfahren im Beisein der betroffenen Freien laufen, statt über ihre Köpfe hinweg. Vonseiten der Freienvertretung wolle man jeden Einzelfall betrachten und genau prüfen.

Konkrete Ziele

Inzwischen hat sich rbbprotest in „rbbpro Freienvertretung" umbenannt und will mit dem neuen Namen Kompromissbereitschaft signalisieren. Sprecher aus allen Abteilungen sollen ordentlich gewählt, konkrete Ziele formuliert werden.

Nächstes Etappenziel sind die anstehenden Tarifverhandlungen. Neben einer verbindlichen Honorarstruktur wollen die Freien eine Regelung, die dem Einzelnen Planungssicherheit für seine Beschäftigung gibt. Die Forderung nach Abschaffung von Prognoseregelungen und Sperrfristen besteht weiter. Ute C. Bauer ■

Starker Knoten im Netz

Selbstständigen-Erfolgsprojekt media fon in ver.di wird fortgeführt

Auch künftig soll es Anschluss und Auskunft bei media fon unter 01 85 05 / 75 44 44 geben. Zwar ist die mehrjährige Förderung des Beratungsnetzwerkes für Selbstständige in Medienberufen durch das Bundesministerium für Bildung und Forschung Ende Januar ausgelaufen. Doch Erfolg und vor allem Notwendigkeit und Akzeptanz des Hilfsangebots für Freie drängen auf Fortführung.

Mikrounternehmen sind „zukunftsfähig, begründen die Dienstleistungswüste in Deutschland“, sagt Klaus Zühlke-Robinet vom BMBF-Projektträger beim Deutschen Zentrum für Luft-und Raumfahrt. Seit 91 sei ihre Zahl um ein Viertel, um 600.000 angewachsen. 170.000 Selbständige arbeiteten im Jahr 2000 allein in der Medienwirtschaft – Tendenz steigend. Viele Freie aber fühlen sich im luftleeren Raum schwebend. „Vereinzelung, unzureichende finanzielle und soziale Absicherung“ und die Arbeit auf einem „wenig bis nicht regulierten Markt“ benennt die wissenschaftliche Begleitforschung zu media fon als gravierende Probleme auf dem zum „überwiegenden Teil freiwillig“ gewählten Weg. Angestellte könnten sich auf Regularien stützen, für Selbstständige – davon rund 30.000 bei ver.di organisiert – müssten Gewerkschaften ein vergleichbares Netz erst knüpfen, meint ver.di Chef Frank Bsirske. „Media fon ist ein Knoten in diesem Netz.“

Die noch von der IG Medien initiierte Grundidee „Freie beraten Freie“ – über eine Telefonzentrale erfasste und zielgenau zu 16 Beraterinnen und Beratern mit unterschiedlichen beruflichen Qualifikationen weitergeleitete Fragen – ist aufgegangen. 10.500 Ratsuchende wählten seit Oktober 2000 die Nummer von media fon. Über 90 Prozent kamen aus der Zielgruppe der Medienschaffenden. Diese Kontakte mündeten in monatlich rund 250 Beratungen von durchschnittlich einer halben Stunde. Bis zu 60.000 Zugriffe verzeichnet die Internetseite www.mediafon.net pro Monat. Gewerkschaftliche Mitgliedschaft war nicht Bedingung, um kostenlose Auskünfte (von den Telefoncents abgesehen) zu erhalten.

„Anfangs war es nicht einfach, zuzuordnen, wer für welche Antworten zuständig ist,“ erklärt media fon Projektleiter Gunter Haake. „Doch insgesamt ist unsere Trefferquote hoch.“ Inzwischen sei ein großer Wissenspool aufgebaut, jede geschulte Beraterin, jeder Berater könne auf Datenbanken, Mailing-Listen und „persönliche Telefonjoker“ zurückgreifen.

Gefragt wird quer Beet. Welche Honorare kann ich verlangen? Muss ich mich auf Dumping-Preise einlassen, um im Geschäft zu bleiben? Wie finde ich ein Marktsegment? Kann ich in die Künstlersozialkasse? Wie sieht Altersvorsorge aus? Berater Goetz Buchholz, seit 25 Jahren freiberuflicher Journalist und Autor des Ratgebers Freie, unterscheidet drei Gruppen. Profis mit detaillierten Einzelfragen sei in wenigen Minuten geholfen. Bei Anfängern müsse man oft erst erfragen, was sie nicht wissen. Und eine dritte Gruppe habe einfach Kommunikationsbedarf, baue sich Erkenntnisse selbst zusammen. „Viele rufen unter großer Belastung an, empfinden es als demütigend, über Aufträge verhandeln zu müssen, haben ein schlechtes Gewissen bei Honorarforderungen,“ schildert Buchholz Gesprächssituationen. „Hier bauen wir Selbstbewusstsein auf, vermitteln Vorstellungen vom Wert der eigenen Arbeit.“

Hohe Erwartungen an erweitertes Angebot

Ein Fünftel der Anfragen bezog sich auf die KSK und die Sozialversicherung, 15 Prozent auf Honorare und Verträge, 12 Prozent aufs Urheber- und 10 Prozent aufs Steuerrecht. Auch die Expertinnen und Experten am Telefon gewinnen dazu. Beeindruckend sei das entgegengebrachte Vertrauen. Oft gibt es das Angebot, sich revanchieren zu wollen, sich mit dem eigenen Wissen einzuklinken.

So sollte das Netzwerk auch funktionieren, wünscht sich Gunter Haake. Doch noch sind diese Potenziale zu entwickeln. Es gibt einen Beschluss des Bundesvorstandes, das Projekt in die ver.di Alltagsaufgaben zu überführen. Denn die Erwartungen der „Solo-Selbstständigen ohne Beschäftigte“ sind hoch. So soll sich das Netzwerk gesellschaftspolitisch einmischen, sich für Mindestbedingungen und verbindliche Honorarsätze einsetzen, berufliche Weiterbildung und Informationsaustausch anbieten. „Da in allen Bereichen die Zahl der Selbstständigen wächst – wir haben unter ihnen Lastwagenfahrer, Postzustellerinnen, Kuriere, Versicherungsvertreterinnen und viele andere – muss das Angebot ausgeweitet werden,“ macht sich Veronika Mirschel, Referentin für Selbstständige beim Bundesvorstand stark. „Für hauptamtliche Gewerkschaftsfunktionäre ist zudem media fon Brücke zu den Selbstständigen.“ Der Nutzen ist erkannt, der Wille da, doch die Haushaltslage prekär. „Für 2005 ist noch nichts in trockenen Tüchern,“ sagt Mirschel, die sich Selbstständigenarbeit ohne media fon nicht mehr vorstellen kann. „Doch wir haben das System etwas umgebaut, es geht weiter.“ 2004 erst mal wie gehabt unter der bekannten Nummer: „Media fon, was kann ich für Sie tun?“

Bettina Erdmann ■

Beraterin **Karin Strauch**, fest-freie Grafikdesignerin beim ZDF: „Honorarfragen stehen an erster Stelle. Viele wollen wissen, was ihre Arbeit wert ist. Bei der Vielfalt in unserem Bereich ist das kompliziert.“ (Vorne rechts)

Beraterin **Barbara Eder**, Betriebswirtin, freie Dozentin und Trainerin: „Ich-AG, Businessplan, bezahlte und unbezahlte Arbeit – ich helfe beim betriebswirtschaftlichen Grundverständnis. Auch Journalistinnen und Filmproduzenten kommen nicht ohne aus.“ (Hintere Reihe)

Geballter Sachverstand bei media fon.

Foto: Chr. v. Polentz / transit

Schattendasein

Urheber Drehbuchautor – Chancen und Risiken bei der Markteroberung

Setfotos: Susanne Benker, Bearb. P. Dreßler

Dreharbeiten für einen Abschlussfilm der Autorenwerkstatt Talente der Katholischen Medienakademie Ludwigshafen.

Professionalität, Geduld und Kompromissfähigkeit sollte ein Drehbuchautor mitbringen, „aber ohne Begabung geht es nicht".

„Ein Film von...." – meist folgt in Filmankündigungen dann der Name des Regisseurs, selten der des Autoren. In der Öffentlichkeit werden Drehbuchautoren wenig wahrgenommen. Das macht es ihnen schwer, entdeckt zu werden.

„Machen Sie doch mal was zum Thema ‚Geschwisterneid'". Solche Vorschläge von Produzenten sind für Drehbuchautorin Sophia Krapoth öfter Zündfunke für einen neuen Stoff. Mittlerweile ist sie gut im Geschäft. Dennoch bemerkt sie eine Kluft zwischen der Wahrnehmung von Autoren und ihrer Arbeit. „Die Zuschauer sprechen oft über die Geschichte eines Filmes", sagt sie, „selten über die Autoren". Jürgen Kasten, Geschäftsführer des Verbands Deutscher Drehbuchautoren (VDD) stellt fest: „Einerseits werden gute Autoren gesucht, andererseits führen sie ein Schattendasein, vor allem in der öffentlichen Wahrnehmung. Dabei haben sie rechtlich als Urheber zu gelten, einen Status, den etwa Schauspieler gar nicht haben."

Mehr kürzere Formate

Dieses Schattendasein macht es Autoren schwerer, bekannt zu werden. Die Medienkrise verschärft die Situation. „Der Markt kann vielleicht 750 Autoren ernähren", schätzt Kasten. Die anhaltende Medienkrise habe zu einem spürbaren Produktionsrückgang besonders im Fiction-Bereich geführt. Die Vielzahl neuer Sendeformate täuscht nicht darüber hinweg. „Es hat im Fiction-Bereich nur eine Umverteilung von 90-Minuten-Formaten zu kürzeren gegeben", sagt Kasten. Auch im Bereich Kinderfilm ist es nicht leicht, neue Filme unterzubringen. „Der NDR kauft im Jahr etwa einen bis höchstens drei Kinderfilme. Dazu kommen, auch in Koproduktion mit anderen Sendern, Beteiligungen an Kinofilmen", erklärt Angelika Paetow vom Programmbereich Kultur, Kinder & Familie. Gefragt seien Comedy und zeitgemäße Stoffe für Drei- bis 13-jährige mit Tendenz zu den Älteren.

Serientrend ungebrochen

Von Autoren wird erwartet, dass sie Sendeplätze und -formate genau kennen. In der Praxis hakt es daran öfter. „Die Marktbeobachtung wird von Anfängern häufig unterschätzt", sagt Kasten. „Ich habe oft den Eindruck, dass Autoren die Zielgruppe, ihre Interessen und Verhaltensweisen nicht genug kennen", bedauert auch Paetow. „Ein Autor sollte schon das Programm von ARD / ZDF, dem gemeinsamen Kinderkanal und zumindest noch Super RTL kennen, wenn er für Kinder schreiben will". Produzent Nico Hofmann, Geschäftsführer der Firma „teamWorx Television Film", vertritt den Standpunkt, dass Marktbeobachtung vor allem Sache der Produzenten sei. „Aber auch hier kennen einige den Markt zu wenig", räumt er ein.

Chancen bestehen nach Hofmanns Erfahrung vor allem im Serienbereich. Eindeutig gehe der Trend vom klassischen TV-Movie zu kürzeren und weniger kostenintensiven Formaten. „Der Markt marschiert in Richtung Serie, zum Beispiel Weeklies und Dailies", erklärt der Produzent. Im Kommen seien „Telenovelas", die ihren Ursprung in Brasilien haben. Wer in der Lage sei, für bereits bestehende Serien mitzudenken und mitzuschreiben, steige laut Magnus Dorn leichter ein. „Seltener sind die Chancen für eigene Serienideen", betont der Vorsitzende des Vereins „Toptalente", der Autoren und Producer im Film- und Fernsehbereich fördert. Anderer Meinung ist Hofmann. Ihm zufolge suchen Sender händeringend nach neuen Serienkonzepten: „Die Privatsender beschäftigen sich gerade intensiv mit der Entwicklung neuer Konzepte. Da bestehen gute Chancen, eine neue Serie zu setzen."

Um neue Kreative zu entdecken, schreibt „Top-Talente" zum Beispiel Ideenwettbewerbe aus. Bei Seminaren und Informationspodien können sich Autoren mit anderen Filmschaffenden austauschen und Kontakte knüpfen. „Wir haben in München mit regionalen Medientreffs begonnen und wollen das auch in anderen Medienzentren etablieren", sagt Dorn. „Auf keinen Fall", rät Krapoth, „sollten sich Anfänger mit Anfängern ‚verbandeln', sondern sich erfahrene Produzenten suchen." Außerdem legt sie Autoren ans Herz, das zu schreiben, was sie selbst gerne sehen würden. So habe sie „früher leidenschaftlich gerne Filme von Ernst Lubitsch und Billy Wilder gesehen."

Talent ist keine Garantie

Der deutsche Fernsehmarkt, in Größe und Qualität führend in Europa, verlange vor allem Professionalität, ist Kasten überzeugt. „Zu allererst sollten Autoren ihr Handwerk beherrschen, also Geschichten strukturieren und Charaktere entwickeln können" betont auch Elke Brand, eine der beiden Inhaberinnen der Medienagentur „Scipts for sale". Aber ohne Begabung geht gar nichts. „Ein Ohr für Dialoge" ist für Krapoth eindeutig Talentsache.

Talent und Können sind jedoch keine Garanten für Erfolg. Ein gutes

Info:

Verband Deutscher Drehbuchautoren e.V
Albrechtstr. 19
10117 Berlin
Tel.: (030) 257 62 971
Fax: (030) 257 62 974
Mail: info@drehbuch-autoren.de
www.drehbuchautoren.de

TOP: Talente e.V.
Akademiker Centrum
Lämmerstraße 3
80 335 MÜNCHEN
Fax: (0831) 960 52 08
Mail:
Top-talente@gmx.de
www.toptalente.org

FFA Filmförderungsanstalt
German Federal Film Board
Große Präsidentenstr. 9
10178 Berlin
Tel. (030) 275 77 – 0
Fax: (030) 275 77 – 111
www.ffa.de

FilmFernsehFonds Bayern GmbH
Sonnenstraße 21
80331 München
Tel. (089) 54 46 02 – 0
Fax: (089) 54 46 02 – 21
Mail:
filmfoerderung@fff-bayern.de
www.fff-bayern.de

Finanzpolster hilft, Durststrecken zu überstehen. „Man sollte für ein bis zwei Jahre finanziell abgesichert sein, wenn man einsteigt“, betont Brand. Krapoth erinnert sich an ihre Anfangszeiten, in denen sie nebenher gekellnert hat. „Das erste Projekt hinzukriegen ist das Schwerste.“ Mit etwas Glück gibt es Geld von Bund oder Ländern. Das neue Filmfördergesetz FFG sieht unter anderem eine effektivere Drehbuchförderung für Kinofilme durch den Bund vor. Für die Erstentwicklung von Drehbüchern ist laut Birthe Klinge von der Filmförderungsanstalt FFA nach wie vor ein Zuschuss von 25.000 Euro vorgesehen, in Sonderfällen 50.000 Euro. Mehr Geld gibt es bei der Drehbuchweiterentwicklung. „Autoren können hier Zuschüsse bis zu 30.000 Euro beantragen, vorher waren es 15.000 Euro“. Die Fördermodalitäten sind in den Ländern verschieden. Der Filmfernsehfonds Bayern (FFF) stellt für die Entwicklung bis zur ersten Fassung pro Autor einen Grundbetrag von 20.000 Euro zur Verfügung, für Teams 30.000 Euro, in Sonderfällen noch einmal bis zu 10.000 Euro. Die Nachfrage ist groß. „Im Durchschnitt treffen jährlich 100 bis 150 Bewerbungen bei uns ein“, erklärt Steffi Stadelmann vom FFF. Durchschnittlich würden 15 bis 30 Kinostoffe pro Jahr gefördert.

Buy-Out bei Privaten

Wer im Geschäft ist, hat keine finanziellen Sorgen mehr. „Bei regelmäßigen Aufträgen ist die Arbeit gut bezahlt“, sagt Autorin Krapoth, die überwiegend für Studio Hamburg arbeitet. Die Honorare richten sich nach Vertragsart. Bei öffentlich-rechtlichen Sendern sind es zurzeit etwa 23.000 bis 25.000 Euro für ein Drehbuch eines 90-minütigen TV-Spielfilms, jedoch mit Folgevergütung bei Wiederholung. Bei den Privaten sind Buy-out-Verträge üblich, bei denen sämtliche Rechte am Drehbuch dem Sender abgetreten werden. Dafür erhalten Autoren ein einmaliges Honorar von etwa 40.000 bis 50.000 Euro. „Aufgrund des neuen Urhebervertragsrechts arbeiten wir gerade mit Produzentenverbänden an einem Basisvergütungssystem, das dann nicht mehr unterschritten werden darf“, so Kasten. Der VDD trete in den Verhandlungen mit den Produzentenverbänden dafür ein, dass stets Wiederholungshonorare vereinbart werden sollten.

Arbeit in Etappen

Ist der Vertrag in der Tasche, beginnt die eigentliche Arbeit für Autoren. Geduld und Kompromissfähigkeit braucht es auch hier. „Einerseits sollte man seine Geschichte in der Hand haben, andererseits die Anregungen von Producern und Regisseuren aufnehmen können. Das kann sehr anstrengend sein.“ Gearbeitet werde in Etappen. „Nachdem man ein Exposé eingereicht hat, kann der Stoff schon mal ein Jahr bei einem Sender liegen, bis es weitergeht“, so Autorin Krapoth. Je näher der Abgabetermin rückt, desto höher der Zeitdruck. Schnell umschreiben zu können, ist A und O. Wer die Fristen nicht einhält, ist schnell weg vom Fenster. „Einen Fernsehfilm zu produzieren, kostet etwa 1,3 Millionen Euro. Da können sich Produzenten keine Risiken leisten“, betont Agenturinhaberin Brand.

Auch wenn die Arbeit für Autoren beendet ist, bleibt für sie ein gewisses Restrisiko. „Man muss es aushalten können, wenn die Umsetzung manchmal etwas anders ist als ursprünglich vom Autor vorgesehen“, sagt Kasten.

Susanne Benker ■

Montags in der Sonne

Foto: Piffl Medien

In Deutschland geht die Angst um. Die Menschen fürchten Arbeitslosigkeit, sozialen Abstieg und Armut. Aber auf einen deutschen Spielfilm zu diesem Thema warten wir seltsamerweise noch immer vergeblich. Dafür erfahren wir jetzt, wie Erwerbslose in Spanien mit ihrem Leben zurecht kommen, wo die Lage ebenso verheerend ist.

Fernando León der Aranoa erzählt von fünf ehemaligen Werftarbeitern in der kleinen Hafenstadt Vigo. Einen neuen Job können sich die Männer in ihrem fortgeschrittenen Alter ebenso aus dem Kopf schlagen wie einen großzügigen Bankkredit. Trotz solch deprimierender Aussichten versinkt „Montags in der Sonne“ nicht in Larmoyanz. Denn Aranoa verbindet Sozialkritik trefflich mit trockenem, lakonischen Humor. Verdientermaßen zeichneten die Spanier den Film 2002 mit fünf Goyas aus – Pedro Almodovars hierzulande hoch gejubelte Stierqual-Komödie „Sprich mit ihr“ dagegen nicht mit einem einzigen.
Einfühlsam und menschlich fängt „Montags in der Sonne“ ein, wie die Männer versuchen, sich mit ihrer prekären Situation zu arrangieren und trotzdem ihre Würde und ihren Stolz zu behalten. Ihr Leben wird zwangsläufig vom Nichtstun bestimmt. Nach der Schließung der Werft, von wo aus Schiffe in die weite Welt aufbrachen, schippert nur noch die Fähre durch die Bucht von Vigo. Und nicht nur auf ihr versuchen Santa (Javier Bardem), Lino (José Angel Egido) und José (Luis Tosar), neuen Halt zu finden. Auch die Kneipe ihres Freundes Rico (Joacquin Climent), die er von seiner Abfindung gekauft hat, ist ein beliebter Treffpunkt zum Dampf-Ablassen und Philosophieren.
Ihrer absoluten Perspektivlosigkeit begegnen die fünf Männer auf unterschiedliche Weise. Die einen mit Wut, Galgenhumor und Sarkasmus, die anderen mit Verzweiflung und Ratlosigkeit. Lino, der älteste, geht als einziger noch zu Vorstellungsgesprächen – mit gefärbten Haaren, um mit jüngeren Bewerbern konkurrieren zu können. José kann sich nur schwer damit abfinden, dass seine Frau in einer übelriechenden Fabrik am Fließband den Unterhalt für sie beide verdient. Santa, einst Anführer bei den Streiks, weigert sich strikt, Bußgeld für eine kaputte Straßenlampe zu bezahlen, die durch seine Schuld bei Protestaktionen kaputt ging. Und der von seiner Frau verlassene Amador (Celso Bugallo) säuft sich resigniert zu Tode. Trotz solch trauriger Ereignisse gibt es ein paar Lichtblicke im Leben der Kumpels, die sich nicht klein kriegen lassen und aus ihrer Freundschaft und Solidarität immer wieder neue Kraft schöpfen.
„Montags in der Sonne“ ist politisch so ambitioniert wie die Filme des großen britischen Sozialfilmers Ken Loach. Verständnisvoll ergreift der Spanier Partei für die Ausgegrenzten und Lobbylosen, die der Staat in die Armut drängt, statt ihnen finanziell unter die Arme zu greifen.

Kirsten Liese ■

R: Fernando León de Aranoa,
D: Javier Bardem, Luis Tosar, José Angel Egido, u.a.
Spanien 2002, 113 Min.

Das Zauberwort Medien

Trotz schlechter Chancen auf dem Arbeitsmarkt gibt es immer mehr Studiengänge

Foto: Christian v. Polentz

Das Zauberwort der deutschen Hochschulen heißt Medien. Medienwissenschaft, Medienmanagement, Digitale Medien, Multimedia, Medieninformatik, Communication and Multimedia Design oder Media Education sind nur ein paar der Titel, die zu neu entstandenen Studiengängen der vergangenen zwei Jahre gehören. An der Freien Universität (FU) Berlin wird dagegen im Publizistikstudium „gespart".

Leere Lehrstühle! Zwei Vertreter Berliner Studierender (Bild oben) berichten auf dem 17. Journalistentag (vgl. Seite 14 ff.) der dju am 29. November vergangenen Jahres von ihrem Proteststreik

Ob als Online- oder Fernstudium, als Ausbildung zum Technischen Redakteur, zum Online-Journalisten, zum multimedialen Autor oder zum wissenschaftlichen Analytiker, die Beschäftigung mit Medien gilt an Hochschulen als innovativ.

„Die Medien sind ein Thema, an dem man nicht vorbeikommt", bestätigt Professor Christian Begemann von der Uni Bayreuth. Dort sind eine Professur für Medienwissenschaften, der Bachelor-Studiengang Theater und Medien sowie das Master-Studium Literatur und Medien entstanden. Der in ihrer Ausstattung „am unteren Rand" angesiedelten Fakultät solle dies den Anschluss an die aktuelle Entwicklung garantieren.

Offensiver erklärte Professor Wolfgang Ernst von der Berliner Humboldt-Universität, warum es hier jetzt ein Studium der Medienwissenschaft gibt. „Das ist ein Bedürfnis, auf das die Humboldt-Universität reagiert hat." Die ständige Beschäftigung mit Medien in vielen Disziplinen habe dies als Folge „interner Logik" erscheinen lassen. Und die Nachfrage nach den 30 Studienplätzen sei ebenfalls groß. Über 800 Bewerber hatten sich gemeldet. Ähnlich ist das Zahlenverhältnis bei den Kommunikationswissenschaften an der Uni Augsburg. Der Numerus clausus für den Studiengang Journalistik in Dortmund ist von der Note 1,0 nur noch geringfügig entfernt und an der Freien Universität Berlin bewerben sich jedes Semester mehr als 2.000 junge Menschen auf die 130 Plätze in der Publizistik.

Foto: Chr. von Polentz, Bearb.: P. Dreßler

Berlin setzt Rotstift an

Doch während andernorts Medienstudien ausgebaut werden, droht in Berlin der Rotstift, zumindest an der FU. Zwei der zehn Professuren sollen dem Sparprogramm, das die Unileitung auf Druck des Berliner Senats exerziert, zum Opfer fallen. Dabei sind jetzt schon zwei Professuren vakant, eine davon seit über zwei Jahren, eine dritte wird es demnächst. Nachdem im Fernstudium der Journalisten-Weiterbildung der FU nur noch der letzte Jahrgang zu Ende betreut wird („M" 6/2002), befürchten die Publizistik-Studierenden, dass bald nicht mal mehr die Pflichtveranstaltungen für sie angeboten werden. Deshalb hat sich die Fachschaft den Studentenstreiks angeschlossen. Ihre Sorgen stellten die Studierenden auch beim Journalistentag der dju Ende des Jahres in Berlin dar. Doch sie belassen es nicht beim Klagen, sondern organisieren „Streikvorlesungen", die im Sommersemester weitergehen sollen. Kolleginnen und Kollegen der dju gehören zu den Dozenten.

Nicht nur die Studierenden sehen die Entwicklung am Institut mit Unruhe, auch die Professoren. Die Leitung der FU verschleppe die Ausschreibung der vakanten Professorenstellen, so Winfried Göpfert, der Wissenschaftsjournalismus lehrt. Unter dem Eindruck der streikenden Studenten sei zudem keine der angedrohten Kürzungen zurückgenommen worden. Dennoch habe man mit noch mehr Streichungen gerechnet. Es werde wohl ein Erfolg dieses Streiks sein, dass es nicht zu weiteren Kürzungen kommt, so Göpfert. Auf keinen Fall werde sich die große Bandbreite des Instituts erhalten lassen.

Aber auch den anderen Berliner Hochschulen sollen die Mittel gekürzt werden. Humboldt-Uni-Professor Ernst macht sich dennoch keine Sorgen. Er sieht einen großen Unterschied in der Ausrichtung zwischen HU- und FU-Forschung. Weniger den Inhalten, als der Ästhetik und den technischen Bedingungen widmen sich er und sein Kollege Wolfgang Mühl-Benninghaus. Für den Studiengang planen sie eine enge Zusammenarbeit mit der jüngst etablierten Medienwissenschaft an der Uni Potsdam. Aus der Debatte um Stellenstreichungen seien sie heraus: Mit nur zwei Lehrstühlen „backen wir kleine Fische". Zum anderen postuliert Ernst einen „Alleinstellungsanspruch in Berlin" durch ihre Positionierung. Und schließlich führt er den biografischen Faktor ein: Eingespart würden meist Professuren, die durch Ruhestand frei werden. Er und sein Kollege seien noch jung.

Während die Medienstudien blühen, sieht es in der Medienbranche anders aus. Entlassungen, Abbau betrieblicher Ausbildung, Konzentrationsprozesse und Auslagerung auf Freie verzeichnen die „Arbeitsmarkt-Informationen" der Bundesanstalt für Arbeit: „Der Einstieg in die journalistische Tätigkeit im Rahmen höchst ungesicherter Zukunftsperspektiven auf Honorarbasis ist zur Zeit die Regel, auf die sich die meisten Nachwuchsjournalisten einstellen müssen."

Interessierte junge Leute lassen sich davon kaum abschrecken. Göpfert begründet dies mit „der besonderen Bedeutung der Medien für unsere Gesellschaft". Das fasziniere junge Menschen. Dass allerdings trotz der schlechten Arbeitsmarktchancen landauf, landab neue Medienstudiengänge gegründet werden, bezeichnet er als „ziemlich fahrlässig". Den Anschluss an die Entwicklung nicht verlieren zu wollen, lautete ein Grund des Literaturwissenschaftlers Begemann für die Medienbetrachtung in Bayreuth. Dem Trend zur Internationalisierung tragen viele der neuen Studiengänge Rechnung: die Unterrichtssprache im Master-Studium ist oft Englisch. Wie das mit zumeist deutschen Muttersprachlern funktioniere, erklärte ein Bayreuther Philosophieprofessor einmal so: „Mit BSE, mit unserem bad simple English."

Susanne Stracke-Neumann ■

Prominente hinter der Kamera

Foto: Foto: Christian v. Polentz / transit

Versteigerung von selbstgemachten Starfotos für verfolgte Journalisten

„Starfotos – Bilder für die Pressefreiheit“ ist der Titel einer Benefiz-Auktion von Reporter ohne Grenzen, die mit einem Event am 2. März im Berliner Varieté-Theater Wintergarten ihren Höhepunkt haben wird. Kameras mit je 27 unentwickelten Bildern, eigenhändig fotografiert von Prominenten aus Film, Kunst, Sport und Unterhaltung, werden versteigert. Schirmherr der Aktion ist Thomas Roth, Leiter des ARD-Hauptstadtstudios. „Ich möchte nicht nur wütend zuschauen, wenn Journalistinnen und Journalisten ihr Leben für Menschenrechte und Meinungsfreiheit riskieren, sondern diesen mutigen Menschen so weit es geht helfen,“ begründet die Berliner Schauspielerin Meret Becker (unser Foto) ihr Engagement. Sie gehört zu den rund 40 Stars, die sich als Fotoreporter in eigener Sache versucht haben. Einblick in ihr Leben geben auf diese Weise unter anderen Wim Wenders, Iris Berben, Franziska von Almsick, Nina Hagen, Pipilotti Rist, Claus Kleber, Nina Ruge, Anne Will, … . Veröffentlichen darf der Käufer die Bilder allerdings nicht.

Für Unterhaltung bei der Benefizauktion sorgt unter anderem die Jazzsängerin Angela C. Ordu. Gebote können ab 23. Februar bundesweit beim Online-Marktplatz eBay abgegeben werden. Karten für die Abschluss-Gala können für 10 Euro bei allen cts-Vorverkaufsstellen in Berlin oder telefonisch beim Wintergarten: (030) 25 00 88 88 geordert werden. Sowohl der Kartenverkauf als auch die Erlöse der Versteigerung kommen der Menschenrechtsarbeit von Reporter ohne Grenzen zugute. Wie alle mitwirkenden Stars haben auch Christiane Gräfin zu Rantzau vom Auktionshaus Christie‘s und eBay auf ihr Honorar verzichtet. wen ■

Alle wichtigen Informationen und eine stets aktuelle Liste der Stars, die mitmachen unter: www.reporter-ohne-grenzen.de

VG Wort: Mehr Geld für die Fachautoren

Autorinnen und Autoren werden künftig einen höheren Anteil an den von der Verwertungsgesellschaft Wort ausgeschütteten Tantiemen erhalten. Dies gilt für Artikel in wissenschaftlichen, Fach- und Special-Interest-Zeitschriften bereits für die Ausschüttung für 2003 in diesem Jahr. Grundlage ist der neue § 63a des Urheberrechtsgesetzes (UrhG), nach dem Urheber im Voraus auf gesetzliche Vergütungsansprüche nicht verzichten können. Er ist im Juli 2002 in Kraft getreten.

Bisher sehen die Verteilungsschlüssel der VG Wort beispielsweise für Kopiervergütungen oder Bibliothekstantiemen eine Aufteilung von 70 zu 30 Prozent zwischen Autoren und Verlagen vor, im Bereich Wissenschaft von 50 zu 50. Nach hartem Ringen wurde – unter Vermittlung des Präsidenten des Deutschen Patent- und Markenamtes – für Fachzeitschriften ein Kompromiss erzielt. Er sieht eine Veränderung des Verteilungsschlüssel für 2003 auf 53 zu 47, für 2004 auf 57 zu 43 und für 2005 auf 62 zu 38 Prozent zu Gunsten der Autoren vor. Die Neuregelung, die auf einer außerordentlichen Mitgliederversammlung der VG Wort im Januar beschlossen wurde, steht unter dem Vorbehalt, dass der § 63a UrhG nicht wieder verändert wird. Hierfür setzen sich die Interessenvertreter der Verlage massiv gegenüber Bundesregierung und Bundestag ein. lü ■

Werbefotografen gehören in die KSK

In zwei Urteilen hat der 3. Senat des Bundessozialgerichts am 12. November 2003 klargestellt, dass Werbefotografen zum Versichertenkreis der Künstlersozialkasse gehören.

In beiden Fällen ging es um die Zahlung der Künstlersozialabgabe für die Beauftragung von Fotografen für Warenkataloge. Fotografen sind – ohne Rücksicht auf die künstlerische Qualität ihrer Bilder – Künstler im Sinne des Künstlersozialversicherungsgesetzes, wenn die Anfertigung der Fotos Werbezwecken dient, wurde höchstrichterlich entschieden (Az.: B 3 KR 10/03 R und B 3 KR 8/03 R). lü ■

Nein zum Kauf des Berliner Verlages

Das Bundeskartellamt hat den Kauf des Berliner Verlages („Berliner Zeitung“, „Berliner Kurier“, „Tip“) durch Holtzbrinck endgültig untersagt. Holtzbrinck kündigte Beschwerde beim Oberlandesgericht Düsseldorf an. Die Kartellwächter sahen das Wettbewerbsrecht verletzt, da Holtzbrinck mit dem Berliner Verlag eine marktbeherrschende Stellung bei regionalen Abonnementzeitungen einnehmen würde. ■

Weiterbildung bei der Deutschen Welle nach neuem Konzept

Die Deutsche Welle hat ihre Aus- und Weiterbildungsaktivitäten neu geordnet. Die Fortbildungszentren für Hörfunk in Bonn und Fernsehen in Berlin sowie die Volontärsausbildung wurden zum 1. Januar in der Abteilung „DW-Akademie“ zusammengefasst. Als vierte Säule soll ein interkulturelles Medientraining für Führungskräfte der deutschen Wirtschaft dazu kommen. Intendant Erik Bettermann nannte die Gründung der DW-Akademie „Teil des neuen Unternehmenskonzepts“. Die Deutsche Welle sei „mehr als eine klassische Rundfunkanstalt“ und habe weitergehende Aufgaben und Ansprüche. Die Akademie solle auch dazu beitragen, die Deutsche Welle im Inland bekannter zu machen und ihr Profil zu schärfen. Das nächste Volontariat für deutschsprachige Bewerber beginnt im September. Für die acht Plätze gibt es erfahrungsgemäß mehr als 350 Bewerberinnen. Weitere Infos unter www.dw-world.de. Rex ■

Fotoagentur gegen „Bilder-Klau“

Wenn Fotografen sämtliche Rechte an Fotos für die Veröffentlichung im Internet ausschließlich, umfassend und inhaltlich unbegrenzt an eine Fotoagentur übertragen, ist diese berechtigt, gegen eine Verwertung der Fotos durch Dritte vorzugehen und kann auch Auskunftsansprüche – per einstweiliger Verfügung – durchsetzen. Das hat das Landgericht München I am 7. Mai 2003 beschlossen (Az.: 21 O 5250/03). lü ■

Medien unter der „Diktatur der Gesetze“

Russland zur Wahlzeit: Redaktionen nahezu handlungsunfähig

Über Pressefreiheit in Russland zu sprechen, heißt über ein Mißverständnis zu sprechen, nämlich über die Verwechslung von Gesetzlichkeit und Demokratie. Mit der Ankündigung, den weiteren Zerfall von Staat und Gesellschaft durch eine „Diktatur des Gesetzes“ abzulösen, wurde Wladimir Putin im Frühjahr 2000 als Präsident gewählt.

Mit seiner Erklärung kam Putin dem tiefen Bedürfnis der Mehrheit der russischen Bevölkerung nach einem Ende der sozialen und politischen Desintegration Russlands und der Wiederherstellung stabiler Verhältnisse nach. Er war keineswegs der einzige, der mit solchen ordnungspolitischen Parolen auftrat; er übernahm sie von den Kritikern Boris Jelzins, von Alexander Lebed zur Rechten und KP-Chef Gennadij Szuganow zur Linken. Aber Wladimir Putin war derjenige, der von der neuen „Elite“ als Nachfolger Jelzins akzeptiert wurde, weil er bereit war, mit dessen Vertretern ein Stillhalteabkommen zur Legalisierung der von ihnen geschaffenen neuen Vermögensverhältnisse zu schließen.

Heute ist die Flut neuer Maßnahmen, Verordnungen und Gesetze, die unter dem Einfluss des neuen Präsidenten über die alten Verhältnisse geschwappt sind, ohne dass diese wirklich eliminiert worden wären, unüberschaubar. Hinzu kommt der außerparlamentarische präsidiale Verwaltungsapparat, den Putin neben den bereits bestehenden alten und neuen Verwaltungsstrukturen installierte, um die Eindämmung der alten Mächte zu kontrollieren. Das begann bei der Einsetzung von sieben Regionalverwaltern als Wächter für die Gouverneure und endete bei der Ernennung der Vorstände örtlicher Selbstverwaltung von oben anstelle der zuvor von unten gewählten. Eine krebsartige Wucherung der Bürokratie in einer gesetzlich überregulierten Gesellschaft ist die Folge.

Juristisches Chaos

Das ist die Grundkonstellation, von der auch die Lage der Medien zwischen Duma-Wahl im Dezember und Wahl des Präsidenten am 15. Januar geprägt war. Die russische Verfassung, in Vielem nach deutschem Muster entworfen, garantiert russischen Staatsangehörigen Meinungsfreiheit und den Medien die Freiheit des Wortes; die Reformen der Putinschen Amtsperiode stellen den Anspruch, dieser Verfassung zur Geltung zu verhelfen. Real jedoch lässt eine Masse von zusätzlichen Erlassen, Bestimmungen und Einzelgesetzen in den verschiedensten gesellschaftlichen Bereichen, sowie deren unterschiedliche regionale Interpretationen und Traditionen ein heilloses Rechtschaos entstehen, in dem Journalisten, Sender und Verlage sich nur noch mit Hilfe ausgeklügelter und gesondert zu beschäftigender Rechtsberater bewegen können.

Es beginnt bei den neuen Militär- und Sicherheitsdoktrinen, sowie einer ganzen Batterie nachgeordneter Leitsätze nach Art der „patriotischen Bildungsreform“ und anderer, denen zufolge Veröffentlichungen, die den „Sicherheitsinteressen des Landes zuwiderlaufen“, mit Strafe bedroht werden. Das gipfelt in der von Putin geschaffenen Informations-Leitzentrale am Präsidialamt, die die Berichterstattung zum Krieg in Tschetschenien kontrolliert.

Es folgen steuerliche und wirtschaftliche Gesetze, Lizenzordnungen und allgemeine verwaltungsrechtliche Maßnahmenkataloge, deren widersprüchliche Bestimmungen dazu führen, dass praktisch jeder Journalist, Sender oder Verlag mit einem Bein in der Illegalität steht und jederzeit für irgendetwas belangt werden kann – wenn man nicht durch Beziehungen zur Bürokratie geschützt ist. Im politischen Alltag hat die „Diktatur des Gesetzes“ in eine Anarchie sich widersprechender Gesetze geführt.

Die neueste Variante dieser Entwicklung ist das föderale Gesetz über die Wahlrechtsgarantien, das im Oktober 2003 kurz vor der Wahl von der Duma verabschiedet wurde. Es wurde als Reform vorgestellt, die einen Schlammwahlkampf wie bei der letzten Duma- und Präsidentenwahl 2000 verhindern und einen fairen Wettstreit der Kandidaten ermöglichen sollte.

Foto: Rudi Meisel / VISUM

Vom König begnadigt

Der marokkanische Journalist und Karikaturist Ali Lmrabet wurde Anfang Januar vorzeitig aus der Haft entlassen. Er war im Mai vergangenen Jahres inhaftiert und zu vier Jahren Gefängnis verurteilt worden; in der Berufungsverhandlung reduzierten die Richter das Strafmaß auf drei Jahre. Lmrabet, dem Herausgeber der inzwischen verbotenen Satirezeitschriften „Demain Magazine“ und „Doumane“ war „Beleidigung von König Mohammed VI.“ sowie „Unterminierung der Monarchie“ und „Gefährdung der Integrität des Staatsgebietes“ vorgeworfen worden. Dabei ging es um Artikel, Fotomontagen und Karikaturen sowie um ein Interview über die Lage in der nach Unabhängigkeit strebenden Westsahara. Zuletzt war Lmrabet wegen der Verurteilung und der Haftbedingungen in einen Hungerstreik getreten. Der mit dem Menschenrechtspreis der „Reporter ohne Grenzen“ ausgezeichnete Journalist kam jetzt zusammen mit 24 anderen politischen Gefangenen, darunter insgesamt sieben Journalisten, in den Genuss einer königlichen Amnestie. hg ■

Festnahme nach Rückkehr

Erneut ist ein iranischer Journalist nach seiner Rückkehr von einer Veranstaltung in der Bundesrepublik Deutschland festgenommen worden. Ensaf Ali Hedajit wurde nach Angaben von Angehörigen in seiner Heimatstadt Tabris im Nordwesten des Iran verhaftet. Hedajit hatte Mitte Januar am Gründungskongress einer iranischen Oppositionsgruppe in Berlin teilgenommen. Nach seiner Rückkehr beschlagnahmten iranische Geheimdienstler private Dokumente sowie den Computer des für Zeitungen und den Rundfunk arbeitenden Journalisten. Im April 2000 waren nach einem Kongress der Heinrich-Böll-Stiftung in Berlin zahlreiche Journalisten bei ihrer Rückkehr nach Teheran festgenommen und teilweise zu mehrjährigen Haftstrafen verurteilt worden. Zurzeit befinden sich mindestens elf Journalisten in iranischen Gefängnissen. hg ■

Faktisch führte die Formulierung einer „unzulässigen Wahlagitation“ unter dem Unterpunkt z im Artikel 48, Absatz 2 dieses Gesetzes dazu, dass zulässige und unzulässige Agitation in der Praxis nicht mehr zu unterscheiden waren. Damit waren die Medien praktisch handlungsunfähig.

Erzwungene Selbstzensur

Dieser Punkt des Gesetzes wurde nach Protesten vom Verfassungsgericht Russlands zwar noch vor den Wahlen revidiert; sogar das Informationsministerium erklärte seine Genugtuung über diesen Beschluss. Unverändert bestehen aber blieb die Pflicht der Redaktionen zur Veröffentlichung von Material, das von den Kandidaten im Rahmen ihrer Wahlwerbung einer Zeitung oder einem Sender vorgelegt wird. Daran dürfen seitens der Redaktionen keine Kürzungen oder Korrekturen vorgenommen werden. Da die Redaktionen nach dem geltenden Pressegesetz andererseits aber rechtlich verantwortlich für ihre Veröffentlichungen sind, stehen sie in der Praxis vor der Entscheidung: Veröffentlichen oder nicht. Veröffentlichen sie, handeln sie sich eventuell Beleidigungsklagen ein, lehnen sie ab, müssen sie mit Klagen von Seiten der zurückgewiesenen Kandidaten rechnen, die Strafanzeigen wegen Behinderung eines Bürgers in der Ausübung seines Wahlrechts stellen. In beiden Fällen steht die Staatsanwaltschaft bereit, einzugreifen.

Das klingt nach Rechtsstaatlichkeit, ist in seiner Inkonsequenz jedoch wiederum problematisch: Zwar werden nach dem Gesetz auch die Verfasser beleidigender, verleumderischer oder mit anderen Verboten bewehrter Agitationstexte mit Strafe bedroht, sie werden jedoch erst nach der dritten gerichtlichen Verwarnung vom Wahlkampf ausgeschlossen. Für die Redaktionen bedeuten verlorene Prozesse dagegen nicht nur empfindliche Geldstrafen, Zahlung von Schmerzensgeldern usw.; sie müssen laut Artikel 16 des Mediengesetzes schon nach der zweiten gerichtlichen Verwarnung mit einer Schließung ihrer Redaktionen rechnen.

Vergegenwärtigt man sich die Tatsache, dass heute in Russland kaum eine Redaktion in der Lage ist, ihren Sender oder ihr Blatt durch ihre eigene Tätigkeit zu finanzieren, sondern alle – bis auf Ausnahmen, die an einer Hand abzählbar sind – entweder von Sponsoren der Wirtschaft oder von staatlichen Organen finanziert werden, so wird deutlich, dass Klagen über Einschränkungen der Pressefreiheit am Problem vorbei gehen.

Unter den Bedingungen, die sich aus der undefinierbaren Mischung von politischer Bevormundung, bürokratischer Überregulierung und wirtschaftlicher Abhängigkeit ergeben, neurussisch knapp Herrschaft der Bürokratur genannt, besteht ein wesentlicher Teil journalistischer Arbeit in Russland heute daraus, dass die Redaktionen Sorge tragen müssen, sich nicht in den juristischen Fallstricken einer wuchernden Bürokratie zu verfangen, in welcher der ökonomische Zwang auf dem Umweg über die „Diktatur der Gesetze“ exekutiert wird.

Nicht die Einschränkung vorhandener Freiheiten ist daher das Problem; das Problem ist der Zwang zur Selbstzensur, der eine selbstbestimmte Medienarbeit erst gar nicht zulässt. Russlands Medien sind bisher keine 4. Macht in einer funktionierenden Demokratie; sie sind ein Spiegel der real existierenden ökonomischen und politischen Interessen. Daran muss man sie messen. Kai Ehlers ■

Aktion für Khawa Medhi Rizvi

Pakistanischer Journalist ist nach Festnahme „verschwunden“

Letztlich hatten die beiden französischen Journalisten Marc Epstein und Jean-Paul Guilloteau noch Glück. Ihre Freiheitsstrafe von sechs Monaten wurde am 10. Januar in zweiter Instanz auf eine Woche reduziert. Das war genau die Dauer ihrer Untersuchungshaft, so dass sie gegen Zahlung einer Kaution von jeweils umgerechnet knapp 3.000 Euro die pakistanische Haft verlassen konnten. Sie waren ohne behördliche Genehmigung in die Grenzregion nach Afghanistan gereist, um dort eine Dokumentation über mutmaßliche Taliban-Lager zu drehen.

In der Erleichterung über das glimpfliche Ende droht das Schicksal von Khawa Medhi Rizvi unterzugehen. Der pakistanische Journalist begleitete seine französischen Kollegen als Übersetzer und wurde ebenfalls am 16. Dezember in Karachi festgenommen. Seitdem ist er „verschwunden“. Die Behörden leugnen, dass er sich in ihrem Gewahrsam befindet. Angehörige versuchten bisher vergeblich, Rizvis Aufenthaltsort zu ermitteln. Mehrere Haftprüfungsanträge blieben ohne Ergebnis, obwohl ein Richter die Behörden aufforderte, Rizvi dem Gericht vorzuführen. Zugleich erklärte ein Sprecher des pakistanischen Außenministeriums, Rizvi werde festgehalten, weil man ihn verdächtige, an der Produktion einer nicht wahrheitsgemäßen Dokumentation mitgewirkt zu haben. Hintergrund dieser Behauptung sind pakistanische Medienberichte, nach denen die französischen Journalisten für ihren Film mehrere bewaffnete Männer dafür bezahlt hätten, dass sie sich als Taliban-Kämpfer ausgeben. Unabhängig vom eventuellen Wahrheitsgehalt solcher Gerüchte haben die Behörden kein Recht, Khawa Medhi Rizvi an einem unbekannten Ort gefangen zu halten. Freunde des Journalisten befürchten, dass Rizvi gefoltert werden könnte.

Was können Sie tun?

Schreiben Sie an den pakistanischen Präsidenten und fordern Sie die Behörden des Landes auf, unverzüglich bekannt zu geben, wo sich Khawa Medhi Rizvi aufhält. Dringen Sie außerdem darauf, dass Rizvi sofort und bedingungslos freigelassen wird, sofern man ihn keiner erkennbar strafbaren Handlung anklagt. ■

Schreiben Sie an:
Pervez Musharraf
President of Pakistan
Office of the President
Islamabad
PAKISTAN

Telefax:
(00 92) 519 22 47 68

Senden Sie eine Kopie Ihres Schreibens an:
Kanzlei der Botschaft
der Islamischen Republik
Pakistan
S.E. Herrn Asif Ezdi
Schaperstraße 29
10719 Berlin

Telefax:
(030) 21 24 42 10

E-Mail:
pakemb.berlin@t-online.de

amnesty international
FÜR DIE MENSCHENRECHTE

Adressen/Seminare

Achtung! Diese Adressen werden im vorliegenden Umfang künftig nur noch einmal zu Beginn des Jahres in der jeweiligen ersten M-Ausgabe veröffentlicht. Danach werden nur noch Telefonnummer und Website der Einrichtungen angegeben, die in der jeweiligen Ausgabe ihre Seminare ankündigen. Vielleicht sollte deshalb zur altbewährten Schere gegriffen werden, um diese Tabelle in Papierform aufbewahren zu können. Natürlich ist die Gesamtdatei stets im M-Archiv unter www.verdi.de/m abrufbar. Und auch die M-Redakteurin ist jederzeit zur Auskunft bereit.

ABP: Akademie der Bayerischen Presse, Rosenheimer Straße 145c, 81671 München, Fon 089/49 99 92–0, Fax 089/49 99 92–22, Internet www.akademie-bayerische-presse.de, E-Mail abp-muenchen@t-online.de.
ABZV: Akademie Berufliche Bildung der deutschen Zeitungsverlage e.V., In der Wehrhecke 1, 53125 Bonn, Fon 02 28/259 00–0, Fax 02 28/25 900–26, Internet www.abzv.de, E-Mail info@abzv.de.
AGI / AGA: Adolf Grimme Institut/Adolf Grimme Akademie e.V., Eduard-Weitsch-Weg 25, 45768 Marl, Fon 023 65/91 89–0, Fax 023 65/91 89 89; E-Mail grimme-akademie@grimme-institut.de, Internet www.grimme-akademie.de
AFP: Akademie für Publizistik, Warburgstraße 8-10, 20354 Hamburg, Fon 040/41 47 96–0, Fax 040/41 47 96–90, Internet www.akademie-fuer-publizistik.de, E-Mail info@akademie-fuer-publistizik.de.
APB: Akademie für politische Bildung, Buchensee 1, 82327 Tutzing, Fon 081 58/256–0, Fax 081 58/ 256–14 und –51, Internet www.apb-tutzing.de.
AR: Akademie Remscheid für musische Bildung und Medienerziehung e.V., Küppelstein 34, 42857 Remscheid, Fon 021 91/ 794–0, Fax 021 91/ 794–2 05, Internet www.akademieremscheid. de.
BET: Broadcast Engineering and Training, Michael Mücher, Niendorfer Straße 51, 22529 Hamburg, Fon 040/42 10 84–0, Fax 040/42 10 84–10, E-Mail uta.kubisch@bet. de, Internet http://bet.de.
BJF: Bundesverband Jugend und Film e.V., Kennedyallee 105a, 60596 Frankfurt/Main, Fon 069/631 27 23, Fax 069/631 29 22, Internet www.werkstatt-fuer-junge-filmer.de und www.jungefilmszene.de.
BKB: Bundesakademie für kulturelle Bildung, Postfach 1140, 38281 Wolfenbüttel, Telefon 053 31/808–418, Telefax 053 31/808–413, E-Mail sabine-oehlmann@bundesakademie.de, Internet www.bundesakademie.de.
BPB: Bundeszentrale für politische Bildung, Berliner Freiheit 20, 53111 Bonn; Fon 018 88/51 55 58, Fax 018 88/51 55 86, E-Mail floeper@bpb.de
BZ: Bildungszentrum Stadt Nürnberg, Fachbereich Massenmedien und Film, Gewerbemuseumsplatz 1, 90403 Nürnberg, Fon 09 11/231–58 41, Fax 09 11/231–58 20, Internet www.bz.nuernberg.de, E-Mail Anne_Bauer-Leinemann@bz.stadt.nuernberg.de
CMA: Christliche Medien-Akademie, die Medienschule des Christlichen Medienverbundes KEP e.V., Postfach 18 69, 35528 Wetzlar, Fon 063 31/745 95, Fax 063 31/745 96, E-Mail cma@kep.de, Internet www.cma-medienakademie.de
COP: COP – Praxis für Coaching, Organisation und PR, Birgitt E. Morrien, Krüthstraße 27, 50733 Köln, Fon 02 21/739 32 62, Fax 02 21/739 17 69, Internet www.dreamguidance.de, E-Mail contact@cop-morrien.de.
DGB: DGB-Bildungszentrum Hattingen, Am Homberg 46-50, 45529 Hattingen, Fon 023 24/50 80, Fax 023 24/508–300, Internet www.hattingen.dgb-bildungswerk.de, E-Mail hattingen@dgb-bildungswerk.de.
DGB NRW: DGB-Bildungswerk NRW e.V., Friedrich-Ebert-Straße 34–38, 40210 Düsseldorf, Fon 02 11/36 83–138 oder 143, Internet www.DGB-Bildungswerk-NRW.de.
DHA: Deutsche Hörfunk Akademie, Nollendorfplatz 2, 44339 Dortmund, Fon 02 31/98 89 00, Fax 02 31/ 98 89 0–25, E-Mail dha@hoerfunkakademie.de, Internet www.hoerfunkakademie.de.
DWH: Drehbuchwerkstatt Hamburg e.V., Fon 040/390 37 22, Fax 040/39 34 79, Internet www.drehbuchwerkstatt-hamburg.de.
EFIFF: Europäisches Fortbildungsinstitut für Film und Fernsehen, Zum Steigerhaus 1, 46117 Oberhausen, Fon 02 08/89 96 69–0, Fax 02 08/89 96 69–1, Internet www.efiff.com.
EMA: Evangelische Medienakademie/Journalistenschule, Jebensstraße 3, 10623 Berlin, Fon 030/310 01–417, Fax 030/210 01–440, Internet www.evangelische-medienakademie.de, E-Mail izimmer@ev-medienakademie.de.
FAZ: F.A.Z.–Institut für Management-, Markt- und Medieninformationen, Mainzer Landstraße 195, 60326 Frankfurt/Main, Fon 069/75 91–20 76, Fax 069/75 91–27 64, Internet www.seminare-faz-institut.de, E-Mail seminare@faz-institut.de.
FES: Friedrich-Ebert-Stiftung Journalistenakademie, Godesberger Allee 149, 53170 Bonn, Fon 02 28/883 32–5/–6, Fax 02 28/88 36 59, E-Mail apbmail@fes.de; Internet www.fes.de
FFFZ: Film Funk Fernseh Zentrum der Evangelischen Kirche im Rheinland, Kaiserswerther Straße 450, Postfach 30 03 43, 40403 Düsseldorf, Fon 02 11/45 80–250, Fax 02 11/45 80-200.
FHF: Filmhaus Frankfurt e.V., Schützenstraße 12, 60311 Frankfurt/Main, Fon 069/13 37 99–94 und –96, Fax 069/13 37 99–98, E-Mail Filmhaus-Frankfurt@t-online.de, Internet www.Filmhaus-Frankfurt.de.
FM: Filmwerkstatt Münster, Gartenstraße 123, 48147 Münster, Fon 02 51/230 36 21, Fax 02 51/230 36 09, E-Mail film@muenster.de, Internet www.filmwerkstatt.muenster.de bzw. www.masterschool.dokumentarfilm.de.
FUA: Frau und Arbeit e.V., Grindelallee 43, 20146 Hamburg, Telefon 040/450 209–0, Telefax 040/45 12 10, Internet www.Frau-und-Arbeit.de, E-Mail info@Frau-und-Arbeit.de.
Halesma: Hallesche Europäische Journalistenschule für Multimediale Autorenschaft/Alfred Neven DuMont, Rudolf-Breitscheid-Str. 10, 06110 Halle (Saale), Fon 03 45/552 36 28, Fax 03 45/552 70 58, E-Mail kleinwaechter@medienkomm.uni-halle.de, Internet www.medienkomm.uni-halle.de/halesma/
IHK: Industrie- und Handelskammer Berlin, Hardenbergstr. 16–18, 10623 Berlin, Tel: 030/315 10 808, E-Mail hof@berlin.ihk.de
IFP: Institut zur Förderung des publizistischen Nachwuchses e.V. , Rosenheimer Straße 145 b, 81671 München, Fon 089/54 91 03–0, Fax 089/55 04 48–6, E-Mail info @ifp-kma.de, Internet www.ifp-kma.de
ITZ: Initiative Tageszeitung, Hans Böckler-Straße 3, 53225 Bonn, Telefon 02 28/40 38 76, Fax 08 51/80 28 40, E-Mail info@drehscheibe.org, Internet www.drehscheibe.org
JA: Journalistenakademie Dr. Hoffacker & Partner, Postfach 19 04 18, 80604 München, Fon 089/167 51–06, Fax 089/13 14 06, Internet www.journalistenakademie.de.
JAKAS: Konrad-Adenauer-Stiftung e.V., Journalistische Akademie der Konrad-Adenauer-Stiftung, Rathausalle 12, 53757 Sankt Augustin, Fon 022 41/246 550, Fax 022 41/246 573, E-Mail zentrale@kas.de, Internet www.Journalisten-akademie.com
JHB: Journalistenzentrum Haus Busch/Deutsches Institut für publizistische Bildungsarbeit, 58099 Hagen, Fon 023 31/365–6 00, Fax 023 31/ 365–6 99. Internet: www.hausbusch.de, E-Mail hausbusch@hausbusch.de.
JSR: Journalistenschule Ruhr, Schederhofstraße 55-57, 45145 Essen, Fon 02 01/804–19 61 oder –19 62, Fax 02 01/ 804–19 63, E-Mail m.jentsch@journalistenschule-ruhr.de. Internet www. journalistenschule-ruhr.de.
KLARA: Schule für Journalismus und Öffentlichkeitsarbeit GmbH Berlin, Ritterstraße 3, 10969 Berlin, Fon 030/690 415 85, Fax 030/ 690 415 86, Internet www.KLARAberlin.de, E-Mail info@KLARAberlin.de.
KMA: Katholische Medienakademie, Rosenheimer Straße 145 b, 81671 München, Fon 089/54 91 03–0, Fax 089/55 04 48–6, E-Mail info@ifp-kma.de
KMA: Katholische Medienakademie, Studio Ludwigshafen, Frankenthaler Straße 229, 67059 Ludwigshafen, Fon 06 21/591 72–0, Fax 06 21/51 68 09, Internet www. ifp-kma.de, E-Mail studio@ifp-kma.de.
MAK: Medienakademie Köln gGmbH, Im MediaPark 6, 50670 Köln, Fon 02 21/57 43 72 00, Fax 02 21/57 43 72 01, Internet www.medienakademie-koeln.de.
MH: medienbüro Ev.-Luth. Kirchenkreisverband Hamburg, Schillerstraße 7, 22767 Hamburg, Fon 040/30 62 31 80, Fax 040/30 62 31 89 Internet www.medienbüro-hamburg.de, E-Mail info@medienbüro-hamburg.de.
MR: Medienwerkstatt Radio, Bildungswerk der Erzdiözese Köln, Gereonstraße 16, 50670 Köln, Fon 02 21/642 56 38, Fax 02 21/13 43 69, Internet www.erzbistum-koeln.de/medien/rundfunk, E-Mail radio@erzbistum-koeln.de.
MSD: Master School Drehbuch GmbH, Linienstraße 155, 10115 Berlin, Telefon 030/30 87 93 15, Telefax 030/30 87 93 14, Internet www.masterschool.de, E-Mail info@masterschool.de.
MUK: Medien und Kulturarbeit e.V., Friedensallee 7, 22765 Hamburg, Fon 040/39 90 99 31, Fax 040/390 95 00, Internet www.

Adressen

Die Adressen sind stets im M-Archiv unter www.verdi.de/m abrufbar. Oder bei Fragen: Ihre Redaktion M: (030) 69 56 23 26

medienundkultur.hamburg.de, E-Mail medienundkulturarbeit@t-online.de.
MW: Media workshop – news aktuell GmbH, Mittelweg 144, 20148 Hamburg, Fon 040/4113 28 50, Fax 040/41 13 28 55, E-Mail mediaworkshop@newsaktuell.de, Internet www.newsaktuell.de
MZW: Medienzentrum Wiesbaden e.V., Neugasse 15-19, 65183 Wiesbaden, Fon 06 11/166 58 43, Fax 06 11/31 39 29, E-Mail stump@wiesan.de, Internet www.medienzentrum-wiesbaden.de.
NA: news aktuell GmbH, mediaworkshops, Mittelweg 144, 20148 Hamburg, Fon 040/41 13–28 42, Fax 040/41 13–28 76, Internet www.newsaktuell.de, E-Mail mediaworkshop@newsaktuell.de.
NM: Nürnberger medienakademie e.V., Peter Lokk, Humboldtstraße 117, 90459 Nürnberg, Fon 09 11/167 51 06, Fax 09 11/13 14 06, Internet www.journalistenakademie.de
NPR: Non Profit Radio, Hörfunkschule Berlin, Axel-Springer-Straße 40/41–A4, 10969 Berlin, Fon 030/68 30 20 90, Fax 030/68 30 20 91, Internet ww.radiokurse.de.
P1: Press1, Wilhelm Riehl-Straße 13, 80687 München, Fon 089/678 387–60, Fax 089/578 387–69, Internet www.press1.de, E-Mail info@press1.de.
RTL: RTL Journalsitenschule für TV Multimedia GmbH, Im Mediepark 8, 50670 Köln, Fon 02 21/82 02–0, Fax 02 21/82 02–120, E-Mail info@rtl-journalistenschule.de, Internet www.rtl-journalistenschule.de
ver.di: ver.di – Bundesverwaltung, Bereich Jugend, Potsdamer Platz 10, 10785 Berlin, Internet www.verdi.de, E-Mail rene.rudolf@verdi.de, Telefon 030/69 56–23 59.
WOMAN: Wom@nticker – Medienagentur für Frauen, Hohenstaufenstraße 8, 60327 Frankfurt/Main, Fon 069/74 30 98 63, Fax 069/74 30 98 64, E-Mail info@womanticker.de, Internet www.womanticker.net.
ZFP: Zentrale Fortbildung Programmmitarbeiter ARD/ZDF, Unter den Eichen 5, 65195 Wiesbaden, Fon 06 11/59 05 04 00, Fax 06 11/59 05 04 02, Internet www.zfp.de, E-Mail wiesbaden@zfp.de.

Seminare/Tagungen

Journalismus aktuell

EMA, Berlin. 12. März: Das neue Urheberrecht. 29. bis 30. März in Tutzing: 23. Tutzinger Medientage „Fernseh-Talkshows".
ITZ, Bonn. 7. bis 9. März in Norddeutschland: Macher, Märkte, Medienhäuser – ITZ on tour. 11./12. März: Alles was Recht ist – Presserecht für Lokaljournalisten.
JHB, Hagen. 29./30. März: Presse- und Medienrecht.

Journalistische Themen

ABP, München. 5. bis 7. April: Wissenschaftsjournalismus. 13. bis 16. April: Wirtschaftsjournalismus.
EMA, Berlin. 25. bis 27. März: Sozialberichterstattung.
FES, Bonn. 22. bis 26. März: Kultur- Film- und Fernsehkritik.
JSR, Essen. 30. März: Kommunales Bau- und Planungsrecht.

Journalistische Formen

ABP, München. 1. bis 9. März: Reportage. 29. März bis 2. April: Recherche.
AFP, Hamburg. 8. bis 12. März: Reportagewerkstatt Print. 5. bis 7. April: Werkstatt Fachzeitschriften. 26./27. April: Blattkritik. 26. bis 28. April: Recherche-Strategien und -Techniken.
CMA, Wetzlar. 5./6. März: Kreatives Schreiben. 26. bis 28. März: Vor Ort geführt – Workshop Reportage für Printmedien. 29. April: Warten auf den Blitzeinschlag? – Kreativitätstechniken II.
EMA, Berlin. 26. bis 28. Februar: Kreative Überschriften.
FES, Bonn. 1. bis 5. März in Hamburg: Nachrichten verfassen und redigieren. 15. bis 19. März in Würzburg: Journalistisches Schreiben für Berufseinsteiger. 26./27. Februar in Dresden: Interviews führen mit politischen Mandatsträgern.
Klara, Berlin. 15. bis 17. März: Von der Meldung zum Kommentar.
JHB, Hagen. 23. bis 25. Februar: Nachrichten-Training. 8. bis 11. März: Vorspann und Texteinstieg. 19. bis 23. April: Porträt.
JSR, Essen. 26. Februar: Nachrichten auf den Punkt gebracht. 26./27. April: Themen finden und neu verpacken. 28./29. April: Interview-Training. 29./30. April in Erfurt: Journalistisches Texten.
Klara, Berlin. 8./9. März: Überschrift und Bildtext. 17./18. März: Reise-Reportage. 27. bis 30. April: Nachrichten schreiben.
MH, Hamburg. 20. bis 22. Februar: Die Sportreportage. 1., 8. und 10. März abends: Vom Infoberg zum Zeitungsartikel – Der verkaufsfertige Beitrag. 5. bis 7. März: Wissenschaftsjournalismus und PR. 20./21. März: Kreatives Schreiben. Ab 14. April: Grundkurs Schreibwerkstatt. 23./24. April: Die originelle Geschichte. 30. April bis 2. Mai: Reportage.
NA, Hamburg. 1./2. März in Berlin: Die Kunst des kreativen Schreibens – anschaulich, lebendig, originell.

Journalismus online

ABP, München. 16. bis 20. Februar: Online-Gestaltung von Web-Sites. 21. bis 23. April: Erstellen einer virtuellen Bewerbungsmappe.
AFP, Hamburg. 29. bis 31. März: Texte für Web-Medien (mit E-Learning-Phase vorab).
EMA, Berlin. 22./23. März: Online-Recherche für Fortgeschrittene.
FFFZ, Düsseldorf. 27./28. März: Orientierungskurs multimedialer Journalismus.
HALESMA, Halle. 12. bis 14. März und 19./20. März: Online-Journalismus im Tagesgeschäft.
JA, München. 19./20. März: Copyright im Internet. 24. bis 26. März: Multimediales Web-Publishing. 27. März in Nürnberg: Webseitengestaltung. 6. April: Darstellungsformen online. 21. bis 23. April: Story Telling online. 29./30. April: HTML für Redakteure.
JHB, Hagen. 22. bis 24. März: Schreiben fürs Internet.
JSR, Essen. 2. März: Redaktionelles Marketing im Internet.
NA, Hamburg. 29./30. April: Texten fürs Web – Teasing, Hyperlinking & Website Usability.

Layout/Infografik

CMA, Wetzlar. 26./27. März: So ziehen Sie Leser ans Blatt – Zeitungs- und Zeitschriftengestaltung für Redakteure. 23./24. April: Workshop Seitenlayout.
JHB, Hagen. 13. bis 16. April: Workshop Informationsgrafik.

Volontäre

JSR, Essen. 15. bis 19. März: Markt, Mächte und Medienpolitik. 22. bis 26. März: Grundseminar Reportage.

Fotografie

AFP, Hamburg. 18./19. März: Pressefotografie – Einführung in die Digitalfotografie.
JA, München. 11. bis 13. März: Digitale Bildbearbeitung.
JSR, Essen. 22. April: Weg vom Standard – Fotografie für Texter.
Klara, Berlin. 29. bis 31. März: Das informative Foto. 26./27. April: Digitale Fotografie.
NA, Hamburg. 29. März: Adobe Photoshop für Einsteiger.

Hörfunk

ABP, München. 15. bis 19. März: Rhetorik mit Sprechtraining. 26. bis 30. April: Hörfunk.
AFP, Hamburg. 16./17. April: Off-Air-Entertainment – Radio zum Anfassen.
DHA, Dortmund. 1. bis 3. März: Meine Moderation – mein Profil. 9./10. März: Qualität in den Nachrichten/Workshop.
EMA, Berlin. 23. April: Folgetreffen Feature-Werkstatt.
FES, Bonn. 26. bis 30. April: Schreiben fürs Hören.
FFFZ, Düsseldorf. 26. März: Präsentation von Hörfunk-Nachrichten. 26./27. April: Interviewtraining für Journalisten.
MH, Hamburg. 3. April: Sprechtraining. 5. bis 7. April: Interviewtraining – Gute Gespräche mit schwierigen Menschen.
MR, Köln. Radiowerkstatt-Grundkurse - ab 6./7. März in Gummersbach; ab 9. März in Köln; ab 27./28. März in Bonn. 8. März in Neuss: Air Check. 12./13. März im Erftkreis: Radio-Schnupperkurs. 19. März in Solingen/Remscheid: Hörspiel zum Kennlernen. 20./21. März in Düsseldorf: Wie führe ich ein Interview?
NPR, Berlin. 6./7. März: Sportreporter. 10./11.: März. Audioschnitt. 18. März: Musikredaktion. 21./22. April: Grundlagen Sprechtechnik. 28./29. April: Sprechen und Moderieren. 19. bis 23. April: Interview. 19. bis 23. April: Meinungsbeiträge. 26. bis 30. April: Sprache und Redigieren für Fachzeitschriften.

Selbst- und Medienmanagement

ABP, München. 10. bis 12. März: Rhetorik. 29. bis 31. März: Freie Rede und Präsentation. 29. März bis 2. April: Redaktionsmanagement. 5. bis 7. April: Freie Journalisten.
AFP, Hamburg. 19. bis 21. April: Marketing für Freie. 25. bis 27. März: Konfliktgespräche/für Führungskräfte. 29. April bis 1. Mai: Mitarbeitermotivation.
CMA, Wetzlar. 19./20. März: Workshop Präsentationstechniken.
COP, Köln. 1. bis 3. März bzw. 1. bis 3. April: Turning Point – Intensivseminar für Veränderung. 1./2. März: Coaching mit Dream Guidance/für Frauen. 1. bis 10. März: Handlungsstark durch Kom-

Seminare/Tagungen

petenz und Selbstvertrauen – Einzel-Training für erwerbslose Kommunikations- und Medienschaffende. 13./14. März: Visionen gewinnen – Perspektiven Coaching. 22./23. März: Erfolg durch mentale Navigation. 1. April: Gewinnende Selbst-PR durch authentische Souveränität. 1. bis 7. April: Intensiv-Coaching für einzelne erwerbslose Kommunikations- und Medienschaffende. 2./3. April: Klärungs-Coaching: Strukturiertes Innehalten für Führungskräfte und Selbständige. 24./25. April: Vom Beruf zur Berufung – Seminar für berufliche Neuorientierung.
DHA, Dortmund. 3. März: Zeit- und Selbstmanagement. 15. März: Haftungsrecht im Hörfunk.
FAZ, Frankfurt. 2./3. März: Vom Kollegen zur Führungskraft. 9./10. März in Düsseldorf: Dialektik für weibliche Führungskräfte. 9./10. März: Aufbaukurs Rhetorik. 16./17. März: Crashkurs Rhetorik.
FFFZ, Düsseldorf. 5./6. März: Kommunikation im Beruf. 19. März: Brillant präsentieren.
FUA, Hamburg. Ab Mai: Frei & Profi – Sechsmonatige, berufsbegleitende Qualifizierung für den Einstieg in die Freiberuflichkeit (mit Einzel- und Gruppencoachings, Seminare zu Kalkulation, Aquisition, Büroorganisation, Vernetzung; Informationsveranstaltungen jeweils am 1. Montag im Februar, März und April.
JA, München. 9./10. März: Auf die Verpackung kommt es an – Erfolgreich präsentieren. 13. März in Nürnberg: Der Journalist als Ich-AG.
JSR, Essen. 4./5. März: Rhetorik in der Redaktion. 10./11. März: Leseraktionen. 20./21. April: Existenzgründung im Journalismus.
Klara, Berlin. 4./5. März: Arbeiten als freier Journalist. 18. bis 20. März: Praktische Rhetorik.
MH, Hamburg. 26./27. März: Marketing für freie Journalisten.
NA, Hamburg. 25./26. März: Small Talk – Die hohe Kunst des kleinen Gesprächs. 29./30. April: Die erfolgreiche Präsentation – Unterhaltsam, authentisch, überzeugend.

Film & TV

AFP, Hamburg. 11./12. März: TV-Themen finden und verkaufen.
AR, Remscheid. 29. März bis 2. April: Video für Internet und Multimedia.
CMA, Wetzlar. 5. bis 7. März in Kassel: Crashkurs: So funktioniert Fernsehen.
EFIFF, Oberhausen. Kurz und schmerzlos – Grundlagen der Filmproduktion.
EMA, Berlin. 29. bis 30. März in Tutzing: 23. Tutzinger Medientage „Fernseh-Talkshows". 30. März bis 2. April: TV-Live-Berichterstattung im aktuellen Programm.
FFFZ, Düsseldorf. 22. März: Coaching TV-Moderation.
JA, München. 3. bis 5. März: vor Mikrofon und Kamera.
Klara, Berlin. 19. bis 23. April: TV für Einsteiger.
MUK, Hamburg. 6./7. März: Drehbuch – Das Exposé. 20./21. März: Licht für Film und Video. 2. bis 4. April: Drehbuch – Einführung. 24./25. April: Drehbuch – Entwicklung von Charakteren.

Film- & TV-Technik

JA; München. 26. bis 28. April: Digitaler Videoschnitt.

Film & TV-Management

BET, Hamburg. 22. März: Leitungen und Satelliten.

Public Relations

ABP, München. 1. bis 5. März: Public Relations. 22. bis 26. März: Freie Rede und Präsentation. 14. bis 16. April: Cross-Media-Konzepte für PR und Agenturen.
AR, Remscheid. 24. bis 26. März: Wirksam schreiben.
CMA, Wetzlar. 13. März: Immer Ärger mit den Medien!? – Was Journalisten für Gott und Gemeinde tun können und was nicht.
EMA, Berlin. 18./19. März: Krisen-PR.
EUF, Düsseldorf. 8./9. März in Düsseldorf, 28./29. April in Stuttgart: Der professionelle E-Mail-Newsletter.
FAZ, Frankfurt. 3./4. März in Düsseldorf. Stärkere Medienpräsenz durch aktive Pressearbeit. 4. März: PR-Erfolgskontrolle. 23./24. März in Wiesbaden: Die Mitarbeiterzeitschrift. Ab 24. März in Heidelberg: PRdual – Einjährige berufsbegleitende Ausbildung zum PR-Berater. 26. bis 30. März in Heidelberg: Entwicklung von PR-Konzeptionen. Ab 15. April in Heidelberg: PRplus – 18monatiges Fernstudium zum PR-Berater. 21. bis 24. April in Heidelberg: Grundlagen journalistischen Schreibens. 26./27. April in Mainz: Crashkurs Sponsoring. 29. April in Wiesbaden: Das Firmenjubiläum. 29./30. April: Professionell Interviews geben.
JA, München. 27. April in Nürnberg: Pressearbeit.
JHB, Hagen. 1. bis 3. März: Kampagnen mit kleinem Budget. 15. bis 18. März. Rhetorik für Öffentlichkeitsarbeiter. 26. bis 27. April: Pressestellen-Journalismus für Einzelkämpfer.
Klara, Berlin. 29. März bis 2. April: Fortbildung zum Pressesprecher.
MH, Hamburg. 12. bis 14. März: Presse- und Öffentlichkeitsarbeit.
NA, Hamburg. 4./5. März: Kundenbindung durch Newsletter. 8./9. März: Krisen-PR – Den Ernstfall erfolgreich meistern. 11./12. März: Personality-PR – Den Chef ins rechte Licht gesetzt. 18./19. März: Presse- und Öffentlichkeitsarbeit – Die Grundlagen für Ihren Erfolg. 30. März: Die digitale Pressemappe. 26./27. April: Fachgebiet Grafik Design – Gute Zusammenarbeit mit den Kreativen.

Mitbestimmung / Bildungsurlaub

DGB, Hattingen. 7. bis 12. März: Superstars, Talkshows, Medienmacht – Wie funktionieren Massenkommunikation und Politik? 21. bis 26. März: Was ist eigentlich sozial gerecht? – Besichtigung von Großbaustellen der Arbeitsmarkt-, Steuer- und Sozialpolitik.
IMK, Lage-Hörste. 7. bis 12. März: Tendenzschutz, Arbeitszeit, Zugang zu Wirtschaftsdaten – Seminar für Betriebsratsarbeit für den Bereich Redaktionen in Tendenzbetrieben. 4. bis 7. April: Arbeitszeit in Redaktionen – Seminar für Betriebsratsmitglieder in Zeitschriften- und Zeitungsverlagen.
ver.di, Berlin. 12. bis 14. März: Workshop Jugend braucht Ausbildung – Ausbildung braucht Qualität (für junge Leute; Anmeldungen bis 25. Februar).

Journalismus

Alternativer Medienpreis

NÜRNBERG. Der Nürnberger Radiosender RADIO Z und die Nürnberger Medienakademie rufen zur Beteiligung am Alternativen Medienpreis 2004 für innovative und kritische Beiträge aus Internet und Hörfunk auf. In den Sparten Hörfunk und Internet werden je ein erster Preis zu € 1.500, ein zweiter Preis zu € 1.000 und ein dritter Preis zu € 500 vergeben.
Die Internetangebote müssen unter Angabe der Web-Adresse mit einer Beschreibung (mindestens ein DIN A 4 Blatt mit Namen und Anschrift eines Vertretungsberechtigten) angemeldet werden. Die Radiobeiträge müssen in der Zeit vom 1. April 2003 bis 31. März 2004 gesendet worden sein. Einsendeschluss: 31. März 2004. Radio Z, Alternativer Medienpreis, Kopernikusplatz 12, 90459 Nürnberg. Infos zum Online-Preis: Tel. 089/1675106 (Gabriele Hooffacker, Peter Lokk), E-Mail: info@journalistenakademie.de. Zum Radio-Preis: Radio Z, Tel. 0911/4500633 (Syl Glawion, Matthias Ziegaus) E-Mail: orga@radio-z.net. Infos: www.alternativer-medienpreis.de

Deutsch-französischer Journalistenpreis

SAARBRÜCKEN. Der Deutsch-französische Journalistenpreis wird in den Bereichen Fernsehen, Hörfunk, Printmedien und erstmals auch Internet vergeben. Mit insgesamt 28.000 € werden Beiträge prämiert, die zu einem besseren Verständnis für das jeweilige Nachbarland beitragen. Sie müssen zwischen dem 1. April '03 und dem 31. März '04 veröffentlicht worden sein. Einsendeschluss: 31. März. Unterlagen: Saarländischer Rundfunk, Funkhaus Halberg, 66100 Saarbrücken, Tel: 06 81/602 24 07, Fax: 06 81/ 602 26 08, E-Mail: dfjp@sr-online. de Internet: www.sr-online.de/dfjp

US-Immobilienfonds im journalistischen Fokus

BERLIN. Das Tomorrow Fund Managements zeichnet Beiträge und Analysen über US-amerikanische Immobilienmärkte und US-Immobilienfonds mit ihrem neuen Tomorrow Journalistenpreis aus. Entscheidend für die Bewertung ist die lebendige und klare Vermittlung komplexer Zusammenhänge. Der Tomorrow Journalistenpreis Immobilienwirtschaft ist mit 6.000 € dotiert, davon entfallen 1.000 € auf die Förderung bis zu 30 Jahre junger Nachwuchsjournalisten oder Studenten. Autorenteams teilen sich den Preis. Bewerbungen sind bis zum 15. März einzureichen an Tomorrow Fund Management, Anja Krüger, Friedrichstraße 200, 10117 Berlin. presse@tomorrowfund.de, www.tomorrowfund.de.

BahnCard50-Preise für Journalisten

BERLIN. Die Deutsche Bahn AG bietet Journalistinnen und Journalisten seit dem 1. Januar 2004 die BahnCard50 zum halben Preis an: in der 1. Klasse für 200 Euro (statt 400 Euro) und in der 2. Klasse für 100 Euro (statt 200 Euro). Voraussetzung ist die „Kopie des gültigen Presseausweises … sowie ein aktuelles Foto". Anerkannt werden Presseausweise, die vom Deutschen Journalisten-Verband, der Deutschen Journalistinnen- und Journalisten-Union (ver.di), dem Verband Deutscher Zeitschriftenverleger und dem Bundesverband Deutscher Zeitungsverleger ausgestellt wurden.

Film/TV/Video

Deutscher Kamerapreis jetzt auch für TV-Serien
KÖLN. Kameraleute und Cutter können sich bis zum 8. April 2004 um den Deutschen Kamerapreis 2004 bewerben. Gesucht werden Arbeiten, die vor allem dies repräsentieren: Eigenständigkeit und Originalität bei der Umsetzung von Inhalt und Dramaturgie eines Stoffes. Bei der Schnittleistung werden Bewegungsschnitt, Tonschnitt und richtungsweisende Montageverfahren bewertet. Deutsche und in Deutschland lebende Bildgestalter können Produktionen für die Kategorien Kinospielfilm, Fernsehfilm, Kurzfilm, Bericht/Magazinbeitrag, Reportage und Dokumentarfilm/Feature einreichen. Neu ist das Genre Fernsehserie. Außerdem werden zwei mit jeweils 5.000 Euro dotierte Förderpreise für Nachwuchstalente vergeben. Anmeldeformulare im Internet: www.kamerapreis.de. Telefon: WDR-Pressestelle, 02 21 / 220 24 07 oder bei PR Direkt GmbH, Ulrich Etterich, 0 22 34 / 946 88 90.

Pygmalion-Programm Für Jugendfilmstoffe
BERLIN. Die Berliner Master School Drehbuch (MSD) präsentiert in diesem Jahr Pygmalion, das europäische Stoffentwicklungsprogramm für Kinder- und Jugendstoffe. Bereits zum fünften Mal werden im Rahmen dieses Projekts Kinder- und Jugendfiction in den Formaten Spielfilm, Serie und internaktive Medien erarbeitet. Das Augenmerk liegt in allen Fällen auf der marktnahen Entwicklung der Stoffe. Die Teilnehmer werden von renommierten Autoren bei ihrer kreativen Arbeit unterstützt. Pygmalion kooperiert obendrein mit einer Reihe wichtiger europäischer Sender und bildet Netzwerke. Erfahrene Autoren bzw. Teams können sich noch bis zum 12. März 2004 um eine Teilnahme bewerben. Info: www.pygmalion-programme.org oder bei der MSD, Linienstraße 155, 10115 Berlin, Telefon 030 / 30 87 93 15, E-Mail: infi@masterschool.de.

Animago Award für Computergrafik
MÜNCHEN. Die besten Produktionen im Bereich der 2D- und 3D-Computergrafik werden seit 1997 mit dem animago Award des Fachmagazins digital production ausgezeichnet. Kreative aus Computergrafik, Film / Video und interaktiven Medien sollen dabei zeigen, was auf dem aktuellen Stand der Technik zu leisten ist. Die besten Produktionen werden am 7. Mai auf der Fachmesse fmx / 04 in Stuttgart präsentiert und ausgezeichnet. Einsendeschluss: 15. März 2004. Info: www.animago.com, www.digitalproduction.com oder bei Carmen Hummel, Reed Business Information GmbH, Gabrielenstraße 9, 80636 München, Tel. 089 / 898 98 17 – 321.

Varia

Stipendien für Euro-Kolleg
BERLIN. Die Europäische Bewegung Deutschland bietet für das Europa-Kolleg Brügge in Belgien und das Europa-Kolleg Natolin nahe Warschau Stipendien und Studienplätze für einjährige Postgraduierten-Studiengänge zum Master of European Studies an. Etwa 35 Plätze stehen im Studienjahr 2004 / 2005 zur Verfügung. Bewerben können sich Hochschulabsolventen, die sich auf Tätigkeiten in europäischen und internationalen Behörden vorbereiten oder zukünftig bei Verbänden, Unternehmen oder Verwaltungen mit europäischen Bezug arbeiten wollen. In Brügge liegen die Studienschwerpunkte auf den Rechts-, Wirtschafts- und Politikwissenschaften. In Natolin geht es vor allem um den Transformationsprozess in den Staaten Mittel- und Osteuropas. Näheres bei der Europäischen Bewegung Deutschland e.V., Bundesallee 22, 10717 Berlin, Telefon 030 / 88 41 22 45, Internet www.europaeische-bewegung.de, E-Mail info@europaeische-bewegung.de.

Neu im Netz

www.dfjv.de/expertenforum/medienpreise.htm
Alphabetisch geordnete Medienpreisübersicht des Deutschen Fachjournalisten-Verbandes e.V. (DFJV) mit Kontaktdaten und Links zu den ausschreibenden Organisationen.

www.filmland-bw.de
Informationsportal des Landes Baden-Württemberg, der MFG-Filmförderung und der Filmwirtschaft für Produzenten, Regisseure, Autoren, Dienstleister, die sich über die Beratungs- und Unterstützungsmöglichkeiten im Südwesten informieren möchten.

www.ok-rlp.de
Virtuelle Geschäftsstelle und Kommunikationsplattform des Landesverbandes der Offenen Kanäle in Rheinland-Pfalz e.V. mit Informationen zu Medienkompetenz-Projekten und Seminaren sowie Links zum Thema Bürgermedien.

Leute

Ulrich Anschütz, zuvor beim SFB-Fernsehen Sendeleiter und Stellvertreter des Fernsehdirektors, leitet als Unternehmenssprecher des RBB den Bereich Presse und Information; **Pia Stein** ist für Marketing und PR zuständig.

Hans-Peter Archner, bislang Wellenchef von SWR1 Baden-Württemberg, folgte als Leiter der SWR-Hauptabteilung „Land und Leute" in der Landessenderdirektion Baden-Württemberg auf **Viktor von Oertzen**, der die Hauptabteilung Personal, Honorare und Lizenzen übernahm. **Harald Weiß**, Leiter des SWR-Studios in Berlin, löst zum 1. Juni als Programmchef von SWR1 Rheinland-Pfalz **Jens Huppert** ab, der in den Ruhestand geht.

Marc Beeh, zuletzt Leiter der Sendung „Guten Morgen, Hessen" bei FHH, folgt als Leiter des Bereichs Kommunikation auf **Dominik Kuhn**, der die Pressearbeit für die gesamte Radio / Tele-FHH-Gruppe verantworten wird.

Robert Biegert, Nachrichtenmoderator bei N24, löste **Hendrik Hey** als Moderator der Wissenschaftssendung „Welt der Wunder" auf Pro Sieben ab.

Thomas Bovermann (Grevenbroich), zuletzt Redaktionsleiter bei der Deutschen Online-Presse-Agentur, ist jetzt als freier Journalist und Redakteur tätig.

Anzeige

Ute Brüssel, langjährige Korrespondentin für „Bild" in Bonn und Berlin, folgte als Pressesprecherin des Deutschen Industrie- und Handelskammertages auf **Peter Blume**.

Margaret Davis, bislang stellvertretende Chefredakteurin des Sprachmagazins „Spotlight", rückte zur Chefredakteurin auf. Ihr Vorgänger **Ian McMaster** bleibt Chefredakteur von „Business Spotlight".

Hans Dembowski, früher Wirtschaftsredakteur bei der „FR" und beim DW-Hörfunk, löste als Chefredakteur der Monatszeitschrift „E+Z Entwicklung und Zusammenarbeit" (Frankfurter Societäts-Verlag) **Reinold E. Thiel** ab, der in den Ruhestand trat.

Justus Demmer, stellvertretender Dienstchef im Berliner Hauptstadtbüro der dpa, wurde neuer Pressesprecher der Agentur.

Die Schriftstellerin **Anna Dünnebier**, u. a. Landesvorsitzende des VS in NRW und Mitglied des WDR-Rundfunkrats, vertritt die Gremien des WDR im Programmbeirat Erstes Deutsches Fernsehen. Stellvertreter ist **Volker W. Degener**.

Fachhochschule Gelsenkirchen: Prof. Dr. **Kurt Weichler**, früher u.a. Chefredakteur von „Prinz" und „Wiener", wurde als Professor für Journalismus und Medien an die Fachhochschule berufen. Dr. **Reinhild Rumphorst**, ehemalige Pressesprecherin im hessischen Justizministerium und wissenschaftliche Mitarbeiterin an der FU Berlin, wurde Professorin für Journalismus und Öffentlichkeitsarbeit.

Impressum

„M – Menschen Machen Medien"
Medienpolitische ver.di-Zeitschrift, erscheint monatlich (10 Ausgaben im Jahr)
Herausgeber: Vereinte Dienstleistungsgewerkschaft (ver.di)/Fachbereich 8 (Medien, Kunst, Industrie), Bundesvorstand:
Frank Bsirske/Frank Werneke

Redaktion: Karin Wenk (verantwortlich), Telefon 030/69 56 23 26
Anschrift: ver.di Bundesvorstand/Redaktion M, Potsdamer Platz 10, Haus 4
10785 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.
Verlagsanschrift: „M – Menschen Machen Medien", ver.di e.V., Bundesvorstand, Potsdamer Platz 10, 10785 Berlin.

Anzeigenleitung: Bernd Heußinger, Kornweg 21, D-21445 Wulfsen, Telefon 0 41 73-5 09 92-0
Telefax 0 41 73-51 19 12, E-Mail: heussinger@verdi-anzeigen.de
Gültige Anzeigenpreisliste:
Nr. 8a, gültig ab 1. 1. 2002, anzufordern bei der Anzeigenleitung
Anzeigenschluss:
Bitte Terminliste anfordern.

Titelbild: Hermann J. Haubrich
Tel. 0711/96 69 76 – 5
Layout: Petra Dreßler, Berlin
Tel. 030/322 18 57

Druck und Vertrieb:
W. E. Weinmann Druck + Media GmbH, Raiffeisenstr. 15, 70794 Filderstadt, Postfach 41 60, 70779 Filderstadt

Jahresabonnement: 36,– € einschließlich Versandkosten.
Abonnementsverwaltung:
Verlagsgesellschaft W. E. Weinmann mbH, Postfach 12 07, 70773 Filderstadt, Telefon 07 11/7 00 15 30.
Für Mitglieder der Fachgruppen Rundfunk/Film/Audiovisuelle Medien (RFFU) und Journalismus (dju) im Fachbereich 8 (Medien, Kunst, Industrie) von ver.di ist die Bezugsgebühr im Mitgliedsbeitrag enthalten. Für ver.di-Mitglieder aus anderen Fachgruppen und Fachbereichen ermäßigt sich die jährliche Bezugsgebühr auf 18 € – eine gesonderte Bestellung ist notwendig.

Weitere Publikationen:
„Kunst & Kultur" verantwortlich: Burkhard Baltzer 0711/20 97-2 60
„Druck + Papier" verantwortlich: Henrik Müller 030/69 56 – 10 76

ver.di – Fachbereich 8 (Medien, Kunst, Industrie) im Internet
(inkl. aktuelles Inhaltsverzeichnis von „M" und ausgewählte Texte, Archiv seit 03.1996): www.verdi.de/m

Redaktionsschluss:
„M" 02 – 03.2004: 20.01.2004
„M" 04 / 2004: 20.02.04

ISSN-Nr.: 09 46 – 11 32

Jochen Graebert, Redakteur im Programmbereich Zeitgeschehen des NDR Fernsehens, löst als ARD-Fernsehkorrespondent im Studio Peking **Stefan Niemann** ab, der nach Hamburg zurückkehrt.

Andreas Grafemeyer, stellvertretender Leiter der Rhein-Ruhr Redaktion der „Börsen-Zeitung", folgt ab 1. Juli 2004 in der Pressesprecher-Gruppe der Bertelsmann-Unternehmenskommunikation auf **Markus Payer**, der bei der Syngenta AG mit Sitz in Basel Leiter der Konzern-Pressestelle wurde.

Dr. **Detlef Gwosc**, Medienwissenschaftler und Vorstand an der Medienakademie Hamburg-Rostock-Rügen, wurde zum Honorarprofessor an der German Film School (Elstal) ernannt.

Elke Haferburg, bisher Leiterin des NDR-Studios Rostock, folgte als Leiterin der NDR 1 Welle Nord auf **Eckart Bethge**.

Jörg Hahn, bisher Sportjournalist bei der „FAZ"; wurde Leiter des „FAZ"-Sportteils und löste damit **Steffen Haffner** ab.

Nicola Hahn, früher Textchefin bei „Freundin", übernahm die Chefredaktion von „Mach mal Pause" (Bauer) von **Karin Aigner**.

Dr. **Martina Helmerich**, zuletzt freie Autorin für ARD, dpa und die „Frankfurter Rundschau", folgte als stellvertretende Pressesprecherin der IG Metall auf **Dagmar Opoczynski**, die Ende 2003 aus Altersgründen ausschied.

Sabine Ingwersen, Leiterin des Reise- und Magazin-Ressorts von „Bild", löst zum 1. April als stellvertretende Chefredakteurin von „Frau im Spiegel" **Barbara Brauda** ab, die als Autorin für „Frau im Spiegel" und weitere Zeitschriften von G+J wirken wird.

Erich Jooß, Geschäftsführender Direktor und Vorstandsmitglied des Sankt Michaelsbunds, folgte als Vorsitzender des Medienrats der Bayerischen Landeszentrale für neue Medien auf **Klaus Kopka**.

Eberhard Junkersdorf wurde in seinem Amt als Vorstandsvorsitzender der Arbeitsgemeinschaft Neuer Deutscher Spielfilmproduzenten bestätigt, ebenso die Vorstände **Uschi Reich** und **Alfred Hürmer**. Neu in den Vorstand kam der Filmproduzent **Oliver Berben**.

Dr. **Klaus Klenke** (Oberhausen) wurde bei der konstituierenden Sitzung des Medienrats der Landesanstalt für Medien NRW (LfM) zum Vorsitzenden des Gremiums gewählt; Stellvertreterin ist Prof. Dr. **Brigitte Witzer** (Bonn). Weitere Mitglieder des Medienrats sind Prof. Dr. **Barbara Becker** (Dortmund), **Horst Santo** (St. Augustin) und **Christiane von Wahlert** (Wiesbaden).

Steffen Klusmann, zuletzt stellvertretender Chefredakteur des „Manager Magazin", zuvor schon Chefredakteur der „Financial Times Deutschland" löst in dieser Position im Herbst 2004 bei der „FTD" **Christoph Keese** ab, der Chefredakteur der „Welt am Sonntag (ASV) wird. Stellvertretende Chefredakteure der „FTD" wurden **Ulf Schlüter** sowie **Stefan Weigel**.

Holger Knöferl, Leiter der Regionalredaktion der „Pforzheimer Zeitung", folgte als stellvertretender Chefredakteur des Blatts auf **Ulrike Trampus**, die Chefredakteurin des „Wiesbadener Kurier" wurde.

Marc-Wilhelm Kohfink, bislang Chefredakteur des „Handelsjournals" (Verlagsgruppe Handelsblatt), übernahm die Leitung Kommunikation beim Zentralverband Gewerblicher Verbundgruppen von **Volker Bitzer**.

Sven ten Doornkaat Koolman, Geschäftsführer und Chefredakteur Inland bei der Bildagentur Action Press (Hamburg), scheidet aus und will sich mit einer Agentur in den USA selbständig machen.

Lothar Kuhn, bislang Redakteur beim „Harvard Businessmanager", rückte zum geschäftsführenden Redakteur auf.

Verena Kulenkampff, als stellvertretende Fernsehdirektorin beim NDR zuständig für Fernsehspiel, Unterhaltung und Serien, wurde zur ARD-Koordinatorin für Fernsehunterhaltung berufen; die Spielfilm-Koordination übernahm **Wolfgang Vietze**, MDR-Fernsehdirektor.

Die Wirtschaftsjournalistin und Buchautorin **Ruth Lemmer** sowie Prof. Dr. **Dieter Wagner**, Inhaber des Lehrstuhls für Betriebswirtschaftslehre mit dem Schwerpunkt Organisation und Personalwesen an der Universität Potsdam, bilden das neue Redaktionsteam von „Personal" (Fachverlag der Verlagsgruppe Handelsblatt).

Wilfried Lindner, bisher Chefredakteur der „Aachener Nachrichten", wurde stellvertretender Chefredakteur der „Schwäbischen Zeitung", verantwortlich für die Betreuung der 23 Lokalredaktionen.

Yvonne Malak wurde neue stellvertretende Programmdirektorin von BB Radio.

Michaela Maxwell-Haas, bisher WDR-Moderatorin für die Kulturmagazine „Kulturweltspiegel" und „WestART", hat den Sender verlassen. Der „Kulturweltspiegel" wird unmoderiert gesendet.

In dem neuen Medienbord Berlin-Brandenburg gingen das Filmbord, dessen bisheriger Intendant Prof. **Klaus Keil** als Co-Direktor zum Erich-Pommer-Institut wechselt, und das bisherige Medienbüro Berlin-Brandenburg auf. Geschäftsführerin des Medienbord ist **Petra Müller**, die auch weiterhin das Ständige Sekretariat des Deutschen Fernsehpreises leitet.

Horst Ohligschläger, Geschäftsleitungs-Mitglied der Neuen Mediengesellschaft Ulm sowie Chefredakteur der Computer-Zeitschrift „com!", ist jetzt auch für die Unternehmenskommunikation des Verlags zuständig.

Alicia Remirez, bisher Leiterin TV-Movie bei SAT.1, übernahm die Leitung des neu geschaffenen Bereichs Fiction, der außer den eigenproduzierten TV Movies auch die Serien, fictionalen Events und Kinoproduktionen umfasst. Remirez wurde zugleich stellvertretende Geschäftsführerin bei SAT.1.
Der bisherige Leiter des Bereichs Serie, **Hermann Kirchmann**, verlässt den Sender.

Bernhard Rosenstihl, zuvor Chefredakteur der Zeitschrift „Baby und die ersten Lebensjahre", wurde stellvertretender Chefredakteur von „Eltern for Family".

Renate Rosenthal, früher Chefredakteurin und später Herausgeberin von „Elle" und „Elle Deco", löste als Chefredakteurin der „freundin" **Ulrike Schlüter** ab, die Entwicklungsaufgaben im Haus übernahm. Stellvertretende Chefredakteurin wurde **Petra Pfaller**, zuletzt Chefin von „Vogue business".

Neu in den Vorstand von „Reporter ohne Grenzen" wurden gewählt: **Astrid Frohloff**, Nachrichtensprecherin bei SAT.1; **Miodrag Soric**, Chefredakteur Fremdsprachen Hörfunk bei der DW, und **Katja Gloger**, ehemalige Moskau-Korrespondentin und Leiterin des Ressorts Ausland beim „Stern". Der geschäftsführende Vorstand besteht weiterhin aus Dr. **Michael Rediske** und **Dietrich Schlegel**.

Michael Rutz, Chefredakteur des „Rheinischen Merkur", wurde

Herausgeber des „Filmdienst“ und der „Funkkorrespondenz“, die er vom Katholischen Institut für Medieninformation (KIM) übernahm.

Bettina Schausten, Innenpolitik-Chefin des ZDF und Präsentatorin des „Politbarometer“, übernahm die Moderation der Sendung „halb zwölf“ von **Ruprecht Eser**, der als Korrespondent nach London wechselte.

Caroline Schmidt-Gross, zuletzt Seminarleiterin und Dozentin an der Akademie für Publizistik in Hamburg, verließ die Akademie Ende 2003 auf eigenen Wunsch und macht sich mit der Agentur Text und Training selbständig.

Stephan Schöpf rückte zum Leiter der Produktion bei Antenne Bayern auf.

Christoph Schult aus dem Hauptstadtbüro des „Spiegel“ wurde zum neuen Vorsitzenden der Journalistenorganisation journalists network mit Sitz in Berlin gewählt. Weitere Mitglieder des Vorstands sind **Michael Anthony** (Allianz), **Daniel Brössler** („SZ“), **Andreas Caspari** (Inforadio/RBB), **Philipp Gessler** („taz“), Dr. **Majid Sattar** (faz.net) sowie die freien Journalisten **Christian Thiele** und **Alexandra Werdes**.

Hartmut Schultz löste als Sprecher des Verbands Privater Rundfunk und Telekommunikation (VPRT) **Stefan Kühler** ab.

Matthias Schwarz, zuletzt Redakteur in der Pressestelle von RTL Television, wechselte als Pressereferent in die Abteilung Kommunikation und Presse von VOX. Die bisherige PR-Referentin **Stefanie Ewers** verließ den Sender.

Dr. **Klaus Schweinsberg**, bisher stellvertretender Chefredakteur von „Impulse“, löste als Chefredakteur **Thomas Voigt** ab, der Gruner + Jahr verlässt.

Jochen Siemens, zuletzt Chefredakteur der „Frankfurter Rundschau“, folgt als Chefredakteur des Magazins „Alles über Wein“ und der Zeitschrift „Reisen und Genießen“ auf den Verlagsgründer **Heinz-Gert Woschek**, der in den Ruhestand trat.

Alenka Sodec, zuletzt Redakteurin und Reporterin für die WDR-Sendung „WDRpunktKöln“ sowie Moderatorin der „Lokalzeit Köln“, gehört nunmehr zum Moderatorenteam des WDR-Informationsmagazins „Aktuelle Stunde“.

Kathrin Tsainis, die seit März 2003 Redaktionsleiterin von „Brigitte Young Miss“ (G+J) war und einen Relaunch durchführte, wurde Chefredakteurin der Zeitschrift.

Der freie Journalist **Alois Urban** übernahm die alleinige Geschäftsführung der Agentur Sportservice (Köln).

Sabine Wahrmann, zuletzt beim RBB (Potsdam) für den Bereich Multimedia/Online zuständig, löste als Leiterin der Redaktion ARD-Text **Alexander Kulpok** ab, der in den Ruhestand ging.

Thomas Wengenroth, alleiniger Geschäftsführender Gesellschafter und bisher Chefredakteur des Branchendienstes „kressreport“, übergab die redaktionelle Leitung an seinen Stellvertreter **Eckhard Müller**. Stellvertretende Chefredakteurin wird ab April diesen Jahres **Diana Michnay**.

Roger Willemsen löste als Moderator des „Literaturclub“ (3sat) **Daniel Cohn-Bendit** ab.

Andreas Wunn wurde nach seinem Redaktionsvolontariat beim ZDF Redakteur und Reporter in der Hauptredaktion Außenpolitik.

Die Film- und Fernsehproduzentin **Regina Ziegler** (Berlin) wurde in den Vorstand der International Academy of Television Arts & Sciences aufgenommen.

Preise

Der Journalistenpreis „Ostenergie“ **2003** des Energiekonzerns Vattenfall Europe (1. Preis, 4000 €) ging an **Sonja Banze** für den Beitrag „Herr Wolf, der Kanzler und das Autofahren“ in der „Welt am Sonntag“. Den 2. Preis (2000 €) erhielt **Marcus Franken** für die Reportage „Ich bin doch kein Hobbyeisenbahner“ in den „VDI Nachrichten“ und den 3. Preis (1000 €) bekam **Katja Nündel** für ihren Bericht „Die JobCenter-Beschaffungsmaßnahme“ im Leipziger Stadtmagazin „Kreuzer“.

Karsten Blum und **Wölfi Waack** erhielten für die Hörfunkserie „Die schönsten Niederlagen des FC Bayern München“ (Bürgerradio Ems-Vechte-Welle) den Sonderpreis Sport des Niedersächsischen Hörfunkpreises 2003.

Dem Filmproduzenten **Artur Brauner** wurde für den vom ihm produzierten Film „Babij Jar“ der Artur-Brauner-Stiftungspreis zuerkannt. Als Stiftungsgründer verzichtet er auf das Preisgeld von 25000 €.

Wolfgang Büscher, Leiter der Reportagen-Redaktion der „Welt“, wurde für sein Buch „Berlin-Moskau. Eine Reise zu Fuß“ der Seume-Preis 2003 zugesprochen.

„Das Streiflicht“ (Redakteure: **Benjamin Henrichs**, **Claus Heinrich Meyer**, **Hermann Unterstöger**) der „Süddeutschen Zeitung“ erhielt den mit 7500 € dotierten Deutschen Sprachpreis 2003 der Henning-Kaufmann-Stiftung (Weimar). Der Reiseteil der „SZ“ wurde von der Vereinigung Deutscher Reisejournalisten zum besten Reiseteil Deutschlands 2003 erkoren.

Deutscher Sozialpreis 2003 der Bundesarbeitsgemeinschaft der Freien Wohlfahrtspflege (je 5000 €) – Print: **Steffi Kammerer** für ihre Serie „Mein Tagebuch – Diese Woche wohnt Steffi Kammerer im Altenheim“ („SZ“); Hörfunk: **Heide** und **Rainer Schwochow** für das dreiteilige Feature „Lebensraum Knast: Die lange Nacht des Strafvollzugs“ (DeutschlandRadio); Fernsehen: **Reinhard Schneider** für den Dokumentarfilm „Familienkrieg“ (Radio Bremen/ARD).

27. Duisburger Filmwoche/Festival des deutschsprachigen Dokumentarfilms – die Preisträger. 3sat-Dokumentarfilmpreis (6000 €): „Das Problem ist meine Frau“ von **Calle Overweg** (Deutschland); ARTE-Dokumentarfilmpreis (6000 €): „Die Helfer und die Frauen“ von **Karin Jurschick** (Deutschland); Förderpreis der Stadt Duisburg (5000 €): „Mein Leben/Teil 2“ von **Angelika Levi** (Deutschland); Publikumspreis der „Rheinischen Post“ (1000 €): „Tarifa Traffic – Tod in Gibraltar“ von **Joakim Demmer** (Deutschland/Schweiz); Dokumentarfilmpreis des Goethe-Instituts (2000 €): „Für den Schwung sind Sie zuständig“ von **Margarete Fuchs** (Deutschland).

Harald Ehren, Redakteur und Koordinator des Teams Inside Business der „Financial Times Deutschland“, wurde mit dem „GSBA Preis für Exzellenz im Wirtschaftsjournalismus“ der Graduate School of Business Administration Zürich ausgezeichnet.

Ernst-Schneider-Preis 2003 der deutschen Industrie- und Handelskammern – Fernsehen/Kategorie Große Wirtschaftssendung (10000 €): **Jörg Komorowski** und **C. Cay Wesnigk** für „Carl F. W. Borgward – Aufstieg und Fall eines Autokönigs“ (NDR/ARD); Kategorie Kurzbeitrag (je 4000 €): **Uwe Leiterer** für „Umsteuern“ (NDR) und **Detlef Flintz** für „Dritte Welt“ (WDR/ARD); Hörfunk: siehe M 12.2003/01.2004; Regionalzeitungen/Kategorie Regionale Wirtschaftsberichterstattung (10000 €): „Stuttgarter Zeitung“; Kategorie Förderpreis: **Johannes Eber** vom „Südkurier“ (Konstanz).

Der European Newspaper Award 2003 für Tageszeitungsgestaltung wurde dem Ressort Bild und Gestaltung der „SZ“ für die Gesamtkonzeption der Wochenendbeilage zuerkannt.

Konstantin Faigle und **Luzia Schmid**, Absolventen der Kölner Medien-Hochschule, erhielten das mit je 45000 € ausgestattete Gerd-Ruge-Projektstipendium für Dokumentarfilm, das die Filmstiftung NRW vergibt. Eine Anerkennung in Höhe von 10000 € wurde **Tom Schildberg** (Berlin) zuteil.

Fernsehfilm-Festival Baden-Baden 2003 – Fernsehfilmpreis der Deutschen Akademie der Darstellenden Künste und 3sat-Zuschauerpreis: **Jo Baier** für „Schwabenkinder“ (BR/SWR/ARTE/SF DRS/ORF/RAI); Sonderpreis: Schauspielerin **Nicolette Krebitz** in „So schnell du kannst“ (ZDF); Sonderpreis der Jury: **Stefan Krohmer** (Regie), **Daniel Nocke** (Buch) und **Gunnar Fuß** (Kamera) für „Familienkreise“ (BR); Nachwuchs-Regiepreis MFG Star: **Hans Steinbichler** für „Hierankl“.

Dem Journalisten und Historiker **Joachim C. Fest** wurde „für seine publizistische Aufarbeitung des deutschen Widerstands gegen das NS-Regime“ der mit 7500 € dotierte Eugen-Bolz-Preis der gleichnamigen Stiftung verliehen.

Filmfestival Münster 2003 - die Gewinner des Kurzfilm-Wettbewerbs. Großer Preis der Filmwerkstatt Münster (5000 €): zu gleichen Teilen an „Neulich 3“ von **Jochen Kuhn**, „Nasse Zigarren für Berlin“ von **Stephan Müller** sowie „Yo lo vi“ von **Hanna Nordholt** und **Fritz Steingrobe**. Förderpreis des WDR-Studios Münster (2500 €): „Exit“ von **Benjamin Kempf** (Schweiz). Publikumspreis (1000 €): „Die Katze von Altona“ von **Wolfgang Dinslage**.

Friedrich-Vogel-Preis für Wirtschaftsjournalismus 2003 der Friedrich und Isabel Vogel-Stiftung – Hauptpreise (je 3500 €): **Alexander Missal** für „Unternehmen Zukunft: Wenn der alte Chef den Hut nimmt“ (dpa-Reportagedienst) und **Martin Sturm** für „Inspektor Billig“ („Handelsblatt Junge Karriere“);

Nachwuchspreise (je 1250 €): **Tino Andresen** für seinen Beitrag zur Serie „Alternde Wirtschaft" („Stuttgarter Nachrichten") und **Nikos Späth** für „Tatort Unternehmen" („Welt am Sonntag"); Anerkennungspreis (2500 €): **Gitti Müller** für den Film „Anwohner" (WDR-Wirtschaftsmagazin „Markt").

Georg von Holtzbrinck-Preise 2003: Wissenschaftsjournalismus – Kategorie Print (5000 €): **Klaus Bachmann**, Redakteur bei „Geo"; Kategorie Elektronische Medien (5000 €): der freie Wissenschaftsjournalist **Frank Grotelüschen**. Wirtschaftspublizistik – Kategorie Print (5000 €): **Markus Schneider** („Weltwoche", Zürich); Kategorie Elektronische Medien (5000 €): **Marita Knipper**, Reporterin und Redakteurin beim WDR-Hörfunk; Nachwuchspreis: **Tillmann Prüfer**, Leiter der Wochenendbeilage der „Financial Times Deutschland".

Der Regisseur **Dominik Graf** (München) wurde mit dem Filmpreis der Stadt Hof ausgezeichnet.

10. Grand Prix für Mitarbeiterpublikationen, veranstaltet von inkom und DPRG – eine Auswahl der Preisträger. Kategorie Zeitschrift / Magazin (Auflage mehr als 10.000 Exemplare): 1. Preise: „Das Beste" (HypoVereinsbank, München), „clartext" (Clariant Service GmbH, Sulzbach), „SiemensWelt" (Siemens AG, München); Kategorie Zeitschrift / Magazin (Auflage 1.000 bis 10.000 Exemplare): 2. Preis: „HauniLife" (Hauni Maschinenbau AG, Hamburg); Kategorie Zeitung (Auflage mehr als 10.000 Exemplare): 1. Preise: „BahnZeit" (Deutsche Bahn AG, Berlin), „direkt" (Bayer AG, Leverkusen); Kategorie Zeitung (Auflage 1000 bis 10000 Exemplare): 2. Preis: „Cargo Lufthanseat" (Lufthansa Cargo AG, Frankfurt / Main).

Der Autorin und Historikerin **Brigitte Hamann** wurde der mit 8000 € dotierte Ernst-Robert-Curtius-Preis für Essayistik 2003 verliehen. Der mit 4000 € dotierte Förderpreis ging an **Adriano Sack**, Kulturchef der „Welt am Sonntag".

Marlies Hesse, langjährige Geschäftsführerin des Journalistinnenbundes, wurde mit dem Bundesverdienstkreuz geehrt.

Der Hessische Filmpreis zu je 30000 € ging an **Daphne Charizanis** für „Madrid" sowie **Mischka Popp** und **Thomas Bergmann** für „Augenlied". Der undotierte Ehrenpreis wurde der Schauspielerin **Rosemarie Fendel** verliehen.

Hörfunkpreise 2003 der Landesanstalt für Medien NRW (LfM) für den privaten Hörfunk. Lokalfunk – Kategorie Kommunale Berichterstattung: **Dirk Planert** (Radio 91,2, Dortmund); Kategorie Information / Beratung / Bildung: **Frank Köhler** (Radio MK); Kategorie Comedy / Satire / Unterhaltung: **Timo Schnitzer** (radio NRW); Kategorie Sonderpreis: **Knut Martini** (Radio Duisburg). Bürgerfunk – 1. Preis: Radioteam 2003 der Melanchthonschule Bocholt (Radiowerkstatt: Bistumsstudio West, Bocholt / Westmünsterland-Welle); 2. Preis: **Katja Heimann** (Radiowerkstatt: Sauerland Welle / Radio Sauerland); 3. Preis: **Heidrun Klöcker** (Radiowerkstatt: Fölok / Radio MK). Außerdem wurden Preise im Bereich Lokale Werbung vergeben. Die Preisgelder beliefen sich auf insgesamt rund 20000 €. LfM-Campus-Hörfunkpreis 2003 für hochschulbezogene Programmleistungen – 1. Preis (500 €): **Nirma Schomeier** (Hertz 87,9, Bielefeld); 2. Preis (300 €): **Tim Karis** und **Christoph Tiemann** (Radio Q, Münster); 3. Preis (200 €): **Ingo Tabel** (kölncampus).

23. Internationales Festival der Filmhochschulen in München – eine Auswahl der Preisträger. VFF Young Talent Award für den besten Film (3000 €): **Vladimir Perisic** für „Dremano Oko" (Frankreich); Student Camera Award (1000 €): **Martijn van Broekhuizen** für „Untertage" von Jiska Rickels (Niederlande); Luggi-Waldleitner-Preis für das beste Drehbuch (3000 €): **Mihal Brezis** und **Oded Binnun** für „Sabath Entertainment" (Israel); Pro Sieben-Nachwuchspreis für die beste Regie eines deutschen Films (4000 €): **Ulrike Grote** für „Himmelfahrt" (Hamburger Filmwerkstatt); Spezialpreis der Jury: „12 1/2 Minuten" von **Joscha Douma** (Filmakademie Baden-Württemberg) sowie „Grauzone" von **Karl Brettschneider** und **Christian Haake** (Universität für Musik und Darstellende Künste, Österreich); Stipendium des European Subsidy Program: „Lidé z Autobusa" von **Vaclav Kadrnka** (Tschechien); Panther-Preis: „Fragile" von **Sikander Goldau** (Deutschland); Zehetbauer-Preis: „Machine" von **Jonathan Bentovim** (Großbritannien).

Der Fernsehmoderator **Günther Jauch** wurde als Mäzen für Potsdam mit dem „Kurtchen 2003" ausgezeichnet, ein Preis, den die Redaktion der RBB-Fernsehnachrichtensendung „Brandenburg aktuell" vergibt. Außerdem erhielt Jauch den Medienpreis Bobby 2003 der Bundesvereinigung Lebenshilfe für Menschen mit geistiger Behinderung.

Das JFC Medienzentrum Köln gewann für das Projekt „Was glaubst du denn?!" den Dieter-Baacke-Preis 2003, der gemeinsam von GMK und Bundesjugendministerium vergeben wird.

Journalisten-Förderpreis 2003 der Landwirtschaftskammer Westfalen-Lippe zum Thema „Qualität aus Westfalen – Vom Acker und aus dem Stall" – 1. Preis (1500 €): **Stefan Trockel**, **Philipp Schneider** und **Sven Betz** („Bocholter-Borkener Volksblatt"); 2. Preis (750 €): **Stephan Beermann** („Ibbenbürener Volkszeitung"); 3. Preis (500 €): **Stefan Küppers** („Westfalen-Blatt").

Journalistenpreis 2003 des Presseklubs Bremerhaven-Unterweser - 1. Preis (750 €): **Christine Kröger** („Weser-Kurier", Bremen); 2. Preis (500 €): **Frank Miener** („Nordsee-Zeitung", Bremerhaven); 3. Preis (250 €): **Lili Maffiotte** („Nordsee-Zeitung", Bremerhaven).

Der Karikaturen-Wettbewerb 2003 der Initiative Neue Soziale Marktwirtschaft (INSM) und des Magazins „Focus" stand unter dem Thema „Was ist sozial?" – 1. Preis: **Barbara Henniger** (Strausberg bei Berlin); 2. Preis: **Walter Hanel** (Bergisch Gladbach); 3. Preis und „Focus"– Publikumspreis: **Thomas Plaßmann**.

Kinder-Medien-Preis 2003: Der mit 5000 € dotierte Hauptpreis ging zu gleichen Teilen an die Produzenten **Ewa Karlström** und **Andreas Ulmke-Smeaton** für „Die wilden Kerle" sowie den Regisseur **Ben Verbong** für „Sams in Gefahr". Einen undotierten Sonderpreis erhielt der Nachwuchsschauspieler **Constantin Gastmann**.

Der Journalistin **Olga Kitowa** (Russland) wurde der mit 7500 € dotierte Preis der Pressefreiheit des Deutschen Journalistenverbandes zugesprochen.

Andreas Kleinerts Fernsehfilm „Mein Vater" (WDR / ARD) wurde mit dem International Emmy Award als weltweit bestes TV-Movie ausgezeichnet.

Beate Lakotta (Text) und **Walter Schels** (Foto) erhielten für ihre Reportage „Noch mal leben vor dem Tod" („Spiegel") den mit 6000 € dotierten Hansel-Mieth-Preis für engagierte Reportagen der Agentur Zeitenspiegel (Weinstadt). Das ebenfalls mit 6000 € dotierte Gabriel-Grüner-Stipendium wurde **Andreas Wenderoth** (Text) und **Edgar Rodtmann** (Foto) zugesprochen.

Denise Masuch erhielt für ihren Beitrag „Heilende Homöopathie – Die große Kraft der kleinen Kugeln" (Pro Sieben) den mit 10000 € dotierten Prix Motox 2003 der Internationalen Gesellschaft für Biologische Medizin.

Der zum ersten Mal verliehene Medienethik-Preis META der Fachhochschule Stuttgart / Hochschule der Medien hatte die Berichterstattung über den Irak-Krieg zum Thema. Der Preis ging an die „SZ"-Redakteure **Peter Münch**, **Wolfgang Koydl** und **Heiko Flottau** für ihren Beitrag „Feuer frei für die Bataillone der Bilder", an die Seite-Drei Redaktion der „SZ" sowie an **Matthias Rüb** für den Beitrag „Eingebettet vom Pentagon" („FAZ").

Mit dem Medienpreis CIVIS der ARD, der mit insgesamt 30000 € dotiert ist, werden Hörfunk- und Fernsehproduktionen ausgezeichnet, die sich in herausragender Weise mit den Themen Zuwanderung, Integration und kulturelle Vielfalt in Europa beschäftigen. Die Preisträger 2003: Deutscher CIVIS-Fernsehpreis – Information: **Claus Strigel** für seine Dokumentation „Planet Hasenbergl – Lichtblicke in der Münchner Bronx" (BR); Unterhaltung: **Buket Alakus** für ihren Spielfilm „Anam – Meine Mutter" (ZDF). Europäischer CIVIS-Fernsehpreis – Information: **Marc Wiese** und **Karl Hoffmann** für die Dokumentation „Flucht in den Tod. Das Dorf, das Meer und das Schweigen" (WDR); Unterhaltung: **Richard Pinto**, **Sharat Sardana** und **Sanjeev Bhaskar** (Großbritannien) für eine Folge der Talkshow „The Kumars at No 42" (BBC). Deutscher CIVIS-Hörfunkpreis – Information: **Maria Consiglia Squillante** für das Feature „Notruf. Eine türkische Ärztin auf dem Kiez" (SWR); Unterhaltung: **Erik Uddenberg** (Schweden) für seine Hörspielbearbeitung „Zeit im Dunkeln" (NDR).

Der Medienpreis Emsland der Johann Alexander Wisniewsky Stiftung (Lingen) für „herausragende Beiträge, die thematisch im Emsland angesiedelt sind", wurde zum ersten Mal vergeben. Hauptpreis (10000 €): **Paul Meyer** und **Rudolf Kersting** (Freiburg) für den Dokumentarfilm „Der Hauptmann von Muffrika"; weitere Preise (je 5000 €): **Gerhard Kromschröder** (Hamburg) für eine von 1963 bis 1967 erschienene Artikelserie über das Emsland („Ems-Zeitung", „Lingener Tagespost"); **Horst Heinrich Bechtluft** für sein Lebenswerk als NDR-Hörfunk-reporter im Emsland. Schüler-Medienpreis (2000 €): Heinrich-Middendorf-Realschule (Aschendorf).

Mit dem Medienpreis PONS PONS wurden Journalisten ausgezeichnet, die eine besonders originelle Wortschöpfung kreiert und in der deutschsprachigen Presse veröffentlicht haben: **Hans-Peter Buschheuer**, **Tobias Schönpflug**, **Jan Ross**, **Alexander Smoltczyk**, Dr. **Dirk Hermann Voß**, **Alex Rühle**, **Hannes Hintermeier**.

Der Menschenrechtspreis 2003 von „Reporter ohne Grenzen" (je 2500 €) geht an den in Marokko inzwischen aus der Haft entlassenen Journalisten und Karikaturisten **Ali Lmrabet**, an **Michèle Montas**, Direktorin des zur Zeit geschlossenen Radio Haiti Inter, und an die Tageszeitung „Daily News" (Simbabwe).

John G. Morris (USA), früher Bildredakteur bei bedeutenden Zeitschriften sowie erster Geschäftsführer von „Magnum", wurde für sein Lebenswerk als Bildredakteur mit dem Dr.-Erich-Salomon-Preis 2003 der Deutschen Gesellschaft für Photographie (DGPh, Köln) ausgezeichnet. Den Kulturpreis der DGPh erhielten der Filmemacher und Fotograf **Wim Wenders** und der Fotorestaurator **Mogens S. Koch** (Kopenhagen).

Der US-amerikanische Kriegsfotograf **James Nachtwey**, die Organisation „Journalisten helfen Journalisten" und die spanische Tageszeitung „La Voz de Galicia", die sich gegen die offizielle Verharmlosung einer Öl-Katastrophe an der Küste engagierte, werden mit dem Leipziger „Preis für die Freiheit und Zukunft der Medien" 2004 ausgezeichnet, den die Medienstiftung der Sparkasse Leipzig mit jeweils 10000 € ausstattet.

Stefan Niggemeier, Medienredakteur der „FAS", und **Egon Netenjakob** (Köln), Publizist und Autor des „TV-Filmlexikons", erhielten den mit 5000 € dotierten Bert Donnepp Preis/Deutscher Preis für Medienpublizistik 2003 des „Vereins der Freunde des Adolf Grimme Preises".

Juan Ramón García Ober, Redakteur beim Sprachmagazin „Ecos" (Spotlight Verlag), erhielt für die spanische Übersetzung von Mechthild Alberts Werk „Avantgarde und Faschismus" den mit 10000 € dotierten Übersetzerpreis der Goethe-Stiftung in Madrid.

Dem in Paris lebenden Kambodschaner **Rithy Panh** wurde für seinen Dokumentarfilm „S 21 – The Khmer Rouge Killing Machine" der Nürnberger Filmpreis der Menschenrechte verliehen. **Jens Schanze** (München) erhielt für seinen Film „Otzenrather Sprung" den Special Jury Award.

Der Journalistin **Anna Politkovskaja** (Russland) wurde für ihre kritischen Reportagen über den Tschetschenienkrieg die mit 10200 € dotierte Hermann-Kesten-Medaille verliehen, die das deutsche PEN-Zentrum und das Land Hessen vergeben.

Der Preis für gutes Kinderfernsehen „Emil" 2003 von „TV-Spielfilm" ging u. a. an die Zeichentrickserie „Papa Löwe und seine glücklichen Kinder" von **Janosch** (ARD) und die Reihe „Willi will's wissen" (BR/ARD). Sonderpreis: RTL 2 für „SpongeBob Schwammkopf".

Die RTL-Reporterin **Antonia Rados** wurde für ihre Berichterstattung vom Irak-Krieg von den Lesern der „Funk Uhr" zur Frau des Jahres gekürt und mit der Goldenen FUNK UHR 2003 ausgezeichnet.

Der Autor und Filmemacher **Edgar Reitz** („Heimat") wurde mit der Carl Zuckmayer-Medaille des Landes Rheinland-Pfalz ausgezeichnet.

Stephan Richter, Chefredakteur des Schleswig-Holsteinischen Zeitungsverlags, wurde mit der Lornsen-Kette des Schleswig-Holsteinischen Heimatbundes ausgezeichnet.

Christian Romanowski (Deutschland) gewann beim Internationalen Berg- und Abenteuerfilmfestival in Graz mit seinem Film „Der Aletsch-Gletscher – Ewig werdendes Vergehen" den Grand Prix Graz. Die Kamera Alpin in Gold in der Kategorie „Klettern in Fels und Eis" ging an **Stefan Albrecht** und **Marcus Lindemann** (Deutschland) für ihre Dokumentation „Solo für Bubendorfer" (ZDF/ARTE).

Harald Schmidt erhielt für seine Late Night Show den mit 10000 € dotierten Hans Bausch Mediapreis 2003 des SWR.

Michael Schorr (Berlin) gewann beim 14. Stockholmer Filmfestival mit „Schultze gets the Blues" Preise für den besten Film, die beste Regie und das beste Drehbuch; **Horst Kraus** wurde für seine Rolle in diesem Spielfilm mit dem Preis für den besten Hauptdarsteller ausgezeichnet.

Der saarländische Bundestagsabgeordnete **Ottmar Schreiner** wurde von der saarländischen Landespressekonferenz mit der „Goldenen Ente" ausgezeichnet, die für gute Zusammenarbeit mit der Presse vergeben wird.

Udo Seiwert-Fauti, der als freier Korrespondent aus Edinburgh für ARD, DLF und Print-Magazine, darunter «M», berichtet und für die BBC Scotland in Glasgow tätig ist, wurde bei der erstmals von der Journalisten-Internet-Plattform allmediascotland.com durchgeführten Wahl zur „Scotland Media Personality of the Year 2003" auf Platz fünf gewählt. Sieger wurde **Andrew Jaspan**, Chefredakteur der Sonntagszeitung „Sundayherald" (Glasgow). Seiwert-Fauti ist als einziger Deutscher bei Parlament und Regierung Schottlands akkreditiert.

Dem Filmemacher und TV-Produzenten **Valentin Thurn** (Köln) wurde für seinen Film „Papa liebt einen Mann" (ZDF-Reihe „37 Grad") der mit 500 € dotierte Felix-Rexhausen-JournalistInnen-Preis 2003 des Bundes Lesbischer und Schwuler JournalistInnen verliehen. Ein undotierter Sonderpreis ging an **David Boucherie** für ein Foto vom Christopher Street Day 2002.

Nils Morten Udgaard, Leiter der außenpolitischen Redaktion der norwegischen Zeitung „Aftenposten", und der Historiker Prof. **Einhart Lorenz** (Deutschland) erhielten den Willy-Brandt-Preis 2003 der gleichnamigen norwegisch-deutschen Stiftung.

Umwelt-Medienpreis 2003 der Deutschen Umwelthilfe – Hörfunk: Hörfunkchef **Eckhart Pohl** und das Team von NDR 1 Niedersachsen; Printmedien: „Stern"-Reporter Dr. **Horst Güntheroth**; Fernsehen: **Peter Kemnitzer**, SWR-Filmautor und freier TV-Produzent; Lebenswerk: **Christine** und **Siegfried Bergmann**.

Videokunst Förderpreis Bremen 2003 des Filmbüros Bremen – Hauptpreis (5000 €): **Caspar Stracke**; regionaler Förderpreis (1500 €): **Karina Smigla-Bobinski**.

Hansjörg Weißbrich erhielt für den Schnitt des Spielfilms „Lichter" (Regie: **Hans-Christian Schmid**) den mit 7500 € dotierten Schnitt Preis 2003, der vom Filmmagazin „Schnitt" in Zusammenarbeit mit der Filmstiftung NRW und der Stadt Köln verliehen wird.

Dem Filmregisseur **Wim Wenders** wurde der mit 8000 € dotierte Helmut-Käutner-Preis der Stadt Düsseldorf zuerkannt.

Joachim Wille, Redakteur bei der „Frankfurter Rundschau", erhielt in der Kategorie Journalisten den mit 2500 € dotierten Umweltpreis „Öko-Rente" der Öko-Brauerei Neumarkter Lammsbräu.

Dem Wissenschaftsjournalist **Ranga Yogeshwar**, Moderator von „Quarks & Co" (WDR), wurde der mit 10000 € dotierte Forschungspreis der Apollonia-Stiftung der Zahnärzte in Westfalen-Lippe verliehen.