E 2814

M MENSCHEN MACHEN MEDIEN

Medienpolitische ver.di-Zeitschrift Nr. 08 2005 Jahrg. 54

Funksignale

Alles digital, oder was?

inhalt

Foto: Messe Berlin GmbH

titelthema funksignale

8 Alles digital, oder was?
Von Holger Wenk

10 Zu welchem Preis?
«M» sprach mit Hans Hege über den Stand und die Folgen der Rundfunkdigitalisierung

12 Jobs in Sicht
Mehr digitale Spartenkanäle brauchen spezielles Programm

aktuell

4 100 Prozent Springer
4 Berliner Solibasar
4 taz schließt Verlagsstandort

briefe an «m»

4 Briefe an «M»

porträt

6 Pionier des Politmagazins Gert von Paczensky:
Erfinder von Panorama wird 80

kolumne

7 Scherbenhaufen
Die Krise der ARD und die Debatte um Product Placement

bildung

13 Haus Busch in Insolvenz
Verleger ziehen sich zum Jahresende zurück

journalismus

14 Dominanz einzelner contra Vielfalt
Interview mit Dieter Dörr, Vorsitzender der Kommission zur Ermittlung der Konzentration im Medienbereich (KEK)

16 Der Pudding an der Wand
Mehr Geld oder nur schöne Worte zur Qualitätssicherung

17 Ein Schritt zu mehr Transparenz

18 Wie weiter in Weimar?
Tage der Netzwerkstelle gegen Rechtsextremismus gezählt

20 Amtliche Daten-Freibeuterei
Dubiose Haltung von Ermittlern zum Grundsatz der Verhältnismäßigkeit

21 Presseversorgung bleibt attraktiv
Boom durch Alterseinkünftegesetz bei berufsständischem Versicherer

online

22 Sicher ins Netz
Für eine „gesellschaftsverträgliche Online-Welt"

print

23 taz-Redakteurin gewinnt AWO-Medienpreis

23 Neuartiger Konzernbetriebsrat
Einheitliche Interessenvertretung für zersplitterte Unternehmen in Sachsen

24 60 Jahre Frankfurter Rundschau
Persönliche Erinnerungsfragmente von Wolf Gunter Brügmann

25 Rote Karte für Sportredakteure
Outgesourct und tarifgebremst zwischen Nord- und Ostsee

verlage

26 Rechercheure im Archiv
Die ungewisse Zukunft medien-dokumentarischer Arbeit

film

28 Neue Zeitrechnung
Tarifeinigung für Filmschaffende mildert Folgen von Hartz

28 Filmrezension: Nachbarinnen

29 Die Gedanken sind frei
Dokumentarfilm über eine Jahrhundertbiografie

29 Manteltarif verlängert

recht

30 Verleger ließen Kompromiss platzen
Erlöse der VG Wort sanken 2005 wieder

Druck mit Erfolg

pro &

Foto: Jürgen Seidel

Tarifrunde Druckindustrie 2005: Streikaktion in der Rheinisch-Bergischen Druckerei der Westdeutschen Zeitung (WZ) in Wuppertal. Der Flächentarifvertrag wurde gerettet.

Die Tarifrunde 2005 konnte für die knapp 200.000 Beschäftigten der Druckindustrie nach Arbeitsniederlegungen in 190 Betrieben erfolgreich abgeschlossen werden. Währenddessen hat in der Papier, Pappe und Kunststoffe verarbeitenden Industrie mit ihren 95.000 Beschäftigten nach massiven Warnstreiks in 113 Betrieben der Arbeitgeberverband den Flächentarifvertrag mutwillig zerstört.

Der heftigen Streikbewegung ist es zu verdanken, dass in der Druckindustrie die 35-Stunden-Woche als Wochenarbeitszeit und andere tarifliche Errungenschaften gegen einen zunächst sehr hartleibigen Unternehmerverband verteidigt werden konnten, wenn auch schmerzhafte Zugeständnisse hinsichtlich Arbeitszeitkonten, Zuschlägen und freien Tagen nicht zu vermeiden waren: Beim Bundesverband Druck und Medien (bvdm) kehrte zuletzt doch die Vernunft ein.

Anders der Hauptverband der Papier- und Kunststoffverarbeitung (HPV): Bei seinen Spitzenleuten wurde nach weitreichenden Zugeständnissen der Gewerkschaftsseite am Ende klar, dass sie überhaupt kein Interesse mehr haben an einem Flächentarifvertrag, der für die Branche einheitliche und faire Wettbewerbsbedingungen schafft. In der Papierverarbeitung hat nach einem

editorial

internationales

31 **Neuer Sender für Lateinamerikaner**
Gegengewicht zur Medienmacht USA und zu CNN

31 **Aktion für Ali al-Abdullah, Syrien**

32 **Wahrhaftigkeit**
Neue BBC-Guidelines verändern den britischen Journalismus

33 **Journalistinnen in Europa**
Treffen in Zypern für gleiche Arbeits- und Lebensbedingungen

rubriken

5 **Intern. Aktionen, Veranstaltungen, Personen**

34 **Service / Seminare**

36 **Impressum**

38 **Leute / Preise**

einhefter

Der neue Presseausweis 2006
Eine Plastikkarte mit neuem Outfit wird den papiernen bisherigen Ausweis im kommenden Jahr ablösen. Informationen zur Vergabe (mit Adressen) sowie das Antragsformular zum Heraustrennen finden «M»-LeserInnen in der Heftmitte.

Digitale Machtspiele

Kaum eine Branche befindet sich derzeit in so spannenden Umbrüchen wie die Medien. Für Deutschland und ein demokratisches Europa stehen damit nicht nur wirtschaftliche, sondern auch medienpolitische Fragen auf der Tagesordnung. Denn die digitale Zeitenwende ist nur scheinbar rein technisch-technologisch, sie birgt Chancen und Risiken – für die individuelle wie die gesellschaftliche Kommunikation (Titel S. 8 – 12).
Unzählige Programme und Dienste können schneller und gleichzeitig auf teils völlig neuen Wegen zu den Menschen gelangen, die darin interaktiv mitmischen. Individuelle Bedürfnisse können noch individueller befriedigt werden. Das jedoch setzt entsprechende attraktive Inhalte und „Mehrwerte" für den Konsumenten voraus – nicht zuletzt, um ihn vom Free- ins Pay-TV zu locken. Zugleich ermöglicht die Digitalisierung neue Werbeformen, aber auch konzentrierte Einflussnahme, weil der Content vieler verschiedener Medienprodukte nun aus einer Hand kommt – Crossmedialität überschreitet traditionelle Grenzen. Da erscheinen Verwerfungen à la Product Placement wie ein Abgesang der alten analogen Welt und zugleich schauriger Ausblick in die neue, digitale Werbewelt (Kolumne S. 7).
Und wo hat in diesem Szenario der öffentlich-rechtliche Rundfunk seinen Platz? Kürzungen von Politmagazinen (S. 6), Verbannung anspruchsvoller TV-Formate in Randzeiten, das Kopieren von Dudelwellen, Selbstkommerzialisierung, das Mitbuhlen bei Werbung und Sponsoring um jeden Preis können nicht dessen Zukunft sein.
Zumal auf der anderen, der privaten Seite die Protagonisten aufrüsten – der Springer-Deal mit ProSieben-Sat.1-Besitzer Haim Saban hat eben nicht nur eine ökonomische Seite. Tendenzen der Medienkonzentrationen sind eben auch Tendenzen zu Kommunikationsmacht. Die Medienregulierer stehen vor völlig neuen Anforderungen, wollen sie – jenseits von wirtschaftlicher Kartellkontrolle – Meinungsvielfalt sichern (Interview S. 14 / 15).
Wie kann deren Verletzung, also Meinungsmacht, definiert und verhindert werden? Haben die Aufsichtsgremien sowohl im privaten wie auch im öffentlich-rechtlichen Rundfunkbereich eine entsprechende Handhabe, ihrem Auftrag gerecht zu werden? Sind demokratische Gremien wie Rundfunkräte in der aktuellen Aufstellung wirksame Kontrolleure im Auftrag der Gebührenzahler? Ist das jetzige Modell der Gebührenfinanzierung noch zeitgemäß? Wird die Lokkerung der Brüsseler Richtlinien im Product Placement zum Holzweg? Erfährt das neue Informationsfreiheitsgesetz für Bundesbehörden bald eine mutigere Ausgestaltung und wann wird es in allen Bundesländern ein IFG geben? (S.17)
Brennende Fragen, die nicht nur ökonomisch oder moralisch, sondern auch von Parlamenten und Politikern beantwortet werden müssen, die sich ihrer Verantwortung für die Gestaltung gesellschaftlicher Kommunikation bewusst sein sollten. Umso unverständlicher ist es, dass im gerade entbrannten Wahlkampf um die Regierungsmacht in Deutschland keine Partei Medienpolitik zum Thema macht? Will man sich mit den „Medienmächten" nicht anlegen?

Karin Wenk,
verantwortliche Redakteurin

contra

Papier vor „Häuserkampf"

ebenfalls sehr breit angelegten Arbeitskampf nun das begonnen, was in den letzten Monaten immer wieder als Schlagwort die Runde gemacht hatte: der Häuserkampf, also das Ringen um die Durchsetzung neuer Tarifverträge auf der Ebene einzelner Unternehmen, Konzerne und Regionen.
Auch in der zehnten Verhandlungsrunde hatte der HPV völlig kompromisslos seine Forderung nach Arbeitszeitverlängerung auf 40 Stunden in der Woche aufrecht erhalten. Zudem nahmen die Unternehmer bereits gegebene Zusagen zurück und schoben Forderungen zur Ausweitung der Samstagsarbeit und zur Reduzierung der Jahresleistung auf 35 Prozent nach. Deutlicher konnten sie nicht demonstrieren, dass ihnen der Flächentarifvertrag nichts mehr wert ist. Nach dem Scheitern der Verhandlungen zum Manteltarifvertrag blieben am 15. Juli 2005 dann auch die Gespräche über einen bundesweiten Lohnabschluss ergebnislos. Die ver.di-Tarifkommission der Papier, Pappe und Kunststoffe verarbeitenden Industrie hat daraufhin beschlossen, die Tarifauseinandersetzung für die Wiederinkraftsetzung des Manteltarifvertrages und für eine Erhöhung der Löhne, Gehälter und Ausbildungsvergütungen nun auf Konzern- und Firmenebene oder regional zu führen. *Henrik Müller* ■

Foto: Jürgen Seidel

Ringen um den Manteltarifvertrag in der Papierverarbeitung: Beschäftigte der VG Nicolaus in Pulheim, Van Genechten Packaging, beteiligten sich an den Warnstreiks im April dieses Jahres.

100 Prozent Springer

Die Axel Springer AG wird neuer Mehrheitseigner der ProSiebenSat.1-Gruppe. Sie stockt ihre Beteiligung von derzeit rund 12 Prozent auf 100 Prozent der stimmberechtigten Stammaktien und auf 25 Prozent der nicht stimmberechtigten Vorzugsaktien auf. Der Erwerb der Anteile von der Investorengruppe um Medienmilliardär Heim Saban für 2,5 Milliarden Euro steht unter dem Vorbehalt der kartell- und medienaufsichtsrechtlichen Freigabe.
Angesichts dieser Übernahme fordert ver.di Regelungen der Konzentrationskontrolle für die gesamte Medienwirtschaft. „Kartellrecht und Rundfunkstaatsvertrag reichen nicht aus, um konzentrierte Meinungsmacht zu begrenzen“, kritisierte ver.di-Vize Frank Werneke. Cross-mediale Strategien großer Konzerne würden zu einer wechselseitigen Verstärkung von Meinungsmacht in Print- und AV-Medien führen. Sie böten das „ideale Umfeld für Agenda-Setting und wettbewerbsbegrenzende Vermarktungsstrategien“, die für die Verbraucher undurchschaubar blieben.

Berliner Solibasar 2005

Der Solibasar der Berliner Journalistinnen und Journalisten 2005 findet in diesem Jahr auf dem Potsdamer Platz am 27. August von 10 bis 17 Uhr statt. Der Erlös wird einem ökologischen Lehmhausprojekt für Slumbewohner in Otjiwarongo, Namibia, gespendet, das vom Solidaritätsdienst International e.V. (SODI) betreut wird.
Die Schirmherrschaft hat Peter Ensikat, Autor, Regisseur und Kabarettist übernommen. Wie in jedem Jahr gibt es viele Möglichkeiten für Gespräche mit Autoren, Redakteuren und Künstlern. Der Talk um 14 Uhr auf der Bühne hat das Thema: „Gibt es eine historische Verantwortung für die Nord-Süd-Politik Deutschlands?“ u.a. mit Detlef Dzembritzki, Petra Pau, Christian Ströbele.

taz schließt Verlagsstandort

Die taz will ihren „Verlagsstandort Hamburg“ stilllegen, so die Information der Geschäftsführung. Danach soll die Anzeigen-Akquise von einer Agentur, möglicherweise durch outgesourcte KollegInnen, übernommen werden. Der Rest der Verlagsarbeit soll nach Berlin in die taz-Zentrale verlagert werden. In Hamburg würde dann nur noch ein taz-Redaktionsbüro verbleiben.

dju und FG Rundfunk / Film / AV-Medien in ver.di veranstalten den

19. Journalistentag 2005 zum Thema: Eurovision Content – Brüssel re(di)giert mit

Am 26. November 2005, 10.30 bis 17 Uhr, im Haus der ver.di Bundesverwaltung, Paula-Thiede-Ufer 10, 10179 Berlin.

Unter dem Titel: „Wege durchs Labyrinth“ soll an Beispielen gezeigt werden, wie europäische Richtlinien, Bestimmungen in die Alltagsarbeit von Redaktionen und Journalisten eingreifen. „Content management in der EU – Auswirkungen des EU-Rechts auf die Rahmenbedingungen und auf die Inhalte von Presse und Rundfunk“ ist der zweite Aspekt des Themas Europa. Als Referent zum Thema „Medienfreiheit im „Gemeinsamen Markt“ – Regulierung und Wettbewerb – konnte Prof. Dr. Dieter Dörr, Universität Mainz, Vorsitzender der KEK, gewonnen werden.
Die abschließende Podiumsdiskussion dreht sich um Chancen und Herausforderungen journalistischer Interessenvertretung „Zwischen Lobby und Widerstand“ und soll Erfahrungen und Perspektiven europäischer Initiativen für Journalisten und Medien ausloten.
Infos laufend aktualisiert im Netz unter: www.dju.verdi.de/Termine

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

ver.di Bundesverwaltung
Karin Wenk, «M»-Redaktion
10112 Berlin
Telefon: (030) 69 56 23 26
Fax: (030) 69 56 36 76
E-Mail: karin.wenk@verdi.de

Qualität leidet

„Arbeitszeit täglich ein Marathon?“ in «M» 06 – 07 / 05, Seite 8

Die schleichende Arbeitszeitverlängerung unter Journalisten ist ein typisches Merkmal für Marktversagen. Unternehmer wie Hubert Burda glauben, besonders schlau zu sein, und sich einen Vorteil zu erhaschen. Dabei bereiten sie ihrem Verlagshaus in erster Linie nur zusätzliche Probleme. Denn endlose Mehrarbeit lässt die Fehlerteufel in die Höhe schnellen. Die Folge ist eine deutliche journalistische Qualitätsabnahme, die vor allem die wichtige Stammleserschaft verärgern dürfte. Die zurückgehenden Auflagen deutscher Printpublikationen, insbesondere im Abonnementbereich, sprechen diesbezüglich eine sehr deutliche Sprache. Die Verleger haben die Signale nur noch nicht erkannt! *Rasmus Ph. Helt, per Mail* ■

Untersuchung gefordert

„Der Zuschauer im Mittelpunkt“ in «M» 06 – 07 / 2005

Ignorant und selbstgerecht weist Herr Gruber die unter Gebührenzahlern weit verbreitete Beobachtung von der „Konvergenz der Systeme“ zurück.

Es mag ja sein, dass noch Unterschiede zwischen den Privaten und den Öffentlich-Rechtlichen feststellbar sind. Doch Qualität ist kein relatives Kriterium: die Bürger zahlen ihre Rundfunkgebühren nicht dafür, dass keine Big-Brother-Reality-Shows gezeigt werden. In ARD und ZDF sieht man anstelle kritischer Dokumentarfilme zur besten Sendezeit regelmäßig reißerische Polizei-Reportagen (ohne große Rücksichtnahme auf die Menschenwürde!) oder politisch einseitige Gesprächsrunden mit bestenfalls einem Alibi-Sozial-Verantwortlichen.

Preisgekrönte Dokumentarfilm-Reihen werden aus dem ARD-Programm gestrichen, weil sie die 10-Prozent-Hürde nicht schaffen. Insgesamt ist der (sozial-)kritische Dokumentarfilm in Deutschland in der Krise, weil die Öffentlich-Rechtlichen dieses Genre kaum noch senden.

Ich schlage vor, dass ver.di in Zusammenarbeit mit anderen Interessengruppen eine gründliche Untersuchung über die Veränderungen der öffentlich-rechtlichen Informations- und Bildungsprogramme durchführt. Dies würde den Voluntarismus der Gruber'schen Selbsteinschätzung dokumentieren.

Uli Franke, per Mail (Initiative „Rette dein Radio“, www.rettedeinradio.de) ■

Aktionen, Veranstaltungen, Personen

Wahl-Website | Unter www.wahl2005.verdi.de wurde eine Website zur Bundestagswahl eingerichtet. Motto: „Auf das Soziale kommt es an“.

Presseplaner brandneu | Den ersten Kalender von Journalisten für Journalisten gibt es für 2006 bei der dju in ver.di: Kalendersystem im Westentaschenformat, Ledereinband, auswechselbare Kalender- und Service-Seiten, gängige 6fach-Lochung, mit 130 Seiten journalistenspezifischem Informations- und Serviceteil – von Praktikern entwickelt. Aktualisierungsmöglichkeit passwortgeschützt über Internet-Angebot www.presseplaner.info Bezug über die ver.di-Landesbezirke / Fachbereich Medien oder über Verlagsgesellschaft W.E. Weinmann mbH, Postfach 1207, 70773 Filderstadt, Fax: 0711/70 01 53 10, Mail: service@verlag-weinmann.de, 25 Euro + Versandkosten.

Hochschulgruppe | In Hamburg hat sich eine dju-Hochschulgruppe für die Universität und die Hochschule für Wirtschaft und Politik gebildet. Erster Vorsitzender: Konstantin Erb, zweiter Vorsitzender: Mirko Knoche, Schatzmeister ist Gregor Best. Kontakt: www.dju-hochschulgruppe.de E-Mail: erb@dju-hochschulgruppe.de

Bildungsrabatt | Die Journalistenakademie (JA) in München und die dju in ver.di bieten dju-Mitgliedern, die sich privat und auf eigene Kosten weiterbilden wollen, auf die berufsbegleitenden Kurse der JA einen Rabatt von 50 Prozent an. Der nächste Lehrgang „Presse- und Öffentlichkeitsarbeit“ beginnt am 14. Oktober. www.journalistenakademie.de/seminare/prbg.htm

Widerstand gegen Textklau in Online-Datenbanken | Wer in Deutschland für Zeitungen oder Zeitschriften schreibt, kann ziemlich sicher sein, dass seine Urheberrechte systematisch verletzt werden. Online-Datenbanken wie www.gbi.de und www.genios.de archivieren kontinuierlich große Teile der deutschen Presse und bieten die einzelnen Artikel gegen Gebühr zum Download an – ohne dass die Autorinnen und Autoren davon erfahren, geschweige denn auch nur einen Cent dafür bekommen.
Auf Anregung freier KollegInnen hat es die dju in ver.di übernommen, in engem Kontakt mit dem DJV die Kommunikation der Betroffenen zu koordinieren. Vernetzt werden sollen alle, die sich gegen die Verletzung ihrer Rechte in Online-Datenbanken wehren wollen, egal ob sie bei ver.di, im DJV oder gar nicht organisiert sind. Wer immer dabei mitmachen will, sollte sich an der Mailingliste datenbankhonorar@yahoogroups.de beteiligen. Der Beitritt zu dieser Liste ist aber nur möglich mit einer Mail an datenbankhonorar@mediafon.net, die auch den Klarnamen enthalten muss. Wer wissen will, ob auch seine Artikel unbefugt bei gbi verkauft werden, gibt einfach bei www.gbi.de als Suchwort seinen Namen ein. Weitere Infos: www.mediafon.net/download/gbi_vorgehen.pdf ■

Anzeige

Pionier des Politmagazins

Gert von Paczensky: Der Erfinder von „Panorama“ wird 80

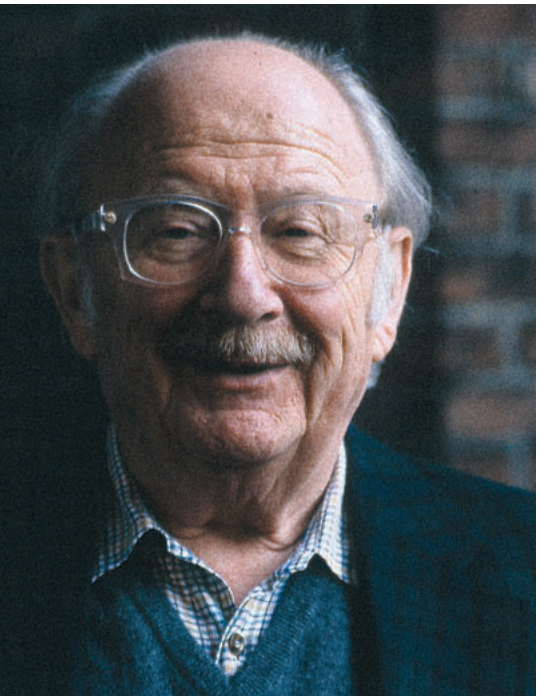


Foto: privat

Gerd von Paczensky

Von Ulla Lessmann | Gerd von Paczensky ist ein sehr freundlicher Mann, oft verschmitzt, häufig ironisch. Aber dass die ARD ihre Politikmagazine kürzen will, findet er nicht komisch, sondern „unerhört, ein Skandal. Das Ergebnis des mutmaßlich schlechten Geschmacks der ARD-Programmverantwortlichen. Es ist ein Rätsel, warum die sich zu Gefangenen der Quote machen und diesen falschen Stolz auf gute Quoten haben.“ Die BBC, weiß der ehemalige Londonkorrespondent, hat sich unter privater Konkurrenz modernisiert, ohne kritischen Journalismus aufzugeben. „Aber bei uns sehe ich das Versagen der Sachwalter des öffentlich-rechtlichen Fernsehens darin, angesichts der kommerziellen Sender nicht die journalistischen Stärken zu betonen.“

Bücher über die Dritte Welt

Seit fast 60 Jahren ist Pacz, wie ihn nicht nur Freunde nennen, ein kritischer Journalist, der bis heute mit dem Etikett „Linksintellektueller“ keine Probleme hat. Er war seit 1946 unter anderem 12 Jahre bei der „Welt“, bevor die durch Springer auf Kalten-Kriegs-Kurs eingeschworen wurde, auch mal stellvertretender Stern-Chefredakteur und Chefredakteur von Radio Bremen. Berühmt geworden ist von Paczensky als Erfinder („es waren aber mehrere beteiligt“) von „Panorama“, seitdem gilt er als Pionier des kritischen Fernsehjournalismus. Er machte das regierungskritische Magazin zu einer aufklärerischen Institution im Adenauer-Deutschland. Die Bild-Kampagne „Der Spitzbart muß weg“ wurde zum geflügelten Wort, der „Spitzbart“ ging von selber. Von Paczensky war oft und gerne der erste mit einer Idee, aber auch der erste, der ging, wenn ihm etwas nicht paßte oder ihm einer rein redete, immer konsequent, wenn er sich parteipolitisch vereinnahmt oder gegängelt fühlte. „Es gibt auch heute kritische Journalisten, aber wenige. Die Verleger sind noch mächtiger geworden und lassen nichts ins Blatt, das Anzeigenkunden ärgert.“ Außerdem: „Zeitungsjournalisten wurden schon immer lausig bezahlt.“

Drei Jahrzehnte war von Paczensky ein „begeisterter Restauranttester“, auch auf diesem journalistischen Feld gehört er zu den Pionieren. Vor zwei Jahren war Schluß mit den Kolumnen in „essen & trinken“. „Seit ich aufgehört habe, mich für das Thema interessieren zu müssen, interessiert es mich schlagartig nicht mehr“, schmunzelt der Ehrenbürger von Cognac, „ich entdecke eine Vorliebe für Frikadellen und deutsche Landgasthäuser und lese keine Restaurantkritiken mehr.“ Die „Kulturgeschichte des Essens und Trinkens“, die er gemeinsam mit seiner Frau, der Schriftstellerin Anna Dünnebier, geschrieben hat, dokumentiert seine über das Kritisieren hinausgehende Lust am Thema ebenso wie die Bücher über Cognac, Champagner, französische Küche. Sein „wichtigstes Anliegen, mein wichtigstes Thema“ aber war immer die sogenannte Dritte Welt. „Da bin ich fanatisch interessiert. Was die Europäer den Entwicklungsländern angetan haben, müssten sie gut machen, anstatt irgendwelchen diktatorischen Halunken Geld hinterherzuwerfen.“ Aus diesem lebenslangen Interesse sind Bücher und Filme über die Verheerungen durch die Mission („ein wenig erfolgreiches Buch“) und die Geschichte des Kolonialismus, über den Algerienkrieg und die Rolle der Ölkonzerne entstanden. Diese Themen werden mit seinem Namen freilich kaum verbunden, was ihn ein bißchen wurmt. Das Dreivierteljahr 1974 als witziger Moderator der legendären Talkshow „III nach 9“ mit Marianne Koch und Wolfgang Menge haben „die Leute besser im Gedächtnis als meine Arbeit über den Algerienkrieg“. Es war aber „leicht, anders zu sein als die anderen, weil es keine Talkshows gab“.

Es ist nie zu spät

Heute sieht der in Köln lebende Publizist sehr wenig fern, meistens schon die Politmagazine. Abends arbeitet er, hört viel Radio, liest gründlich die „Emma“ seiner Freundin Alice Schwarzer, deren Biografie er gemeinsam mit seiner Frau geschrieben hat. Gerade beginnt er zum wiederholten Male James Joyce „Ulysses“ zu lesen, „ein Dauerbrenner, aber irgendwann schaffe ich das“. Der im August 80jährige schreibt, recherchiert stundenlang im Internet. Ein neues Buch mit dem Arbeitstitel „Die Ernährungsmafia“ ist fertig. Es klärt über die Verquickungen zwischen Pharmaindustrie, Medizin und Medizinjournalismus bei der Kampagne gegen angeblich schädliches Cholesterin und für Cholesterinsenker auf. Das PEN-Mitglied ist vor 12 Jahren aus dem Verband Deutscher Schriftsteller aus nicht prinzipiellen Gründen ausgetreten, Anfang der 90er Jahre war er Bundesvorstandsmitglied. Seine Frau ist Vorsitzende des VS-NRW in ver.di und dessen stellvertretende Bundesvorsitzende. Eigentlich, findet Pacz, hätte er längst wieder eintreten sollen. „Zu spät ist das nie.“ Zumal er sich „zutiefst über den schrecklichen Sozialabbau durch die sozialdemokratische Regierung“ ärgert. ■

Kürzungen

Die ARD-Intendanten haben im Juni beschlossen, ab Januar 2006 die Sendezeiten von sechs Politikmagazinen von 45 auf 30 Minuten zu kürzen. Damit so, Frank Werneke, stellvertretender ver.di-Vorsitzender, „ist eine der letzten Bastionen kritischer Öffentlichkeit im Rundfunk gefährdet“. Investigativer Journalismus wie er in den Redaktionen von „Panorma“, „Monitor“, „Report Mainz“, „Report München“, „Fakt“ und „Kontraste“ seit Jahrzehnten praktiziert werde, sei eines der Markenzeichen des öffentlich-rechtlichen Programms und schärfe sein Profil.

Scherbenhaufen

Die Krise der ARD und die Debatte um Product Placement

Von Tilmann P. Gangloff | Die ARD steht vor einem Scherbenhaufen. Hätten die Intendanten geahnt, was noch auf sie zukommt, sie hätten ihre Idee von der Beschwerde beim Bundesverfassungsgericht vermutlich gar nicht erst öffentlich geäußert. So aber legen die üblichen schlichten Schlagzeilen nahe, der Senderverbund könne den Hals nicht voll kriegen. Tatsächlich ist der Ruf ziemlich ramponiert: Über Jahre hinweg hat die ARD-Tochter Bavaria Film vor allem in der Serie „Marienhof" organisierte illegale Schleichwerbung betrieben. Die läppische Summe, die auf diese Weise eingenommen wurde – es soll sich um 1,5 Millionen Euro handeln – steht in keinem Vergleich zu dem jetzt zu beklagenden Image-Schaden. Dass kurz drauf auch noch die Sportchefs des Hessischen Rundfunks (Jürgen Emig) und des Mitteldeutschen Rundfunks (Wilfried Mohren) der Korruption überführt werden konnten, war ein weiterer Tiefschlag. Mancherorts stellt man sich die bange Frage, ob „Marienhof" und diverse „Tatort"-Krimis einerseits sowie Emig und Mohren andererseits schon der ganze Eisberg waren; oder womöglich nur die Spitzen.

Dabei könnte sich zumindest die Aufregung um „Marienhof" bald schon wieder legen: Angesichts einer Praxis, die längst nicht nur in Deutschland gang und gebe ist, werden Forderungen laut, das so genannte Product Placement zu legalisieren. Bereits jetzt ist es beispielsweise in der Filmwirtschaft üblich, Sponsoren, deren Produkte in die Handlung integriert sind, im Abspann dankend zu erwähnen. Gleiches zieht die EU-Kommission auch für das Fernsehen in Erwägung. Das allerdings hieße Abschied nehmen von einem Grundsatz, der für den Journalismus oberstes Gebot ist: die strikte Trennung von redaktionellem Teil und Reklame. Die für Medien zuständige EU-Kommissarin Viviane Reding hat bereits laut darüber nachgedacht, dieses Prinzip aufzuweichen. Hintergrund sind die zunehmenden Probleme der privatrechtlichen Fernsehsender, ihre Programme durch Werbespots zu finanzieren. Man muss übrigens gar nicht erst die USA bemühen, wo „Advertiser Funded Programming", das nicht nur indirekt, sondern ganz durch Werbekunden finanzierte Programm, völlig üblich ist: Auch in Österreich sind Produktplatzierungen in Fernsehfilmen und Serien erlaubt.

Neue „Qualität"

Bereits vor einem Jahr hatte Dr. Volker Lilienthal an Beispielen aus der ZDF-Serie „Sabine" Schleichwerbung nachgewiesen, die seiner Ansicht nach eine „neue Qualität" erreichte. Denn „die öffentlich-rechtliche Anstalt verkaufte diese Schleichwerbung auf eigene Rechnung zum eigenen Vorteil", betonte Lilienthal in einem interessanten Vortrag auf dem Journalistentag der dju Ende November 2004.

Die Dokumentation über die Veranstaltung „Embedded forever – Verkommt der Journalismus im bequemen Bett von PR und Marketing?" ist in den Medienbereichen der ver.di-Landesbezirke noch erhältlich.

Fotos: ZDF / Lilienthal

Wie so oft in der Vergangenheit erwägt ein Gesetzgeber also, gegenüber der normativen Kraft des Faktischen zu resignieren. Auch in der deutschen Medienlandschaft sind die Rundfunkgesetze immer wieder den Gegebenheiten angepasst worden: Erst haben Medienmogule wie Leo Kirch Realitäten geschaffen, dann wurden die Gesetze entsprechend geändert. Natürlich leiden die Privatsender immer noch unter den Nachwirkungen der Medienkrise; andererseits hält sich das Mitleid angesichts eines kommerziellen Gesamtprogramms, das immer unverhohlener auf den kleinsten gemeinsamen Nenner eines möglichst großen Publikums schielt, in Grenzen. Außerdem ist eine Marktbereinigung in der unnatürlich aufgeblähten hiesigen Fernsehlandschaft schon seit Jahren überfällig.

Für klare Verhältnisse

Gleiches ließe sich freilich, wird mancher einwenden, auch über das öffentlich-rechtliche System sagen. Immer noch schwebt das Damokles-Schwert jenes Ministerpräsidentenpapiers über ARD und ZDF, demzufolge sowohl das Hörfunk- wie auch das Fernsehangebot deutlich eingeschränkt werden sollen. Und noch eine Forderung kommt nun wieder auf den Tisch: Eine ausschließliche Gebührenfinanzierung wäre zwar keine Garantie gegen zukünftige Skandale, würde aber für klare Verhältnisse sorgen. Gegner dieses Vorschlags verweisen darauf, dass das ohnehin bloß vermeintlich unabhängige öffentlich-rechtliche System damit auf Gedeih und Verderb der Willkür der Politik ausgeliefert sei. Andererseits würde das Modell der automatischen Gebührenanpassung an die allgemeine Kostensteigerung (wie von der ARD vorgeschlagen) wiederum für Unabhängigkeit sorgen. Expansionen von ARD und ZDF wären nach diesem Modell allerdings nicht mehr möglich; der Status quo wäre festgeschrieben.

Natürlich würde das Verdikt der völligen Werbefreiheit auch jede Form von Produktplatzierung, ganz gleich, wie legal sie dann wäre, ausschließen. Schluss wäre zudem nicht nur mit den unerträglichen Gewinnspielen im Rahmen von Fußballübertragungen, die ohnehin eine Beleidigung der Intelligenz darstellen, sondern auch mit dem längst grassierenden Sponsoring („diese Sendung wird präsentiert von…").

Selbstredend würden ARD und ZDF diesem Szenario nur bei entsprechendem Gebührenausgleich zustimmen. Allerdings wäre die Abwesenheit jeglicher Reklame wohl nur wenigen Gebührenzahlern einen zusätzlichen Euro wert; Kulturpessimisten haben die Hoffnung auf richtig gutes Fernsehen ohnehin längst aufgegeben. ■

Tilmann P. Gangloff, Medienfachjournalist aus Allensbach

Foto: privat

Alles digital, oder was?

Die Digitalisierung des klassischen Rundfunks in Deutschland kommt nur langsam voran – gemessen an dem Ziel, zwischen 2010 und 2015 komplett aus der analogen Übertragung auszusteigen. Der Umstieg mit neuen Geräten und Diensten wird wieder im Mittelpunkt der Internationalen Funkausstellung (IFA) stehen. Doch was kommt konkret auf die Macher und Verbraucher zu?

Von Holger Wenk

Die Zahlen sind nicht gerade berauschend: Erst 18 Prozent (6,42 Mio) der knapp 35 Millionen TV-Haushalte in Deutschland haben sich vom analogen Fernsehen verabschiedet. Trotzdem ist der Kölner Vermarkter IP der RTL-Senderfamilie optimistisch, dass nun langsam Schwung in den Umstieg kommt. Immerhin erhöhte sich die Zahl der Digitalhaushalte seit Januar dieses Jahres um 1,75 Millionen. Der Anstieg ist ganz einfach zu erklären: Nach dem weltweiten Vorreiter Berlin-Brandenburg sind nun auch andere Regionen und Ballungsräume hierzulande konsequent auf DVB-T (s. Kasten) umgeschwenkt: Norddeutschland, NRW, Rhein-Main und Bayern. Insgesamt nutzen nun über eine Million Haushalte digitales Antennenfernsehen, 3,48 Mio digitalen Satellit und 1,89 Mio digitales Kabel.

Was mit dem DVB-T-Komplettumstieg an der Spree vor über zwei Jahren begann ist deutschlandweit „eine Erfolgsstory“, jubelt auch die Industrie – sie hat bisher über 3,5 Mio Decoder für das „Überallfernsehen“ verkauft. Noch ist der Begriff etwas marktschreierisch, denn die DVB-T-Sendegebiete sind ein Flickenteppich. Zwar würden die öffentlich-rechtlichen Sender, besonders die ARD, das digitale Antennenfernsehen gern flächendeckend anbieten, doch die Privaten ziehen bei der zunächst kostenträchtigen Umrüstung nicht mit. Mittelfristig rechnet sich das aber nicht nur für die Boxenhersteller, sondern auch für die Sender: Sie können zweistellige Millionenbeträge jährlich einsparen, da über einen Kanal

Foto: Projektbüro DVB-T-Bayern

zeitgleich vier TV-Programme übertragen werden können. Noch effektiver ist die Digitalisierung bei Kabel und Satellit, den beiden anderen TV-Übertragungswegen. Da gehen bis zu 10 Programme in einen Kabelplatz bzw. über einen Transponder.

Torschüsse als Radio-Video

Trotzdem hinkt Deutschland im Vergleich zu anderen europäischen Ländern beim Analog-digital-Umstieg hinterher. In Großbritannien etwa sind schon 60 Prozent aller Haushalte digital, etwa 40 Prozent via Antenne. Und auch das digitale Radio DAB hat auf der Insel schon Millionen Fans, während der Standard in Deutschland als gescheitert angesehen werden kann – trotz eines Sendenetzes, das fast 90 Prozent der Fläche abdeckt. Offenbar ist die Mehrheit der Verbraucher und Veranstalter mit dem alten UKW zufrieden und hat keine Lust, die etwa 250 Millionen analogen Radiogeräte durch überteuerte DAB-Kästen auszutauschen.

Kein Wunder, dass auf Initiative der Medienanstalt Berlin-Brandenburg (mabb) nun landesweit eine medienpolitische DAB-Debatte läuft, in der sich drei Tendenzen abzeichnen.

1. Besteht Einigkeit darüber, dass das Radio um die Digitalisierung nicht drumherum kommt.
2. Ist DAB, zumindest in seiner ursprünglichen Form, nicht ausreichend, weshalb eine Kombination mit digitaler Lang-, Kurz- und Mittelwelle (DRM) sowie die Weiterentwicklung als Multimedia-Radio (DMB) nötig ist.
3. Als Nebenbei-Medium eignet sich Radio hervorragend, bei den drei digitalen DVB-Fernsehwegen (Satellit, Kabel, Antenne) mitübertragen und sogar als Zusatzdienst in Mobilfunknetze integriert zu werden.

Die Auswege aus dem DAB-Debakel werden zunächst die Berlin-Brandenburger, die Bayern sowie die Bewohner der drei Bundesländer Sachsen, Sachsen-Anhalt und Thüringen spüren: Im Freistaat sowie in Mitteldeutschland starten parallel zur IFA 2005 DMB-Projekte und in der Hauptstadtregion gibt‘s künftig jeweils zwei Dutzend Radioprogramme via DVB-T bzw. DVB-H. Zur Fußball-WM 2006 wird gar bundesweit erwogen, die spannendsten Spiele via digitalem Multimediaradio DMB zu übertragen und Torschüsse als „Radio-Video“ anzubieten. Doch auch andere DVB-T-Gebiete wie Norddeutschland planen, einen Kanal für den „Handy-Rundfunk“ DVB-H zur Verfügung zu stellen. Und in Hessen läuft seit Sommer ein Handy-Hörfunk-Experiment von FFH und Nokia, das so genannte Visual Radio.

Ungeachtet dessen kommt die renommierte Beratungsfirma Mercer Management Consulting in ihrer aktuellen Studie über „Entwicklungsperspektiven in Deutschland“ zu dem Schluss, dass Kooperationen zwischen Netzbetreibern, Diensteanbietern und Medienhäusern unerlässlich sind, um der Digitalisierung einen kräftigen Schub zu geben“. Es fehle „eindeutig an einer treibenden Kraft“, konstatiert Ale-

Foto: http://media.ses-astra.com

xander Mogg: „Solange der Konsument nicht absehen kann, in welche Technologie er zukunftssicher investieren soll, steht eine unüberbrückbare Hürde zwischen Endverbraucher und der neuen Mediengeneration."

Ähnlich sieht es die EU – nicht nur für Deutschland. Viviane Reding, Kommissarin für Medien und Information, hat die Mitgliedstaaten aufgefordert, den Digital-Übergang beim Rundfunk zu beschleunigen. Nach Brüsseler Vorstellungen soll Anfang 2012 analog abgeschaltet werden, zumindest bei der terrestrischen Programmverbreitung. Bislang gab es in den einzelnen Ländern unterschiedliche Pläne, für Deutschland hatten sich schon vor acht Jahren Regierung und Industrie auf 2010 (TV) bzw. 2015 (Radio) als analoge Abschalttermine geeinigt. Für ihren Vorstoß hat die EU klare Wirtschaftsargumente: Digitaler Rundfunk braucht nur die Hälfte der vorhandene Sendekapazitäten – die andere Hälfte ließe sich für neue (Bezahl-)Dienste nutzen. Außerdem kurble der Geräte-Ersatzbedarf von jährlich mindestens 20 Milliarden Euro das Geschäft von Industrie und Handel an.

Genau damit rechnen die Hersteller, die jetzt schon Umsatzsteigerungen von fast vier Prozent vermelden – und strömen in neuer Rekordzahl zur Internationalen Funkausstellung 2005 Anfang September nach Berlin. Die IFA als weltgrößte Messe ihrer Art ist voll ausgebucht, erweitert die Ausstellungsfläche um 20 Prozent und sieht sich als „Impulsgeber für Consumer Electronics", wie Messe-Chef Christian Göke jubelt. Seiner Meinung nach sei neben Flachbildtechnik, Heimvernetzung und neuer Mobiltechnik „der Qualitätssprung HDT" dieses Jahr prägender IFA-Trend. Ähnlich sieht es Georg Kofler und startet mit seiner Premier-Pay-TV-Plattform im November ein eigenes Bouquet von drei Kanälen für das hochauflösende Fernsehen. Der Medienmanager mit Näschen fürs Geldverdienen befindet sich damit im Einklang mit Mercer Management, die in ihrer jüngsten Studie „attraktive Inhalte und Mehrwert" fordern, um „den Konsumenten sukzessive aus der Gratis- in die Bezahlkultur zu führen".

Foto: Nokia

Genau das ist die eine Hälfte der Digitalisierung: Neben der Einsparung von Übertragungskosten spülen die Geräteanschaffung durch die Konsumenten und verführerische Bezahl-Dienste zusätzliche Milliarden in die Kassen von Herstellern, Programmveranstaltern und Netzbetreibern. Letztere liefern sich gerade beim Kabel heftige Verteilkämpfe – angeheizt durch internationale Investmentfonds, die auf Rendite drängen. Andererseits bringt die Digitalisierung für die Kunden auch Vorteile: Abgesehen von besserer Ton- und Bildqualität und höherer Mobilität durch DVB-T/-H wächst die Vielfalt der Rundfunkprogramme. Drei Dutzend neue Digital-Programme bei Radio und TV sowie etliche neue Dienste wie T-Vision (Video via DSL), Radio, TV und Telefonie bei AOL oder die TV-Dienste der Mobilfunkbetreiber befriedigen inzwischen nahezu jedes Interessen noch so kleiner Zielgruppen: Ob Weinkenner, Wettfan oder Erotiker.

Zauberwort Triple-Play

Allerdings warnt Alexander Moog die Wettbewerber: „Einseitige Kooperationen oder gar Einzelkämpfertum verringern die Chancen, den TV-Konsumenten aus der Gratis- in die Bezahlkultur zu führen". Damit der Mediennutzer „zum zahlungswilligen und langfristigen Kunden wird, muss eine kontrollierte Migration der attraktiven Inhalte vom Free-TV ins Pay-TV erfolgen – gepaart mit neuen und auch interaktiven Sendeformaten." Ein Zauberwort der Wettbewerber ist das so genannte Triple-Play, also das Angebot von drei Diensten aus einer Hand. So wird Kabel Deutschland, die schon in Konkurrenz bzw. Ergänzung zu Premiere ein eigenes Digital-TV-Programmpaket anbieten, künftig auch großflächig Telefonie und Internetnutzung übers Rundfunkkabel offerieren. Im Gegensatz dazu wollen Telefonanbieter in Deutschland nach dem Vorbild von Nachbarländern wie Schweiz und Frankreich auch DSL-Fernsehen den Kunden schmackhaft machen. „Produktbündel werden die nächste Phase des TV- und Kommunikationsdienste-Marktes entscheidend prägen", so Philipp Geiger, Breitbandexperte der Beratungsfirma So-

Begriffserklärung

DVB (-C, -T, -S) Digitales Fernsehen; Bewegtbild- und Toninformationen werden im Gegensatz zum analogen Rundfunk als Datenstrom ausgestrahlt; alle drei Übertragungswege haben einen eigenen Standard – das Kürzel **C** steht für Kabel, **T** für terrestrisch (Empfang via Antenne) und **S** für Satellit

DAB / DRM Digitaler Hörfunk, Toninformationen werden im Gegensatz zum analogen Radio (UKW) als Datenstrom ausgestrahlt, wobei zusätzlich auch programmunabhängig Textdaten und Grafiken terrestrisch verbreitet werden können, die auf einem kleinen Bildschirm am Radiogerät sichtbar sind; für Mittel- und Kurzwelle gibt's den Digital-Standard DRM (digitales Weltradio)

DMB Digitaler Multimedia-Rundfunk; diese Weiterentwicklung von DAB kann neben Ton- und Textdaten gleichzeitig Stand- und Bewegtbilder übertragen und eignet sich wie DVB für die Verbreitung von Hörfunk und Fernsehen über eine(n) Kanal/Frequenz

DVB-H Digitales Fernsehen für kleine tragbare Geräte (Handhelds) wie moderne Mobiltelefone und Westentaschen-PCs; Standard eignet sich zur komprimierten Ausstrahlung von dutzenden Radio- und Fernsehprogrammen über eine terrestrische Sendeanlage; durch die Mobilfunkanbindung der Empfangsgeräte besteht ein Rückkanal zum Sender, so dass interaktive Dienste in Rundfunkprogramme integriert werden können

DXB Erweiterter Digitaler Rundfunk; dieser terrestrische Übertragungs-/Empfangsstandard soll eine einheitliche Grundlage für mobil nutzbaren digitalen Rundfunk (Fernsehen, Radio) als DAB / DMB / DRM, Internet (IP) und modernen Mobilfunk (UMTS) bilden

HDTV Hochauflösendes, digitales Fernsehen mit besonderer Bild- und Tonqualität; die hohe Datenmenge schmälert allerdings den Effekt von DVB, wo mehrere Fernsehprogramme auf einer Frequenz gleichzeitig verbreitet werden können.

Foto: © Messe Berlin GmbH

lon Management Consulting. Er schätzt, dass sich der europäische Triple-Play-Markt von derzeit 0,7 Milliarden Euro in den nächsten fünf Jahren auf über sieben Milliarden verzehnfachen könnte.

Während die Beschäftigten in der sich wandelnden Medien- und Kommunikationsbranche auf Berufsverbände und Gewerkschaften als Interessenvertretung zurückgreifen können, steht der Verbraucher oft einer verwirrenden Vielfalt gegenüber. Leisten Stiftung Warentest und diverse Fachmagazine noch tatkräftig Kaufberatung bei Geräteanschaffungen, sieht es bei der Frage, welche Dienste für mich als Kunde passend (und erschwinglich) sind, schon schwächer aus. Zumal die Anbieter ihr Heil oft in der Bündelung und in Kombidiensten suchen und dies zum Teil auch über bestimmte Plattformen im Markt durchzusetzen versuchen. Da ist die Medienaufsicht gefragt, sagt Wolfgang Thaenert, Chef der Hessischen Landesmedienanstalt LPR: „Digitalisierung und die Konvergenz der Medien stellen uns vor neue Herausforderungen“. Als Vorsitzender der Direktorenkonferenz der Landesmedienanstalten (DLM) hat er eine Strukturreform initiiert, bei der ab Herbst durch die „Neuordnung bundesweiter Zuständigkeiten Bürokratieabbau und Synergieeffekte erzielt“ werden sollen. Stimmen die für Medienpolitik zuständigen Bundesländer zu, könnten sich die Landesmedienanstalten als eine Art „Verbraucherschützer“ beim Analog-digital-Übergang profilieren. ■

Foto: www.ueberallfernsehen.de

Zu welchem Preis?

«M» sprach mit Hans Hege über den Stand und die Folgen der Rundfunkdigitalisierung

Hans Hege, Direktor der Medienanstalt Berlin-Brandenburg und Vorsitzender der Gemeinsamen Stelle Digitaler Zugang bei der Arbeitsgemeinschaft der Landesmedienanstalten der BRD

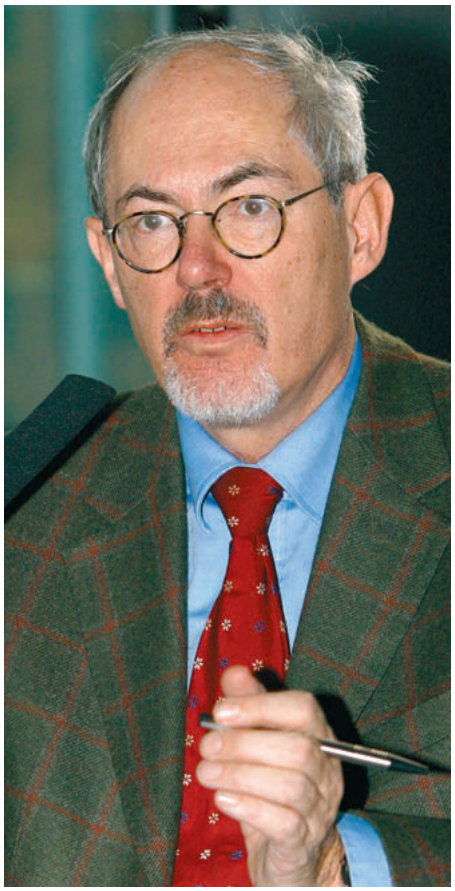


Foto: Christian von Polentz / transit

M | *Wie ist der aktuelle Stand der Digitalisierung in Deutschland?*

HANS HEGE | Wir haben jetzt knapp 20 Prozent Haushalte, die Digitalfernsehen empfangen. Der eigentliche Durchbruch steht aber erst noch bevor, auf unterschiedlichen Übertragungswegen. Die Umwälzung der Medienlandschaft wird mindestens so bedeutsam wie die Einführung von Kabel- und Satellitenfernsehen in den 80er Jahren.

M | *Wo liegen die Haupthindernisse?*

HEGE | Die entscheidende Frage ist die Finanzierung. Die Einnahmen der TV-Veranstalter sind deutlich zurückgegangen. Die Gebühreneinnahmen steigen auch nicht mehr so wie in den letzten 20 Jahren. Daher müssen Programme anders finanziert werden, etwa durch Pay-TV. Aber anders als etwa in Großbritannien sind in Deutschland fast die Hälfte der Haushalte nach wie vor Free-TV-Haushalte. Die privaten Veranstalter stehen vor großen Herausforderungen, ebenso die Kabelgesellschaften. Deren bisheriges Transportmodell lebt davon, dass ein Einheitsangebot zum Einheitspreis gemacht wurde. Jetzt müssen sie zur differenzierten Vermarktung von Paketen übergehen.

M | *Differenzierte Vermarktung setzt differenzierte inhaltliche Angebote voraus?*

HEGE | Es gibt einen Trend zur Spezialisierung. Das sehen sie sogar beim Digital-Bouquet der ARD oder beim Theaterkanal des ZDF. Der Erfolg von DVB-T zeigt andererseits, dass ein übersichtliches Programmangebot für viele ausreicht. Dann haben wir bei der Digitalisierung auch eine Differenzierung der Empfangssituation. Es gibt Zweitgeräte, mobile Geräte, personalisierte TV-Geräte und den Hauptbildschirm. Die Digitalisierung fällt also mit vielen anderen Entwicklungen zusammen. Digitale Videorekorder erleichtern das Speichern, auch das hoch auflösende Fernsehen HDTV wird langsam für mehr Haushalte bezahlbarer.

M | *Wie teuer kommt den Verbraucher die Digitalisierung zu stehen?*

HEGE | Mehr Programm bedeutet höhere Kosten für den Konsumenten – das ist eine einfache Gleichung. Die Einheitsgebühr hat ausgedient, auch hier wird mehr differenziert. Im Kabel nimmt der eine das Paket, der andere nicht.

M | *Welche technischen Voraussetzungen müssen erfüllt werden, um die differenzierten Angebote digital zu empfangen?*

HEGE | Die Schlüsselfrage sind die Geräte beim Verbraucher. Aus Rücksichtnahme auf die analogen Haushalte müssen Sie zunächst noch beide Übertragungswege nutzen. Digital heißt auch: Jeder braucht

ein neues Gerät. Das Gerät kauft er nur, wenn es Mehrnutzen bringt.
Bei DVB-T oder Satellit lautet die Regel: Ich kauf mir einmal ein Gerät und zahle keine Gebühren. Das kann jeder abwägen, der Satellit hat mehr Programme, ich brauche eine Schüssel, DVB-T gibt's nicht überall. Das muss dann der Konsument entscheiden.

M | *Die Digitalisierung des Kabels gilt als schwierigster, zugleich aber auch wichtigster Schritt. Warum?*

HEGE | Das ist so, weil es schon ziemlich viele Programme gibt und der Mehrnutzen schwieriger zu begründen ist. Außerdem nimmt dabei für die Kunden die Höhe der Kabelentgelte weiter zu. Die erforderlichen Settopboxen kosten zwar nicht so viel, aber RTL ist zum Beispiel digital im Kabel gar nicht zu sehen. Andererseits ist Kabel die Schlüsselressource für die Programmentwicklung. Wenn etwa 60 Prozent der Haushalte am Kabel hängen und die Attraktivität von zusätzlichen Programmen abhängt, dann ist die Reichweite sehr wichtig. Wenn ich nur 20 Prozent der Haushalte habe wie derzeit, dann ist es eben weniger leicht, dafür attraktive Programme zu finanzieren als wenn man 40, 50 oder 60 Prozent hat.

M | *Wie finanzieren sich die neuen digitalen Angebote?*

HEGE | Es gibt eine gewisse Grauzone aus Werbung und Programm. Was da im Moment noch gut funktioniert, ist alles, was mit Telefon zusammenhängt, also Zusatzeinnahmen durch Call Ins, SMS, usw., womit ich zusätzliche Umsätze mache. Dagegen ist die klassische Werbefinanzierung mit Spots ausgelutscht. Die Crux ist: Es gibt nirgends so viel Fernsehen für so wenig Geld wie in Deutschland. Und der Zuschauer ist zufrieden. Daher ist der Anreiz, was anderes zu machen, nicht sehr groß.

M | *Viele Konsumenten wollen nicht unbedingt mehr TV, sondern setzen aufs digitale „triple play", also eine Kombination aus schnellem Internet, Telefonie und TV. Müssen hiesige Kabelbetreiber DSL fürchten?*

HEGE | Es gibt Weiterentwicklungen von DSL, die Fernsehen durchaus möglich machen. Die Digitalisierung hat auch sehr viel mit Abrechnungs- und Finanzierungsmodellen zu tun. Bei den anderen Rundfunkwegen wurde bisher monatlich pauschal bezahlt. Sie brauchen eine Extra-Adressierbarkeit, um für einen einzelnen Inhalt bezahlen zu können. Das geht über Telefonnetze sehr viel einfacher. Italien ist da ganz gut aufgestellt, da gibt es die Möglichkeit, Fußballspiele einzeln über digitales TV zu sehen. Das halte ich für eine sehr kundenfreundliche Alternative. Sie kaufen eine SmartCard und sind mit drei Euro dabei.

M | *Wie sieht die digitale Welt im Jahr 2010 aus?*

HEGE | Dass sich bis dahin radikal was ändern wird, bezweifle ich. Kabel und DSL werden sicher an Bedeutung gewonnen haben. Kabel ist wahrscheinlich für viele noch der wichtigste Weg zum Fernsehen, und der Satellit in ländlichen Gebieten. Das freie Programmangebot, wird vermutlich schlechter sein – in der Menge, teilweise auch in der Qualität, weil einfach weniger Geld da ist.

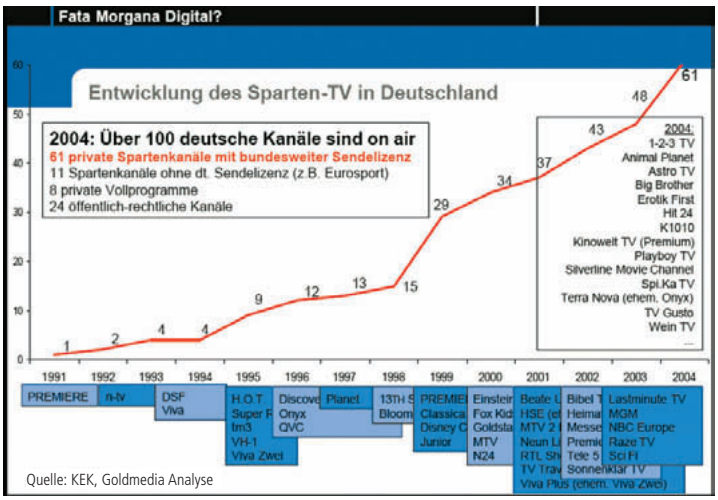
Interview: Günter Herkel ■

Anzeige

Jobs in Sicht

Immer mehr digitale Spartenkanäle brauchen spezielles Programm

Digitalfernsehen via Hausantenne, über Satellit oder Kabel – je einfacher und vielfältiger die Empfangswege, um so größer und spezieller wird das Programmangebot. Schaffen digitale Spartenkanäle auch zusätzliche Jobs, journalistisch interessante gar, weil man für eine spezialisierte, anspruchsvolle Zielgruppe arbeitet? Spurensuche.



Digital per Satellit – nur eine Möglichkeit

Foto: Petra Dreßler

„Stellenangebote: Engineering IT Specialist, Gästetrainer, Moderator, Praktikanten im Bereich Backstage, Produktpräsentator in freier Mitarbeit, Sets & Props Assistant, Show Control Specialist." Hier sucht ein Teleshopping-Sender Personal. „Ideenreiche Entwicklung interaktiver Spiele und kreative Erstellung von Quizfragen, gründliches Briefing des Moderators und des technischen Personals, gewissenhafte Vorbereitung und verantwortungsvolles Fahren von Sendungen, alleinige Verantwortung für den reibungslosen Ablauf," so beschreibt ein Quizkanal die Aufgaben von „Jungredakteur/innen". Hinweise darauf, wie es um das Beschäftigungsfeld Digital-TV bestellt ist. Eine Nachfrage beim Branchenführer „Premiere" bringt weitere Aufschlüsse. Der Münchner Abo-TV-Sender lockt Kunden mit Sport, Spiel und Spannung. Dabei setzt er aufs eigene Spielfilmarchiv, auf Live-Übertragungen aus Fußballstadien und Tennisarenen, vor allem aber auf Programmbeiträge von Partnern, denen Premiere eine Abspielplattform bietet. Einer davon ist Focus Gesundheit. Seit 1. Juni 2005 liefert der Ableger von Focus TV rund um die Uhr Ratgebersendungen, Mitmachangebote und Infoblocks zu Fitness und Wellness.

Über allem steht die gemeinsame Themenvermarktung in TV, Focus-Magazin und Online, erläutert Marketingspezialist Lars Monschau. Der Heft-Titel „Stress mit der Bandscheibe" etwa verweist auf weitere TV-Beiträge und darauf, wer der Sponsor ist. „Crossmedia ist ein gefragter Weg beim Werbekunden", betont Monschau. Und wer macht die Arbeit? In Marketing und Technik betreut das vorhandene Personal Focus Gesundheit mit, sagt er. Die TV-Redaktion wurde leicht aufgestockt und soll weiter wachsen, „beziffern lässt sich das in diesem dynamischen Markt aber nicht", so der Focus-Mann.

Da wird Katja Kirste konkreter: Sieben neue Stellen hat Discovery Networks Deutschland für den Kanal „Discovery Geschichte" geschaffen, der seit 31. März dieses Jahres über Premiere zu empfangen ist. Die Pressesprecherin zählt auf: „1x Marketing, 1x Synchronisation, 4x Programm, 1x übergeordnete Aufgaben." Gesendet wird 24 Stunden am Tag. Hundert Stunden pro Jahr liefert Spiegel-TV, der „Rest" sind Produktionen des Muttersenders oder auf dem internationalen Markt gekaufte Streifen.

Und Premiere selbst? Um die Abonnenten bei der Stange zu halten, wird Exklusivität angestrebt – inhaltlich und technisch. Am 1. November startet der Pay-TV-Anbieter deshalb drei neue Kanäle: Sport, Film und Dokumentationen im hochauflösenden Format HDTV. Die Aufgaben der Programmplaner und Projektmanager, die Premiere sucht, spiegeln diese Absichten wider: Da geht es um die Einschätzung aktueller Spielfilme, um die Auswahl zielgruppengerechter Angebote, um die Erstellung innovativer Produkt- und Vermarktungskonzepte, um Marktbeobachtung und Analyse von Businessmodellen. Die Fiction-Sparte wird ausgebaut und Pay per View & On-Demand zunehmen.

Antje Eidel, stellvertretende Personalchefin des Senders, rechnet mit weiterem Stellenzuwachs: „Wir wollen junge Potenziale einstellen, die sich mit Premiere weiter entwickeln." Zahlenmäßig mag sie sich nicht festlegen. „Die neuen Mitarbeiter müssen vernetztes Denken beherrschen und über Managementfähigkeiten verfügen, um ein Geschäft zu gestalten, das sich konstant verändert und immer schneller wird." Stärker noch als fürs Programm gilt das für Marketing und Vertrieb. „Als abo-getriebenes Unternehmen geht es uns vor allem darum, existierende Kunden zu halten und neue zu gewinnen", sagt Eidel. So wird daran gedacht, selbst AV-Medienkaufleute auszubilden. Der stellvertretende Betriebsratsvorsitzende Tobias Koplin ist ebenfalls optimistisch: „Die zunehmende Zahl von Sparten- und Themenkanälen hat eine positive Auswirkung auf die Beschäftigung. Die Programme müssen ja nicht nur administrativ und technisch abgewickelt, sondern auch werblich und redaktionell kompetent begleitet werden."

Doch es sind auch kritische Stimmen im Haus zu hören: Sie verweisen beispielsweise darauf, dass „Universal Studio Network" den Thrillerkanal „13th Street" nicht nur bei Premiere laufen lässt und sich jetzt, nach der Fusion mit NBC möglicherweise zum großen Konkurrenten mausert. Dahinter steckt die Frage, ob und wie Bezahlfernsehen die Kundschaft halten kann, wenn immer mehr Spezialprogramme über Hausantenne oder Kabel ohne Extrakosten zu empfangen sind.

Weitere Unwägbarkeiten bei der Entwicklung digitaler Spartenkanäle sieht Sandra Goldschmidt von connex.av bei ver.di-München: Wer verliert die Zuschauer, die andere dazu gewinnen? Wie verteilt sich das gesamtwirtschaftlich verfügbare TV-Werbebudget unter den Anbietern neu? Welche Folgen wird das Zusammenwachsen von TV und Internet haben? „Eine spannende Entwicklung", meint Goldschmidt, „es ist aber noch zu früh, um die beschäftigungspolitischen Folgen klar zu erkennen." *Helga Ballauf* ■

Haus Busch in Insolvenz

Verleger ziehen sich zum Jahresende zurück

Der nächste vierwöchige Volontärskurs steht ins Haus. Elf Beschäftigte in Haus Busch arbeiten mit trotzigem Mut, Engagement und unter höchster Anspannung an diesem Kurs und an ihren Multimediaprojekten, sie bangen um ihre Jobs. Mit ihnen droht eine renommierte Institution journalistischer Aus- und Weiterbildung unterzugehen: Haus Busch in Hagen hat Insolvenz angemeldet.

Der Insolvenzverwalter prüft bis Ende September, ob die Gesellschaft für publizistische Bildungsarbeit in Hagen noch zu retten ist. Der Vereinsvorstand will ein tragfähiges Konzept entwickeln. Dieser Niedergang hat viele Väter: die Zeitungsverleger, weil sie an der Ausbildung sparen, weniger Volontäre einstellen oder diese tarifvertragswidrig als billige Arbeitskräfte schuften lassen; die ständig sinkenden Zuschüsse aus der Staatskasse; der kontinuierliche Rückgang der Weiterbildung, weil festangestellten Journalistinnen und Journalisten Zeit und Freistellung fehlen, es den Freien an Zeit und Geld mangelt.

Gegründet wurde der Verein 1960. In der Gesellschafterversammlung von Haus Busch teilen sich Gewerkschaften und Verlegerverbände die Mandate. Die Besonderheit: der Internatsbetrieb auf dem alten Gutshof in Hagen. Seit 1974 bevölkern Volontäre in vierwöchigen Kursen Seminarräume, Mensa und moderne Zimmer im Anbau, den Park – und abends den Buschkeller, um den sich in den Redaktionen Legenden spinnen. Doch nostalgische Geschichten nutzen dem Budget nichts. Haus Busch konnte seinen Haushalt in den vergangenen Jahren ausgleichen, indem es Qualifizierungen für Infografiker, Newsdesigner und Pressestellenjournalisten entwickelte und über die Arbeitsagenturen Jahreskurse finanzierte – mit einer regelmäßigen Vermittlungsquote von über 70 Prozent. Ein Weg, der die Veränderungen der Medienwelt geschickt aufgriff.

Doch dieser Ausweg wird durch die Sparwelle bei der Arbeitsvermittlung und durch die Politik der raren Bildungsgutscheine versperrt. Selbst die Umstrukturierung der Kurse in einzeln buchbare Module half nicht. Diesen Sommer zahlten die Arbeitsagenturen erstmals nicht. Der Jahreskurs fällt aus.

Den Ausschlag für den Insolvenzantrag gab ein Finanzloch von mindestens 50.000 Euro, für das gegenüber der Hausbank keiner der Gesellschafter bürgen konnte oder wollte. Nun wird das Ringen um ein tragbares Konzept erschwert: durch die Ankündigung des Zeitungsverlegerverbandes NRW sowie des Bundesverbandes der Zeitungsverleger, zum Jahresende die Mitgliedschaft im Verein Haus Busch zu kündigen. Damit wackelt eine weitere Säule des Hagener Instituts, die Einsicht, dass die Tarifparteien gemeinsam für die Aus- und Weiterbildung verantwortlich sind. „Die Verleger wollen eine Schmalspurausbildung. Wir müssen auf die Einhaltung des Ausbildungstarifvertrags pochen, um die journalistische Qualität zu sichern“, fordert Udo Milbret, Vorsitzender der dju-NRW in verdi.

Ruth Lemmer ■

Anzeige

Dieter Dörr, Direktor des Mainzer Medien-Instituts und Vorsitzender der KEK

Dominanz einzelner contra Vielfalt

Interview mit Dieter Dörr, Direktor des Mainzer Medien-Instituts und Vorsitzender der Kommission zur Ermittlung der Konzentration im Medienbereich (KEK)

M | *Der Europarat hat unlängst einen Report über die Zunahme „transnationaler Medienkonzentration in Europa" vorgelegt. Warum gerade jetzt eine solche Untersuchung?*

DIETER DÖRR | Der Europarat beschäftigt sich schon seit einigen Jahren mit dem Phänomen Vielfaltsicherung bei den Medien, Erhaltung der Informationsfreiheit und damit auch Medienkonzentration. Zu seinen Hauptaufgaben zählt auch die Wahrung der Menschenrechte, der Demokratie und der Meinungsvielfalt. Dass wir europaweite Konzentrationstendenzen in den Medien haben, ist ja unübersehbar.

M | *Ausgangspunkt des Europaratsberichts „Transnationale Medienkonzentration" ist die These, dass europaweit und global agierende Medienunternehmen ihren Einfluss erweitern. In welcher Form geschieht das?*

DÖRR | Die großen Medienunternehmen agieren auf allen Medienmärkten, also sowohl bei der Presse als auch zunehmend bei den elektronischen Medien als auch im Bereich der Technik, etwa Kabelnetze, Satellitentechnik und schließen sich mehr und mehr zusammen. Gerade private Unternehmen agierten verstärkt europaweit oder sogar global. Etwa Bertelsmann, also die RTL Group, aber auch Berlusconi mit der Fininvest Group und natürlich die Murdoch-Gruppe, die in Australien und den USA vertreten ist und auch in Europa in mehreren Ländern eine Rolle spielt.

M | *Wo liegen für Sie die speziellen Gefahren einer Medienkonzentration?*

DÖRR | Im Bereich der elektronischen Massenmedien liegt die Gefahr darin, dass man damit auch potentielle Meinungsmacht erhält. Für jeden erkennbar war das zum Beispiel in Italien. Da hat ein privater Medienunternehmer wie Berlusconi seine Meinungsmacht vor allem im Fernsehbereich dazu ausgenützt, seine politischen Ziele zu verfolgen und auch erfolgreich in die Tat umzusetzen.

M | *Gibt es auf EU-Ebene überhaupt rechtliche Möglichkeiten der Einflussnahme auf diese Entwicklung?*

DÖRR | Wir müssen hier genau unterscheiden den Europarat und die Europäische Union. Der Europarat als klassische Einrichtung des Völkerrechts kann Empfehlungen abgeben, sogar Verträge erarbeiten. Auch bei der Medienkonzentration kann er den Mitgliedsstaaten des Europarates bestimmte Handlungsoptionen aufzeigen. Die Europäische Gemeinschaft als Teil der Europäischen Union hat demgegenüber zwar echte Regelungsbefugnisse, aber nicht auf allen Gebieten. Gerade zur Sicherung der Meinungsvielfalt hat die EU keine Regelungsbefugnis, dies liegt in der Hand der Mitgliedsstaaten. Was aus meiner Sicht auch richtig ist, weil sich die Meinungsbildung vorrangig auf der Ebene der Mitgliedsstaaten vollzieht. Wir haben noch keine europaweite Öffentlichkeit.

M | *Ein Problem, was sich mit der EU-Osterweiterung vermutlich verschärft hat...*

DÖRR | Dort gibt es große Unterschiede. Gerade die neuen Mitgliedsstaaten haben ein Problem damit, überhaupt eigene Meinungsbildung zu ermöglichen. Sie stehen vor dem Phänomen, dass mehr und mehr ausländische Unternehmen ihren Medienmarkt vollständig dominieren und dass deshalb zum Teil etwa kroatische, polnische oder litauische Themen gar nicht mehr vorkommen.

M | *Wie beeinflusst die Digitalisierung den Konzentrationsprozess?*

DÖRR | Früher gab es dazu die These, in der digitalen Welt werde die Meinungsvielfalt unendlich erweitert. Das hat sich bisher überhaupt nicht bestätigt. Die KEK, deren Vorsitzender ich bin, prognostiziert dagegen eine deutlich Erhöhung der Konzentration im Zuge des Digitalisierungsprozesses und des so genannten Konvergenzprozesses. Konzentration findet jetzt sogar auf erweiterter Ebene statt. Das heißt, Fernsehunternehmen sind jetzt auch zunehmend im Bereich der Kabeltechnik, in der Fernsehproduktion oder in der Presse tätig. Damit wird die Gefahr vorherrschender Meinungsmacht aus meiner Sicht eher ein Stück größer als geringer.

M | *Politiker von CDU/CSU begrüßen die Medienkonzentration, etwa den Medienverbund Springer-ProSiebenSat.1, mit dem Argument, dass auf diese Weise der Einfluss ausländischer Investoren zurückgedrängt wird. Braucht Europa starke Medienkonzerne, um eine Übernahme durch US- oder japanische Unternehmen zu vermeiden?*

DÖRR | Dass man aus internationaler Sicht auch starke Unternehmen braucht, ganz egal ob Medienunternehmen oder sonstige, hat sicherlich seine Berechtigung. Uns geht es aber um das Offenhalten des Meinungsbildungsprozesses, nicht um wirtschaftspolitische Zielsetzungen. Es ist ganz unbestritten, dass die Marktwirtschaft, aber auch die Demokratie vom Wettbewerb lebt. Das eine ist der Wettbewerb der Güter, und das andere ist der Wettbewerb der Ideen. Für uns kommt es darauf an, dass keine vorherrschende Meinungsmacht entsteht. Es kommt aber nicht darauf an, ob nun die Beteiligten an einem Fernsehunternehmen aus Deutschland, England oder den USA kommen.

M | *Was schlägt der Europarat als Gegenmaßnahmen vor? Was soll etwa die angeregte Konvention?*

DÖRR | Eine Konvention ist ja ein vertragliches Mittel, mit dem man sich etwa darauf verständigt, aktiv Schritte zur Sicherung von Meinungsvielfalt zu ergreifen. Darin können auch Regelungen über die Rolle des öffentlich-rechtlichen Rundfunks getroffen werden. Dessen Funktion wird umso wichtiger, je konzentrierter der private Medienmarkt ist. Dann bildet er ein Gegengewicht, um einen Ideen- und Meinungswettbewerb zu erhalten und zu fördern.

M | *Ernst Benda, der Präsident der Medienanstalt Berlin-Brandenburg (MABB) hat neulich auf Widersprüche in der nationalen Medienkonzentrationskontrolle hingewiesen. Die Kooperation zweier Zeitungen in Berlin stoße auf wesentlich größere Schwierigkeiten als etwa die Zusammenfassung der Bild-Zeitung mit zwei der reichweitenstärksten TV-Programme oder gar Übernahme wesentlicher Machtpositionen in der deutschen Medienindustrie durch ausländische Unternehmen. Fühlen Sie sich da als KEK-Vorsitzender angesprochen?*

DÖRR | Natürlich. Man muss aber sagen, das Instrumentarium, was der Rundfunkstaatsvertrag zur Verfügung stellt, ist vielleicht flexibler, als es manche annehmen. Unabhängig von diesem konkreten Fall: Nach dem Zuschauermarktanteilsmodell wird vorherrschende Meinungsmacht dann vermutet, wenn ein Unternehmen über 30 Prozent Zuschaueranteil mit all seinen Programmen erreicht.
Was oft übersehen wird: Es gibt auch den materiellen Tatbestand der vorherrschenden Meinungsmacht. Das sind beides nur Vermutungsregeln. Ein Unternehmen darf insgesamt mit seinen Programmen keine vorherrschende Meinungsmacht erreichen.

M | *Sie haben ja auf die verkürzte Interpretation des Medienkonzentrationsrechts hingewiesen. Die Abwehr vorherrschender Meinungsmacht bezieht sich nicht nur auf den Indikator Zuschauermarktanteil, sondern auch auf die Stellung auf medienrelevanten verwandten Märkten. Jetzt, wo Springer ProSiebenSat.1 übernehmen will, müsste ja allmählich mal ein bisschen „Butter bei die Fische", oder?*

DÖRR | Die KEK hat zu der Frage der so genannten „medienrelevanten verwandten Märkte eine Fragebogenaktion gestartet und wird im Herbst dazu ein Symposium durchführen. Diese Frage könnte bei verschiedenen Veränderungen und Konstellationen relevant werden. Natürlich auch in all den Fällen, wo ein Unternehmen, was schon in einem anderen für die Meinungsvielfalt medienrelevanten Markt eine starke Stellung hat, sich an Fernsehunternehmen beteiligt. Dann muss man überlegen, wie das Zusammenwirken solcher Meinungsfaktoren zu bewerten ist. Die Sichtweise des Rundfunkstaatsvertrags ist immer diejenige, dass vorherrschende Meinungsmacht verhindert werden soll.

M | *Droht jetzt beim Kauf von ProSiebenSat.1 durch Springer nicht wieder ein Kompetenzgerangel? Welche Möglichkeiten der Einflussnahme haben Sie im Printbereich in einem solchen Fall, ohne dass das Kartellamt Sie gleich zurückpfeift?*

DÖRR | Falls sich – allgemein gesprochen – ein Presseunternehmen an einem privaten Sender beteiligt, dann werden wir nur für die Frage: Darf es sich am privaten bundesweiten Fernsehunternehmen beteiligen? eine Entscheidung treffen. Wir haben nicht darüber zu entscheiden, was ein Unternehmen im Bereich des Pressemarktes tun darf. Unsere Aufgabe ist ganz klar auf bundesweites privates Fernsehen begrenzt.
Insoweit haben wir eine ganz klare Kompetenz neben dem Kartellamt. Das Kartellamt kuckt auf den Markt, wir kucken auf den Wettbewerb der Meinungen und Ideen. Wir haben vorherrschende Meinungsmacht, nicht vorherrschende Marktmacht zu verhindern.

M | *Der Europarat empfiehlt in seinen Mitgliedsstaaten die Unterstützung des öffentlich-rechtlichen Rundfunks. Das klingt wie ein Widerspruch zu den gegenwärtigen Bestrebungen der EU-Kommission, die Aufgaben von ARD und ZDF – Stichworte: Online, technische Plattformen – einzuschränken. Sehen Sie sich an dieser Stelle als Fels in der Brandung zur Verteidigung des öffentlich-rechtlichen Rundfunks gegen Medienkonzentration?*

DÖRR | Richtig ist, dass der Europarat eine andere Herangehensweise hat als die EU und vor allem als die EU-Kommission, die auf der Grundlage des EG-Vertrages agiert. Der EG-Vertrag und die Kommission sehen öffentlich-rechtliche Einrichtungen eher als zu rechtfertigende Störungen des privaten Marktes an. Der Europarat geht an Rundfunk aus der Sicht der Demokratie und der Meinungsvielfalt und der Kultur heran. Es gilt, die Medienvielfalt als Voraussetzung für eine Demokratie mit Grundwerten zu erhalten. Daher wird er für kulturelle und Ideenvielfalt sorgen, und da spielt der öffentlich-rechtliche Rundfunk natürlich eine wichtige Rolle.

Das Gespräch führte Günter Herkel ■

Journalistenwettbewerbe

Für Vielfalt. Gegen Diskriminierung.
BERLIN. Die Europäische Kommission hat den EU-Journalistenpreis 2005 „Für Vielfalt. Gegen Diskriminierung." ausgelobt. Teilnehmen können Journalisten der 25 EU-Mitgliedsstaaten. Die Beiträge sollen sich mit dem Kampf gegen Diskriminierung und für mehr Vielfalt in der Berufswelt beschäftigen. Ausgewählt werden nationale Preisträger in jeder Kategorie. Eine europäische Jury wird die Finalisten ermitteln, die sich über eine Studienreise in ein EU-Land ihrer Wahl freuen dürfen. Erstmals können auch Fotojournalisten und Fotografen teilnehmen. Die Artikel und Fotos müssen zwischen dem 1. Januar und dem 31. Dezember 2005 in Print- oder Online-Medien veröffentlicht worden sein. Bewerbungsschluss: 31. Dezember. Antragsformulare: www.stop-discrimination.info. Kontakt: Media Consulta International Holding AG, Stephanie Preiser, Fon: 030 / 650 003 42, Fax: 030 / 650 001 50, E-Mail: s.preiser@media-consulta.com.

Europäischer Medienpreis
BERLIN. Die Global Affairs Media Academy hat in Zusammenarbeit mit der deutschen Vertretung der Europäischen Kommission in Berlin einen Preis für europäische Nachwuchsjournalistinnen und -journalisten in den Sparten Print und Neue Medien gestiftet, der mit Sach- und Geldpreisen dotiert ist. Der Preis soll in der europäischen Öffentlichkeit das Bewusstsein für die Themen Global Affairs und Global Governance fördern. Einsendeschluss: 30. September 2005. Bewerbungsunterlagen unter www.media-academy.org oder über www.ipseuropa.org.
Kontakt: E-Mail: contact@media-academy.org.

Der Pudding an der Wand

Mehr Geld oder nur schöne Worte zur Qualitätssicherung

„Qualität im Journalismus definieren zu wollen, gleicht dem Versuch, einen Pudding an die Wand zu nageln." So mancher Vortragende auf der diesjährigen Jahrestagung der Deutschen Gesellschaft für Publizistik- und Kommunikationswissenschaft (DGPuK) in Hamburg griff dieses launige Zitat des Medienforschers Stephan Ruß-Mohl auf, da der Qualitätsbegriff allgemein so schwer zu fassen ist. Qualität ist immer abhängig von Wertsystemen, die wiederum von Interessengruppen definiert werden – politische, ästhetische, journalistisch-professionelle, ethische Werte, ökonomische Effizienzkriterien oder Publikumserwartungen.

„Medien-Qualitäten. Öffentliche Kommunikation zwischen ökonomischem Kalkül und Sozialverantwortung", war dann auch das Thema der Tagung, federführend organisiert von Siegfried Weischenberg, Journalistikprofessor in Hamburg. In Praxis und Wissenschaft verankert, versuchte er beide Stränge zusammenzuführen – durch Diskussionsrunden mit Medienpraktiker/-innen und die erstmalige Auszeichnung des praxisnahsten Vortrags. Der von der Hamburg Media School gestiftete Preis ging an den Schweizer Forscher Vinzenz Wyss für eine Fallstudie zum Radio-Programm-Controlling.

Kaum Alltags-Themen

Die über 50 Vorträge repräsentierten den Mainstream der Kommunikationswissenschaft in Deutschland, vermittelten aber auch Einblicke in die österreichische und Schweizer Forschung: Es handelte sich überwiegend um empirische Studien, und die anschließenden Diskussionen drehten sich vor allem um methodische Fragen, weniger um gesellschaftliche Problemstellungen. Einige DGPuK- Mitglieder kritisierten dann auch, dass inhaltlich wichtige Themen wie Migration, Gender, Ausbildung, Ökonomisierung und Regulierung der Medien in den Vorträgen kaum vorkamen, wobei die Veranstalter letztere in „Roundtables" auffingen.

Immer wieder wurde auf die Funktion der Medien verwiesen, die „Selbstbeobachtung der Gesellschaft" zu befördern, soziale Realität zu spiegeln. Die vorgestellten Studien beschäftigten sich aber kaum mit Themen, die den Alltag der meisten Bundesbürger prägen wie die Arbeitswelt oder soziale (Un-)sicherheiten. Eine Analyse der Hartz IV-Berichterstattung in der Bild-Zeitung bildete da eine Ausnahme. Carsten Reinemann, Hochschulassistent am Mainzer Institut für Publizistik, stellte eine Inhaltsanalyse der Bild-Berichterstattung vom Juli und August 2004 vor. Die Qualität der Bild-Berichterstattung überprüften Reinemann und sein Team an professionellen Normen wie Relevanz, Vielfalt oder Objektivität und an Normen, die das Blatt sich selbst setzt, etwa „Sprachrohr des kleines Mannes" zu sein. Obwohl es zwei Millionen Langzeitarbeitslose gibt und viele Bild-Leser/innen dazu gehören, hat die Bild-Zeitung (Ausgabe Leipzig) weniger ausführlich darüber berichtet als zum Vergleich herangezogene überregionale Zeitungen (Süddeutsche, Welt) und Lokalblätter (Leipziger Volkszeitung, Allgemeine Zeitung in Mainz). „Die Steuerreform wurde in Bild stärker thematisiert als Hartz IV", so Reinemann.

Im April 2004 verteidigte Bild Hartz IV noch in einem Kommentar: „Es ist beschämend, wie in Deutschland bei jedem notwendigen Reformschritt mittlerweile lautstark aufgeheult wird." Erst als die Fragebögen verschickt wurden, da erschienen die ersten kritischen Artikel. Niemals wurde politisch argumentiert, Interessenverbände wie Gewerkschaften kamen kaum zu Wort. Betroffene seien „instrumentalisiert" worden zur „Aktualisierung und Emotionalisierung von Nebenaspekten" der Hartz-Reform – Ein-Euro-Jobs oder Sparbücher der Kinder von Arbeitslosen. Im Juli erschienen zum Beispiel Artikel mit irreführenden Überschriften wie „Macht doch gleich Hartz IV für Kinder" oder „Arbeitslose sollen wieder in Plattenbauten ziehen".

Das Muss der Weiterbildung

Als Bild vorgeworfen wurde, mit ihrer Anti-Hartz-Kampagne extremistischen Parteien in die Hände zu arbeiten, da berichtete das Blatt wieder positiv und titelte Ende August: „So lügt die PDS Hartz IV schlecht". Die Phasen mit positiver und negativer Hartz-Berichterstattung entsprachen den Stimmungsumschwüngen in der Bevölkerung. Es handelte sich bei den beiden Kehrtwenden in der Hartz IV-Bewertung lediglich um eine ökonomisch motivierte Publikumsorientierung. Das Boulevardblatt habe seine eigenen publizistischen Maßstäbe nicht eingehalten und anstatt eines „anwaltschaftlichen Journalismus eine Instrumentalisierung der Betroffenen" betrieben, resümierte Reinemann.

Recherche als eines der wichtigsten Qualitätskriterien journalistischer Arbeit war Thema des Eröffnungsvortrags, in dem der US-amerikanische investigative

Roundtable zu Aus- und Weiterbildung (v.l.n.r.): SWR-Chefreporter Thomas Leif (Netzwerk Recherche), Journalistik-Juniorprofessor Bernhard Pörksen (Uni Hamburg), Akademie-Direktorin Annette Hillebrand (Akademie für Publizistik, Hamburg) und Moderatorin Leo Busch (n-tv)

Foto: Günter Zint

Journalist Seymour Hersh über seine Aufdeckung der Folterskandale von Abu Graib berichtete. SWR-Chefreporter Thomas Leif vom deutschen netzwerk recherche kommentierte, es gebe „überall Oasen" für guten Journalismus, aber: „Die Regel ist die Massenproduktion, die Kosten sparen soll."

Medienpraktiker wie Leif diskutierten in „Roundtables" darüber, wo Medien-Qualitäten gefährdet sind und wie sie verbessert werden können. „Aus- und Weiterbildung ist die zentrale Prämisse für guten Journalismus", so der SWR-Chefreporter. Aber da sei Deutschland „bildungspolitisches Entwicklungsland". Annette Hillebrand, Geschäftsführerin der Hamburger Akademie für Publizistik, differenzierte: „Die Ausbildung in Deutschland ist ziemlich gut." Nach der Ausbildung gebe es allerdings „Zwänge, wo die Qualität leidet." Redakteur/innen, die sich etwa für eine Weiterbildung „Kreatives Schreiben" anmeldeten, würden „schief angeguckt". „Es müsste eine Verpflichtung zur Weiterbildung geben", forderte Leif. Auf Freiwilligkeit und Überzeugung setzte dagegen Bernhard Pörksen, Juniorprofessor am Hamburger Journalistikinstitut. Man müsse Weiterbildung ökonomisch begründen: „Seriöser Journalismus lohnt sich!"

Für „seriösen Journalismus" braucht man qualifiziertes Personal und das kostet erst einmal Geld. Michael Segbers, Verkaufsmanager des dpa-Hörfunkdienstes antwortete auf die Frage, wie seine Nachrichtenagentur nach den Kündigungen im vergangenen Jahr mit weniger Leuten gleiche Qualität liefern wolle: „ In den Bezirksredaktionen werden Redakteure durch Freie ersetzt. Wir haben jetzt sogar noch mehr Informationsangebote als vorher!" Ähnlich verteidigte Thomas Schreiber, Kulturchef beim NDR-Fernsehen die Stellenstreichungen seines Senders: „Wir haben sinnlose Aufgaben aufgegeben, senden in 3sat z. B. keine Theateraufzeichnungen mehr, die nur 30.000 Zuschauer sehen." „Das Geld, das dadurch frei wurde, haben wir ins Programm gesteckt."

Berufsethik fehlt

Beispiel sei die kürzlich gesendete erfolgreiche Kreml-Dokumentation, die zwei Jahre Recherchen und Verhandlungen kostete, bevor ein NDR-Team Zugang zum Zentrum russischer Macht bekommen habe. Schreiber befürchtet eine Legitimationskrise, wenn nicht Zuschauermehrheiten erreicht werden, denn bei den Mehrheitsprogrammen konkurriere das öffentlich-rechtliche Fernsehen mit RTL und Sat.1. Die Konkurrenz funktioniere nur auf dem Werbemarkt, nicht im Programm, meinte dagegen Insa Sjurts von der Hamburg Media School. Selbst die werbetreibende Wirtschaft beschwere sich über die schlechte Programmqualität im Rundfunk, aber die „Rezipienten können schon viel mehr ertragen, als wir alle erwartet haben. Sie schalten nicht ab." Sjurts empfahl den Rundfunkanstalten zur Qualitätssteigerung eine stärkere Differenzierungsstrategie mit Markenbildung.

„Praktikanten fangen den Abbau von Arbeitsplätzen auf. Das ist Ökonomisierung pur." Vom Publikum mit diesen Statements konfrontiert, versuchten die Experten zu belegen, dass die Qualität der Produkte unter verstärktem Einsatz von Freien und Praktikanten nicht leide. „Praktikanten sind besser ausgebildet als früher", versicherte Annette Hillebrand. Von 20 Volontären würden 15 oder 16 nicht übernommen. Sie absolvierten ein Praktikum nach dem anderen, in der Hoffnung, „in einer Redaktion vielleicht Fuß zu fassen". Michael Segbers: Nach zwei „Kosteneinsparungsrunden arbeiten wir mit weniger Stellen". Trotzdem würden weiterhin Volontäre ausgebildet, die zwar nicht übernommen, aber als Pauschalisten weiterbeschäftigt würden.

Manchmal kann die Moral dem Broterwerb im Wege stehen – wie eine Studie im Auftrag der Sächsischen Landesmedienanstalt zeigt. Klaus Beck, Susanne Vogt und Jana Wünsch von den Universitäten Greifswald und Leipzig hatten 2004 in fünf privaten Lokalsendern Interviews geführt, um zu erforschen, welche Infrastrukturen es gibt, um die „rudimentären" Normen ethischer Qualitätssicherung in Fernsehen und Radio umzusetzen. Sie stellten einen „Mangel an medienethischem Problembewusstsein" fest. Ethische Grundhaltungen wurden „eher als hinderlich für die Arbeit in privaten Rundfunkstationen gewertet". „Rechtliche Auflagen" und der „gesunde Menschenverstand" machten auch Kodices überflüssig. Qualität werde durch Redaktionskonferenzen und informelle Kollegengespräche sichergestellt. Ein Medienrat als externes Kontrollorgan sei „nicht notwendig, weil genug Selbstkritik vorhanden ist."

Gibt es in diesen Einschätzungen keinen Unterschied zwischen Medienmanagern und redaktionellen Mitarbeitern? Differenzierungen zwischen divergierenden Interessen in den Medienunternehmen spielten in der wissenschaftlichen Qualitätsmessung nur eine geringe Rolle. Aus gewerkschaftlicher Perspektive gibt es schon Unterschiede. Für Qualitätssicherung wollen Journalisten „mehr Geld", während die Verleger nur „schöne Worte" dafür übrig haben, so Weischenberg. Damit hat er den Pudding zwar nicht an die Wand genagelt, aber den Nagel auf den Kopf getroffen! *Bärbel Röben* ■

Ein Schritt zu mehr Transparenz

Zieleinlauf in letzter Minute: Das Informationsfreiheitsgesetz (IFG) hat die Bundesratssitzung am 8. Juli ohne Einspruch passiert. Es wird zum Januar 2006 in Kraft treten. Das Bündnis von Deutscher Journalistinnen- und Journalisten-Union in ver.di (dju), Deutschem Journalisten-Verband (DJV), Netzwerk Recherche, Transparency Deutschland sowie der Humanistischen Union bezeichneten diesen Schritt zu mehr Transparenz als „notwendig und überfällig".

Damit sind wir ein Stück weiter gekommen auf dem Weg zu einer „offenen Gesellschaft" kommentierte dju-Bundesgeschäftsführerin Ulrike Maercks-Franzen. „Das nützt nicht nur dem einzelnen Bürger, das hilft vor allem auch der Arbeit von Journalisten in Erfüllung ihrer öffentlichen Aufgabe. Und bei Gewöhnung wird man auf allen Seiten erkennen, dass Transparenz – von Vorgängen, von Entscheidungen und ihren Grundlagen – keine Last ist, sondern ein Gewinn für alle Beteiligten."

Das IFG führt für die öffentlichen Stellen des Bundes ein allgemeines Informationszugangsrecht ein. Jeder Bürger kann danach Einsicht in Verwaltungsakten nehmen oder Kopien beantragen. Eine persönliche Betroffenheit oder eine Antragsbegründung sind nicht erforderlich. Vielmehr ist die Behörde in der Begründungspflicht, falls sie glaubt, die begehrten Informationen nicht freigeben zu können.

Konstruktive Kritik der Medien werde immer wichtiger, so Dr. Manfred Redelfs vom Netzwerk Recherche. „Das IFG bietet für hintergründigen und fundierten Journalismus ein wichtiges Instrument der Informationsbeschaffung." Gleichzeitig hätte er sich ein mutigeres Gesetz gewünscht: „Leider zeigt der lange Katalog der Ausnahmen vom Transparenzgebot, wie erbittert der Widerstand aus der Verwaltung gewesen ist." So wurden etliche Klauseln in das Gesetz aufgenommen, die eine Informationsverweigerung zulassen.

Frühere Versuche, ein IFG auf Bundesebene einzuführen, waren stets am Widerstand der Verwaltung gescheitert, obwohl das Reformprojekt 1998 und erneut 2002 in die Koalitionsvereinbarungen aufgenommen worden war. Daraufhin hatte das Aktionsbündnis aus den fünf Organisationen im April 2004 einen eigenen Gesetzentwurf an Bundestagspräsident Thierse übergeben und an alle Abgeordneten verschickt. *wen* ■

Wie weiter in Weimar?

Tage der Netzwerkstelle gegen Rechtsextremismus gezählt

Seit Ende 2002 leitet Fritz Burschel die Netzwerkstelle gegen Rechtsextremismus in Weimar. Abgesehen von allen Anfeindungen durch „ehrbare Bürger" wie handfeste Neonazis: Bestenfalls bis Ende 2006 läuft die Finanzierung über das Bundesprojekt Civitas noch. Und danach?

Fritz Burschel sitzt in seinem kleinen Büro am Weimarer Herderplatz. Aus seinem Fenster schaut er auf bürgerliche Idylle; die Freisitze unter alten Bäumen sind von Touristen bevölkert. Drei Etagen über ihm, im Dachgestühl des einstigen Wilhelm-Ernst-Gymnasiums, befindet sich das Studio von „Radio Lotte", für das er auch als Redakteur tätig ist. Der nichtkommerzielle Sender macht ein unabhängiges und werbefreies Programm – er wird mit Projektgeldern finanziert. Gleichzeitig ist „Radio Lotte" Träger der Weimarer Netzwerkstelle gegen Rechtsextremismus. Das ist eine weit und breit einmalige Konstellation – wo sonst haben Netzwerker eine direkte Möglichkeit, sich an die Öffentlichkeit zu wenden? Und dennoch steht dem 40jährigen die Sorge ins Gesicht geschrieben: „Meine Tage hier sind gezählt", sagt er nüchtern. Zum einen hält der Weimarer Stadtrat, mehrheitlich bestehend aus dem „schwarzen Block" (Honoratioren-Wahlverein Weimarwerk und CDU), Burschels Arbeit in der Netzwerkstelle für „entbehrlich" und hätte am liebsten sämtliche Zuschüsse gestrichen. Zum anderen erfolgt die Finanzierung der Stelle vorwiegend aus Bundes- und Landesmitteln, und zwar im Rahmen des Projektes Civitas, das die rot-grüne Bundesregierung 2001 auflegte und das spätestens Ende 2006 ausläuft. Vielleicht auch schon früher, wenn die im September zu wählende neue Bundesregierung der gleichen Meinung ist wie der Weimarer Stadtrat.

Foto: Gundula Lasch

Seit drei Jahren bemüht sich der gestandene Oberbayer in Weimar um zivilgesellschaftliche Lösungen gegen die deutlichen rechtsextremen Tendenzen in der Region. Vorher tat er dasselbe in Gera. Einfacher wäre es gewesen, als Redakteur beim Ebersberger Lokalteil der Süddeutschen Zeitung weiter zu arbeiten. Doch Burschel ist nicht der Mann für die einfachen Wege: Seit über 20 Jahren ist der streitbare Journalist in der Antifa aktiv. Da war es nur folgerichtig, dass er diese Haltung in berufliche Aktivität umsetzte. Er lebt ganz gelassen damit, steckbrieflich auf diversen Neonazi-Websites vermerkt zu sein. Er hat sich gewöhnt an die Angriffe, die längst nicht nur aus dem rechtsextremen Lager kommen.

„Auwehzwick, so schnell kann's geh", sagt man in Burschels Herkunftsregion, wenn dramatische Ereignisse in ruhigem Ton kommentiert werden sollen. Doch man sieht dem studierten Politologen und Historiker an, dass Frust, Trauer und Wut in ihm brodeln: Er sieht die beabsichtigte Abwicklung der Netzwerkstelle als Affront gegen seine Arbeit und die zahlreichen erfolgreichen Aktivitäten und Veranstaltungen, die von ihm initiiert wurden. Spätestens, seitdem Burschel die brutalen Polizeieinsätze am Rande eines Nazi-Aufmarsches in Weimar kritisiert und Ordnungskräften wie -politikern ein tendenziell antidemokratisches Verhalten diagnostiziert hatte, herrscht seitens der Stadt eisige Ablehnung. Einziger Verbündeter in diesem Umfeld scheint nur der parteilose Oberbürgermeister Volker Germer: Der hatte sich hinter Burschels Aufforderung zu zivilem Ungehorsam gestellt und praktiziert selbst eine offen antirechte Haltung ohne politisches Kalkül.

Die Mehrheit der Weimarer Bürger jedoch ignoriert die deutlichen rechtsextremen Tendenzen – angefangen von den Treffen der beiden in der Stadt ansässigen Kameradschaften über „nationale Stadtrundgänge" bis hin zu Neonazi-Aufmärschen. „Rassistische und antisemitische Tendenzen sind wie überall auch in der Weimarer Bürgerschaft weit verbreitet", weiß Burschel. Langfristig ändern könne dies nur ein Konzept, das humane Orientierungen, Zivilcourage und wirkliche Streitkultur in die Breite trage. „Das kann eine vorübergehend arbeitende Netzwerkstelle gegen Rechtsextremismus nicht leisten – sie kann bestenfalls ein Katalysator sein." Vielmehr müssten die Leute begreifen, dass sie selbst etwas tun müssen. „Wenn Gegenwehr gefragt ist, stehen die Weimarer Bürger schon auf. Aber im Alltag gibt es keine Diskussionskultur." Die wiederum versucht Burschel über Beiträge und Interviews bei „Radio Lotte" anzukurbeln.

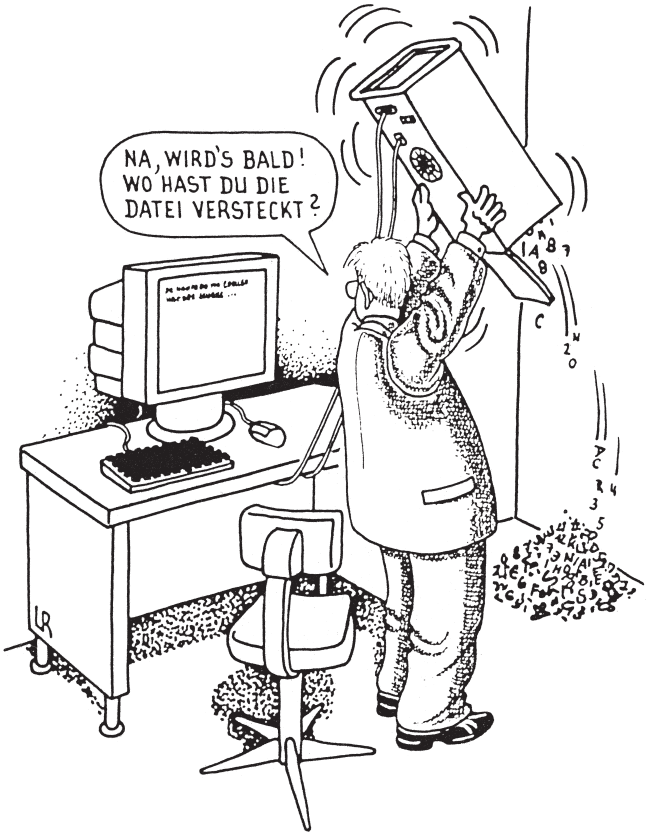
Doch ein steter Tropfen sind seine thematischen, streitbaren Einsprengsel in den täglichen zehn Sendestunden nicht wirklich. „Wir müssen Diskussionen zuspitzen, um voran zu kommen", ist Burschels Maxime. Klar, dass die alles andere als Gegenliebe bei den Stadträten erzeugt. Vielmehr möchte man dort den Ruf der Stadt als geschichtsträchtige bürgerliche Touristenidylle bewahren. Da schaut man gern über die eine oder andere unangenehme „Ausnahme" hinweg.

Die Netzwerkstelle gegen Rechtsextremismus in Weimar wird also bald der Vergangenheit angehören. Ob es Aktive geben wird, die diese Arbeit ehrenamtlich weiterführen, ist fraglich. Auch Burschels Zukunft ist ungewiss: Ein neuer Job ist nicht in Sicht. Aber eigentlich müssten zivilgesellschaftliche Initiativen bei dem erfahrenen Netzwerker Schlange stehen.

Gundula Lasch ■

Kontakt

Netzwerkstelle gegen Rechtsextremismus
bei Radio „Lotte in Weimar"
Herderplatz 14, 99423 Weimar
Tel.: 03643 / 77 73 60
Fax: 03643 / 40 04 08
E-Mail: weimar-gegen-rechts@web.de
Internet: www.weimar-zeigt-sich.de



Kari: Reinhold Löffler

Amtliche Daten-Freibeuterei

Dubiose Haltung von Ermittlern zum Grundsatz der Verhältnismäßigkeit

Eigentlich sollte dies eine knappe Meldung über einen Teilerfolg werden: Der Verdacht einer Straftat, der seit April 2003 auf dem Dortmunder Journalisten und Landessprecher der VVN-BdA Ulrich Sander lastete, ist jetzt ad acta gelegt. Das Ermittlungsverfahren, in dessen Verlauf sämtliche Computerdaten beschlagnahmt wurden, ist nach mehr als zwei Jahren sang- und klanglos eingestellt worden. Und weitere Fälle der amtlichen Daten Freibeuterei sollten hellhörig machen.

Es ist amtlich, dass Ulrich Sander mit gefälschten Schreiben auf dem Kopfbogen des Leiters einer staatsanwaltlichen Zentralstelle, die an ehemalige Gebirgsjäger verschickt worden waren, nichts zu tun hat. Dass es sich bei der Anzeige um eine Retourkutsche gegen den engagierten Antifaschisten handeln könnte, der seit Jahren Material zu ungesühnten Greueltaten der Gebirgsjägertruppe im zweiten Weltkrieg sammelt, lag von Beginn an nahe. „Die verlorene Ehre des Rechercheurs“, wie unser Bericht in «M»3/05 überschrieben war, ist nun zumindest soweit wiederhergestellt. Allerdings: Die „illegale Ausforschung von Rechercheergebnissen unter strafrechtlichem Vorwand“, die die dju im Falle Sander angeprangert hatte, ist nicht vom Tisch. Im Zuge der Ermittlungen gegen Sander wegen vermeintlicher Amtsanmaßung, später Verleumdung, hatte die Polizei bei einer Hausdurchsuchung dessen Computer beschlagnahmt. Die Daten wurden von der Staatsanwaltschaft kopiert „und das Gerät zügig wieder zurückgegeben“, wie sich die Justiz später zugute hielt. Die Festplattenkopie, deren Rückgabe Sander vehement forderte, sollte schließlich vernichtet werden. Jetzt wird sie nach Aussage von Oberstaatsanwältin Dr. Ina Holznagel bei den Ermittlungsakten verbleiben, weil sie „legal erhoben“ worden sei, berichteten die „Ruhrnachrichten“. Sander hat mehrfach die Befürchtung geäußert, dass die Daten, die sein eigenes Archiv, aber auch die Namen von über Tausend Mitgliedern der Vereinigung der Verfolgten des Naziregimes – Bund der Antifaschisten, Landesverband Nordrhein-Westfalen enthielten, zwischenzeitlich nach § 18 Bundesverfassungsschutzgesetz an die Geheimdienste weitergegeben worden sein könnten. Ein Verdacht, den die Justiz bis heute nicht ausgeräumt hat.

Eingriff in die journalistische Schaffensfreiheit

Dem Fall von amtlicher Daten-Freibeuterei, speziell in linken Gewässern, fügen sich mittlerweile zwei weitere an. Nummer 1: Der Historiker und Journalist Dr. Nikolaus Brauns, der im Auftrag der Tageszeitung „junge welt“ am Abend des 2. Juni ein Wahlkampfvorbereitungstreffen der NPD in München beobachtet hatte, das von jungen Antifaschisten mit lauten „Nazis raus!“-Rufen gestört wurde, bekam – nachdem er zunächst von der Polizei als Zeuge befragt worden war – noch in der Nacht Besuch des Staatsschutzes. Wegen „Gefahr im Verzuge“ beschlagnahmte man ohne richterlichen Beschluss seinen Computer, Notebook, Handy und Terminkalender sowie zahlreiche dienstliche und private Notizen. Der Journalist wurde unter dem Vorwurf des Haus- und Landfriedensbruchs zeitweilig festgenommen. Die Justiz hatte sich offenbar binnen Stunden die Sicht von vorbestraften NPD-Funktionären zu eigen gemacht, die verbreiteten, Brauns habe das störende linke „Rollkommando per Handy zusammengetrommelt“. Er wird seither von Neonazis massiv bedroht. Die Justiz, die Nikolaus Brauns jetzt „versuchte gefährliche Körperverletzung“ vorwirft, machte ihn zudem über Wochen nahezu arbeitsunfähig, weil ihm Hard- und Software als „Original-Beweisstücke“ weiter vorenthalten werden. Als sich der Beschuldigte vom eigenen Rechner wenigstens eine CD mit unverzichtbaren Unterlagen brennen durfte, erkannte er, wonach die Ermittler offenbar seine Daten durchstöberten, darunter auch Suchbegriffe wie „Rote Hilfe“, SDAJ und SAM (Sozialistische Aktion München). Brauns‘ Rechtsanwalt Michael Sack hält die Beschlagnahme, die „offensichtlich mit dem Ziel, Hintergrundmaterial über linke Strukturen zu sammeln“ erfolgt sei, für „unverhältnismäßig“ und einen „Eingriff in die journalistische Schaffensfreiheit“.

Fall Nummer 2: Am 5. Juli wurde in Bochum morgens um 6.30 Uhr zeitgleich eine Hausdurchsuchung bei drei Machern des Internetportals LabourNet Germany gestartet. Bei Chefredakteurin Mag Wompel, Redakteur und Vorstandsmitglied Ralf Pandorf sowie Wolfgang Schaumberg, Vorstandsvorsitzender des Trägervereins, wurden sämtliche Computer, CDs, Disketten und Teile des archivierten Schriftverkehrs beschlagnahmt. Der Durchsuchungsbeschluss war mit dem Verdacht

Kontakt online

www.nikolaus-brauns.de
www.labournet.de;
Protest- und Solischreiben an:
redaktion@labournet.de

auf Urkundenfälschung begründet. Nur, dass das Corpus delicti, ein offenbar gefälschtes Schreiben, das bereits im Dezember 2004 als Postwurfsendung verteilt worden war, gar keinen Hinweis auf LabourNet enthält.

Furcht um Informantenschutz

Zu diesem Schluss musste Ralf Pandorf eine Woche später bei seiner ersten polizeilichen Vernehmung kommen. Da waren die Computer zwar schon zurückgegeben. Denn die LabourNet-Macher – ihr Netzwerk für Bildung und Kommunikation mit Internetplattform und Newsletter ist ein erklärter Treffpunkt der gewerkschaftlichen Linken – förderten in eigenen Recherchen binnen kurzem das Bekennerschreiben eines „Kommandos Paul Lafargue“ vom Dezember 2004 zutage. Es belegt, dass die Arbeitsagentur Bochum Opfer einer Fälschung geworden war. LabourNet wird von den Bekennern nur in einem Verweis erwähnt. Die beschlagnahmten CDs, Disketten und die wichtige Korrespondenz mit Mitgliedern und Sympathisanten liegen aber immer noch bei den Ermittlern. Die Beschuldigten sehen das „Recht auf Freiheit der Presse in höchstem Maße verletzt“ und fürchten, so Pandorf, auch um den Informantenschutz. Diese Befürchtung teilt die dju in ver.di. Sie sieht in dem Vorgehen der Staatsanwaltschaft einen Verstoß „gegen Rechtsgrundsätze, insbesondere der Presse- und Informationsfreiheit“. „Mit seinem Informations- und Diskussionsangebot leistet LabourNet Germany einen wichtigen Beitrag zur demokratischen Öffentlichkeit sozialer und politischer Initiativen, die sonst in den Medien kaum oder gar kein Gehör finden. Die dju in ver.di versichert Verein und Redaktion von LabourNet Germany ihre Solidarität und fordert die umgehende Einstellung des Verfahrens und Rückgabe aller einbehaltenen Unterlagen und sowie die nachweisliche Vernichtung aller eventuell gefertigten Kopien“, heißt es in einer Pressemitteilung.

Zusätzliche Brisanz gewinnen die Fälle von München und Bochum, weil sie nach einem Urteil des Bundesverfassungsgerichts datiert sind, das den Zugriff auf Computerdaten im Rahmen strafrechtlicher Ermittlungen sinnvoll beschränkt. Die Karlsruher Richter wiesen die Behörden darin an, nur Daten zu beschlagnahmen, die für das jeweilige Verfahren von Bedeutung sind. Speziell sahen die Verfassungshüter in der „Durchsuchung und Sicherstellung des vollständigen Datenbestandes von Berufsgeheimnisträgern“ – geklagt hatten Rechtsanwälte und Steuerberater – einen erheblichen Eingriff in die informationelle Selbstbestimmung. Auch um die Rechte Dritter zu schützen, sei bei Ermittlungen „eine sorgfältige Sichtung und Trennung der Daten je nach ihrer Verfahrensrelevanz geboten“. Der Grundsatz der Verhältnismäßigkeit, so die Richter, müsse „strikt beachtet“ werden. (Beschluss des Zweiten Senats des Bundesverfassungsgerichts vom 12. April 2005, 2 BvR 1027/02). *Helma Nehrlich* ■

Presseversorgung bleibt attraktiv

Boom durch Alterseinkünftegesetz bei berufständischem Versicherer

Eitel Sonnenschein bei der Jahreshauptversammlung der Gremien des Presseversorgungswerkes im Juni: Das Neugeschäft stieg im vergangenen Jahr um elf Prozent auf 380 Mio. Euro, die Zahl der Verträge wuchs gar um 30 Prozent. „2004 war für uns ein Jahr, wie es immer sein könnte“, bilanzierte Geschäftsführer Dr. Falk. Trotzdem wird es ein Ausnahmejahr sein – wesentliche Ursache des Booms war das am 1. Januar dieses Jahres in Kraft getretene Alterseinkünftegesetz. Es krempelt die Altersvorsorge von vor- auf nachgelagerte Besteuerung um und kappte damit zugleich das Privileg von Kapitallebensversicherungen.

Um dieses sich trotzdem noch zu sichern, schlossen viele Journalisten, Werbeleute und Medienmacher in den letzten Monaten 2004 noch schnell eine Versicherung bei der Presseversorgung ab. Und zwar im freiwilligen Bereich. Dagegen sank die Zahl der obligatorischen Verträge, also der per Tarif für festangestellte Zeitungs- und Zeitschriftenjournalisten gesicherten Altersvorsorge, erneut. Ihr Anteil am Gesamtbestand lag 2002 bei 36 Prozent, nun sind es nur noch 20 Prozent! „Ob damit die Talsohle erreicht ist“, so Dr. Falk, „ist schwer zu prognostizieren“.

Jeweils ein individueller Mix

Hängt das Obligatorium von der Einstellungs- bzw. Entlassungspraxis der Verlage ab, basiert der Erfolg bei den freiwilligen Neuabschlüssen wesentlich auf der Vertriebsleistung der Presseversorgung und ihrer Partner (allen voran die Allianz). Der Vertrieb muß sich aber künftig vom reinen Produktverkauf zur integrierten Beratungsleistung profilieren, denn die gesetzliche Neuordnung der Altersvorsorge mit den drei Säulen staatliche Basisrente, betriebliche Vorsorge und private Absicherung erfordert bei jedem Kunden einen individuellen Mix. Besonders für die letzten beiden Säulen bietet das Presseversorgungswerk einen attraktiven Produktkatalog, der als neue Broschüre „Kompakt“ angefordert werden kann bzw. im Internetauftritt einsehbar ist (www.presse-versorgung.de). Attraktiv sind dabei nicht nur die verschiedenartigen, flexibel gestaltbare Vertragsformen, sondern auch die Konditionen: Mit einer Überschussbeteiligung von 4,5 Prozent liegt das Versorgungswerk 2005 in der Spitzengruppe der 20 größten deutschen Lebensversicherer und die wieder gestiegene Nettoverzinsung der sicherheitsbewußt gesteuerten Kapitalanlagen bildet eine sichere Basis für die Zukunft. Auch die Renten der Versorgungskasse glänzen – angesichts der Nullrunden bei der staatlichen Rente – 2005 mit einem Zuwachs von 1,2 Prozent. Als Reaktion auf das Alterseinkünftegesetz beschlossen die Gesellschafter der Presseversorgung (darunter von ver.di) für die Pflichtversicherungen, die obligatorische Kapitallebensversicherung durch einen modifizierten Kapitaltarif zu ersetzen. Dadurch bleibt bei Ablauf die Wahlmöglichkeit für festangestellte Redakteurinnen und Redakteure zwischen einmaliger Kapitalzahlung und lebenslanger Rente erhalten – ohne steuerliche Nachteile. Die Aufgaben der Rentenkommission bei der Versorgungskasse werden künftig von deren Beirat wahrgenommen. Für vier ausscheidende Gremienmitglieder wurden in Stuttgart drei neue Vertreter in den Verwaltungsrat bzw. die Finanzkommission des Versorgungswerkes und eine Kollegin in den Versorgungskassenbeirat gewählt. *Holger Wenk* ■

Foto: Messe Berlin GmbH

Sicher ins Netz

Initiativen für eine „gesellschaftsverträgliche Online-Welt“

Sicher ins Internet – dafür werben immer mehr private Sicherheitsinitiativen. Die jüngste ist der Ende Mai im Bundeskanzleramt im Beisein der Kulturstaatsministerin Christina Weiss gegründete AOL-Sicherheitsrat. Stan Laurent, Vorsitzender der Geschäftsführung von AOL Deutschland, will „eine familiengerechte, sichere und gesellschaftsverträgliche Online-Welt“ und Nutzern hierfür vor allem Medienkompetenz vermitteln.

Wolfgang Schulz, der den Vorsitz des Sicherheitsrates führt, sieht in dem Rat ein Selbstregulierungsinstrument und hofft auf öffentliche Wirkung: „Unternehmen, die auf die Reputation ihrer Marke angewiesen sind, können Interesse daran haben, über Leuchtturmprojekte“ nicht nur ihr Produkt sicher zu machen, sondern auch die Branche davon profitieren zu lassen.“

Schulz, auch Direktor des Hans-Bredow-Instituts für Medienforschung, ist davon überzeugt, dass Schutzmaßnahmen wie im Rundfunk nicht auf das Internet übertragen werden können. Für den Jugendschutz, aber auch für den Schutz personenbezogener Daten oder den Schutz vor Spam-Mails sei das Leitbild des Risikomanagements angemessener. Die Verantwortung für den Schutz könne zudem nicht einseitig dem Staat, den Anbietern oder den Nutzern aufgebürdet werden. Verschiedene Instrumente müssten zusammenwirken, um einen möglichst hohen Schutz und möglichst geringe Belastungen für die Anbieter zu erreichen.

Der Sicherheitsrat soll gemeinsam mit der Geschäftsführung jährliche Zielvereinbarungen zu Sicherheitskonzepten und möglichen Verbesserungen für die Internet-Nutzer verabschieden. Ob und in welchem Umfang die Ziele erreicht wurden, wird jährlich in einem öffentlichen Tätigkeitsbericht dokumentiert, der sich an die Kommission für Jugendmedienschutz als zentrale Aufsichtsstelle für den Schutz der Jugend und der Menschenwürde im Online-Bereich sowie an die Bundesprüfstelle für jugendgefährdende Medien richtet. Noch ist jedoch nichts zu sehen – nicht einmal eine eigene Website informiert über die Tätigkeiten des Sicherheitsrates.

Informationen

www.klicksafe.de
www.internet-beschwerdestelle.de

Der ehrenamtlich arbeitende Beirat ist jedoch bemerkenswert besetzt – unter anderem findet sich hier Jürgen Büssow, Regierungspräsident der Bezirksregierung Düsseldorf, wieder, der seit 2002 hartnäckig versucht, Sperrungen rechtsextremer Websites durchzusetzen, und der ehemalige Staatssekretär im Bundeswirtschaftsministerium Siegmar Mosdorf (SPD). Der Beirat schmückt sich mit nicht nur in der Internetszene bekannten Namen: Zeit-Herausgeber Michael Naumann ist ebenso vertreten wie Thomas Krüger, Präsident der Bundeszentrale für politische Bildung und Klaus Siebenhaar vom Jüdischen Museum Berlin – sie sollen wohl als Gradmesser „gesellschaftsverträglicher“ Inhalte fungieren. Die CDU-Bundestagsabgeordnete Martina Krogmann will als Ratsmitglied „kontrollieren, ob AOL seine Ziele auch erreicht. Außerdem interessieren mich technologische Trends.“

Erst im Januar hatte Microsoft unter der Schirmherrschaft des Bundeswirtschaftsministeriums und gemeinsam mit Branchengrößen wie der Freiwilligen Selbstkontrolle Multimedia (FSM), E-Bay, T-Online und SAP die Initiative „Deutschland – sicher ins Netz“ gestartet. Anders als der AOL-Sicherheitsrat gibt die Initiative konkrete Handlungsversprechen, die zu bestimmten Terminen eingelöst werden sollen – wie etwa auch die Entwicklung eines Internetportals, das Kinder und Jugendliche über Risiken der Neuen Medien aufklären soll.

„Dass AOL eine eigene Initiative gestartet hat, hat uns gewundert“, sagt Helmut Reimers, Geschäftsführer der seit Jahren in Sachen Internetsicherheit aktiven Teletrust. Er meint, dass AOL sich „Deutschland – sicher ins Netz“ hätte anschließen können. Wesentlich irritierter zeigte sich Arthur Wetzel, Präsident der Wirtschaftsinitiative „no abuse in internet“ (naiin). Er geißelte den „Alleingang“ der AOL-Initiative als „absolut kontraproduktiv“ und meint, dass AOL an der FSM nicht aktiv beteiligt sei. Dem widerspricht Harald Summa vom Verband der Internetprovider eco. Dieser betreibt seit Jahren schon zusammen mit der FSM eine Internet-Beschwerdestelle. Wolfgang Schulz kritisiert jedoch in seinem Konzeptpapier, dass die FSM lange kontrovers über die Beantragung einer Anerkennung als Instanz gemäß dem umstrittenen Jugendmedienschutz-Staatsvertrag diskutiert habe und dass sich auch die staatliche Seite mit ihrer Entscheidung lange Zeit gelassen habe.

Ein weiteres Projekt zur Steigerung der Medienkompetenz von Eltern und Kindern ging bereits im April an den Start: Klicksafe.de ist ein von den nordrhein-westfälischen und rheinland-pfälzischen Landesmedienzentralen eingerichtetes Internetportal, das praktische Hilfestellung und einschlägige Links vermitteln will. „Die vielen Angebote werden von den Nutzern nicht als konkurrierend wahrgenommen. Im Gegenteil: Wir brauchen ein buntes Bild“, sagt Teletrust-Chef Reimers. Denn das wichtigste sei die Sensibilisierung der Nutzer – und diese seien nur sehr beschränkt zu erreichen. Jugendschutzexperte Rickert weist jedoch darauf hin: „Sicherheitsmerkmale werden zunehmend als Unterscheidungsmerkmal am Markt wahrgenommen.“ Und Martina Krogmann verspricht sich von mehr Initiativen auch mehr Sicherheit, denn: „Viele Initiativen sind auch ein Wettbewerbsinstrument, um die Internetsicherheit zu steigern.“ *Christiane Schulzki-Haddouti* ■

Foto: Christian von Polentz / transit

Der Gestalter des Preises Matthias Zagon Hohl-Stein signiert diesen für die Preisträgerinnen (v. l. n. r): Sabine am Orde (1. Preis), Helena Pekalis (2. Preis), Silke Diettrich (3. Preis)

taz-Redakteurin gewinnt AWO-Medienpreis

Erstmals wurde der AWO-Medienpreis in Kooperation mit der Deutschen Journalistinnen- und Journalisten-Union (dju) in ver.di Berlin-Brandenburg verliehen. Die Jury lobte den sensiblen Umgang in den Beiträgen mit dem Wettbewerbsthema „Auf gleicher Augenhöhe: Interkulturelle Öffnung als Zukunftsaufgabe."

Den ersten Preis erhielt Sabine am Orde, taz-Redakteurin für Bildung und Interkulturelles, für die 13-teilige Serie „Islam in Berlin", die sie konzipiert, umgesetzt und in Teilen auch selbst geschrieben hat. Sie wurde auch stellvertretend für alle mitwirkenden Autoren ausgezeichnet. Der zweite Preis ging an Helena Pekalis für ihren Hörfunkbeitrag „Fühlen in Türkisch – Berechnen in Deutsch? – vom Leben in zwei Muttersprachen", gesendet im WDR 5. Mit dem dritten Preis wurde Silke Diettrich für drei Beiträge zur Hörfunk-Serie „Mi Amor" prämiert, die vom Inforadio und radio multikulti (RBB) ausgestrahlt wurden. Der Preis war mit insgesamt 5.000 Euro dotiert. *sil* ■

Neuartiger Konzernbetriebsrat

Einheitliche Interessenvertretung für zersplitterte Unternehmen in Sachsen

Erstmalig konnte an einem regionalem Zeitungsstandort in einem Unternehmen mit verschiedenen Geschäftsfeldern – Druck, Redaktionen, Anzeigenblätter, Callcenter, Lokalredaktionen, Postvertrieb, sonstige Zeitschriften – die jeweils in verschiedenen Gesellschaften aufgeteilt sind, eine einheitliche Interessenvertretung gebildet werden.

Das Aufsplitten eines Unternehmens in mehrere kleine Betriebe liegt im Trend. Aus Abteilungen werden Betriebe, aus Betrieben Unternehmen – und aus Kollegen Dienstleister. Was früher einheitlich war, grenzt sich auf einmal durch Gesellschaftsformen voneinander ab. Eine Folge: Große Betriebsräte mit freigestellten Mitgliedern verschwinden. Dies geschah auch beim Dresdner Druck und Verlagshaus (DD+V), einer Tochter von Gruner + Jahr, wo unter anderem die Sächsische Zeitung und die Morgenpost Sachsen erscheinen. Damit musste sich auch die bislang einheitliche Interessenvertretung neu strukturieren: es wurden sechs neue Betriebsratsgremien mit insgesamt 30 Mitgliedern gewählt, ein Gesamtbetriebsrat ist dabei. Und dennoch arbeiten sie gemeinsam weiter: Sie schlossen sich kurzerhand zu einem Konzernbetriebsrat (KBR) zusammen – der sich am 25. Mai konstituierte und jetzt über 1000 Beschäftigte repräsentiert. Zum Vorsitzenden wählte das Gremium Bernd Köhler (Unternehmensbereich Zeitungen), zum Stellvertreter Tom Wange (Zeitungsdruck). Was daran so außergewöhnlich ist? Es gibt bereits einen Konzernbetriebsrat bei Gruner + Jahr. Doch entstand durch die veränderte Firmenstruktur in Dresden ein Konzern im Konzern, ein so genannter Unterkonzern.

Die Geschäftsleitung registrierte den neuen KBR ohne Kommentar. Sie stellte sogar fest, dass es sinnvoll ist, die Betriebsräte vor Ort zusammenzufassen. Es erleichtert Verhandlungen. Damit sich der KBR aber nicht nur treffen und verhandeln, sondern auch Mitbestimmungsrechte wahrnehmen und Vereinbarungen mit dem Arbeitgeber abschließen kann, muss eine verbindliche Arbeitsgrundlage her. Gesellschaftsrechtlich unstrittig ist, dass die Betriebsräte der 100%igen Töchter des DD+V Delegierte in den Konzernbetriebsrat von Gruner + Jahr entsenden. Bei Beteiligungen des DD+V knapp über 50 Prozent sei das nach Aussagen der Geschäftsführung nicht möglich – weil nicht G+J, sondern nur DD+V die Mehrheit besäßen. Die Zusammenarbeit in der Region ist aber gerade für diese kleineren Betriebsräte besonders wichtig. Deshalb wird derzeit eine Vereinbarung über den Unterkonzernbetriebsrat oder auch einen Gesamtbetriebsrat mit erweiterter Befugnis zwischen den Konzernbetriebsräten von DD+V und G+J, sowie Konzern- und Unternehmensvertretern und ver.di-Experten ausgehandelt. Solange es keine Vereinbarung in Form eines Tarifvertrages gibt, wird jeder Betriebsrat seine Vertreter in den Konzernbetriebsrat von Gruner + Jahr schicken.

Was sind die Themen des neuen KBR? „Wir haben eine unternehmensweite Telefonanlage. In allen Redaktionsgesellschaften arbeiten die Kollegen außerdem alle mit demselben technischen System – hier wird der neue KBR tätig werden müssen", sagt die Betriebsrätin Elke Schanz. Außerdem soll es ein Projekt der Auszubildenden für einen neuen Intranet-Auftritt geben. Auch könnten Verhandlungen über ein günstiges Job-Ticket des öffentlichen Nahverkehrs für alle Beschäftigten aufgenommen werden.

Ver.di wird außerdem prüfen müssen, ob die durch die Ausgliederung entstandene Tariflosigkeit wieder hergestellt werden kann. 1999 wurden von Gruner + Jahr Regionalverlage gegründet. In einem Streik wehrten sich die Beschäftigten gegen die Zerschlagung der Interessenvertretung und den tariflosen Zustand.

Kersten Artus ■

Weitere Informationen:
http://www.verdi-verlage.de/sz.

Foto: dpa / Frank Rumpenhorst

60 Jahre

Frankfurter Rundschau

Persönliche Erinnerungsfragmente von Wolf Gunter Brügmann

Dort wo vor zehn Jahren tausende Frankfurter fröhlich das 50jährige Bestehen der Frankfurter Rundschau (FR) feierten, steht das „Rundschauhaus" seit Mitte Juli leer und wartet, am Rande eines großen Abbruchareals, auf die Abrissbirne. Nur kurz vor ihrem 60. Geburtstag, dem 1. August, markierte die Aufgabe des vor 51 Jahren bezogenen Verlagshauses an der Stammadresse „Große Eschenheimer Straße 16–18" im Herzen Frankfurts auch äußerlich das endgültige Ende der FR-Ära, die von der Gründergeneration geprägt wurde.

Den Umzug in Mietetagen des modernen Rundbaus „Collosseo" südlich des Mains verknüpfen viele der Redakteurinnen und Redakteure mit der Hoffnung, dass sie dort nach über vier Jahren tief wirkender Niedergangsstimmung (dramatischer Personalabbau von 1.680 auf rund 750 Stellen, spürbare Einkommensminderungen, härtere Anforderungen, Arbeiten in einem zunehmend vernachlässigten Gebäude) wieder zu einer neuen Motivation und Identifikation mit der Arbeit im „alten Geist" zusammenfinden. Was aus der Gründerzeit bleibt, ist auf jeden Fall die erste Zeile im Impressum: „Verleger bis 1973: Karl Gerold".

Von «M» um einen Beitrag gebeten wurde ich, weil ich der letzte Redakteur auf der Gehaltsliste der FR bin, der noch von dem legendären und gefürchteten Lizenzträger, „Herausgeber, Verleger und Chefredakteur" Karl Gerold und dem ebenfalls beeindruckenden stellvertretenden Chefredakteur Karl-Hermann Flach ganz persönlich nachhaltig geprägt worden ist. Am 1. März 1968 war mein erster Arbeitstag als freier Mitarbeiter, am 1. Januar 1969 begann ich als Volontär in der Nachrichtenredaktion, die später meine „Heimat" wurde und die ich von 1984 bis 1994 leitete. Seit November bin ich in der „Freistellungsphase" der Altersteilzeit.

Ein Rat fürs Leben

Es war eine Begegnung der besonderen Art, damals im Dezember 1968: Karl Gerold reißt lautstark die Tür zur Lokalredaktion auf und fragt mit beißender Stimme: wer ist „rüg"? Erschrocken ging ich hinter dem Schreibtisch in Deckung, verbarg den Kopf tief über die Schreibmaschine gebeugt und ein Kollege „rettete" mich: „Das ist ein freier Mitarbeiter, aber der ist nicht hier." Gerold schon etwas ruhiger, aber doch in strengem Befehlston: „Sagt ihm, er soll gefälligst kürzere Sätze schreiben!" Das war ein Rat fürs Leben. Es ging um meinen ersten Kommentar auf der Seite 3 mit der Überschrift „Antiautoritäre Nikoläuse"; dazu, dass, wie und für wen die studentische Arbeitsvermittlung an der Uni in der Hochzeit der Studentenbewegung Nikolausjobs vergab.

1968 waren Druckerei, Packsaal und Versand noch nicht im 15 Kilometer entfernten Neu Isenburg, sondern noch im Hinterhaus in Frankfurt, wo die FR bis 1962 auch die FAZ mitgedruckt hatte. Es war die Zeit, in der die FR den Sprung von einer regionalen zu einer überregionalen Zeitung geschafft hatte. Zum einen als Oppositionszeitung gegen die Große Koalition (1966–69) und mit Verteidigungsminister Franz Josef Strauß (CSU) als Intimgegner, insbesondere seine mögliche Verwicklung in die „Hispano-Suiza-Panzeraffäre". Zum anderen als Blatt der Studentenbewegung. Von allerorten berichteten Studenten mit journalistischen Ambitionen oder junge Journalisten über Demos und Teach ins; „Barfußkorrespondenten" nannten wir sie, analog zu den „Barfußärzten" in armen Ländern, andere sagten auch „Volkskorrespondenten".

In einem Branchenmagazin für Journalisten, in der die Personalien zum meistgelesenen Teil gehören, mag es vertretbar sein, an einige der Namen zu erinnern, die die FR geprägt haben. Das Profil mit dem Label „links-liberal" entwickelte der stellvertretende Chefredakteur Karl Hermann Flach, der diese Programmatik danach als Generalsekretär der FDP zu deren „Freiburger Thesen" von 1971 als Leitbild für die sozial-liberale Koalition ausweitete. Zur ersten Generation gehörten neben Gerold und Flach in der Zentrale Werner Holzer, Hans-Herbert Gaebel, Horst Wolf, Conrad Ahlers (später Regierungssprecher der Großen Koalition und Chefredakteur der Hamburger Morgenpost), Peter Miska (Reporter), Erich Lissner (Feuilleton), in Bonn Volkmar Hoffmann, Ingeborg Jahn, Eghard Mörbitz, weiter Annemarie Doherr (Berlin), im Ausland Emigranten wie Herbert Freeden (Jerusalem), Hermann Bleich (Den Haag), Heinz Pol (Washington). Und Georg Herda, der gemeinsam mit Eugen Stotz aus dem Vorstand der IG Druck und Papier die Kampagne „Aktion Federblitz" steuerte, die der dju den großen Wachstumschub brachte, der sie zu einem eigenständigen Faktor machte.

Hans Michael Rathert aus der zweiten FR-Generation, der 1969 Nachrichtenchef wurde, entwickelte die „Kästen" (Im Blickpunkt, Im Hintergrund, Nachrichtenfeature) und führte damit in der deutschen Presse die Form der „news analysis" ein. Auch die tägliche Dokumentationsseite war seine Idee. In der Innenpolitik gab es drei starke Säulen: Rechtspolitik, Bildungspolitik, Sozial- und Arbeitsmarktpolitik, wozu auch die Beziehungen zwischen Gewerkschaften und Arbeitgebern gehörten. Weitere Stärken waren innerparteiliche, innergewerkschaftliche und innerkirchliche Demokratie, in der Auslandsberichterstattung vor allem die „Dritte Welt".

Als jüngster der ersten Welle der zweiten Generation bestritt ich zunächst mit

zwei Polizeireportern die Berichterstattung über die Studentenbewegung in Frankfurt. Im Volontariat wandte ich mich auch dem Themenfeld Tarifpolitik, Gewerkschaften und Arbeitgeber zu, das fortan meine Hauptsache blieb.

Eine ganze Reihe derer aus der zweiten Generation, die zwischen Mitte der 60er- und in den 70er-Jahren dazu kamen, prägten über viele, teilweise über 30, 35 Jahre, die FR. Dazu gehören Roderich Reifenrath (Innenpolitik, Chefredakteur bis 200), Karl Heinz Krumm, Hans-Joachim Noack (Reporter), Martina I. Kischke (Frauenseite), Jutta Roitsch (Bildung, Dokumentation), Karl Grobe (Ausland), Horst Köpke, Wolfram Schütte (Feuilleton), Rolf Dietrich Schwartz (Wirtschaft, Bonn), Eckart Spoo (der auch 19 Jahre dju-Bundesvorsitzender war), Anton-Andreas Guha (Friedenspolitik), Karl-Heinz-Baum (DDR-Korrespondent), Christian M. Schöne (Nachrichten), Horst Schreitter-Schwarzenfeld (Bonn), Otto Jörg Weis (Berlin) sowie von den noch Aktiven Hans Helmut Kohl (Reporter, Chefredakteur, Paris) und Brigitte Kols (Seite 3, Europa).

Wir „aufmüpfigen" Jüngeren der zweiten Generation mussten uns vor allem an den Älteren der ersten Generation abarbeiten, die ihre „ungebärdigen Kinder" mit einem zwar ambivalenten, aber vor allem nicht offen gezeigten Wohlwollen gewähren ließen und dann auch Führungsverantwortung übertrugen. Später flackerte hin und wieder mal diese Spannung auf: Denen „da oben" in der Chefetage war die FR nicht „FAZig" genug, vielen „da unten" nicht „tazig" genug. Aus einem solchen von zwei Seiten genährten Unsicherheitsgefühl fanden wir spätestens im ersten Golfkrieg heraus, in dem die FR einen eigenen inhaltlichen wie gestalterischen „Auftritt" entwickelte, mit dem sie in der Reflektion und der Präsentation komplexer und länger andauernder politischer Dramen neue Maßstäbe setzte. So erneuerten wir auch selbstbewusst unsere professionelle Redaktionsidentität.

Über den Kopf gewachsen

In der ersten ökonomischen Existenzkrise 1974 retteten der Springer-Konzern und die gewerkschaftliche Bank für Gemeinwirtschaft die FR. Springer mit einem langfristigen Druckvertrag für seine Zeitungen, die Bank für Gemeinnützigkeit mit dem dafür notwendigen Modernisierungskredit. So verfügte das FR-Verlagshaus bald über die modernste Zeitungsdruckerei in Europa. Erst hatte die FR die Druckerei über Wasser gehalten, dann die Druckerei die FR. Zeitweise wurden pro Nacht mehr als zwei Millionen Zeitungen gedruckt, nur gut zehn Prozent davon die FR. Das Unternehmen entwickelte sich von einem mittelständischen handwerklichen Betrieb mit Meister-Gesellen-Hilfsarbeiter-Struktur und großer persönlicher Nähe zwischen Redakteuren, Schriftsetzern, Korrektoren und Metteuren zu einer hochkomplexen Zeitungsfabrik, deren Dimension ebenso wie die Marktdynamik vor allem den langjährigen Geschäftsführern schließlich über den Kopf wuchs.

In der zweiten Existenzkrise seit 2000 rettete die SPD-Medienholding die FR, deren Profil nun von der dritten, teilweise schon vierten Redaktionsgeneration geprägt wird. Allen Unkenrufen zum Trotz hat sich die Redaktion ihre Unabhängigkeit gegenüber der SPD bewahrt. Ungewiss bleibt allerdings, wer in noch unbestimmter Zukunft die Geschäfts- und damit auch die Redaktionspolitik bestimmen wird. Denn nachdem die FR nun einigermaßen saniert ist, möchte sich die SPD-Medienholding, wie angekündigt, auf eine Minderheitsbeteiligung zurückziehen. ■

Rote Karte für Sportredakteure

Outgesourct und tarifgebremst zwischen Nord- und Ostsee

Die gesamte Sportredaktion des Schleswig-Holsteinischen Zeitungsverlages (sh:z), immerhin 16 festangestellte Redakteure, sind outgesourct worden – vom Zeitungsredakteur zum Angestellten einer Agentur.

Jürgen Griese bringt es auf den Punkt: „Das ist ein fadenscheiniges Angebot, um uns aus den Tarifen rauszuholen:" Der 50jährige Journalist arbeitet seit zwanzig Jahren als Sportredakteur bei der Eckernförder Zeitung. Damit sollte zum 1. August Schluss sein. Doch nicht mit Jochen Grieve: Er klagt dagegen.

Auf dem flachen Land zwischen Nord- und Ostsee hat der sh:z mit einer Auflage von insgesamt 190.000 Exemplaren eine Monopolstellung. „Mit 14 Tageszeitungstiteln ist die Schleswig-Holsteinischer Zeitungsverlag GmbH," so die stolze Eigenwerbung, „die auflagenstärkste Verlagsgruppe des nördlichsten Bundeslandes." Hinzu kommen noch 440.000 Haushalte die „Woche für Woche … von unseren Anzeigenblättern" erreicht werden, „natürlich kostenlos!" Einiges kosten ließ sich der Verlag hingegen seine Expansion gen Osten: Im Frühjahr kaufte der sh:z für etwa 60 – 65 Millionen Euro die Schweriner Volkszeitung. Auflage: 125.000.

Und Kosten und Profit spielten sicherlich bei den jüngsten Personalentscheidungen die zentrale Rolle: Im Sommer 2004 kündigte der Verlag an seinem Stammsitz Flensburg 25 Redakteuren. Ein halbes Jahr später wurden die Gehälter der leitenden Redakteure gekürzt. Anfang April nun erhielten die 16 Sportredakteure des Verlags die redaktionelle Rote Karte mit dem gleichzeitigen Angebot, zu weit schlechteren Bedingungen in der verlagseigenen, neuen und vor allem nicht tarifgebundenen „Sport und Event GmbH" zu arbeiten. Neben der traditionellen Sportberichterstattung auf lokaler und überregionaler Ebene sollen neue Geschäftsfelder, eben die neue Event-Schiene hinzukommen: Geplant sind Betreuung von Vereinszeitungen und Vermarktung von regionalen Sportereignissen bis hin zur Durchführung eigener Sportveranstaltungen, inklusive Ticketverkauf natürlich. Einen Interessenskonflikt zwischen redaktioneller Berichterstattung und kommerzieller Erfolgsorientierung sehen Verlag und Chefredaktion in dieser journalistischen PR-Verbindung nicht. Vielmehr schwärmt Chefredakteur Stephan Richter von den positiven Synergien, die sich in der neuen Konstellation ergeben werden.

Synergie-Effekte für den Verlag sicherlich: Bis zu 40 Prozent weniger werden die ehemaligen Redakteure in Zukunft verdienen. Zwar konnte eine 30 bis 36 Monate dauernde individuelle Ausgleichzahlung vereinbart werden, aber danach ist dann alles offen. Und schon heute ist die Wochenarbeitszeit von 36,5 auf 40 Stunden hoch-, und der Urlaub auf generell 30 Tage runtergefahren worden. Von den 16 ehemaligen Sportredakteuren haben 14 die neuen Verträge unterschrieben, ein Kollege ist ausgeschieden. Der für den Erhalt seiner alten Stelle in der Redaktion klagende Jürgen Griese kann aber auch seine Kollegen verstehen: „Da gibt es tausend Zwänge, dass die unterschrieben haben."

Wulf Beleites ■

Recherchеure im Archiv

Fotos: Mathias Thurm

Prof. Dr. Michael Haller, Uni Leipzig (links) und Hans Gerhard Stülb, Verband deutscher Archivare (oben)

Verbandstagung: Die ungewisse Zukunft mediendokumentarischer Arbeit

Häppchen- und Schnäppchenjournalismus blühen, und Google droht zunehmend gründliche Recherche zu ersetzen. Keine guten Perspektiven für Mediendokumentare und -archivare. Gleichzeitig gewinnt gerade wegen der um sich greifenden Oberflächlichkeit Recherche an Bedeutung. Über die ungewisse Zukunft der Mediendokumentare diskutierten rund 350 Kolleginnen und Kollegen aus Presse und Sendern bei der diesjährigen Tagung der Fachgruppe 7 (FG 7) im Verband deutscher Archivarinnen und Archivare (VdA) in Hamburg.

Auf die Bedeutung einer guten Dokumentation und Recherche, auch und besonders im Zeitalter des Internet, verwies Professor Dr. Michael Haller von der Uni Leipzig in seinem Eröffnungsvortrag. Was passieren kann, wenn man die Fakten vor der Veröffentlichung nicht checkt, zeigte Haller an einem Beispiel aus dem Jahre 1911, dem ersten bekannten Fake der Mediengeschichte. Damals erschien in der „Neuen Freien Presse“ in Wien ein Artikel über ein Grubenunglück im Ostrauer Kohlerevier. Ein Grubenhund, so der Autor, sei bereits eine halbe Stunde vor Beginn des Bebens unruhig geworden und habe so vor dem Unglück gewarnt. Hätten die gutgläubigen Redakteure die Meldung überprüft, hätten sie festgestellt, dass ein Grubenhund kein Tier, sondern eine auf Schienen laufende von Hand gezogene Lore ist und sich der Autor auf ihre Kosten einen Scherz erlaubt hatte.

Bezug auf nur eine Quelle

Nach dem zweiten Weltkrieg, so Haller, habe der Journalismus in Deutschland seine Autoritätsgläubigkeit zunächst weitgehend abgelegt. Nach dem Vorbild US-amerikanischer Nachrichtenmagazine hätten die großen Medienhäuser mit dem Aufbau von Archiven und Dokumentationsabteilungen begonnen, was bis zum Ende der achtziger Jahre zu einer Blüte des Recherchejournalismus in Deutschland geführt habe. Haller, selbst ehemaliger Spiegel-Redakteur, erinnerte an die Übergabe seiner ersten Spiegel-Geschichte vor 30 Jahren: „Die Dokumentarin deutete mit spitzem Finger auf ihren Papierberg und sagte mit jenem streng-freundlichen Unterton, den ich von meiner Grundschullehrerin kannte: ‘Und hierzu haben wir keinen Beleg – und hierzu haben wir zwei Belege, nur, die widersprechen sich‘.“

„Fünfzehn Jahre später, nach der Jahrtausendwende, haben wir eine radikal ver-

Die Fachgruppe 7 im Verband deutscher Archivare
Sammeln, verschlagworten und prüfen

Die Fachgruppe 7 im Verband deutscher Archivarinnen und Archivare e.V. (VdA) wurde als berufsständische Organisation Ende der fünfziger Jahre gegründet. Im Mittelpunkt der Aktivitäten stehen die jährlich stattfindenden Frühjahrstagungen, wo in der Regel drei Tage lang öffentlich mit Experten aus Theorie und Praxis über die jeweils aktuelle Entwicklung in den Medienarchiven diskutiert wird. Die Frühjahrstagung 2005 in Hamburg beschäftigte sich mit dem Schwerpunkt: „Menschen im Archiv – Die Zukunft mediendokumentarischer Arbeit“. Mit dem „Info 7“ gibt die Fachgruppe zudem dreimal im Jahr eine Zeitschrift heraus, die ein Forum für die Publikation praxisrelevanter Fachbeiträge bietet. Auch um die Fortbildung der Archivarinnen und Archivare, die traditionell ein Hochschulstudium im jeweiligen Ressort (z.B. Politik, Wirtschaft, Kultur) absolviert haben, kümmert sich die Fachgruppe. Nach Schätzungen des Vorsitzenden der FG7, Hans-Gerhard Stülb, arbeiten rund 1.000 Medienarchivarinnen und -archivare bei Presse, Rundfunk und Film in Deutschland, Österreich und der Schweiz. 270 davon sind in der FG7 organisiert.
Medienarchivare und -dokumentare sammeln und strukturieren vor allem Presseartikel und Rundfunksendungen und machen diese Journalisten und anderen bei Bedarf zugänglich. Die Verschlagwortung von Artikeln geschieht dabei heute zum Teil schon mit vollautomatisch arbeitenden Texterkennungssystemen, dem so genannten Textmining. „Fact-Checking“, eine nicht minder wichtige Aufgabe der Berufsgruppe bedeutet, dass vor der Veröffentlichung eines Beitrages überprüft wird, ob es für alle genannten Fakten verlässliche Quellen gibt. Angesichts des allgegenwärtigen Kostenarguments gerät die Arbeit von Dokumentarinnen und Dokumentaren jedoch zunehmend unter Druck.

änderte Lage. Das Nachrichtenangebot der Medien ist zwar enorm angestiegen – doch das journalistische Personal, wie auch Archivare und Dokumentare, wurden radikal abgebaut“, so der Wissenschaftler. Eine Umfrage der Universität Leipzig in den Jahren 2000 bis 2002 bei 120 Chefs von Lokalredaktionen habe ergeben, dass in den vorausgegangenen zehn Jahren der Umfang des redaktionellen Teils ihrer Lokalausgaben um durchschnittlich 15 Prozent gestiegen und im gleichen Zeitraum die Redaktionen um zwölf Prozent geschrumpft seien. Auf die Frage, wie viel Zeit die Lokalredakteure für das Recherchieren zur Verfügung hätten, seien als Mittelwert 90 Minuten herausgekommen. Zehn Jahre zuvor seien es noch 120 Minuten gewesen. Dass dabei weniger Zeit für Recherche bliebe, könne man an der Zunahme von Texten sehen, die sich nur auf eine Quelle beziehen – oft die Pressemitteilung eines Unternehmens oder einer Behörde.

Internet als Ausrede für schlechte Recherche

Die fehlende Zeit für Recherche werde in vielen Medienhäusern mit dem Verweis auf das Internet schön geredet. In der Tat, so Haller, sei die Leistung der großen Retrieval-Programme im World Wide Web beachtlich. Das Problem liege in der kompetenten Nutzung: „Meist wird mit der Quick-and-dirty-Suchmaske schnell mal gegoogelt und dann werden vielleicht die ersten fünf Treffer angeklickt.“ Über welche Zugangsportale man aber zum Beispiel zu welchen Fachdatenbanken gelangt, davon hätten neun von zehn von der Uni Leipzig befragten Journalisten keine Ahnung gehabt. So nähmen trotz Internet die Falschinformationen zu, und wegen des Internets würden immer häufiger Geschichten oberflächlich zusammengehauen, deren Aussagen zum x-ten Mal per Recycling aus dem Web gefischt, abgeschrieben und – um ein paar Quotes angereichert – erneut ins Netz gestellt würden. „Nicht der Informationsgehalt, sondern die Redundanz, also der Schrott nimmt zu.“

Ein noch größeres Problem sei jedoch die von den Journalisten meist nicht erkannte Fremdsteuerung durch Informationsmanager in den PR-Agenturen und Content-Fabriken, warnte der Referent. Bei den PR-basierten Themen und Kampagnen, die von Journalisten wie Ereignisse aufgegriffen und umgesetzt würden, handele es sich um eine besonders widerstandsfähige Rasse des alten Grubenhundes. Mit Hilfe von automatisierter Texterschließung und linguistischen Analyseprogrammen, dem so genannten Text-Mining, könnten inzwischen komplette Themen in die Medien gebracht und gesteuert werden.

Ungewissheit für Archive

Seinen eher düsteren Ausblick unterstrich Michael Haller mit dem Hinweis auf den Konzentrationsprozess in den Medien: „Niemand weiß derzeit, was aus dem Archiv der Süddeutschen Zeitung wird und was aus dem Broker-Konzept der Dokumentare der Frankfurter Allgemeinen. Und wohin entwickelt sich die Dokumentation von Gruner + Jahr im Zeitalter vollautomatischer Verschlagwortung? Wie funktioniert eines Tages das – dannzumal! – nur mehr wegen des Branding noch Spiegel-Dokumentation bezeichnete Profit-Center, das neben den Produkten aus dem Hause Spiegel und dem Axel-Springer-Konzern auch noch viele andere Medienhäuser bedient?“ *Mathias Thurm* ■

G+J-Dokumentation vor dem Aus?

Angst um ihren Arbeitsplatz haben zur Zeit die 44 Dokumentarinnen und Dokumentare bei Gruner + Jahr in Hamburg. Sie fürchten, dass ihr Archiv, in dem 7.3 Millionen Texte gespeichert sind, zumindest teilweise durch das von Spiegel / Springer ersetzt werden könnte. Derzeit wird das Spiegel / Springer-Archiv von Gruner + Jahr-Dokumentaren getestet. Danach müsse sich die G+J-Dokumentation in Konkurrenz zu Spiegel / Springer im eigenen Haus bewerben, so der stellvertretende Betriebsratsvorsitzende Thomas Thielemann.
Er hält es für möglich, dass zwei Drittel der Stellen im eigenen Haus wegfallen könnten, wenn sich Gruner + Jahr nach Auswertung der Testphase entscheiden würde, das Spiegel / Springer-Archiv dauerhaft zu nutzen. *mt* ■

Neue Zeitrechnung

Tarifeinigung für Filmschaffende mildert Folgen von Hartz

Für Kreative und Techniker am Filmset setzt mit dem neuen Tarifabschluss eine neue Zeitrechnung ein. Jede Überstunde verlängert die Vertragszeit und kann für sehr viele das Abrutschen ins ALG II nach Drehschluss verhindern. Damit hat ver.di gemeinsam mit den drei Arbeitgeberverbänden die Möglichkeit geschaffen, die durch die Hartz-Reform entstandenen sozialen Härten für Filmschaffende aufzufangen.

Der von ver.di und dem Bundesverband Deutscher Fernsehproduzenten e.V., der Arbeitsgemeinschaft Neuer Deutscher Spielfilmproduzenten e.V. und dem Verband Deutscher Spielfilmproduzenten e.V. unterzeichnete Einigung tritt rückwirkend zum 1. Juni in Kraft. Sie wird in einen Gesamttarifvertrag für schätzungsweise 10.000 Film- und Fernsehschaffende einfließen, der zur Zeit noch zwischen den Tarifparteien verhandelt wird. Die Arbeit von Filmschaffenden wird nun nicht mehr nur mit Wochengagen entlohnt. Die üblichen täglichen Mehrarbeitsstunden werden auf Zeitkonten verbucht. Das betrifft bis Ende 2006 jede Arbeitsstunde ab der 41. pro Woche und ab der 13. pro Tag sowie anfallende Zuschläge. Ausgleichszeiten entstehen. Das heißt, aus 8 Stunden Zeitguthaben wird ein zusätzlicher Beschäftigungstag und die Beschäftigungsdauer auch über die Produktion hinaus wird verlängert.

Damit wirkt der Tarifvertrag den Regelungen der Hartz-Reform entgegen, die ab Februar 2006 die Verkürzung der Rahmenfrist für den Anspruch auf Arbeitslosengeld von drei auf zwei Jahre vorsieht. Spätestens dann ist jeder Beschäftigungstag wichtiger denn je, denn es müssen mindestens 360 dieser Tage innerhalb der zurückliegenden zwei Jahre zusammen kommen. „Viele Film- und Fernsehschaffende brauchen damit nicht länger zu fürchten, dass sie ihre ungewöhnlichen Arbeitsbedingungen zu ALG II-Empfängern machen und dass sie gezwungen sein werden, ihren Beruf deswegen aufzugeben und jede andere Arbeit anzunehmen, die für zumutbar gehalten wird“, sagte ver.di-Verhandlungsführer Matthias von Fintel. Zusätzliche gesetzliche Regelungen, die eine angepasste Rahmenfristregelung mit deutlich weniger Beschäftigungstagen vorsähen, würden die Situation vollends entschärfen, so Fintel. „Doch die politische Großwetterlage steht nicht günstig.“ Dennoch bleibe ver.di bei seiner Forderung, dass analog zur Sondereglung für Kultur- und Film-Beschäftigte im Nachbarland Frankreich auch hierzulande 152 Tage ausreichen müssten, um die vollen Leistungen aus der Arbeitslosenversicherung zu wahren.

Enthalten im Tarifvertrag ist ebenso eine Erhöhung der Gage im Januar 2007 und 2008 um jeweils 1,5 Prozent und ein Zuschlag von 100 Prozent für die tägliche Mehrarbeit von mehr als 14 Stunden.

Entscheidend wird jetzt sein, dass die Filmproduktionsfirmen diese verbindlichen Zeitkonten auch umsetzen. Das gilt auch für den schwer zu kontrollierenden Bereich der Auftragsproduktionen. Die Einführung von Zeitkonten kann sich in den Kalkulationen niederschlagen, das sollten die Sender berücksichtigen und damit ihren Beitrag für die Sicherung der beruflichen Existenz der Beschäftigten leisten. Für Filmschaffende und Mitarbeiter in Produktionsfirmen führt ver.di Informationsveranstaltungen in den Filmstandorten durch: Am 18. August in Köln und am 23. August in Berlin.

Bei Problemen in bezug auf die Umsetzung der Tarifeinigung, sollten sich Filmschaffende direkt an connexx.av in ver.di wenden (www.connexx-av.de).

wen ■

Filmrezension: Nachbarinnen

Foto: www.nachbarinnen-derfilm.de

Eine Frau sucht Schutz bei ihrer Nachbarin. Sie fürchtet, die Polizei könne sie wegen Mordes verhaften und abschieben. Jola ist Polin, lebt illegal in Deutschland und arbeitet in einer Kneipe. Ihr Chef hatte ihre Abhängigkeit ausnutzen wollen und wurde zudringlich. Es kam zu einem Handgemenge, plötzlich fiel ein Schuss.

Dora, die etwas grantige Nachbarin, zögert, ob sie der Fremden Unterschlupf gewähren soll, zeigt sich dann aber doch solidarisch. Resolut, nüchtern und burschikos tritt die kleine Postbeamte auf, die eigenbrötlerisch vor sich hin lebt. Sie fühlt sich verunsichert durch die Nähe einer Fremden, die ihr tristes Leben aus den Fugen bringt. Es ist zwar schon eine Weile her, dass Dora von ihrem Mann verlassen wurde, verkraftet aber hat sie diese Enttäuschung noch lange nicht. Nur lässt sie sich das nicht anmerken. Ihre Verletzung versteckt sie hinter ihrem Putzfimmel und ihrer Kakteenzucht. Und wenn sie sich von anderen Menschen bedrängt fühlt, fährt sie selbst ihre Stacheln aus. Doch das Blatt wendet sich. Die attraktive, sinnliche Mitbewohnerin bringt ein paar Farbtupfer und Wärme in die triste Leipziger Plattenbauwohnung. Und das Unfassbare geschieht: Die versteinerte Dora verliebt sich in sie … „Nachbarinnen“ ist ein kleiner Film und zugleich ein ganz großer. Denn im Mittelpunkt dieses Kammerspiels um (Verlust)-Ängste, soziale Zwänge und verpasste Chancen stehen zwei unabhängige reife Frauen um die 40, die sich von üblichen Rollenbildern erfrischend abheben: Dora und Jola sind zwar enttäuscht vom Leben, aber es ist nicht der romantische Traum von Familie und einem Häuschen mit Garten, dem sie hinterher trauern. Im Gegenteil: Zur Genüge enttäuscht von heterosexuellen Beziehungen scheint die lesbische Liebe eine denkbare Alternative. Wie sich die Frauen behutsam einander annähern, erzählt Franziska Meletzky sensibel und mit viel Respekt für ihre Figuren. Einfach großartig: Dagmar Manzel, die als Dora endlich wieder an große Rollen zu DDR-Zeiten anknüpfen kann. *Kirsten Liese* ■

Foto: Christian v. Polentz / transit

Die Gedanken sind frei

Dokumentarfilm über eine Jahrhundertbiografie

Zum 101. Geburtstag von Karl Richter (Foto), am 15. Juli 2005, wurde sein filmisches Porträt „Die Gedanken sind frei“ in Berlin uraufgeführt. Karl Richter war viele Jahre Landesbezirksvorsitzender der IG Druck und Papier in West-Berlin. Der von Dokumentarfilmer Prof. Eberhard Görner und den Kameraleuten Thomas Plenert und Ludolph Weyer gedrehte 55-Minuten-Streifen zeichnet mit Interviews, Archivmaterial und Impressionen von Originalschauplätzen erstmals Gewerkschaftsbewegung und SPD-Geschichte in ihrer Verwobenheit nach. Das so erzählte Leben Karl Richters, der vor 85 Jahren als Buchdruckerlehrling Gewerkschafts- und SPD-Mitglied wurde, ist ein einmaliges Zeitzeugnis. Richter, der bis heute mit wachem Verstand kritisch das Alltagsgeschehen begleitet, erzählt selbst, ergänzt von jüngeren Weggefährten wie Frank Bsirske, Franz Müntefering, Detlef Hensche. „Widerstand ist für mich demokratische Gesinnung“, heißt Karl Richters einfache Wahrheit. „Wir zeigen, dass Gewerkschaften eine aufbauende und erhaltende Kraft sind“, sagt Professor Görner zu seinem „ohne kommerzielle Hintergedanken“ verwirklichten Low-Budget-Projekt. Der von ver.di, dem „Karl-Richter-Verein“ und dem SPD-Vorstand finanzierte Film stößt in ein „mediales Vakuum“. Bisher hat sich auch noch kein Sender bereit erklärt, den Film ins Programm zu nehmen.

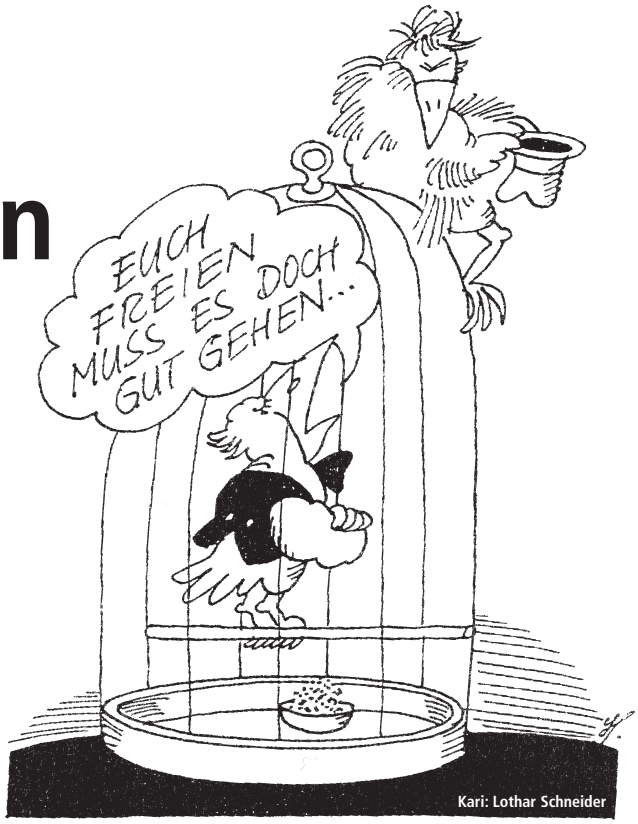
„Karl Richter: Die Gedanken sind frei“ wird jetzt auf DVD gezogen und ist für 18 Euro (inkl. Porto und Verpackung) exklusiv zu bestellen bei: Karl-Richter-Verein, Dudenstraße 10, 10965 Berlin, Tel. 030 / 69 56 – 10 76, drupa@verdi.de *B.E.* ■

Manteltarif verlängert

Der Manteltarif für Festangestellte in filmtechnischen Betrieben wurde bis Ende 2007 verlängert. Unterzeichner neben ver.di ist der Verband für filmtechnische Betriebe in Film und Fernsehen VTFF. Ab 1.November 2005 und 2006 gibt es jeweils eine Lohnerhöhung von 1,5 Prozent. „Mit diesem Tarifabschluss haben die Beschäftigten Klarheit über ihre Arbeits- und Einkommensbedingungen für die nächsten zweieinhalb Jahre. Angesichts weitreichender Angriffe auf Tarifrechte in anderen Branchen, waren wir dafür auch bereit, den lang andauernden Einkommensabschluss zu vereinbaren,“ erklärte Matthias von Fintel. Auch die Tarifbindung von Studio Babelsberg konnte zu einem hohen Preis gesichert werden. Das heißt, sollte Babelsberg auch 2006 im vierten Jahr in die roten Zahlen rutschen, kann das 13. Monatsgehalt einmalig reduziert oder sogar gestrichen werden. Für die Beschäftigten wäre das im kommenden Jahr eine bittere Pille. Danach gilt in Babelsberg wieder die bundeseinheitliche Tarifregelung. *wen* ■

Verleger ließen Kompromiss platzen

Erlöse der VG Wort sanken 2004 wieder



Kari: Lothar Schneider

Erstmals seit 1999 sind die Erlöse der Verwertungsgesellschaft Wort aus der Wahrnehmung von Urheberrechten im Jahr 2004 gesunken. Mehr als diese wenig dramatische Entwicklung lastete die Aufkündigung des im Vorjahr gefundenen Kompromisses über die Verteilung der Ausschüttungen zwischen Autoren und Verlagen durch die Wissenschaftsverleger auf den Versammlungen der VG Wort am 20. und 21. Mai in München.

Notwendig geworden ist die Umverteilung innerhalb der VG Wort (vorher 70 Prozent bzw. im Bereich Wissenschaft 50 Prozent an die Autoren) durch die Reform des Urheberrechtsgesetzes von 2002. Im neuen § 63 a UrhG ist festgelegt, dass Urheber auf gesetzliche Vergütungsansprüche – also z. B. für das private Kopieren ihrer Werke – im Voraus nicht verzichten können. Folge: Rein rechtlich stünden ihnen alle Erlöse daraus zu.

Die Ausschüttungen an die Verlage auf Null zurückfahren, wollte in der VG Wort (fast) niemand. Die Autoren zeigten sich auf Grund der bisher erfolgreichen Zusammenarbeit in der Verwertungsgesellschaft kompromissbereit. Anfang 2004 wurde die Satzung geändert, um den Verlagen grundsätzlich einen Anteil am Ertrag zu sichern. Gleichzeitig wurde eine Änderung des Verteilungsplans zunächst für Zeitschriften aus dem Bereich Wissenschaft beschlossen, durch die der Verlagsanteil von 50 in drei Stufen auf 38 Prozent sinkt.

Affront gegen Autoren

In diesem Jahr hätte der Kompromiss für Bücher aus den Bereichen Wissenschaft und Belletristik (hier von 30 in drei Stufen auf 22,8 Prozent) übernommen werden sollen. Doch dies verweigerten die Wissenschaftsverleger und ließen damit – da jede der sechs Berufsgruppen in der VG Wort zustimmen muss – den Kompromiss platzen. Dieser Affront gegen die Autoren, den Gesetzgeber und das Deutsche Patent- und Markenamt als Aufsichtsbehörde über die VG Wort, legt die Axt an die Wurzeln der VG Wort, deren Binnenleben auf der konstruktiven Zusammenarbeit von Autoren und Verlegern fußt. Dabei sind gerade jetzt starke Verwertungsgesellschaften besonders wichtig. Die noch amtierende Bundesregierung hat bis zuletzt an ihren Plänen festgehalten, die Kopiergeräteabgabe im Rahmen der Urheberrechtsreform („2. Korb“) auf maximal fünf Prozent des Gerätepreises zu begrenzen. Diese Urhebervergütungen sind aber mit 35,8 Prozent Anteil die Haupteinnahmequelle der VG Wort, im Jahr 2004 immerhin 28,1 Millionen Euro (Vorjahr: 31,8 Millionen Euro). Sollten die Pläne auch unter der nächsten Regierung Bestand haben, würden sich diese Einnahmen für die Urheber nach Schätzungen um 80 Prozent verringern.

Weniger Kopiergeräteabgabe

Der Rückgang der Kopiergeräteabgabe ist auch der wesentliche Grund für die Verringerung der Gesamteinnahmen der VG Wort um 5,3 Prozent von mehr als 83,5 Millionen Euro auf 79,1 Millionen im Jahr 2004. Hauptursache ist hierbei der Rückgang bei CD-Brennern um 2,32 auf 4,54 Millionen Euro. Sie werden immer mehr durch DVD-Brenner verdrängt.

Zwar konnte man sich 2003 mit der Geräteindustrie auf eine DVD-Brenner-Vergütung von 9,21 Euro je Gerät einigen, doch eine Einigung der beteiligten Verwertungsgesellschaften, wie die Einnahmen aus diesem Topf untereinander verteilt werden, erfolgte erst im Februar 2005. Rund 7,8 Millionen Euro können daraus im nächsten Jahr an die Wahrnehmungsberechtigten der VG Wort verteilt werden, berichtete Professor Ferdinand Melichar, geschäftsführender Vorstand, und ergänzte: „Von dieser Quelle werden die Autoren auch künftig nicht unbeträchtlich zehren.“ Da ein Großteil der kopierten Inhalte aus dem Internet stammt, erfordert dies erstmals ein Meldeverfahren für Online-Veröffentlichungen. Die VG Wort arbeitet daran.

Alle anderen Kopiergeräteabgaben sind rückläufig, die Scannervergütung und das Aufkommen aus herkömmlichen Fotokopier- und Telefaxgeräten ebenso wie das aus Copy-Betreiberabgaben. Keine Einnahmen für die fast 139.000 Ausschüttungsempfänger (plus 7 %, davon 127.000 Autoren) konnte die VG Wort für die heutzutage gebräuchlichsten Kopiergeräte erzielen. Nach wie vor verweigert die IT-Industrie Abgaben auf PCs, Drucker und Multifunktionsgeräte.

Auch im Bereich Hörfunk / Fernsehen gingen die 2003 auf Grund der CD-Brenner-Vergütung stark gestiegenen Einnahmen um eine auf rund 14 Millionen Euro zurück. Das Aufkommen aus anderen Bereichen wie Bibliothekstantieme (9,7), Fotokopieren in Schulen (3,1) oder Videovermietung (1,1 Millionen Euro) stagnierte oder sank leicht. Nochmals reduzierten sich die Einnahmen aus dem Kopienversand von Bibliotheken von 0,7 auf 0,3 Millionen Euro. Gestiegen sind die Auslandserlöse.

Überraschend stiegen die Einnahmen aus Pressespiegeln nach dem Rückgang 2003 für die Journalisten wieder auf 4,6 Millionen Euro. Generell aber hat der Papierpressespiegel keine Zukunft. Immer mehr Unternehmen, Verbände und Institutionen steigen auf elektronische Pressespiegel um. Die ersten Zahlungen der Presse-Monitor GmbH an die VG Wort sind zum 1. Juli 2005 geflossen, rund 200.000 Euro für die Vergangenheit. Zu diesem Zeitpunkt hat sich auch der Autorenanteil an den Pressespiegel-Einnahmen der PMG von sechs auf zwölf Prozent erhöht.

Wer im Juli einen Scheck von der VG Wort mit geringerem Betrag als im Vorjahr erhielt, kann also hoffen, dass der Scheck auf Grund dessen und der DVD-Abgabe im kommenden Jahr wieder einen größeren Betrag ausweist. *Rüdiger Lühr* ■

Neuer Sender für Lateinamerikaner

Gegengewicht zur Medienmacht USA und CNN

Mit einem neuen TV-Nachrichtensender wollen vier lateinamerikanische Regierungen ein Gegengewicht zur Medienmacht USA bilden. Doch schon bevor Telesur am 24. Juli auf Sendung ging, löste das Projekt internationale Debatten aus. Politische Einseitigkeit wurde dem Programmdirektorium nicht nur von oppositionellen Privatmedien im eigenen Land vorgeworfen. Auch das Nachbarland Kolumbien griff das Telesur-Direktorium an: In einem Trailer war neben Persönlichkeiten für einen Moment auch der Gründer der kolumbianischen Guerillaorganisation Revolutionäre Streitkräfte (FARC) zu sehen – für Bogotá ein Skandal. Zur Eskalation aber kam es erst wenige Tage vor Sendebeginn. Aus den USA wurden Pläne bekannt, Gegenprogramme nach Venezuela zu senden. Präsident Hugo Chávez warnte bereits vor einem „elektronischen Krieg".

„Nueva Televisión del Sur", das Neue Fernsehen des Südens, wie der Sender mit vollem Namen heißt, ist ein gemeinsames Projekt von Venezuela (51 Prozent), Argentinien (20 Prozent), Kuba (19 Prozent) und Uruguay (zehn Prozent). Mit Brasilien besteht ein Kooperationsvertrag. Mit einer Anschubfinanzierung von umgerechnet 2,5 Millionen US-Dollar soll der Sender nach einigen Wochen Testbetrieb 24-Stunden in Betrieb sein. Neben zwei Nachrichtenblöcken wird das Programm dann aus Reportagen, Interviews und Diskussionssendungen bestehen.

Aus der Region – für die Region

Wichtig ist den Machern der lateinamerikanische Blick. „Information ist eine Frage des Fokus", sagte der kolumbianische Dokumentarfilmer Jorge Botero, der dem Telesur-Direktorium angehört. Bei Berichten über Lateinamerika aus den USA, würde das Bild verzerrt, so Botero in einem BBC-Gespräch. Mit Telesur ein Gegengewicht zu den dominierenden US-Nachrichtensendern schaffen, dieses Ziel stand schon zu Beginn des Projektes vor vier Jahren im Vordergrund. Der Vergleich zu dem arabischen Sender Al Dschasira liegt nahe: „Auch wir senden aus der Region für die Region", bestätigte der uruguayische Direktor Aram Aharonian in der Tageszeitung junge Welt. CNN oder Al Dschasira seien kommerzielle Sender, Telesur hingegen ein multistaatliches Projekt. Neben lateinamerikanischen Journalisten gehören dem Programmdirektorium der britisch-pakistanische Schriftsteller Tariq Ali und der US-Schauspieler Danny Glover an.

Während Vertreter der privaten Oppositionmedien die „linke Herkunft" der Direktoriumsmitglieder beklagen, wurden in den USA schon vor Sendebeginn Schritte gegen Telesur unternommen. Auf Initiative des Kongressabgeordneten Connie Mack verabschiedete das Repräsentantenhaus ein Gesetz, nach dem „Gegenprogramme" nach Venezuela gesendet werden können. Mack zeigt sich zuversichtlich: Nach der Ratifizierung des Textes durch den Senat könnten „dem venezolanischen Volk die Ideale von Freiheit, Sicherheit und Wohlstand" vermittelt, und der „antiamerikanischen und antifreiheitlichen Rhetorik nach dem Vorbild von Al Dschasira Einhalt geboten" werden. Dabei geht es nicht um Venezuela allein. In den USA leben schätzungsweise 45 Millionen Lateinamerikaner. Auch sie gehören zur Zielgruppe von Telesur. *Harald Neuber* ■

Internet: www.telesurtv.net

Aktion für Ali al-Abdullah, Syrien

Anklage für zivilgesellschaftliches Engagement

ver.di

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

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

Am 30. Oktober wird sich zeigen, ob Syrien zu politischen Reformen bereit ist. Denn an diesem Tag soll der Prozess gegen den Journalisten Ali al-Abdullah beginnen. Der Medienschaffende wird der „Werbung für eine illegale Organisation" beschuldigt. Gemeint sein dürfte damit die „Moslembruderschaft", weil al-Abdullah auf einer Veranstaltung am 7. Mai dieses Jahres eine Stellungnahme des im Exil lebenden Vorsitzenden der in Syrien verbotenen Gruppe verlesen hatte. Darin waren politische Reformen und die Achtung der Menschenrechte in Syrien gefordert worden – Anliegen, für die Ali al-Abdullah schon lange eintritt.

Eine Woche nach der Diskussionsrunde wurde der unbequeme Journalist festgenommen – seitdem soll er sich in Einzelhaft in einem Gefängnis nahe der Hauptstadt Damaskus befinden. Weil er fast die ganze Zeit über keinen Kontakt zur Außenwelt hat, besteht die Gefahr, dass er in der Haft gefoltert wird. Ali al-Abdullah ist Mitglied der „Menschenrechtsvereinigung von Syrien" und des „Komitees zur Wiederherstellung der Zivilgesellschaft". In seiner journalistischen Tätigkeit ist er stets für politische Reformen und für Pluralismus eingetreten. Aber Andersdenkende werden in Syrien wieder verstärkt eingeschüchtert und drangsaliert.

Harald Gesterkamp ■

Was können Sie tun?

Schreiben Sie an den syrischen Innenminister und fordern Sie die sofortige und bedingungslose Freilassung des Journalisten Ali al-Abdullah sowie die Zusicherung, dass er in der Haft nicht misshandelt wird. Schreiben Sie auf Französisch, Englisch oder Deutsch an:

His Excellency General Ghazi Kan'an
Minister of Interior
Merjeh Circle
Damaskus
SYRIEN
Telefax: 00 963 – 11 222 34 28
E-Mail: mi@net.sy oder admin@civilaffair-moi.gov.sy

Senden Sie eine Kopie Ihres Schreibens an:

Kanzlei der Botschaft der Arabischen Republik Syrien
S.E. Herrn Hussein Omran
Rauchstraße 25
10787 Berlin
Telefax: (030) 50 17 73 11

Ali al-Abdullah

ai amnesty international FÜR DIE MENSCHENRECHTE

Wahrhaftigkeit

Neue BBC-Guidelines verändern den britischen Journalismus

Um nachdrücklich die Glaubwürdigkeit von Meldungen und Artikeln zu vermitteln, ist der Zusatz „nach Angaben der BBC“ oder „wie die BBC meldet“ in vielen deutschen Nachrichtenredaktionen zu einem Standardsatz geworden. Was die BBC in Radio, TV und Online berichtet und meldet, muss richtig und wahr sein. BBC-Affären haben an dieser Einschätzung nichts geändert. In Deutschland gilt die BBC weiterhin als hehres Vorbild für journalistische Unabhängigkeit, Glaubwürdigkeit und Außendarstellung in der Öffentlichkeit. Es gilt abzuwarten, inwieweit die öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten in Deutschland ihrem Vorbild mit den neuen Richtlinien folgen.

Die 27.000 BBC-Mitarbeiter sind felsenfest davon überzeugt, dass die journalistisch-ethischen Grundlagen der BBC den weltweit guten Ruf der „Beeb“ – wie die BBC kurz genannt wird – ausmachen. Seit dem 25. Juli 2005 gelten die neuen „Editorial Guidelines“. Sie lösen die immer wieder überarbeiteten „Producers‘ Guidelines“ ab. Die von der „Editorial Policies Unit“, der neuen redaktionellen Richtlinien Task Force der BBC, in gut neun Monaten erarbeiteten neuen Guidelines sind die Konsequenz aus den BBC-Auseinandersetzungen der letzten Monate und Jahre. In 19 Kapiteln legt das neue dunkelrote Guidelines-Handbuch auf 226 eng beschriebenen Seiten die zukünftigen BBC-Werte und Standards fest (www.bbc.co.uk/guidelines/editorialguidelines/).

Keine Schnellschüsse mehr

Der neue BBC-Grund- und Leitsatz dürfte viele deutsche Redaktionsvorstellungen von aktueller Berichterstattung tief erschüttern. Er lautet: „For the BBC accuracy is more important than speed and it is often more than a question of getting the facts right.“ Auf gut deutsch: Journalistische Schnellschüsse sind strikt untersagt. Erst wenn Daten und Fakten einer Meldung, eines Berichts akkurat und umfassend recherchiert sind, wenn sie Hand und Fuß haben und schließlich vom CvD bzw. Teamchef abgesegnet sind, gehen sie ins Programm. Dass Konkurrenten dadurch in Zukunft eine aktuelle Meldung vielleicht zuerst haben könnten, wird von der BBC in Kauf genommen.

Die neuen Editorial Guidelines legen daher vier Grundregeln für die journalistische BBC-Arbeit fest:

1. Informationen müssen „first hand“ gesammelt werden, also direkt von Personen, die glaubwürdig sind oder die aufgrund ihrer Stellung dazu berechtigt sind, grundlegende Informationen zu geben.

2. Jede Information muss von mindestens zwei, besser drei Quellen, bestätigt werden. Ist das nicht möglich, muss die „single source“, die alleinige Quelle namentlich ausdrücklich genannt werden.

3. Alle Gespräche mit „Quellen“ müssen elektronisch oder digital aufgenommen werden. Ist das nicht möglich oder könnte dadurch die Quelle kompromittiert werden, ist jeder BBC-Journalist angewiesen, ab sofort genaue schriftliche Aufzeichnungen über „Quellen“-Informationsgespräche zu verfassen, anhand derer wörtliche Zitate bzw. die Grundlage für das Entstehen einer Meldung, eines Berichts nachvollzogen werden können.

4. Alle Agenturmeldungen müssen durch BBC-Reporter bzw. Korrespondenten bestätigt werden. Bei Nachrichtenagenturen, die weltweit einen journalistisch guten Ruf haben, können Ausnahmen gemacht werden.

Um diesen Geboten Genüge zu tun, hat die BBC eine neue journalistische Arbeitsweise festgeschrieben : „Scripting“. Kein Bericht, keine Meldung und vor allem auch kein Livegespräch mit Reportern und Korrespondenten geht mehr auf den Sender, wenn es nicht vorher per Manuskript einem Senior Broadcast Journalist oder Editor vorliegt bzw. von diesen Redaktions-Teamleadern gecheckt und dann abgesegnet worden ist. Bei Livegesprächen werden die wichtigsten Grundzüge und Inhalte vorher schriftlich festgelegt. Daran muss sich dann jeder Reporter und Moderator strikt halten. Zur Erinnerung: Durch die sehr freie, spontane und persönliche Einschätzung eines BBC-Reporters in einem morgendlichen Radio-Live-Gespräch begann die Auseinandersetzung zwischen BBC und Regierung, die schließlich zum Untersuchungsbericht durch den Lordrichter Hutton führte. BBC-Radio 4 Chefreporter Andrew Gilligan hatte live und spontan auf Nachfrage des Moderators behauptet, die britische Regierung habe Unterlagen aufgemotzt, damit das Parlament dem Eintritt in den Irak Krieg zustimme. Mit dem Scripting soll dies in Zukunft verhindert werden. Es soll gewährleisten, dass Reporter / Korrespondenten sich in der Berichterstattung ausschließlich auf das Zusammentragen von Daten und Fakten, auf die Recherche beschränken. Persönliche Anmerkungen oder gar Bewertungen des Recherchierten sind strikt untersagt. Kommentierende Berichte oder persönliche Kommentare wie z. B. in den ARD- Tagesthemen sind seit jeher in den BBC-Programmen nicht erlaubt!

Das Gebot der Neutralität

In den neuen Guidelines werden sechs eng beschriebene Seiten dem Kapitel „Neutralität und Meinungsvielfalt“ – ein weiteres wichtiges Standbein der BBC-Berichterstattung – gewidmet. Um diese Neutralität zu gewährleisten, müssen sich viele berühmte BBC-Radio und TV-VIPS zukünftig an ganz neue Umstände gewöhnen. Ab sofort ist es jedem BBC-Journalisten untersagt, für konkurrierende Medien zu arbeiten. Gemeint ist damit die für viele Starjournalisten in der Vergangenheit sehr einträgliche Zeitungs-Nebenbeschäftigung. Zeitungs-Kolumnen mit persönlichen Kommentaren zum politischen Geschehen sind mit den neuen BBC-Editorial Guidelines nicht mehr vereinbar. BBC-Journalisten dürfen in ihrer eigentlichen „öffentlich-rechtlichen“ journalistischen Arbeit nicht mehr angreifbar und müssen daher strikt „neutral“, sein.

Vor diesem Hintergrund legen die neuen Richtlinien auch den Umgang mit Werbung sehr genau fest. Die Überschrift der elf Seiten zu diesem Themenbereich bringt die neue BBC-Einschätzung auf den Punkt, darunter Kapital 13: „Redaktionelle Integrität und Unabhängigkeit“. Die zwei wichtigsten Grundsätze lauten ab sofort: „Es darf auf gar keinen Fall Product Placement in BBC-Sendungen stattfinden“ und „Aktivitäten von BBC-Mitarbeitern außerhalb der BBC dürfen in keiner Weise BBC-Programme und Entscheidungsfindungen in der BBC beeinflussen“.

Eine weitere Feststellung ist besonders interessant mit Blick auf die Geschehnisse um die Werbung in eigenproduzierten ARD-Sportprogrammen. Sie lautet: „Wir dürfen in TV- und Radioprogrammen niemals

Produkte und Dienstleistungen als Gegenleistung für Geldzahlungen, Dienstleistungen oder Ähnliches präsentieren. Das ist Product Placement. Im Bereich der EU sind solche Vorgehensweisen illegal.“ Diese fett gedruckte Feststellung des öffentlich-rechtlichen Senders BBC müsste demnach auch für ARD und ZDF inklusive ihrer Töchter-Produktionsfirmen gelten.

Für den Umgang von BBC-Mitarbeitern mit der Werbung z. B. bei Sport Events, Rockkonzerten oder anderen Großveranstaltungs-Produktionen werden künftig sehr genaue, jederzeit nachvollziehbare und damit transparente Produktionsetats eingefordert. Alle Finanzmittel von außerhalb der BBC müssen im Produktionsplan deutlich und getrennt aufgeführt werden. Transportkosten, Übernachtungen sowie alle Einrichtungen, die z. B. bei Livesendungen von der BBC genutzt werden, werden von der BBC selbst bezahlt. Jede finanzielle Unterstützung eines Unternehmens für BBC-Sendungen, etwa bei der Übertragung von Rockkonzerten, muss veröffentlicht und vor Vertragsabschluss mit der Editorial Policy Unit und den BBC-Rechtsanwälten eindeutig festgelegt werden. Kein BBC-Journalist darf in diesem sensiblen Bereich eigenmächtige Entscheidungen treffen oder gar joint ventures mit Privatunternehmen eingehen oder Leistungen gegen Geldzahlung vereinbaren. Ohne die Editorial Policy Unit, die Redaktions-Politik-Abteilung, geht in den BBC-Programmbereichen zukünftig nichts mehr. Die von BBC-Generaldirektor Mark Thompson neu gegründete Unit hat für alle internen Journalismus-Fragen und alle Außenkontakte der BBC die letzte und endgültige Entscheidungsbefugnis.

Offenlegung alles Persönlichen

Um wirklich keine Zweifel entstehen zu lassen, fordert die BBC in Zukunft von allen fest angestellten wie freien Mitarbeitern/ Produktionsgesellschaften die Offenlegung aller persönlichen Interessen oder Beziehungen, die eine Zusammenarbeit in BBC-Programmen beeinträchtigen, besser: kompromittieren könnten. Jeder eventuell vorhandene Interessenkonflikt muss mit den Vorgesetzten zweifelsfrei geklärt werden. Freie Mitarbeiter / Produktionsgesellschaften werden in Zukunft über Produktions- und Mitarbeiterverträge „gezwungen“, ihre persönlichen Interessen zu erklären. In der Praxis sieht das dann so aus: Kurz nach der Veröffentlichung der Guidelines erhielten 12.000 freie Mitarbeiter und Produktionsgesellschaften neue Verträge. Darin mussten sie sich verpflichten, in Zukunft die neuen BBC-Regeln ohne Wenn und Aber einzuhalten.

Udo Seiwert-Fauti, Edinburgh ■

Journalistinnen in Europa

Fotos: Renate Gensch

Treffen in Zypern für gleiche Arbeits- und Lebensbedingungen

Die Umsetzung der Gleichstellung von Frauen in den Medien durch Medieneigner, Regierungen und Gewerkschaften forderten die Teilnehmerinnen der Tagung der Europäischen Journalisten-Föderation (EJF) „Journalistinnen im europäischen Integrationsprozess“ Ende Mai in Nikosia in Zypern.

Globalisierung und die Umbrüche in der europäischen Medienlandschaft beeinflussen immer stärker die Arbeits- und Lebensbedingungen von Journalisten in Ost und West. Zunehmend werden Journalisten in die Freiberuflichkeit gezwungen, haben keine soziale Absicherung, Festangestellte und Freie stehen unter wachsendem Arbeitsdruck und die Vereinbarkeit von Familie und Beruf wird immer schwieriger, von ungleicher Bezahlung in den meisten Ländern ganz zu schweigen. 30 Journalistinnen aus 22 Gewerkschaften und Journalistenverbänden analysierten und diskutierten drei Tage die Probleme, die insbesondere Frauen in ihrem Beruf treffen.

Die Journalistinnen berichteten über ähnliche Entwicklungen aus ganz Europa. Westeuropäische Konzerne haben in Osteuropa die Mehrzahl der Zeitungen, Zeitschriften und Rundfunksender aufgekauft, was zu erheblichen Veränderungen führte. In einigen Zeitungen wurden alle Festangestellten bis auf den Chefredakteur entlassen und müssen jetzt als Freie schlecht bezahlt arbeiten. Honorare würden erst nach Monaten gezahlt und auch Mobbing und sexuelle Belästigung am Arbeitsplatz würden sich häufen, berichteten Kolleginnen. In Westeuropa sieht die Situation ähnlich aus: Entlassungswellen in vielen Medien, Gehälter- und Honorare werden dazu noch gekürzt und viele Gesetzesänderungen führen zu sozialen Einschnitten, die besonders die Frauen betreffen. Journalistinnen aus Ost und West müssen sich deshalb stärker über ihre Konzerne, ihre Gewerkschaften austauschen, Eurobetriebsräte gründen, um so die Bedingungen zu verbessern.

In Workshops beschäftigten sich die Teilnehmerinnen unter anderem mit der Frage, warum Frauen so wenig Leitungsposten in den Medien bekleiden und wie man dies ändern kann. Ein Drittel der Journalistinnen sind Frauen, doch nur 15 Prozent sind Herausgeberinnen und Chefredakteurinnen. „Qualitätsjournalismus braucht eine faire Darstellung der Geschlechter in den Medien,“ sagte Annegret Witt-Barthel (DJV), Europa-Koordinatorin des Gender Council der Internationalen Journalisten-Föderation (IJF). „Chancenungleichheit am Arbeitsplatz wird durch eine stereotype Mediendarstellung von Frauen in der Gesellschaft noch verstärkt.“ Mit diesem Thema beschäftigte sich ein weiterer Workshop sowie mit der Führungsrolle von Frauen in Gewerkschaften.

In einer Schlussdeklaration beschlossen die Teilnehmerinnen den Aufbau eines europäischen E-Mail-Netzwerkes, das bereits arbeitet, sowie die Erarbeitung einer EJF-Studie über die aktuelle Lage von Journalistinnen in Europa noch in diesem Jahr. Ein gemeinsamer Aktionsplan sieht je Land besondere Schwerpunkte vor. Dazu gehören eine Kampagne für gleiche Bezahlung, spezielle Führungstrainings für Frauen in Medien und Gewerkschaften, soziale Absicherung nach dem Vorbild von Dänemark oder der deutschen Künstlersozialkasse, Workshops zur besseren Darstellung von Frauen in den Medien, der Vereinbarkeit von Familie und Beruf sowie der Umsetzung der EU-Richtlinien zur Gleichstellung. Weitere Forderungen der Journalistinnen sind die gesetzliche Festschreibung des Rechts auf Informationsfreiheit auf EU- und Länderebene, aber auch für die tatsächliche Umsetzung der Gleichberechtigung in den eigenen Organisationen durch proportionale Repräsentation bei den nächsten Wahlen für die IJF und EJF sowie die finanzielle Ausstattung für die Arbeit der Journalistinnen, um diese und weitere Projekte gegen Gewalt, sexuelle Belästigung und Einschüchterung voranzutreiben.

Renate Gensch, dju-Vertreterin in Zypern ■

service seminare

Journalismus aktuell

ABP, München. 19. bis 23. September: Sprache und Redigieren für Zeitungen. 4. bis 7. Oktober: Recherche.
ABZV, Bonn. 20. / 22. September: Schreib- und Redigierwerkstatt.
AR, Remscheid. 26. bis 29. September: Medienberatung Kolloquium zur berufsbegleitenden Qualifizierung.
CMA, Wetzlar. 23. September: Zeitschriftengestaltung I.
HWP, Hamburg. 9. bis 11. September: Info-Broking.
JHB, Hagen. 4. bis 6. Oktober: Spannend schreiben.
JSR, Essen. 21. bis 23. September: Informationen erfolgreich beschaffen.
KLARA, Berlin. 5. bis 7. Oktober: Texten und redigieren.
MH, Hamburg. 31. August / 7. / 14. / 21. / 28. September / 26. Oktober / 9. November: Schreibwerkstatt – Grundkurs. 2. bis 4. September: Wissenschaftsjournalismus. 16. bis 18. September: Digitale Fotos zum Text.

Journalistische Themen

APB, Tutzing. 7. bis 9. Oktober: Die Zukunft der Informationsgesellschaft. 28. / 29. Oktober: Bayerische Jugendmedientage.
BPB, Bonn. 19. bis 23. September in Kochel: Familie – die vernachlässigte Zielgruppe.
EMA, Berlin. 29. September: 7. Berliner Mediengespräche.
JSR, Essen. 7. bis 9. Sept., 26. bis 28. September: Wirtschaft transparent.

Journalismus online

ADR, Rottenburg-Stuttgart. 19. bis 23. September: Textdesign für Print und Online.
AR, Remscheid. 12. bis 16. September: Barrierefreies Webdesign. 19. bis 23. September: Internet komplett.
CMA, Wetzlar. 17. September: Webseitengestaltung. 6. Oktober: Schreiben fürs Web. 8. Oktober: Schreiben fürs Web.
KLARA, Berlin. 27. / 28. September: Texte im Web.
KOMED, Köln. 3. / 4. September: Texten für das Web.

Journalistische Formen

ABP, München. 26. September bis 1. Oktober: Reportage. 5. bis 7. Oktober: Kommentar.
ABZV, Bonn. 26. / 27. September in Stuttgart: Überschrift, Bildunterschrift, Vorspann.
AFP, Hamburg. 21. bis 23. September: Der Kommentar. 5. bis 7. Oktober: Schreibwerkstatt Fachzeitschriften.
APB, Tutzing. 12. bis 16. September: Kommentar- und Glossenwerkstatt.
CMA, Wetzlar. 30. September bis 1. Oktober: Porträts schreiben.
EMA, Berlin. 19. bis 22. September: Wirtschaftsjournalismus. 26. bis 30. September: Das Porträt.
IFP, München. 23. bis 25. September in Augsburg: Glosse.
JA, München. 19. bis 21. September: Von der Meldung zum Kommentar.
KOMED, Köln. 30. September bis 1. Oktober: Grundkurs Printjournalismus. 8. / 9. Oktober: Die Zeitungs-Nachricht.
MAK, Köln. 20. / 21. September: Schreibtraining I.

Layout / Infografik

KOMED, Köln. 30. August / 1. / 6. September: Digitale Bildbearbeitung mit Photoshop CS – Einführung. 13. September bis 8. November dienstags: Digitale Bildbearbeitung mit Photoshop CS – Einführung. 31. August: Scannen. 3. / 4. September: Illustrator. 13. September bis 8. November dienstags: Digitale Bildbearbeitung mit Photoshop CS – Aufbaukurs. 16. bis 18. September: Modul 1 – Bildbearbeitung mit Photoshop CS. 17. / 18. September: Einführung in das Designrecht. 17. / 18. September: Photoshop Einstieg. 20. bis 22. September: CorelDRAW – Der Einstieg. 26. bis 28. September: QuarkXPress 5 – Grundlagen. 29. September bis 1. Oktober: QuarkXPress 5 – Aufbau. 1. / 2. Oktober: Modul 2 – Grafik mit Illustrator CS. 7. Oktober: Scannen. 8. / 9. Oktober: Photoshop Aufbau.

Volontäre

ABP, München. 19. bis 30. September in Kulmbach: Grundkurs II Zeitschrift.
AFP, Hamburg. 26. September bis 21. Oktober: Kompaktkurs für Print-Volontäre.
DHA, Oberhausen. 12. bis 30. September: Volontär-Grundkurs III.
EMA, Hamburg. 4. bis 28. Oktober: Volontärkurs.
JHB, Hagen. 4. bis 28. Oktober: Volontärsseminar.

Fotografie

HWP, Hamburg. 2. bis 4. September: Digitale Fotografie im kommerziellen Umfeld.
JSR, Essen. 13. / 14. September: Fotoworkshop Porträt.
KOMED, Köln. 5. bis 26. September montags: Digitale Fotografie – Grundlagen. 5. September bis 17. Oktober

Kontakt zu den Seminaranbietern

Die Adressen zu unten stehenden Kontakten sind im Internet abrufbar unter: www.verdi.de/m

ABP Fon 089 / 49 99 92 – 0, www.akademie-bayerische-presse.de
ABZV Fon 02 28 / 259 00 – 0, www.abzv.de
ADB Fon 089 / 259 000, www.buchakademie.de
ADR Fon: 07 11 / 16 40 726, www.seminarprogramm.info
AFP Fon 040 / 41 47 96 – 0, www.akademie-fuer-publizistik.de
AM Fon 0211 / 43 96 01 50, www.medienverband.de
APB Fon 081 58 / 256 – 0, www.apb-tutzing.de
AR Fon 021 91 / 794 – 0, www.akademieremscheid.de
BET Fon 040 / 42 10 84 – 0, http://bet.de
BJF Fon 069 / 631 27 23, www.werkstatt-fuer-junge-filmer.de und www.jungefilmszene.de
BKB Fon 053 31 / 808 418, www.bundesakademie.de
BPB Fon 018 88 / 51 55 58, www.bpb.de
CMA Fon 064 41 / 91 51 66, www.cma-medienakademie.de
COP Fon 02 21 / 739 32 62, www.dreamguidance.de
DBC Fon 07634 / 591 316, www.drehbuchcamp.de
DEPAK Fon 030/44 72 90, www.depak.de
DHA Fon 02 31 / 98 89 00, www.hoerfunkakademie.de
DJU Fon 030 / 88 66 41 06, www.dju-berlinbb.de
DWH Fon 040 / 390 37 22, www.drehbuchwerkstatt-hamburg.de
EMA Fon 030 / 310 01 – 417, www.evangelische-medienakademie.de
FAZ Fon 069 / 75 91 – 20 76, www.seminare-faz-institut.de
FES Fon 02 28 / 883 32 – 5 / – 6, www.fes.de
FHB Fon 040 / 39 90 99 31, www.medienundkultur.hamburg.de
FHF Fon 069 / 13 37 99 94, www.filmhaus-frankfurt.de
FM Fon 02 51 / 230 36 21, www.filmwerkstatt.muenster.de bzw. www.masterschool.dokumentarfilm.de
FUA Fon 040 / 450 20 90, www.filmschule-hamburg-berlin.de
HWP Fon 040 / 428 384 152, www.hwp-hamburg.de/weiterbildung
IFP Fon 089 / 54 91 03 – 0, www.ifp-kma.de
IFS Fon 0221 / 920 18 80, www.filmschule.de
IP Fon 0711 / 997 86 91, www.interspherial.com
ISFF Fon 030 / 200 92 74 42, www.isff-berlin.de/isff/center.html
JA Fon 089 /167 51 – 06, www.journalistenakademie.de
JHB Fon 023 31 / 365 – 600, www.hausbusch.de
IP Fon 0711 / 997 86 91, www.interspherial.com
JSR Fon 02 01 / 804 – 19 61 oder 02 01 / 804 – 19 62, www.journalistenschule-ruhr.de
KLARA Fon 030 / 690 415 85, www.KLARAberlin.de
KOMED Fon 02 21 / 57 43 333, www.komed.de
MAK Fon 02 21 / 57 43 72 00, www.medienakademie-koeln.de
MAZ Fon 0041 / 41 / 226 33 33, www.maz.ch
MBW Fon 089 / 55 178 380, www.mbwmedienberatung.de
MFH Fon 089 / 255 566 66, www.muenchnerfilmhaus.de
MH Fon 040 / 30 62 31 80, www.medienbuero-hamburg.de
MSD Fon 030 / 30 87 93 15, www.masterschool.de
NA Fon 040 / 41 13 – 28 42, www.newsaktuell.de
PFA Fon 069 / 92 107 222, www.privatfunkagentur.de
PR Fon 062 21 / 90 58 610, www.prplus.de
PRO Fon 03 31 / 721 21 81, www.probabelsberg.de
VSM Fon 089 / 83 51 91, www.videoschule.de
WL Fon 0345 / 682 460, www.werkleitz.de

Mehr unter www.verdi.de/m

montags: Fotografie für Anfänger/-innen. 7. / 10. / 14. / 21. / 28. September: Fotografie für Anfänger/-innen. 10. / 11. September: Digital Fotografieren für Einsteiger/-innen.

Hörfunk

ABP, München. 26. bis 28. September: Interview für Hörfunk und Fernsehen.
DHA, Oberhausen. 29. bis 31. August: Workshop Regional- und Lokalnachrichten. 5. bis 9. September: Sprech-Training I. 7. / 8. September: Kurzbeiträge und O-Ton-Moderationen. 26. / 27. September: Qualitätsmanagement – Aircheck und konstruktives Feedback. 28. September: Wirtschaftssprache.
4. / 5. Oktober: Moderation in der Krise – Unvorhergesehenes perfekt meistern.
EMA, Berlin. 6. bis 8. Oktober: Sprechtraining für Radio und Fernsehen.
IFP, München. 19. bis 21. September in Ludwigshafen am Rhein: Kompaktseminar Hörfunk-Feature.
KOMED, Köln. 24. September: Das erste Mal vor dem Mikrofon.
MH, Hamburg. 24. / 25. September: Moderationstraining.
PFA, Frankfurt / Main. 24. September: Sprechen und präsentieren vor dem Mikrofon. 8. Oktober: „Anstößige" Anstöße – Zwischentöne oder Andachten im Radio.

Film & TV

ABP, München. 26. bis 28. September: Interview für Hörfunk und Fernsehen.
AFP, Hamburg. 10. bis 13. Oktober: Der Fernseh-Beitrag.
BJF, Frankfurt / Main. 20. September in Burg: Tiere im Kinderfilm. 26. / 27. September in Hamburg: Lernort Film – Seminar zum Kinderfilmfest Hamburg. 30. September bis 2. Oktober in Frankfurt / Main: Seminar zum Internationalen Kinderfimfestival „Lucas". 2. bis 8. Oktober in Berlin: Bilder – Bewegung – Berlin. 7. bis 9. Oktober in Wiesbaden: Puppentrick-Animation.
DHA, Oberhausen. 10. / 11. September: Grundlagen des Fernseh-Journalismus.
DBC, Sulzburg. Drehbuchcamp 2005 in Wiesbaden: 29. bis 31. August: Reise zum Ursprung des eigenen Talents. 1. / 2. September: Urheber-, Vertrags- und Verwertungsrecht. 1. bis 3. September: Kreatives Schreiben II. 1. bis 3. September: Pitching – Professionelle Präsentation. 1. bis 3. September: Musik im Dokumentarfilm / Magazin-Beitrag. 1. bis 3. September: Der große Dokumentarfilm. 1. bis 3. September: Dramatische Werkstatt Thriller. 1. bis 3. September: Scriptentwicklung II. 1. bis 3. September: Die Kunst des Dialoge Schreibens.
DWH, Hamburg. 10. / 17. / 24. September / 1. Oktober: Von der Idee zum Exposé. 7. bis 9. Oktober: Struktur filmischer Erzählungen und Plotentwicklung.
EMA, Berlin. 6. bis 8. Oktober: Sprechtraining für Radio und Fernsehen.
FHB, Hamburg / Berlin. 6. Oktober bis 4. Dezember: Continuity und Regieassistenz. 6. Oktober bis 4. Dezember: Regieassistenz.
FHF, Frankfurt / Main. 26. September bis 2. Oktober: Some Like It Hot – Filmarbeit mit jungen Schauspielern.
FM, Münster. 9. bis 11. September: Einführung in die Formen des Dokumentarfilms.
ISFF, Berlin. 4. bis 12. Oktober: Talents Getting Started.
KOMED, Köln. 5. bis 10. September: Fernsehjournalismus Intensivkurs. 8. / 22. September / 20. Oktober / 3. / 17. November / 1. / 15. / 17. Dezember / 12. Januar: Clogne Scripts II – Vom Exposè zum Treatment. 15. / 29. September / 17. Oktober / 10. / 24. November / 8. / 18. Dezember / 5. / 19. Januar: Cologne Scripts II – Vom Exposé zum Treatment. 24. / 25. September: Grundlagen des Drehbuchschreibens.
MSD, Berlin. 8. / 9. Oktober: Kreativität, Marktzutritt und Sex – Workshop Drehbuch und Stoffentwicklung.
VSM, München. 29. bis 31. August: Konzept und Drehbuch – von der Idee zu den Aufnahmen.
WL, Halle / Saale. 2. bis 4. September: Stoffentwicklung im Dokumentarfilm.

Film- & TV-Technik

AM, Düsseldorf. 14. bis 17. September: Als Videoreporter digital und effizient produzieren.
BET, Hamburg. 22. bis 24. September: EB-Stereoton. 21. Oktober: Leitungen und Satelliten. 22. / 23. Oktober: Sound Design.
BKB, Wolfenbüttel. 7. bis 9. Oktober: Videoschnitt und DVD-Erstellung.
FM, Münster. 2. bis 4. September: Final Cut Einführung. 8. bis 11. September: Final Cut Master. 16. bis 18. September: Einführung in Kamera, Ton und Dramaturgie des Schnitts. 19. bis 22. September: Drehen vor Ort. 23. bis 25. September: Einführung in Final Cut. 26. bis 29. September: Filmwerkstatt. 30. September bis 2. Oktober: Konzeptschnitt. 3. Oktober: Analyse und Auswertung. 8. bis 14. Oktober: Masterschool Dokumentarfilm Modul 1.
IFS, Köln. 26. September bis 1. September 2007: Postgraduierte Ausbildung Sound Design / Film.
KOMED, Köln. 8. / 9. / 15. September sowie 22. / 30. September: Digitaler Videoschnitt mit dem Softwareprogramm Pinnacle Studio.
MFH, München. 23. September: Videoschnitt am PC mit Adobe Premiere. 24. September: Videobearbeitung am PC mit Pinnacle Studio 9 / 9Plus / 10.
VSM, München. 7. Oktober: Casablanca II Grundseminar für perfekten Schnitt, Effekte, Titel und Vertonung.
WL, Halle / Saale. 9. bis 11. Sept: Einführung in den digitalen Videoschnitt mit Final Cut Pro. 16. bis 18. September: Kamera „Video" (Dvcam / Mini DV / Beta SP). 23. bis 25. Sept.: Grundlagen der digitalen Videobearbeitung am AVID Media Composer 1000. 30. September bis 2. Oktober: Professionelles Arbeiten mit Super8.

Selbst- und Medienmanagement

ABP, München. 19. bis 21. September: Qualitätsmanagement in Redaktionen. 29. / 30. September: Journalisten als Buchautoren – Von der Idee zum Marketing. 5. bis 7. Oktober: Rhetorik.
ABZV, Bonn. 20. bis 22. September in Lüneburg: Mitarbeiterführung in der Redaktion. 29. / 30. September: Kreative Arbeitsmethoden für den journalistischen Alltag.
CMA, Wetzlar. 24. September: Kreativitätstechniken. 28. September: Kreativitätstechniken. 7. Oktober: Teams erfolgreich leiten.
COP, Köln. 19. / 20. September: PR-Coaching – Überzeugen durch überzeugende Souveränität. 19. bis 22. September: Gefördertes Einzel-Coaching – Die Leiter rauf durch Kompetenz und Selbstvertrauen. 23. / 24. September: Coaching für gelingendes Handeln. 26. / 27. September in Frankfurt / Main: PR-Coaching – Überzeugen durch überzeugende Souveränität. 26. bis 28. September in Frankfurt / Main: Gefördertes Einzel-Coaching – Die Leiter rauf durch Kompetenz und Selbstvertrauen. 26. / 27. September in Hamburg und 14. / 15. Oktober in Köln: Cocker-Coaching für Kommunikations- und Medienprofis – Mehr Strahlkraft auf Business-Bühnen. 29. / 30. September in Zweibrücken: Führungs-Coaching – Stärkung für alltägliche Herausforderungen. 3. / 4. Oktober: Perspektiven-Coaching mit DreamGuidance – Seminaranagebot für Frauen in Veränderung.
DHA, Oberhausen. 9. September: Haftungsrecht im Hörfunk für Mitglieder von Veranstaltergemeinschaften. 14. bis 16. September: Seminare leiten III – Trainerpersönlichkeit. 21. bis 23. September: Führungsfrauen in den Medien – Coaching.

Betriebsräte aufgepasst!

Letzter Aufruf – letzte Gelegenheit in dieser Wahlperiode!

Redakteure in Tendenzbetrieben

Seminar für Betriebsräte in Zeitungs- und Zeitschriftenverlagen und dem privaten Rundfunk vom 18.9. bis 23.9.2005 in Lage-Hörste
Seminar-Nr. F08-509181, Seminargebühr: Euro 999,— zzgl. MwSt.

- Tendenz: Geschichte, Definition, Rechtsprechung und Konsequenzen für die betriebliche Praxis
- Mitbestimmungsrechte des Betriebsrats in Fragen der Arbeitszeitgestaltung (Betriebsvereinbarungen) und der Entlohnungsgrundsätze nach § 87 BetrVG.
- Informationsansprüche in Tendenzbetrieben gem. §§ 80., 92 und 111 BetrVG

Referenten: Ulrich Janßen, Christian Stupka und Thomas Meyer-Fries.

Veranstaltungsort und Anmeldung:
ver.di Institut für Bildung, Medien und Kunst Lage-Hörste
Teutoburger-Wald-Straße 105; 32791 Lage-Hörste; Fon 05232 / 983 – 0
Ansprechpartnerin: Katja Weber, Fon 030 / 26 39 989 – 16,
Fax: 030 / 26 39 989 – 25, E-Mail: weber@bb.verdi-bub.de
Freistellung und Kostenübernahme für die Seminare gem. § 37.6 BetrVG in Verbindung mit § 40 BetrVG.

DJU, Berlin. 6. September: Selbstvermarktung freier journalistischer Arbeit.
FES, Bonn. 30. September bis 2. Oktober: Umgang mit Konflikten. 30. September bis 2. Oktober: Ehrenamtliches Engagement fördern. 7. bis 9. Oktober: Projekte kompetent steuern.
FUA, Hamburg. 17./18. September: Buchführung für Freiberuflerinnen und Kleingewerbetreibende. 27. September: Startworkshop für Gründerinnen. 4. Oktober: Infoveranstaltung für Gründerinnen.
HWP, Hamburg. 19. bis 23. September: Qualität der Führung.
KLARA, Berlin. 19./20. September: Interaktive Medien – wie und wofür?
MAK, Köln. 26./27. September: Frauen in Führung.
MBW, München. 21./22. September: Medientraining.
MH, Hamburg. 17./18. September: Sprechtraining.
NA, Hamburg. 29./30. August: Professionell schreiben im Beruf. 22./23. September: Führen ohne Vorgesetztenfunktion. 30. September: Überzeugend präsentieren.
PRO, Babelsberg. 14. September: Verkaufstraining. 13. Oktober: Subunternehmer, freier Mitarbeiter oder Angestellter? – Rechtsgrundlagen für Produktionsverantwortliche und -mitarbeiter.

Public Relations

ADR, Rottenburg-Stuttgart. 4. bis 8. Oktober: Öffentlichkeitsarbeit.
AFP, Hamburg. 19./20. September: Schreiben, Stil und Sprache. 29./30. September: Workshop für Leiter von Pressestellen.
AM, Düsseldorf. 24. September: Pressemitteilung und Pressekonferenz.
AR, Remscheid. 26. bis 29. September: Qualifizierung Medienberatung.
BKB, Wolfenbüttel. 27. bis 29. September: Public Relation für Kunst und Kultur.
COP, Köln. 19./20. September: PR-Coaching – Überzeugen durch autentische Souveränität. 26./27. September in Frankfurt/Main: PR-Coaching – Überzeugen durch autentische Souveränität.
DEPAK, Berlin. Oktober 2005 bis September 2006: Abendstudium PR/Öffentlichkeitsarbeit. September 2005 bis September 2006: Fernstudium PR/Öffentlichkeitsarbeit. 1./2. September: Entwicklung von PR-Konzepten. 12./13. September: Medienarbeit besser managen. 15./16. September: Recherche für Pressesprecher und PR-Leute. 6./7. Oktober: Einstieg in die Welt der PR.
DHA, Oberhausen. 29./30. September: Kamera-Training für Führungskräfte und Pressesprecher.
EMA, Berlin. 29./30. September: Krisen-PR.
FAZ, Frankfurt/Main. 1. bis 3. September: Grundlagen des journalistischen Schreibens. 5. Sept.: Das Firmenjubiläum. 6. Sept.: Krisen-PR. 6./7. Sept.: Vertriebsunterstützende PR. 8. bis 10. Sept.: Redenschreiben. 9. Sept.: Deutsche PR-Konferenz 2005. 15./16. Sept.: Der Geschäftsbericht. 15. bis 17. Sept.: Texte für Folder und Broschüren. 27./28. Sept.: Fit up your Website. 28./29. Sept.: Intensivkurs Investor Relations. 4./5. Oktober: Crashkurs Sponsoring. 5. Okt.: Das Intranet. 5. Okt.: Rechtliche Grundlagen für Öffentlichkeitsarbeiter.
JA, München. 16. bis 18. September: Pressearbeit online.
JHB, Hagen. 19./20. September: PR-Erfolgskontrolle. 22. September: Sponsoring. 26. bis 28. September: Krisenkommunikation. 29./30. September: Geschäftsbericht.
KOMED, Köln. 6. bis 27. September: Öffentlichkeitsarbeit mit kleinem Budget. 4. bis 6. Oktober: Praktische Presse- und Öffentlichkeitsarbeit.
MAK, Köln. 19./20. September: Präsentationstraining.
NA, Hamburg. 26. September: Die gute Pressemitteilung. 20./21. Oktober in Frankfurt/Main: Pressearbeit für Einsteiger.
PR, Heidelberg. 15. September: Beginn des achtzehnmonatigen Fernstudiums Public Relations mit DPRG-Abschluss in Köln.

Etcetera

ADB, München. 14. bis 16. September: Projektmanagement für Lektoren. 14. September: English in Publishing – Fit für die Buchmesse.
FUA, Hamburg. 4. Oktober: Informationsveranstaltung für Frei & Profi, Begleitung für Existenzgründer/-innen.
MAZ, Luzern. Oktober 2005 bis März 2007: Studiengang Bildredaktion. Oktober 2005: Anmeldeschluss für die Diplomausbildung Journalismus (DAJ) vom März 2006 bis Februar 2008.

Neu im Netz

www.ansTageslicht.de
Auf dieser Website ist das Dokumentationszentrum Couragierte Recherchen und Reportagen erreichbar. Das Dokumentationszentrum ist das gemeinsame Dach für den Wächterpreis, ausgewählte Beiträge der TV-Sendung „Panorama" und den Link Informanteninfo.

www.kunst-in-schulen.de
Theater- und Filmschaffende, Autoren und Übersetzer, Musiker, Tänzer, bildende Künstler und kulturelle Einrichtungen können sich mit ihrem Angebot für die Arbeit mit Kindern und jungen Menschen auf der Internetseite www.kunst-in-schulen.de vorstellen. Die Teilnahme ist kostenfrei.

Impressum

«M – Menschen Machen Medien»
Medienpolitische ver.di-Zeitschrift, erscheint neun Mal 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 Bundesverwaltung/Karin Wenk, Redaktion M, Paula-Thiede-Ufer 10, 10179 Berlin, Fax: 030/69 56 36 76
E-Mail: karin.wenk@verdi.de
Für unverlangt eingesandte Artikel und Bilder übernimmt die Redaktion keine Verantwortung. Gezeichnete Beiträge stimmen nicht immer mit der Meinung der Redaktion überein.

Verlagsanschrift: „M – Menschen Machen Medien", ver.di e.V., Bundesvorstand, Paula-Thiede-Ufer 10, 10179 Berlin.

Anzeigenverkauf:
Berliner vorwärts Verlagsgesellschaft mbH
Ansprechpartner: Michael Blum
Tel: 030/255 94 – 150
Fax: 030/255 94 – 190
E-Mail: blum@vorwaerts.de
Anzeigenleitung:
Werner Loewe
Berliner vorwärts Verlagsgesellschaft
Stresemannstraße 30, 10969 Berlin
Gültige Anzeigenpreisliste:
Nr. 10 gültig ab 1.1.2005

Layout: Petra Dreßler, Berlin
Tel. 030/322 18 57
Titelbild: Hermann J. Haubrich, Stuttgart
Tel. 0711/ 96 69 76 – 5
Druck und Vertrieb:
alpha print medien AG (apm)
Kleyerstraße 3, 64295 Darmstadt

«M» im Internet
ver.di – Fachbereich 8 (Medien, Kunst, Industrie) im Internet (inkl. Archiv seit 03.1996): www.verdi.de/m

Jahresabonnement:
36,– € einschließlich Versandkosten.
Abonnementsverwaltung:
Verlagsgesellschaft W.E. Weinmann mbH, Postfach 1207, 70773 Filderstadt, Telefon 0711/700 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
„Druck + Papier" verantwortlich: Henrik Müller 030/69 56 – 10 76

Redaktionsschluss:
M 08.2005: 18.07.2005
M 09/10.2005: 19.08.2005
ISSN-Nr.: 09 46 – 11 32

termine

Journalismus

Medienfachwirt online
BREMEN. Am 17. September und Ende März 2006 starten in der fachschule ver.di die nächsten Weiterqualifizierungskurse zum Medienfachwirt. „Medienfachwirt online" bereitet Mediengestalter für Digital- und Printmedien, Grafikerinnen und andere Beschäftigte aus der Medienbranche, die langjährige Berufspraxis vorweisen können, auf die Prüfung zum Medienfachwirt/in bei der IHK vor. Der Abschluss ist in seiner Wertigkeit vergleichbar mit der Meisterprüfung. Der Kurs läuft 18 Monate mit 795 Unterrichtsstunden. Davon werden 635 Stunden online in der Lernplatt-

form gearbeitet. Rund alle zwei Monate findet ein Präsenzseminar statt. Für sein umfangreiches Blended-Learning-Konzept (Mischung traditionellen Unterrichts mit multimedial aufbereiteten Lerneinheiten zum Selbststudium) erhielt die fachschule ver.di Ende Juni auch das „Comenius-Siegel" als hervorragendes Blended-Learning-Projekt des Instituts für Bildung und Medien der Gesellschaft für Pädagogik und Information (GPI) verliehen. Information: www.medienfachwirt.com. Kontakt: fachschule ver.di, Vor dem Steintor 83, 28203 Bremen, Telefon (0421) 32 13 33, E-Mail: info@fachschule-verdi.de

Wissenschaftsjournalismus
OBERURSEL. Das Pharma-Unternehmen Sanofi-Aventis vergibt den mit insgesamt 20.000 Euro dotierten Heureka-Journalistenpreis für junge Wissenschaftsjournalisten. Die Preise werden als zweckgebundene Stipendien für die Realisierung wissenschaftsjournalistischer Vorhaben mit Fortbildungscharakter – vorzugsweise im Ausland – vergeben. Teilnahmeberechtigt sind Journalist/innen bis zum Alter von 35 Jahren, die für Print- und elektronische Medien tätig sind, die in Deutschland und in deutscher Sprache erscheinen. Lediglich in der Sparte Online sind Dossiers von Autorenteams (inkl. Webdesigner / Grafiker) ausdrücklich erwünscht.
Die Arbeiten müssen zwischen dem 1. Oktober 2004 und dem 15. September 2005 erstmals veröffentlicht worden sein. Preiswürdig sind Beiträge, die allgemeinverständlich ein aktuelles medizinisch-wissenschaftliches Thema vermitteln. Bewerbungsschluss: 15. September. Kontakt: HEUREKA-Sekretariat, Christian von Berg, Obere Zeil 2, 61440 Oberursel, Fon: 06171 / 588 741, Fax: 06171 / 588 747, E-Mail: heureka@mslpr.de, Internet: http://sanofi-aventis.de.

politik und kultur
BERLIN. Die Zeitung des Deutschen Kulturrates „politik und kultur" hat einen Journalistenpreis für die Vermittlung kulturpolitischer Themen in den Medien ausgeschrieben. Der Preis wird an einzelne Journalisten oder Redaktionen vergeben. Zugelassen sind Print-, Hörfunk-, Fernseh- und Internetbeiträge. Erscheinungsdatum bzw. Sendetermin müssen zwischen dem 01.10.2004 und dem 30.10.2005 liegen. Der Preis ist nicht dotiert. Bewerbungsschluss: 4. November. Kontakt: politik und kultur, Deutscher Kulturrat, Chausseestraße 103, 10115 Berlin, Fon: 030 / 247 280 14, Fax: 030 / 247 212 45, E-Mail: post@kulturrat.de, Internet: www.kulturrat.de.

Preis für den Nachwuchs
BAD VILBEL. Der Verband Hessischer Zeitungsverleger e.V. hat den Preis für junge Journalisten „Für die lokale Presse" ausgeschrieben. Der Preis ist mit 2.000 Euro dotiert, zusätzlich werden zwei Anerkennungspreise von je 500 Euro vergeben. Teilnehmen können Volontäre bei hessischen und thüringischen Tages- und Wochenzeitungen, Journalistik-Studenten aus beiden Bundesländern und freie Mitarbeiter, die seit mindestens einem Jahr regelmäßig schreiben.
Die Arbeiten sollen sich mit örtlichen Problemen in Hessen oder Thüringen beschäftigen und in der Zeit vom 1. Mai 2004 bis 30. April 2005 veröffentlicht worden sein. Bewerbungsschluss: 15. September. Kontakt: Verband Hessischer Zeitungsverleger e.V., FFH-Platz 1, 61118 Bad Vilbel, Fon: 06101 / 988 90, Fax: 06101 / 988 920, E-Mail: vhvz@ffh.de

Unternehmensnachfolge geklärt?
MÜNSTER. Mit insgesamt 15.000 Euro ist der Journalistenpreis der Volksbanken und Raiffeisenbanken, Spar- und Darlehenskassen in Rheinland und in Westfalen dotiert. Er wird sieben Mal in Westfalen und im Rheinland vergeben, jeweils in einer Höhe von 2.000 Euro. Der beste Beitrag wird zusätzlich mit 1000 Euro ausgezeichnet. Das diesjährige Thema lautet „Unternehmensnachfolge". Zugelassen sind Beiträge in allen journalistischen Darstellungsformen, die zwischen dem 1. Januar und dem 1. September im Rheinland und in Westfalen publiziert wurden. Einsendeschluss: 15. September.
Kontakt: Rheinisch-Westfälischer Genossenschaftsverband e.V., Pressestelle, Mecklenburger Straße 235 – 239, 48163 Münster, Fon 0251 / 718 61 43, Fax 0251 / 718 62 85, E-Mail: presse@rwgv.de, Internet: www.vr-journalistenpreis.de

Das blaue Z
MÜNSTER. Beiträge für „Das blaue Z", den Medienpreis der Interessenverband der Zeitarbeitsunternehmen, sollen sich mit dem Arbeitsbereich des Auslobers beschäftigen. Zugelassen sind Arbeiten aus Print, Internet, Radio und TV, die vom 1. Januar bis 30. September veröffentlicht wurden. Der Preis ist mit insgesamt 6.000 Euro dotiert, der Sieger erhält zusätzlich die Skulptur „Das blaue Z". Einsendeschluss: 7. Oktober 2005. Kontakt: Interessenverband Deutscher Zeitarbeitsfirmen, iGZ-Bundesgeschäftsstelle, Stichwort: „Das blaue Z", Hüfferstraße 9 – 10, 48149 Münster, Marcel Speker, Fon: 0251 / 981 12 17, Internet: www.ig-zeitarbeit.de/admindownload/Das_blaue_Z.pdf.

Recherchereise nach Minsk
BONN. Der Jugendpresseclub lädt zur Recherchereise „Jugend" vom 27.09. bis 03.10. nach Minsk ein. Das Programm wird vom Bundesjugendministerium und von der Robert Bosch Stiftung gefördert, Partnerorganisation in Minsk ist die „Association for Belarusian Unesco-Clubs". Es wird ein Einblick in die Strukturen der weißrussischen Jugendkultur, Jugendpolitik und Jugendhilfe vermittelt. Der Eigenbeitrag zur Reise beträgt 399 Euro für JPC-Mitglieder und 449 Euro für Nicht-Mitglieder jeweils zzgl. 20 Euro Reiserücktrittsversicherung. Details: Jugendpresseclub e.V. , Jörg Wild, Lennéstr. 42, 53113 Bonn, Fon: 0228 / 21 77 86, Fax: 0228 / 21 39 84, Internet: ww.jugendpresseclub.de.

Otto Brenner Preis 2005
Frankfurt / MAIN. Der Preis steht in diesem Jahr unter dem Motto: „Kritischer Journalismus – Gründliche Recherche statt bestellter Wahrheiten". Prämiert werden Beiträge aller Bereiche, die für einen kritischen Journalismus vorbildlich und beispielhaft sind. Das soll sich u. a. in gründlicher Recherche und eingehender Analyse zeigen. Der Preis ist insgesamt mit 20.000 Euro dotiert. Zusätzlich gibt es einen „newcomer Sonderpreis" in Höhe von 2.500 Euro. Außerdem werden zusammen mit dem netzwerk recherche drei Stipendien von je 2.500 Euro ausgelobt. Bewerbungsschluss ist der 15. Oktober. Kontakt: Otto Brenner Stiftung, Antje Kirschner, Wilhelm-Leuschner-Str. 79, 60329 Frankfurt / Main, Tel: 069 / 66 93 23 90

Öffentlichkeit fürs Ehrenamt
STUTTGART. Mit dem Journalistenpreis „Bürgerschaftliches Engagement" der Robert Bosch Stiftung werden Berichte, Reportagen oder Kommentare ausgezeichnet, die beispielhaft darstellen und fragen, wie und warum Menschen für sich und für andere Verantwortung übernehmen. Der Preis ist mit insgesamt 10.000 Euro dotiert, ein Sonderpreis von 5.000 Euro wird für Serien vergeben. Zusätzlich verleiht die Stiftung den mit 3.000 Euro dotierten Marion-Gräfin-Dönhoff-Förderpreis für Volontäre und Journalistenschüler.
Die Arbeiten für beide Preise müssen zwischen dem 17. September 2004 und dem 16. September 2005 in deutschsprachigen Zeitungen oder Zeitschriften erschienen sein. Bewerbungsschluss: 17. September 2005. Kontakt: Robert-Bosch-Stiftung GmbH, Journalistenpreis, Heidehofstraße 31, 70184 Stuttgart, Fon: 0711 – 460 84 37, Fax: 0711 / 460 841 037, E-Mail: stefanie.palm@bosch-stiftung.de, Internet: www.bosch-stiftung.de/journalistenpreis.

Spitze Feder
WIEN. Für den Journalistenpreis „Die spitze Feder" zum Thema „Gedenkjahr 2005 – Frauenwelten im Wandel der Zeit" können sich Journalistinnen mit einem Print- oder einem Beitrag aus den elektronischen Medien bewerben. Zusätzlich wird ein Förderpreis für den weiblichen journalistischen Nachwuchs bis 35 Jahre ausgeschrieben. Die eingereichten Arbeiten sollen sich mit Frauenthemen im gesellschaftlichen und politischen Zusammenhang beschäftigen.
Die Beiträge müssen einen Bezug zu Österreich haben und in Österreich erschienen sein. Der Hauptpreis ist mit 2.200 Euro und der Nachwuchspreis mit 800 Euro dotiert. Bewerbungsschluss: 16. September.
Kontakt: Frauen-Netzwerk-Medien, c / o Astrid Zimmermann, Viktorgasse 16 / 2 / 26, A – 1040 Wien, Internet:: www.frauennetzwerk.at.

Film / TV

Filmkunstmesse Leipzig
LEIPZIG. Die Arbeitsgemeinschaft Kino – Gilde deutscher Filmkunsttheater e.V. bietet auf der Filmkunstmesse Leipzig (12. bis 16. September) einen Workshop am 16. September an zum Thema „Ausbildung in Filmtheatern".
Details: www.filmmesse-leipzig.de.

14. Videokunst Förderpreis
BREMEN. Medienkünstler können beim Filmbüro ab sofort Projektkonzepte für den Videokunst Förderpreis Bremen einreichen, deren Realisierung durch die Preisgelder finanziert werden soll. Der erste Preis ist mit 5.000 Euro, ein Förderpreis mit 1.500 Euro dotiert, zusätzlich wird ein Zuschuss für einen Katalog oder eine

DVD gewährt. Einer der beiden Preise ist BewerberInnen aus Bremen / Bremerhaven oder deren Partnerstädten vorbehalten. Einsendeschluss: 30. September. Teilnahmeformular: www.filmbuero-bremen.de/vkp_2005. Kontakt: Filmbuero Bremen e.V., Till Locher, Fon: 0421 / 387 67 40, E-Mail: vkp@filmbuero-bremen.de.

Künstliche Menschen
FRANKFURT / MAIN. Der weltweit ausgeschriebene Nachwuchsfilmpreis „eDward" richtet sich an junge Kreative bis 30 Jahre und wird im Rahmen des „eDIT 8 Filmmaker's Festival" verliehen, das vom 9. bis 11. Oktober in Frankfurt / Main stattfindet. Die Bewerber sind aufgerufen, mit einem 30-Sekunden-Film in den Wettbewerb einzusteigen. Das Thema lautet „Künstliche Menschen". Animierte Figuren oder digitale Charaktere können, müssen aber nicht Bestandteil des Films sein. Der Sieger erhält 2.500 Euro und den eDward-Pokal. Weitere Geld- und Sachpreise sind zu gewinnen.
Einsendeschluss: 7. September. Anmeldeunterlagen: www.eDward.de und www.edit-ves.com. Kontakt:: eDIT Festivalbüro, Online-Redaktion, Niddastr. 64, 60329 Frankfurt / Main, Fon: 069 / 597 971 90, Fax: 069 / 597 97 189 , E-Mail: info@ed-ward.de

Creative Game Institut
BERLIN. Ein zweitägiges Training zu Erzählstrategien im Werbespot bietet das Creative Game Institut am 23. / 24. September an. Die Teilnehmerzahl ist auf zwölf begrenzt.
Das zweitägige Training vermittelt wie und warum Geschichten im Werbespot wirken. Die Teilnehmenden erleben, wie Spots Bild für Bild erzählt werden und was mittelmäßige von guten und besseren Spotgeschichten unterscheidet. Anmeldung per Internet: www.creativegame.de oder Fon 030 / 715 01 01.

Seminar mit David Russell
ELSTAL. Die German Film School bietet am 24. / 25. September ein Storyboard-Seminar mit David Russell für professionelle und werdende Illustratoren, Filmemacher, Drehbuch-Autoren und Digital Artists.an. Russell ist Film-Illustrator und Storyboard-Artist. Die Seminarsprache ist Englisch. Anmeldung: Andreas Rauth, c/o Agentur Erdteil, Fon 030 / 458 033 30, E-Mail: a.rauth@erdteil.de, Internet: www.filmschool.de

Varia

WERKSTATT-DVD zum 40sten!
FRANKFURT / MAIN. Der 40. Geburtstag der „Werkstatt für Junge Filmer" war der Anlass für die Produktion einer ersten Kurzfilm-DVD. Sie bietet eine Auswahl von 19 Filmen und Videos der letzten 15 Werkstatt-Jahre sowie Lernmaterialien für Nachwuchsfilmemacher. Sie kann für 15 Euro plus 3 Euro Versand online oder per Post beim BJF bestellt werden. Davon werden außer den beteiligten Filmemachern auch künftige DVD-Projekte unterstützt. Kontakt: Bundesverband Jugend und Film e.V., Kennedyallee 105a, 60596 Frankfurt / Main, Fon: 069 / 631 27 23, Fax 069 / 631 29 22, E-Mail: jungefilmszene@BJF.info, Internet: http://Dvd.jungefilmszene.de

Mach Dir ein Bild von Europa!
BERLIN. Die Jugendpresse Deutschland hat gemeinsam mit dem Kinder- und Jugendfilmzentrum Deutschland (KJF), der Bundeszentrale für politische Bildung und der Vertretung der Europäischen Kommission in Deutschland den Nachwuchsfotografenpreis „Mach Dir ein Bild von Europa!" ausgeschrieben. Teilnehmen können Jugendliche und junge Erwachsene bis 27 Jahre, die nicht hauptberuflich als Fotograf tätig sind. Die Bilder müssen digital bis 31. August eingereicht werden und dürfen nicht kommerziell erstellt worden sein. Bei der Bewertung achtet die Jury besonders auf die fotografische Leistung, Themenbezug, Eigenständigkeit und künstlerische Aspekte. Als Preise winken eine Profi-Digitalkamera von Nikon, Grafiksoftware von Adobe, Jugendpresse-Recherche-Reisen, ein Praktikum in der GEO-Bildredaktion und vieles mehr. Die Plätze eins bis zehn sind außerdem zu den Jugendmedientagen 2005 vom 30. September bis zum 3. Oktober in Hamburg eingeladen, auf denen auch die Preise verliehen werden. Kontakt: Jugendpresse Deutschland e.V., Bundesverband junger Medienmacher, Grolmanstraße 52, 10623 Berlin, Fon: Fon: 030 / 450 865 50, Fax; 030 / 450 865 59, Internet: http://www.europa.jugendpresse.de.

Wegweiser für Journalisten
BERLIN. Eine Broschüre mit allen wichtigen Informationen zu den Institutionen der Europäischen Union ist im Internet zu finden: http://europa.eu.int/germany/pdf/journalistenwegweiser.pdf

Jugendliche schreiben für Europa
BONN. www.youth-reporter.de, ein Angebot der Agentur Jugend für Europa, hat einen Schreibwettbewerb für Jugendliche ausgeschrieben. Anlässlich des 60. Jahrestages der Befreiung Europas von Krieg und Gewaltherrschaft lautet das Thema „Wie Europa zusammenwächst". Noch bis zum 30. September können Kurzgeschichten, Portraits, Essays und Fotoreportagen eingesandt werden. Den drei Erstplatzierten winken Gewinne im Wert von 500, 300 und 200 Euro. Sieger der Plätze vier bis zehn erhalten je einen Reisegutschein von der Deutschen Bahn in Höhe von je 100 Euro. Details: www.youth-reporter.de. Redaktion Youth-Reporter, c / o Karoline Becker, Kaiserstr. 139 – 141, 53113 Bonn.

Köpfe in Aktion
MARL. Das Projekt NRW : Neues Lernen sucht unter dem Motto „Köpfe in Aktion" Ideen und Konzepte, die in spannende Medienbeiträge umgesetzt werden können. Die Teilnehmer können sich unter www.nrw-neues-lernen.de anmelden und noch bis 30. September ihre Homepages, Videos oder Multimediabeiträge einreichen. Vergeben werden Geld- und Sachpreise. Kontakt: NRW : Neues Lernen, c / o ecmc, Europäisches Zentrum für Medienkompetenz GmbH, Bergstraße 8, 45770 Marl, Fon: 02365 / 940 40, Fax: 02365 / 940 429, E-Mail: info@nrw-neueslernen.de

Rechtschreib-Workshop
REGENSBURG / STUTTGART. Schluß / Schluss mit der Verwirrung: Zur neuen Rechtschreibung, die ab 1. August in fast allen Bundesländern verbindlich gilt, bietet der Webkatalog www.journalistenlinks.de einen kostenlosen Online-Workshop an.

leute

Wolfgang Aigner, zuletzt Leiter der Hauptabteilung Familie und Gesellschaft beim BR-Hörfunk, wird Leiter des neu geschaffenen Hörfunk-Programmbereichs Bayern2Radio – Kultur und Gesellschaft. **Susanne Zimmer**, bisher Leiterin von B5 aktuell, übernimmt die Leitung des Hörfunk-Programmbereichs Bayern 1.

Michael Backhaus, bislang Chefredakteur der Passauer Neuen Presse, wird stellvertretender Chefredakteur bei Bild. Die Passauer Neue Presse wird vorerst vom stellvertretenden Chefredakteur **Konrad Kellermann** geleitet.

Florian Barckhausen, bisher Chefredakteur des Stadtradios 88acht, folgte als Chefredakteur der RBB-Hörfunkwelle Radioeins auf **Helmut Lehnert**, der Leiter des Programmbereichs Film und Unterhaltung beim RBB-Fernsehen wurde. Sein Vorgänger **Ulrich Thiele** ging in den Ruhestand. Neuer Chefredakteur des Stadtradios 88acht ist **Konrad Kuhnt**, bisher Chefredakteur beim Jugendradio Fritz. **Rosemarie Wintgen**, im ARD-Gemeinschaftsprogramm zuständig für den Bereich Fiction, übernahm beim RBB zusätzlich die Leitung des Ressorts Film von **Justus Boehncke**, der sich ebenfalls in den Ruhestand verabschiedete.

Horst Bäuerle wurde als Vorsitzender des SWR-Landesrundfunkrats Baden-Württemberg wiedergewählt; Stellvertreterin bleibt **Birgit Kipfer**. Auch **Christine Gothe**, Vorsitzende des SWR-Landesrundfunkrats Rheinland-Pfalz, wurde in diesem Amt bestätigt, ebenso ihr Stellvertreter **Adolf Weiland**.

Ulrich Berls, früher u. a. Leiter der ZDF-Redaktion Kultur und Gesellschaft sowie Gründungsdirektor der Bayerischen Akademie für Fernsehen (München), folgte als Leiter des ZDF-Landesstudios Bayern auf **Christoph Minhoff**, der Programmgeschäftsführer von Phoenix wurde.

Felix Bingesser, bislang Sportchef der Stuttgarter Zeitung, übernahm diese Position bei der Aargauer Zeitung (Schweiz).

Stefan Blatt, bisher Chefreporter bei der Bunten, übernahm die Leitung des dort wieder eingeführten Ressorts Reportage, unterstützt von **Moritz Stranghöner**, bisher bei Bild München.

Reinhold Böhmer, bislang Reporter bei der WirtschaftsWoche, rückte zu einem der beiden stellvertretenden Ressortleiter Unternehmen + Management auf.

Florian Boitin, bisher stellvertretender Chefredakteur von Maxim (ASV), folgte als Chefredakteur des Männermagazins auf **Uwe Killing**.

Trauer um Günter Weißmüller
Nach kurzer, schwerer Krankheit ist am 7. Mai Günter Weißmüller, stellvertretender Bundesvorsitzender der Fachgruppe Verlage und Agenturen, gestorben. Seit 1974 Mitglied in der IG Druck und Papier, war Günter vor allem im Verlagsbereich aktiv – u.a. als Betriebsratsvorsitzender des Otto-Schmidt-Verlages in Köln, in der Tarifpolitik und der Organisierung gewerkschaftlicher Betriebsarbeit in Verlagen. Günter ist 57 Jahre alt geworden. Krankheit und Tod kamen völlig überraschend und haben, politisch wie menschlich, eine große Lücke gerissen.

Ulf Brychcy, bisher Korrespondent der SZ in Berlin, folgt als Leiter der Unternehmenskommunikation der Bertelsmann DirectGroup und des Club Bertelsmann auf **Gerd Koslowski**.

Jo Busse, bislang Leiter des Ressorts Auto bei den Lübecker Nachrichten, schied mit sofortiger Wirkung aus; seine Aufgaben übernahm der Leitende Redakteur **Uwe Nesemann**.

René Carl, Leiter der Abteilung Information und bisher stellvertretender Chefredakteur von Kabel 1, folgte als Chefredakteur auf **Thilo Proff**, der Programmchef des Senders wurde. Proffs Stellvertreter ist **Jürgen Hörner**, zugleich Leiter der Programmplanung. Stellvertretende Chefredakteurin wurde **Melanie Felske**, Leiterin der Abteilung Wissen im Bereich Information / Magazine.

Michael Castritius, bisher Moderator und Autor beim InfoRadio Berlin (RBB) sowie Redakteur und Chef vom Dienst bei Deutsche Welle-tv, löste als ARD-Hörfunkkorrespondent für Mexiko, Mittelamerika und die Karibik **Matthias Reiche** (MDR) ab. **Petra Aldenrath** (RBB) folgt als ARD-Hörfunkkorrespondentin in Peking auf **Eva Corell** (NDR).

Lars Christiansen, zuletzt Textchef und geschäftsführender Redakteur der Zeitschrift Shop & Style sowie Autor für Maxi (Verlagsgruppe Bauer), wurde leitender Redakteur der Zeitschrift Tomorrow.

Deutsche Presse-Agentur (dpa): **Karlheinz Röthemeier** (Mainz) wurde in seinem Amt als Aufsichtsratsvorsitzender bestätigt; Stellvertreter ist **Laurent Fischer** (Bayreuth). **Hans-Dieter Hillmoth** (Bad Vilbel) und **Friedhelm Haak** (Hannover), bisher kooptierte Mitglieder, wurden in den Aufsichtsrat gewählt. Neues kooptiertes Mitglied und zugleich Schriftführer ist **Stefan Hilscher** (Augsburg). **Malte von Trotha**, derzeit in der Geschäftsführung der Verlagsgruppe Milchstraße tätig, löst zum Jahresende als Vorsitzender der dpa-Geschäftsführung **Walter Richtberg** ab, der in den Ruhestand geht. **Jutta Steinhoff**, bisher Dienstchefin des dpa-Landesdienstes Rheinland-Pfalz / Saarland, übernahm die Leitung des Landesbüros München von **Franz Smets**, der für dpa nach Mexiko-Stadt wechselte.

Prof. Dr. **Christoph Fasel**, bisher u.a. Professor für Medien und Kommunikationsmanagement an der Hochschule für Wirtschaft und Medien in Calw, löst zum 1. Januar 2006 als Leiter der Henri-Nannen-Schule (Hamburg) **Ingrid Kolb** ab, die in den Ruhestand geht.

Hans-Jürgen Greye und **Jörg Biallas**, beide seit Januar Mitglieder der Chefredaktion der Mitteldeutschen Zeitung (Halle), werden Chefredakteure des Blatts. Greye ist zuständig für die Lokal- und Regionalredaktionen, Biallas für die Hauptressorts. Stellvertretender Chefredakteur wird **Torsten Kleditzsch**.

Alexander Gutzmer, zuvor Chefredakteur des Fachmagazins pressesprecher und freier Großbritannien-Korrespondent für die Welt am Sonntag, wurde Chefredakteur von think:act (BurdaYukom Publishing). Neue Chefredakteurin von pressesprecher (Fachverlag Helios Media) ist **Carolyn Braun**, früher Redakteurin beim Handelsblatt.

Claudia ten Hoevel, bisher stellvertretende Chefredakteurin bei der Zeitschrift Mädchen (AS Young Mediahouse), wechselt in der gleichen Position zu Woman (G+J).

Frank Horlbeck und **Matthias Fuchs**, bisher bei Focus TV, wurden stellvertretende Programmleiter des Formats „Focus Gesundheit" auf Premiere.

Hanni Hüsch, bisher NDR-Korrespondentin im ARD-Hauptstadtstudio, löste als Leiterin der NDR-Fernseh-Redaktion Wirtschaft und Ratgeber **Dirk Bergmann** ab, der in den Ruhestand ging. Hüschs Nachfolger im Hauptstadtstudio wurde **Christian Friedrich Wulf**, bislang als ARD-Korrespondent im NDR-Landesfunkhaus Niedersachsen tätig.

Die Jugendpresse Deutschland e.V.: Der neu gewählte Bundesvorstand besteht aus dem Vorstandssprecher **Maximilian Kall**, der im Amt bestätigt wurde, seinem Stellvertreter **Christian Beilhorn** sowie den neuen Vorstandsmitgliedern **Jan-Henning Niediek**, **Gesche Roy**, **Stefan Steinacker**, **Silvio Heinze**, **Sebastian Olényi** und **Stefan Kuhna**.

Tom Junkersdorf, derzeit USA-Korrespondent für die Bild-Zeitung, wird zum 1. Oktober Chefredakteur von Bravo (Bauer Verlagsgruppe) und damit Nachfolger von **Jürgen Bruckmeier**, der bereits im Oktober 2004 ausschied.

Alfons Kifmann, zuletzt Chefredakteur von Auto & Elektronik (Hüthig-Verlag), wurde Chefredakteur der Zeitschriften Automobil-Produktion und Automobil-Elektronik (Verlag moderne industrie / Mediengruppe Süddeutscher Verlag). Die bisherige Chefredakteurin **Tina Rumpelt** bleibt Mitglied der Chefredaktion und übernimmt Sonderprojekte.

Andreas Knaut, bislang Sprecher der Verlagsgruppe Handelsblatt (Düsseldorf), wird Kommunikations-Chef von Gruner + Jahr. Er folgt auf **Thomas Huber**, von dem sich der Verlag im März getrennt hatte. Die Leitung der Unternehmenskommunikation der Verlagsgruppe Handelsblatt übernahm **Christian Ickstadt**, früher Chefredakteur der Fachzeitschrift Horizont.

Eva Kohlrusch (Hamburg), ehemals stellvertretende Chefredakteurin der Bild-Zeitung und derzeit Kolumnistin für die Bunte, wurde zur Vorsitzenden des Journalistinnenbundes gewählt.

Detlev Krüger-Sperling, früher Textchef und leitender Redakteur bei Zeitschriften der Bauer Verlagsgruppe (Hamburg), kehrte nach Freiburg zurück und ist jetzt als Textchef und Berater der Chefredaktion für young Family sowie spielen und lernen (Family Media Verlag) tätig.

Regine Kuhlei, bisher Ressortleiterin Kreatives Wohnen beim Journal für die Frau, folgt als Chefredakteurin der Zeitschrift Zuhause Wohnen (Jahreszeiten Verlag) auf **Ute Kröger**, die Chefredakteurin von Für Sie wurde.

Daniela Kuntze folgte als Leiterin des ZDF-Landesstudios Thüringen auf **Hermann Bernd**, der in Mainz die Leitung der Sendung „drehscheibe Deutschland" übernahm.

Hans Lambert (Bistum Trier) wurde in seinem Amt als Vorsitzender des SWR-Rundfunkrats bestätigt.

Patrick Leclercq, zuletzt Leiter der Fernseh-Abteilung Ausland und Europa des SWR, löste als Nahost-Fernsehkorrespondent für SWR und ARD in Kairo **Jörg Armbruster** ab.

Valdo Lehary jun., Verleger des Reutlinger Generalanzeigers und stellvertretender Verwaltungsratsvorsitzender der Antenne Radio GmbH & Co KG, wurde in seinem Amt als Vorsitzender des Verbands privater Rundfunkanbieter Baden-Württemberg (VPRA) bestätigt. Wiedergewählt wurden auch die stellvertretenden Vorsitzenden **Ulrich Hürter** (RNO Rhein-Neckar-Odenwald Radio) und **Christine Rupp** (Radio TON-Gruppe, Heilbronn); weiteres Vorstandsmitglied **Bernhard Hock** (Radio 7, Ulm).

Michaela Lienemann, bislang Chefredakteurin von Bravo Girl (Bauer Verlagsgruppe), scheidet „wegen unterschiedlicher Auffassungen" aus; die kommissarische Leitung des Titels übernimmt die stellvertretende Chefredakteurin **Susanne Fett**.

Bernd Linnhoff löste als Chefredakteur von Countdown, dem Fifa WM 2006 Magazin (Bertelsmann Arvato), **Michael Siedenhans** ab, der Chefreporter des Magazins wurde.

Torge Löding, bisher Redakteur beim Computermagazin c't und dessen IT-Newsticker heise online sowie Autor für telepolis, verließ den Heise Zeitschriften-Verlag (Hannover). Er geht als Journalist und Berater in der internationalen Entwicklungszusammenarbeit zum Medienprojekt Voces Nuestras in San José / Costa Rica.

Gunnar Lott, Chefredakteur von GameStar, und **André Horn**, Chefredakteur von GamePro, übernahmen auch die Chefredaktion des im IDG Entertainment Verlag neu entwickelten Fachmagazins GameStar / dev.

Jost Lübben, bisher Projektredakteur bei der Nordsee-Zeitung, folgte als Chefredakteur auf **Jörg Jung**.

Marcus Luft, bislang Redakteur bei Amica, wurde Fashion Director von Max.

Hans Mahr, langjähriger Informationsdirektor und Chefredakteur von RTL, verlässt den Sender Ende August und wechselt als Vorstand Sport und New Business zu Premiere.

Dr. **Hendrik Markgraf**, derzeit Chefredakteur des Börsenblatts – Wochenmagazin für den Deutschen Buchhandel, löst zum 1. Oktober als Chefredakteur der Allgemeinen Hotel- und Gaststättenzeitung sowie der Zeitschrift Der Hotelier (MatthaesVerlag / Verlagsgruppe Deutscher Fachverlag) **Ulrich Jungk** ab, der Vize-Chef wird und Chefredakteur der Allgemeinen Bäckerzeitung sowie der Zeitschrift Konditorei und Café bleibt.

Gerhard Meier-Röhn, zuletzt Mediendirektor des Deutschen Fußball-Bundes (DFB), kehrt zum SWR zurück, dessen Sportchef er früher war.

Thomas Mensinger, Mitarbeiter der Agentur Colomedia, wurde als Vorsitzender des DJV-Landesverbands Brandenburg wiedergewählt; Stellvertreter sind **Wilfried Specht**, Redakteur bei der Märkischen Allgemeinen Zeitung, und **Dieter Schneider**, Radioredakteur beim RBB.

Ulrich Neufert, bislang Chefredakteur der Neuen Presse (Hannover), löste als Chefredakteur der Hannoverschen Allgemeinen Zeitung (ebenfalls Verlagsgesellschaft Madsack) **Wolfgang Mauersberg** ab, der in den Ruhestand ging. Chefredakteur der Neuen Presse wird **Christoph Grote**, bisher Leiter der Lokalbeilagen des Madsack-Verlags.

Horst Ohligschläger, zuletzt Chefredakteur des Internet-Magazins com!, wird Direktor Redaktion beim Sailer Verlag, einer Tochter der Weltbild-Verlagsgruppe.

Markus Othmer wird künftig neben **Waldemar Hartmann** und **Gerd Rubenbauer** die Sendung „Blickpunkt Sport" des BR-Fernsehens moderieren; nicht mehr zum Team gehören die bisherige Redaktionsleiterin **Marianne Kreuzer** sowie die Moderatoren **Lambert Dinziger** und **Wolfgang Nadvornik**.

Andrei Plakhov (Moskau) wurde zum Präsidenten des Internationalen Verbands der Filmkritiker (FIPRESCI) gewählt. Vizepräsidenten sind **Pamela Biénzobas** (Santiago / Paris), **Diego Lerer** (Buenos Aires), **Hassouna Mansouri** (Tunis) und **Grégory Valens** (Paris). Der bisherige Präsident **Michel Ciment** wurde zum Ehrenpräsidenten ernannt.

Peter Ploog, bis 2002 Chefredakteur von Essen & Trinken, kehrte als Redaktionsleiter zu dem Magazin zurück.

Hans-Jürgen Pohmann, bisher Ressortleiter für die Sportberichterstattung im Bereich Fernsehen des RBB, löste als Leiter der Sportredaktion **Hans-Joachim Sprentzel** ab, der in den Ruhestand ging. Nachfolgerin von Pohmann wird **Katrin Günther**.

Klaus Pommer, zuletzt Programmchef bei Energy 103,4 Berlin, hat den Sender verlassen.

Tillmann Prüfer, Teamleiter im Agenda-Ressort der Financial Times Deutschland und außerdem für die Wochenendbeilage „Weekend" zuständig, löste als redaktioneller Leiter von „how to spend it", dem Luxus-Supplement der FTD, **Alke von Kruszynki** ab, die wegen unterschiedlicher Auffassungen über die künftige Ausrichtung des Magazins ausschied.

Michael Radtke, u.a. Autor des Buches „Außer Kontrolle – Die Medienmacht des Leo Kirch", folgt als Chefredakteur der Abendzeitung (München) auf **Kurt Röttgen**.

Marion Rathmann, bisher bei Tele 5 für die Sendeplanung zuständig, übernahm die Programmplanung von **Thomas Vink**, der Marketing-Leiter des Senders wurde. Für die Sendeplanung zuständig ist jetzt **Sven Müller**, bisher Rathmanns Stellvertreter.

Rudolf Rauschenberger, bisher Chef vom Dienst bei „WISO" (ZDF), übernahm die Leitung des ZDF-Landesstudios Baden-Württemberg von **Alois Theisen**, der zum HR ging.

„Reporter ohne Grenzen" in Deutschland: **Michael Rediske** wurde im Amt des Vorstandssprechers und geschäftsführenden Vorstands der Menschenrechtsorganisation bestätigt. **Astrid Frohloff** folgte als weiterer geschäftsführender Vorstand auf **Dietrich Schlegel**, der nicht mehr kandidierte. Ebenfalls wiedergewählt wurde **Miodrag Soric**. Neu im Vorstand sind **Dirk Sager**, zuletzt Leiter des ZDF-Studios in Moskau, und **Niels Kadritzke**, Redakteur der deutschen Ausgabe von Le monde diplomatique.

Jörg Riebartsch, bislang Chef vom Dienst bei der Echo-Zeitungsgruppe (Darmstädter Echo), löste als Chefredakteur **Roland Hof** ab, der in den Ruhestand trat. Neuer Chef vom Dienst wurde **Michael Horn**.

Kristin Rinortner, zuvor Chefredakteurin der Branchenmagazine mo – metalloberfläche und Materialprüfung – material testing (Carl Hanser Verlag), wurde Redakteurin bei dem Fachmagazin Elektronikpraxis (Vogel Industrie Medien, Würzburg).

Josef Heinrich Darchinger wird am 6. August 80 Jahre alt.

«Darchinger ist der bedeutendste Politik-Fotojournalist der Epoche», sagt Christiane Gehner, die bis vor kurzem Bild-Ressortleiterin beim «Spiegel» war und den Fotografen seit 1972 kennt. Mehrere 10.000 Aufnahmen hat Darchinger, Mitglied der dju, seit den 60er Jahren an das Hamburger Nachrichtenmagazin verkauft.
Auch Die Zeit und Stern druckten seine prägnanten Fotos, die meist im Bonner Politik-Biotop entstanden.

Thomas Röhl, zuletzt als selbständiger Berater überwiegend im Bereich Marketing / Vertrieb für ROX Asia Ltd. (Hongkong) tätig, wurde Redakteur bei Process (Vogel Industrie Medien, Würzburg).

Oliver Schablitzki, bisher als Executive Producer für die Koproduktionen von Super RTL zuständig, folgte als Leiter Programmplanung und Entwicklung auf **Carsten Göttel**, der Programmdirektor wurde.

Anke Schäferkordt, bisher Programmdirektorin von Vox, löst zum 1. September als RTL-Chefin **Gerhard Zeiler** ab, der sich seinen Aufgaben als Leiter der Sender-Holding RTL Group (Luxemburg) widmen wird.

Juliane Schaffrath, bislang stellvertretende Chefredakteurin der Zeitschrift Für Sie, übernimmt die gleiche Position bei Petra (ebenfalls Jahreszeiten Verlag).

Christoph Scheffler, zuletzt Leiter des ARD-Studios in Prag, löst zum 1. September als Leiter des Hörfunks im HR-Studio Wiesbaden **Rainer Dinges** ab, der in den Ruhestand geht.

Kosta Schinarakis, zuvor als freier Wissenschaftsjournalist u.a. für das Magazin SZ Wissen und das PM-Magazin tätig, arbeitet jetzt für das Forschungszentrum Jülich im Bereich Materie, Energie und Information.

Dr. **Jan Schulte-Kellinghaus**, Leiter der NDR-Talkredaktion, übernahm zusätzlich die Leitung der Abteilung Musik / Show / fiktionale Unterhaltung des NDR-Fernsehens von Dr. **Jürgen Meier-Beer**, der Leiter der Abteilung Internationale Projekte und Musik im Programmbereich Kultur / Fernsehen wurde.

Gernot Schumann, Direktor der Unabhängigen Landesanstalt für Rundfunk und neue Medien (ULR) in Schleswig-Holstein sowie Mitglied der Direktorenkonferenz der Landesmedienanstalten, wurde zum stellvertretenden Vorsitzenden der European Platform of Regulatory Authorities (EPRA) gewählt. Vorsitzender des Verbands europäischer Medienaufsichtsbehörden wurde **Joan Botella**, Ratsmitglied der katalanischen Aufsichtsbehörde.

Anja Schüür-Langkau, bislang als freie Korrespondentin für „werben & verkaufen" tätig, wurde Redakteurin bei media spectrum (Media-Daten Verlag, Wiesbaden).

Michael Stiller, bisher leitender politischer Redakteur bei der SZ, wird künftig frei für die SZ und andere Blätter schreiben.

Jürgen Stollberg, bislang Chefredakteur von Young (Burda), wechselt in die Geschäftsleitung des Klambt-Verlags (Baden-Baden).

Petra Thorbrietz, zuvor u.a. Autorin für GEO und Brigitte, löst als stellvertretende Chefredakteurin von Focus – Schule **Barbara Czermak** ab, die leitende Redakteurin für Sonderaufgaben wird. In die Redaktion des Bildungsmagazins tritt auch der bis-

herige freie Mitarbeiter **Mathias Brüggemeier** ein.

Auf dem 18. Kongreß des Verbandes Deutscher Schriftsteller in Ingolstadt wurde – diesmal nur für zwei Jahre – ein neuer Vorstand gewählt. Vorsitzender: **Imre Török** (LV BaWÜ); Stellvertreterinnen: **Regine Möbius** (Sachsen), **Anna Dünnebier** (NRW), **Gerlinde Schermer-Rauwolf** (Übersetzerin, München); Beisitzer: **Thomas Kraft** (Bayern), **Thomas Krämer** (RHP) und **Reimer Eilers** (HH).

Verband Freier Lektorinnen und Lektoren (VFLL): Dr. **Andrea Kamphuis** (Köln) wurde zur 1. Vorsitzenden gewählt. Dem geschäftsführenden Vorstand gehören außerdem als stellvertretender Vorsitzender **Michael Köhler** (Frankfurt) sowie **Monika Rohde** (Amorbach) an, die die Geschäftsstelle leitet.

Verband Privater Rundfunk und Telekommunikation (VPRT): **Jürgen Doetz** (ProSiebenSat.1) wurde in seinem Amt als Präsident bestätigt; auf ihn wird in der Amtszeit 2006/2007 **Ingrid M. Haas** (RTL Television) folgen. Vizepräsidenten und Fachbereichsvorsitzende sind – Fernsehen: **Ingrid M. Haas**; Multimedia: Dr. **Marcus Englert** (SevenOne Intermedia); Hörfunk: **Hans-Dieter Hillmoth** (Radio/Tele FHH).

Thomas Weiß, bisher Textchef der Programmzeitschrift TV Digital (ASV), rückte zum stellvertretenden Chefredakteur auf.

Klaus Michael Willimek, Chefredakteur der Badischen Neuesten Nachrichten, wurde zusätzlich zum Herausgeber und Geschäftsführer des Blattes ernannt. Im Zug einer Adoption durch seinen Onkel, den Verleger **Hans Wilhelm Baur**, der ihn zu seinem Nachfolger erkor, nahm Willimek den Namen Baur an.

Sabrina Winter, bisher für die Agentur PSM&W (Frankfurt) tätig, wurde Pressesprecherin von rheinmaintv und ist für die gesamte Presse- und Öffentlichkeitsarbeit des regionalen Fernsehsenders verantwortlich.

Wissenschafts-Pressekonferenz (WPK): **Christiane Götz-Sobel** (ZDF) wurde als erste Vorsitzende wiedergewählt. Stellvertretende Vorsitzende sind **Mirko Smiljanic** (freier Wissenschaftsjournalist) und – neu im Vorstand – Dr. **Wolfgang Mock** (VDI-Nachrichten); Schatzmeisterin ist **Dagmar Röhrlich** (freie Wissenschaftsjournalistin), als Schriftführer fungiert **Dirk Lorenzen** (freier Wissenschaftsjournalist).

Ute Witt, bisher u.a. Redakteurin bei Focus und Spiegel-TV, wurde Chefredakteurin des Kundenmagazins can do von o2 und wird darüber hinaus die Projektentwicklung im Bereich Consumer Communication von BurdaYukom betreuen.

Die PR-Beraterin und ehemalige Landtagsabgeordnete **Ruth Wittler-Koch** (Mönchengladbach), Vizepräsidentin der Deutschen Public Relations Gesellschaft (DPRG), wurde zur Vorsitzenden der Landesgruppe NRW der DPRG gewählt. Stellvertreter sind **Regine Hellwig-Raub** (Bochum), **Udo Seidel** (Köln) und **Guido Berger** (Köln).

Bernd Zeller, bisher Chefredakteur der Satirezeitschrift Pardon, die er 2004 nach 22 Jahren wieder zum Leben erweckte, übergab die verlegerische Arbeit an **Leon Kursawe**.

Manfred Zollner, bislang stellvertretender Chefredakteur der Zeitschrift Photo Technik International, löste als Chefredakteur **Franz Raith** ab.

Aus Platzgründen konnten wir nicht alle Preisträger renommierter Wettbewerbe in dieser Print-Ausgabe von «M» veröffentlichen. In der aktuellen M-Online-Ausgabe (Rubrik Preise) sind weitere nachzulesen unter: www.verdi.de/m

preise

Achtung-Berlin-Festival: **Myrna Maakaron** gewann mit ihrem Kurzfilm „Berlin – Beirut" in der Kategorie Bester Berlin-Film den New Berlin Film Award. Ausgezeichnet wurden auch zwei Produktionen der ZDF-Redaktion „Das kleines Fernsehspiel": „Close" von **Marcus Lenz** und „Am seidenen Faden" von **Katarina Peters**.

Nathalie Arnegger (HFF Babelsberg) gewann mit „Rain is Falling" beim Kurzfilmfestival in Aspen (Colorado / USA) den Preis für „Best Cinematography" und den „BAFTA / LA Award".

Babelsberger Medienpreise 2005 der HFF Potsdam-Babelsberg für die besten Absolventenfilme – Spielfilm (18.000 €): „KussKuss" von **Sören Senn** (HFF Potsdam-Babelsberg); Dokumentarfilm (18.000 €): „Happy Family" von Heesook Sohn (dffb). Erich-Kästner-Fernsehpreis (25.500 €): **Hagen Winterhoff** für „Helden in Gummistiefeln" (Filmakademie Baden-Württemberg / SWR / ARTE)

Der Baden-Württembergische Dokumentarfilmpreis 2005, je zur Hälfte von der MFG Filmförderung Baden-Württemberg und dem SWR gestiftet, ging zu gleichen Teilen – je 10.000 € – an **Andres Veiel** für „Die Spielwütigen" sowie an **Thomas Schadt** und **Knut Beulich** für „Amok in der Schule. Die Tat des Robert Steinhäuser". Den Förderpreis des Hauses des Dokumentarfilms (3.000 €) erhielt **Sebastian Winkels** für „7 Brüder".

Bettina Braun erhielt für ihre Dokumentation „Was lebst du?" den mit 5.000 € dotierten PHOENIX-Preis der Cologne Conference 2005 für den besten Dokumentarfilm.

Joachim Bublath ist Autor und Realisator der ZDF-Sendereihe „Faszination Erde". Der Film „Asien: Wasser des Lebens" erhielt den Grand Prix beim Internationalen Filmfestival in Ostrava / Tschechien und wurde beim Green Wave 21st Century Festival in Sofia / Bulgarien prämiert.

Deutscher Journalistenpreis Forst & Holz des Holzabsatzfonds – Print: **Thomas Schulz** (Spiegel) und das Volontärsteam der Fuldaer Zeitung; Hörfunk: **Heiner Kunold** (SWR); Fernsehen: **Louisa Matsa** (Pro Sieben). Die Preise sind mit jeweils 3.500 € dotiert.

Deutscher Kamerapreis 2005 – Sparte Kamera: Kinospielfilm: **Michael Hammon** für „Willenbrock"; Fernsehfilm: **Ngo The Chau** für den Tatort „Scheherazade"; Kurzfilm: **Stephan Vorbrugg** für „Kalte Haut"; Reportage: **Erich Hammerl** für „Es ist nicht einfach, aber wir müssen es tun"; Dokumentarfilm / Feature: **Christoph Castor** für „Pfarrer auf der Wiesn"; Bericht / Magazinbeitrag: **Mike Steffl** für „Kind? Nein Danke!". Sparte Schnitt – Kinospielfilm: **Patricia Rommel** für „Kammerflimmern"; Dokumentarfilm / Feature: **Nikola Gehrke** für „Pfarrer auf der Wiesn". Förderpreis Kamera / Kurzfilm (5.000 €): **Philipp Hirsch** für „Inside"; Förderpreis Schnitt / Kurzfilm (5.000 €): **Wolfgang Weigl** für „Kalte Haut". Ehrenkameramann 2005: **Robby Müller**.

Der Deutsche Sozialpreis der Bundesarbeitsgemeinschaft der Freien Wohlfahrtspflege ist mit insgesamt 15.000 € dotiert. Die diesjährigen Preisträger – Print: **Walter Wüllenweber** für „Das wahre Elend" (Stern); Hörfunk: **Lutz Oehmichen** und **Rolf Kunz** für „Ein Mann auf Hartz IV" (Radioeins, RBB); Fernsehen: **Sabine Braun** und **Jens Hamann** für „Süchtig – Protokoll einer Hilflosigkeit" (WDR / ARD).

Hanns Eckelkamp, Gründer des Atlas-Filmverleihs, wurde mit dem Bundesverdienstkreuz ausgezeichnet.

Fachjournalist des Jahres / Karl Theodor Vogel Preis der Deutschen Fachpresse 2005 – 1. Preis: **Jörn Pöppelbaum** für „Flüchtige Bekannte" (JUVE Rechtsmarkt); 2. Preis: **Dr. Fabienne Hübener** für „Kinder sterben anders" (pädiatrie hautnah); 3. Preis: **Heidrun Mittler** für „Wir AG" (Lebensmittel Praxis). Fachzeitschrift des Jahres / Preis der Deutschen Fachpresse 2005 – Kategorie Handel / Handwerk / Dienstleistungen / RWS: Automobilwoche (Crain Communications); Kategorie Wissenschaft / Medizin: physiopraxis (Thieme Verlag); Kategorie Agrarwirtschaft / Industrie / Technik: MM Maschinenmarkt (Vogel Industrie Medien).

Sven Falge, **Markus Matschke** und **Sebastian Runschke** (Hochschule der Medien, Stuttgart) gewannen mit ihrem Film „Der feine Unterschied" bei den Kurzfilmtagen in Rottweil den Hauptpreis für den besten Film und den 2. Publikumspreis; **Jan-Luc Hanka** wurde bester Hauptdarsteller.

Das Filmfestival Go East (Wiesbaden) hat sich auf das Filmschaffen in Osteuropa spezialisiert. Die Preisträger 2005 – Film: „Der Klavierstimmer" von **Kira Muratova** (Russland / Ukraine 2004); Regie: „Stranger" von **Malgorzata Szumoska** (Polen / Deutschland 2004); Dokumentarfilmpreis der Hertie-Stiftung: „Pretty Diana" von **Boris Mitic** (Serbien / Montenegro 2003); FIPRESCI-Preis: „Die Insel der Wiedergeburt" von **Rustem Abdrasov** (Kasachstan 2004).

15. FilmKunstFest Schwerin – Hauptpreis (7.500 €): „Adil geht" von **Esther Gronenborn** (RBB / ZDF „Das kleine Fernsehspiel"); Förderpreis der DEFA-Stiftung (4.000 €): „Netto" von **Robert Thalheim**.

Der Fotograf **Sascha Fromm** erhielt vom Sparkassen- und Giroverband den Journalistenpreis Thüringen.

Thomas Gerlach (taz), **Heide Schwochow** (Deutschlandradio Kultur) und **Kai Vogtländer** (NDR) erhalten den mit je 1.000 € dotierten Medienpreis Mecklenburg-Vorpommern, der für Beiträge über dieses Bundesland vom DGB, der Heinrich-Böll-Stiftung und der Landeszentrale für politische Bildung in Schwerin vergeben wird.

Heike Göbel, Leiterin des Ressorts Wirtschaftspolitik bei der FAZ, erhielt den Karl-Bräuer-Preis 2005 des Bundes der Steuerzahler, der alle drei Jahre verliehen wird.

Ulrike Grote (Hamburger Universität) erhielt für ihren Abschlussfilm „Ausreißer" den „Studenten-Oscar" im Fach Regie.

Eyal Halfon gewann mit dem Spielfilm „Willkommen in Israel" (ZDF / ARTE) beim Internationalen Filmfestival **Karlovy Vary** (Karlsbad) den Special Jury Prize. Hauptdarsteller **Uri Gavriel** erhielt den Best Actor Award. Auf dem Jerusalem Film Festival wurde **Eyal Halfon** der Große Preis zugesprochen.

Franz-Josef Hanke, freier Journalist in Marburg und Mitglied des Bundesvorstands der dju, wird das Bundesverdienstkreuz verliehen.

Der Henri Nannen-Preis für „Bestleistungen im deutschsprachigen Printjournalismus", in dem der bisherige Egon Erwin Kisch-Preis aufging, wurde vom Verlag Gruner + Jahr und dem Stern erstmals vergeben. Reportage / Egon Erwin Kisch-Preis: **Stefan Willeke** für „Herr Mo holt die Fabrik" (Die Zeit); investigative Berichterstattung: **Freddie Röckenhaus** (SZ) und **Thomas Hennecke** (Kicker) für die gemeinsame Recherche zum Finanzskandal beim Bundesligaverein Borussia Dortmund; Berichterstattung über einen aktuellen oder historischen Sachverhalt: **Uwe Buse, Ullrich Fichtner, Mario Kaiser, Uwe Klussmann, Walter Mayr und Christian Neef** für „Putins Ground Zero" (Spiegel); fotografische Autorenleistung: **Yang Yankang** für seine Fotoreportage „Der lange Marsch zum lieben Gott" (GEO); humorvolle und unterhaltende Berichterstattung: das „Streiflicht" der SZ. Weitere Preise: **Peter Scholl-Latour** für „sein umfassendes publizistisches Lebenswerk und seinen Beitrag für den Qualitätsjournalismus" sowie **Irina Chalip**, stellvertretende Chefredakteurin der Belorusskaja Delowaja Gaseta, für „ihren couragierten Kampf für die Pressefreiheit in Weißrussland". Der Preis ist mit jeweils 5.000 € dotiert.

Ulrike Holler, seit über 40 Jahren Reporterin, Moderatorin und Kommentatorin als feste Freie beim HR, wurde für ihr Lebenswerk und ihr Engagement für Frauen mit der Hedwig-Dohm-Urkunde des Journalistinnenbundes geehrt. Der Nachwuchspreis ging an **Nikola Sellmair** für ihre Reportage „Heute hier, morgen fort" (Stern). Eine lobende Erwähnung erhielt **Hilal Sezgin** (FR).

Beim Internationalen Natur- und Tierfilmfestival NaturVision (Freyung bei Passau) wurde die Folge „Biber in Bärstadt" aus der ZDF-Reihe „Löwenzahn" als „schönster Beitrag im Kinderprogramm" ausgezeichnet.

Der erste globale Karikaturenwettbewerb zu den „Millenniums-Entwicklungszielen" der UN wurde vom Dritte Welt Journalisten Netz in Zusammenarbeit mit der Zeitschrift Entwicklungspolitik durchgeführt. 1. Preis: **Suresh Sawant** (Indien); 2. Preis: **Jim Morin** (USA); 3. Preis: **Finn Graff** (Norwegen).

Lenard Krawinkels Animationsfilm „Back to Gaya" wurde beim Filmfestival von Stockholm als bester Film prämiert.

Daniel Lang (HFF Potsdam-Babelsberg) erhielt für seinen Kurzfilm „Gram" beim Europäischen Kurzfilm Festival in Karlsruhe, das vom Europäischen Studenten Forum organisiert wurde, den 1. Preis in der Sparte „Kulturelle Unterschiede im Dialog".

Den Ludwig-Erhard-Preis für Wirtschaftspublizistik 2005 (je 10.000 €) der gleichnamigen Stiftung erhalten **Harold James**, Professor für Geschichte an der Princeton University, und das Autorengespann **Maxeiner / Miersch**. Die mit je 5.000 € dotierten Förderpreise gehen an **Lisa Nienhaus** (freie Journalistin), **Johannes Eber** (Südkurier) und **Christian Rickens** (Manager-Magazin).

Der Marler Fernsehpreis für Menschenrechte wird von amnesty international Bezirk Ruhrgebiet Mitte vergeben (siehe M 6 – 7.2005). **Steven Silver** (Kanada) wurde für die Dokumentation „Zur Schuld verdammt – General Dellaire, die Blauhelme und das Massaker von Ruanda" (PHOENIX) ausgezeichnet. Der Ehrenpreis ging an das ARD-Kindernachrichtenmagazin „neuneinhalb" (Redaktion: **Joachim Lachmuth**, WDR, und **Barbara Lohoff**, RBB) für den Beitrag „Menschenrechte".

Den Medienpreis 2003/2004 der Deutschen AIDS-Stiftung erhielten: Die Zeitschrift MED-INFO, Medizinische Information zu HIV und AIDS, hrsg. von der AIDS-Hilfe Köln; **Dorothee Luther** und **Alexander Thümmler** für den Film „Sie nennen mich Smiley – AIDS-Waisen finden zurück ins Leben" (3sat); zwei Anti-AIDS-Spots des Präventionsprojekts JuPo, die in einer Kooperation von AIDS-Hilfe Köln, Jugendzentrum anyway und carasana films mit Kölner Schulen produziert wurden. Ein Sonderpreis ging an **Bartholomäus Grill** für seine kontinuierliche Berichterstattung über AIDS in der Wochenzeitung Die Zeit. Das Preisgeld betrug insgesamt 15.000 €.

1. Mitteldeutscher Bürgermedien- und Ausbildungspreis 2005 – Fernsehen: 1. Preis (1.500 €): **Lothar Gehroldt** (Offener Kanal Gera); 2. Preis (1.000 €): **Jamie McDine** (Offener Kanal Magdeburg); 3. Preis (500 €): **Christian Priefer** (Offener Kanal Stendal). Hörfunk – 1. Preis (1.500 €): **Josefine Beckmann** (Offener Kanal Jena); 2. Preis (1.000 €): **Richard Schaefer** (Radio Funkwerk in Erfurt und Weimar); 3. Preis (500 €): **Oliver Soos** (Mephisto 97,6, Leipzig). Ausbildung (SAEK / Azubis / Studenten) – 1. Preis (1.500 €): **Falk Lange** (Hitradio RTL Dresden); 2. Preis (1.000 €): **Doreen Hartwig** (Werratal TV); 3. Preis (500 €): **Christoph Köhler** (plus.tv, Gera). Länderpreise – Sachsen-Anhalt: **Henry Mertens** (Offener Kanal Dessau); Sachsen: **Anna Führ** (Sächsischer Ausbildungs- und Erprobungskanal Hörfunk, Dresden); Thüringen: **Theresa Schubert** (Bauhaus FM, Weimar). Sonderpreis zum Thema Mobilität (400 €): Susann Blum (Mephisto 97,6, Leipzig).

Der Autorin **Fanny Müller** wird der mit 15.000 € dotierte Ben Witter Preis 2005 der gleichnamigen Stiftung verliehen.

Stefanie Müller-Frank erhielt für ihren Rundfunk-Essay „Nichts kann mich jetzt trösten. Vom Umgang mit Verlust" (RBB) den mit 5.000 € dotierten Medienpreis der Theodor Springmann Stiftung.

Anja Niedringhaus (Deutschland) gehört zu den 11 AP-Fotografen, die für eine Auswahl von Bildern aus dem Irak-Krieg mit dem Pulitzer-Preis 2005 für Pressefotografie ausgezeichnet wurden.

Dem türkischen Schriftsteller **Orhan Pamuk** wird der mit 25.000 € dotierte Friedenspreis des Deutschen Buchhandels verliehen.

Die freie Hörfunkautorin **Susanne Poelchau** (Tübingen) gewann mit ihrem Feature „Himmelhoch jauchzend – zu Tode betrübt. Die bipolare Erkrankung" (BR) in der Sparte Publikumspresse den mit 2.600 € dotierten Medienpreis bipolar 2004, der von dem Pharma-Unternehmen Lilly Deutschland vergeben wird.

Die Fernsehjournalistin **Gabi Probst** wurde für ihre Beiträge über Missstände in der JVA Brandenburg (RBB-Magazin „Klartext", ARD-Magazin „Kontraste") mit dem Pressepreis des Deutschen Anwaltvereins (DAV) ausgezeichnet.

Der Prix Georges Bendrihem wird für das beste Foto einer Persönlichkeit der europäischen Politik vergeben. 1. Preis (7.000 €): **Vincent Kessler** (Reuters); 2. Preis: **Bruno Vincent** (Getty Images); 3. Preis: **François Bouchon** (Le Figaro).

Mahjoub Mohamed Salih, Mitbegründer und Chefredakteur von Al-Ayam, der ältesten unabhängigen Tageszeitung im Sudan, wurde für seinen Einsatz für die Pressefreiheit und die dabei erlittenen Repressionen vom Weltverband der Zeitungen (WAN) mit der „Goldenen Feder der Freiheit 2005" ausgezeichnet.

Den freien Autoren, Journalisten und Radio-Regisseuren **Heide und Rainer Schwochow** wurde für ihre Re-

portage „hortus sanitas" über die Arbeitsbedingungen junger Ärzte der mit 7.000 € dotierte Europäische Medizin-Journalistenpreis zugesprochen, der vom Verband Deutscher Medizinjournalisten und der Bayer HealthCare AG vergeben wird.

Der Theodor-Wolff-Preis / Journalistenpreis der deutschen Zeitungen wird vom Bundesverband Deutscher Zeitungsverleger (BDZV) vergeben und ist mit je 6.000 € dotiert. Kategorie Allgemeines: **Lara Fritzsche** für „Meine Freundin Ana" (Kölner Stadt-Anzeiger) und **Nicol Ljubic** für „Als ich rot wurde" (Die Zeit); Kategorie Leitartikel / Kommentar / Essay: **Horst von Buttlar** für „Tee mit Onkel Hartz" (Financial Times Deutschland); Kategorie Lokales: **Waltraud Schwab** für „Schön ist das nicht" (taz) und **Wolfgang Görl** für „Von der Familie verstoßen" (SZ).

ver.di-Fernsehpreis 2005 (je 7.500 €) – Sparte Drehbuch: **Yüksel Yavuz** für „Kleine Freiheit" (Reihe „Gefühlsecht", ZDF-Redaktion „Das kleine Fernsehspiel); Sparte Regie: **Sabine Derflinger** für „Kleine Schwester" (ZDF).

Den Weblog Award, mit dem die Menschenrechtsorganisation Reporter ohne Grenzen die besten Weblogs für freie Meinungsäußerung auszeichnet, erhielten: „Screenshot" (Malaysia), „Shared Pains" (Afghanistan), „Al Jinane" (Marokko), „ICT Lex" (Italien), „Press Think" (USA), „Mojtaba Saminejad (Iran) und „Netzpolitik" (Deutschland).

Olaf Wunder, Chefreporter der Hamburger Morgenpost, erhielt den DGB-Medienpreis „ausgeleuchtet – Hartz IV". Ein Sonderpreis für investigative journalistische Arbeit wurde dem freien Journalisten **Ulrich Jonas** für einen Beitrag in der Obdachlosenzeitschrift Hinz & Kunzt zugesprochen. Der mit 1.500 € dotierte Preis für Printjournalisten war vom DGB Hamburg erstmals ausgeschrieben worden.

2006: Neue Presseausweise

Es ist mal wieder soweit – ein neuer Presseausweis ist fällig. Das „alte" Modell hat nicht alle Wünsche an Haltbarkeit und Zweckmäßigkeit, schneller Lesbarkeit und Fälschungssicherheit erfüllt. Deshalb haben sich die ausstellenden Organisationen nun auf einen völlig neuen Ausweis geeinigt, der all diesen Ansprüchen genügen soll. Eine stabile Plastikkarte, mit verschiedenen Sicherheitsmerkmalen wie Guillochendruck, Microschrift, Fluoreszenz, Hologramm und Invisio-Merkmal versehen, wird nun jährlich neu mit wechselnder Farbgestaltung und groß aufgedruckter Jahreszahl ausgestellt. Statt der Verlängerungsmarke gibt es in den Folgejahren jeweils einen neuen Ausweis.

Auf der Rückseite trägt dieser Ausweis – wie in den Jahren zuvor – die mit den Innenministern der Länder vereinbarte Aufschrift:
„Die Presse erfüllt eine öffentliche Aufgabe. Die Behörden sind nach Maßgaben der Landespressegesetze verpflichtet, den Vertretern der Presse die der Erfüllung ihrer öffentlichen Aufgabe dienenden Auskünfte zu erteilen.

Der Presseausweis soll den / die Ausweisinhaber/in in der Wahrnehmung seines / ihres Auskunftsrechtes unterstützen. Sofern dies nicht aus zwingenden Gründen verweigert werden muss, legitimiert er den / die Ausweisinhaber/in, sich zur Erleichterung seiner / ihrer Berufsausübung innerhalb behördlicher Absperrungen zur aktuellen Berichterstattung aufzuhalten. Der Presseausweis erleichtert den Behörden die Überprüfung, wer als Vertreter/in der Presse tätig ist."
Der Vorsitzende der Innenministerkonferenz.

Auf diesen Text haben sich die Innenminister der Länder und die ausstellungsberechtigten Verbände – ver.di Fachbereich Medien (früher IG Medien und DAG), Deutscher Journalistenverband (DJV), Bundesverband Deutscher Zeitungsverleger (BDZV) und der Verband Deutscher Zeitschriftenverleger (VDZ) – bereits 1993 geeinigt und mit den Richtlinien zur Gestaltung und Ausgabe von bundeseinheitlichen Presseausweisen veröffentlicht (Ministerialblatt NRW 76/1993, 1855).

Dort ist festgelegt: „Die Verbände legen an die Ausgabe von Presseausweisen strenge Maßstäbe an. Die Ausweise werden nur an hauptberufliche Journalisten ausgegeben, die eine verantwortliche, im öffentlichen Interesse liegende journalistische Tätigkeit ausüben. An Personen, die diese Tätigkeit nur gelegentlich ausüben, wird ein Presseausweis nicht erteilt. Hauptberuflich tätig sind nur solche Journalisten, die ihren Lebensunterhalt überwiegend aus hauptberuflicher journalistischer Tätigkeit erzielen."

Der Nachweis der hauptberuflichen journalistischen Tätigkeit muss von den Antragstellern erbracht werden, unabhängig von ihrer Mitgliedschaft in einer der ausstellenden Organisationen.

Das ist übrigens wörtlich zu nehmen – erbracht heißt, man legt Belege vor, nicht einen Link oder die Bemerkung „Schauen Sie halt mal schnell da im Internet" – dafür hat die Kollegin im Landesbezirk bei der Vielzahl der Anträge keine Zeit, und ablegen für späteren Nachweis oder Überprüfung der Unterlagen lässt sich so ein Link auch nicht nachhaltig.

Den Nachweis führen:

1 | *Festangestellte JournalistInnen*
Durch Vorlage eines Redakteurvertrages oder Bescheinigung des Verlages, der Chefredaktion, der Rundfunkanstalt bzw. des Arbeitgebers, in der das Vertragsverhältnis als festangestellte/r hauptberufliche/r Journalist/in bestätigt wird.

2 | *Freiberufliche Journalistinnen und Journalisten*
Durch Vorlage von Vertragsvereinbarungen über ständige Mitarbeit bei bestimmten Zeitungen, Zeitschriften, Rundfunkanstalten, Agenturen usw.
oder durch Vorlage der Honoraranweisungen der letzten sechs Monate
oder:
eine Bestätigung des zuständigen Finanzamtes über hauptberufliche (versteuerte) journalistische Tätigkeit.

3 | *Volontärinnen und Volontäre*
Durch Vorlage ihres Vertrages bzw. einer entsprechenden Bescheinigung.

4 | *Studentinnen und Studenten*
Durch Vorlage der Immatrikulation in einem journalistischen Studiengang bzw. einer Filmhochschule und die Bescheinigung des Instituts, dass sie für ihre Ausbildung oder ihre studienbegleitende journalistische Tätigkeit einen Presseausweis benötigen. Sie, bzw. Studierende, die nachweisen, dass sie ihr überwiegendes Einkommen aus freier journalistischer Tätigkeit erzielen und dazu einen Presseausweis benötigen, zahlen den entsprechenden Mitgliedsbeitrag für Freie (nicht Studenten), mindestens aber 7,50 Euro.

Weitere FAQs:

? | *Wieso wird der neue Presseausweis teurer sein als bisher? Was wird er kosten?*

! | Die moderne Plastikkarte ohne zusätzliche Hülle ist haltbarer und mit ausreichenden Sicherheitsmerkmalen ausgestattet. Sie kann nicht mehr mal kurz am Computer selbst nachgemacht werden – so ein beliebter Vorwurf für das alte Modell.

Das kostet natürlich etwas mehr – in der Entwicklung, in der Herstellung und auch in der Fertigstellung , das heißt in der Personalisierung für den einzelnen Ausweisbesitzer und es dauert auch etwas länger. Diese höheren Kosten können nicht die Mitglieder unserer Organisationen allein tragen, aus deren Beiträgen wir nicht nur die Presseausweise für die Mitglieder, sondern auch unsere ganze andere Arbeit finanzieren. Deshalb müssen wir die Kosten auch an die anderen Nutzer weitergeben, für die wir die Presseausweise ausstellen.

Wie bisher sind also die Ausstellungskosten im Mitgliedsbeitrag enthalten, für Nichtmitglieder werden wir eine Bearbeitungsgebühr von jeweils 50 Euro erheben.

Die neuen Autoschilder – im gleichen Design und ebenfalls mit Gültigkeitsjahr versehen, kosten inkl. MwSt. 10 Euro. Bei Verlust oder Neuausstellung des Ausweises im laufenden Jahr wird bei Nichtmitgliedern eine Bearbeitungsgebühr von 25 Euro erhoben.

? | *Warum blieb es nicht bei der sechsjährigen Verlängerungsperiode?*

! | Aus Gründen der besseren und schnelleren Lesbarkeit und Sicherheit für die Ausweise. Auf den in Layout und Gestaltung gleichbleibenden, in der Farbe jährlich wechselnden Ausweis ist eine große Jahreszahl aufgedruckt, die z. B. bei Straßen- und Einlasskontrollen gleich die Gültigkeit des Ausweises für das laufende Jahr signalisiert.

Bisher mussten die Ausweise jährlich eingeschickt und durch eine Klebemarke verlängert werden – der Aufwand war also nicht wesentlich geringer, die Ansehnlichkeit des Ausweises schon. Die Nachweise der hauptberuflichen Tätigkeit mussten auch bei der Verlängerung abgefragt und geprüft werden. Für Folgeanträge für die nächsten Jahre wird da sicher von allen Verbänden ein ausreichend einfaches Verfahren entwickelt.

? | *Ab wann und wo können die neuen Ausweise beantragt werden?*

! | Ab sofort können die Anträge auf den neuen Ausweis gestellt werden – das Antragsformular ist hier beigeheftet oder kann auf den Seiten der dju bzw. der Landesbezirke heruntergeladen, ausgefüllt und ausgedruckt werden. Unterschrift und Passbild nicht vergessen! Die Auslieferung (und Gültigkeit) beginnt am 1. Dezember 2005.

Die Ausweise werden für Mitglieder und Nichtmitglieder von den ver.di Landesbezirken im Fachbereich Medien ausgestellt – bitte die Anträge an die entsprechende nebenstehende Anschrift senden und als Nichtmitglied die Bearbeitungsgebühr vorab auf das richtige Konto überweisen. ver.di-Mitglieder in NRW schicken den Antrag an das für sie zuständige Bezirksbüro. Mitglieder erhalten den Ausweis in dem Landesbezirk, in dem sie gemeldet sind, Nichtmitglieder im Landesbezirk ihres Wohnorts oder dort, wo ihr hauptsächlicher Arbeitsort ist.

Auch wenn man schon bisher Inhaber eines Presseausweises war, muss man dem neuen Antrag den Nachweis der hauptberuflichen journalistischen Tätigkeit beifügen. *Ulrike Maercks-Franzen* ■

Ansprechpartnerinnen in den Landesbezirken

ver.di Landesbezirk Baden-Württemberg
Fachbereich Medien
Königstraße 10 A, 70173 Stuttgart
Homepage: www.dju.bawue.verdi.de
Direkter Kontakt für Presseausweise
Ansprechpartnerin: wird über Telefondurchwahl erreicht
Tel.: 0711 / 887 88 08 02,
Fax: 0711 / 887 88 08 99
E-Mail: presseausweise.bawue@verdi.de
Bankverbindung: SEB Stuttgart
BLZ 600 101 11, Kto.-Nr. 1072017701

ver.di Landesbezirk Bayern
Fachbereich Medien
Schwanthaler Straße 64, 80336 München
Homepage: www.verdi-bayern.de
Ansprechpartnerin: Ingrid Fischl
Tel.: 089 / 599 77 10 86,
Fax: 089 / 599 77 10 89
E-Mail: ingrid.fischl@verdi.de
Bankverbindung (nur für Gebühren):
SEB München
BLZ 700 101 11, Kto.-Nr. 1702006800

ver.di Landesbezirk Berlin-Brandenburg
Fachbereich Medien
Köpenicker Straße 30, 10179 Berlin
Ansprechpartnerin: Manuela Werk
Tel.: 030 / 88 66 – 5420,
Fax: 030 / 88 66 59 39
E-Mail: manuela.werk@verdi.de
Bankverbindung: SEB Potsdam
BLZ 160 101 11, Kto.-Nr. 1470475500

ver.di Landesbezirk Hessen
Fachbereich Medien
Wilhelm-Leuschner-Str. 69 – 77,
60329 Frankfurt / Main
Homepage: www.dju-hessen.de
Ansprechpartnerin: Sylvia Kimpel
Tel.: 069 / 25 69 15 22,
Fax: 069 / 25 69 15 99
E-Mail: sylvia.kimpel@verdi.de
Bankverbindung:
SEB Frankfurt / Main
BLZ 500 101 11,
Kto.-Nr. 10 00 22 12 00

ver.di Landesbezirk Niedersachsen-Bremen
Fachbereich Medien
Goseriede 10 – 12, 30159 Hannover
Ansprechpartnerin: Dagmar Schwalbe
Tel.: 0511 / 12 40 02 92,
Fax: 0511 / 12 40 01 55
E-Mail: dagmar.schwalbe@verdi.de
Bankverbindung: SEB Hannover
BLZ 250 101 11, Kto.-Nr. 1415771500

ver.di Landesbezirk Nord
Fachbereich Medien
Besenbinderhof 60, 20097 Hamburg
Homepage: www.verdi-hamburg.de
Ansprechpartnerin: Ruth Schoop / Monika Richter
Tel.: 040 / 28 58 14 73,
Fax: 040 / 28 58 90 80
E-Mail: Ruth. Schoop@verdi.de
E-Mail: monika.richter@verdi.de
Bankverbindung: SEB Lübeck
BLZ 230 101 11, Konto-Nr. 10 94 76 97 00

ver.di Landesbezirk Nordrhein-Westfalen
Fachbereich Medien, Kunst und Kultur
Karlstr. 123 – 127, 40210 Düsseldorf
Tel. 0211 / 618 24 – 414
Fax 02 11 / 618 24 – 468
Ansprechpartnerin: Helga Becker
E-Mail: presseausweise-nrw@verdi.de
Bankverbindung: SEB Köln
BLZ 370 101 11, Kto.-Nr. 11 40 20 56 01

ver.di Landesbezirk Rheinland-Pfalz / Saar
Fachbereich Medien
Münsterplatz 2 – 6, 55116 Mainz
Ansprechpartnerin: Claudia Kraft
Tel.: 06131 / 972 61 91,
Fax: 06131 / 972 61 99
E-Mail: claudia.kraft@verdi.de
Bankverbindung: SEB Frankfurt / Main
BLZ 500 101 11, Kto.-Nr. 16 10 39 49 00

ver.di Landesbezirk Südost
Fachbereich Medien
Täubchenweg 8, 04317 Leipzig
Ansprechpartnerin: Heike Pusch
Tel.: 0341 / 68 10 00,
Fax: 0341 / 681 00 52
E-Mail: heike.pusch@verdi.de
Bankverbindung: SEB Leipzig
BLZ: 860 101 11, Kto.-Nr. 14 10 01 45 00

Informationen

Mehr dazu im Internet: www.dju.verdi.de
im Service unter Presseausweise oder auf den Seiten der Landesbezirke.

Neue Presseausweis-Nr.
(vom Landesverband auszufüllen)

1

Antrag auf Ausstellung eines Presseausweises

Bitte deutlich lesbar ausfüllen

Foto
(bitte aufkleben, nicht mit Drahtklammern fixieren)
35 x 45 mm
Farbe oder S/W
300 dpi
bei elektr. Form
DATEINAME

Ausstellender Landesbezirk (vom ver.di Landesbezirk, FB Medien auszufüllen)

Bitte ankreuzen: ☐ Mitglied ☐ Nichtmitglied
☐ Erstantrag ☐ Folgeantrag Bisherige Presseausweis-Nr:

☐ Herr ☐ Frau

Akad. Titel, Vorname[1]

Nachname[1]

PRIVATE ANSCHRIFT

Straße und Hausnummer[1]

PLZ/Wohnort[1]

Notwendige Adresszusätze:

Land

Staatsangehörigkeit[1]

Geburtsdatum (Tag/Monat/Jahr)[1] **Geburtsort**[1]

[1] Bitte nur die vorgegebenen Kästchen verwenden, es handelt sich jeweils um die auf dem Presseausweis maximal druckbare Zeichenanzahl

☐ Angestellt ☐ Freie journalistische Tätigkeit

Arbeitgeber

Bitte ankreuzen:
☐ Tageszeitung ☐ Pressestelle ☐ Zeitschrift ☐ Anzeigenblatt ☐ Hörfunk ☐ Online-Medien
☐ Fernsehen ☐ Pressebüro ☐ Nachrichtenagentur ☐ Sonstiges ☐ Wort ☐ Bild ☐ Kamera

Tätigkeitsbezeichnung

Medium

Redaktion

Tel. (dstl.) **Tel. (priv.)**

Fax (dstl.) **Fax (priv.)**

Handy (d.) **Handy (p.)**

E-Mail (dstl.)

@

E-Mail (priv.)

@

PKW-Schild „Presse“ wird zusätzlich beantragt: ☐ ja ☐ nein

Neue Presseausweis-Nr.
(vom Landesverband auszufüllen) **2**

Hiermit bestätige ich, dass ich bei keinem anderen Landesverband/-bezirk den Presseausweis beantragt habe. Ich habe Kenntnis davon genommen, dass der Presseausweis nur an hauptberuflich tätige Journalistinnen und Journalisten ausgegeben wird. Ich verpflichte mich, den Presseausweis nur in Ausübung journalistischer Tätigkeit und nicht bei privaten Anlässen zu benutzen. Mir ist bekannt, dass der Presseausweis Eigentum des ausstellenden Landesverbandes/-bezirkes bleibt und von diesem jederzeit zurückgefordert werden kann, insbesondere wegen missbräuchlicher Benutzung. Wenn ich nicht mehr hauptberuflich journalistisch tätig sein sollte, werde ich den Presseausweis unverzüglich dem zuständigen Landesverband/-bezirk zurückgeben. Das gleiche gilt bei Austritt aus dem Landesverband/-bezirk.

Die erforderlichen Nachweise über die hauptberufliche journalistische Tätigkeit (z.B. Arbeitsvertrag, Impressum, KSK-Bescheinigung, Pauschalisten-Vertrag, Honorarnachweis der letzten 6 Monate) habe ich beigefügt. Mir ist bekannt, dass diese Nachweise die eigenverantwortliche Prüfung des Landesverbandes nicht ersetzen können.

Mir ist bekannt, dass die vorstehenden Angaben zum Zwecke der Ausstellung eines Presseausweises elektronisch erhoben, verarbeitet und genutzt werden. Dies geschieht in Erfüllung der Vereinbarung mit den Innenministern des Bundes und der Länder vom 01. Januar 1994 (MBl NRW 1993, 1855), wonach jeder ausstellungsberechtigte Verband vor der Ausstellung der bei ihm beantragten Presseausweise die anderen ausstellungsberechtigten Verbände zum Zwecke der Prüfung eines Einspruchs gegen die Ausstellung einzelner Presseausweise darüber unterrichten darf, an wen er Presseausweise ausgeben will.

Datum **Unterschrift des Antragstellers**

Fakultativ Die folgenden Angaben werden nicht von allen Landesverbänden/-bezirken benötigt und sind insoweit nur bei Bedarf auszufüllen. (Erläuterungen dazu finden Sie – soweit vorhanden – auf der Homepage des Landesverbandes/-bezirkes.)

ABWEICHENDE VERSANDADRESSE:

Vor- und Nachname/Firma

Straße/Postfach

PLZ/Ort

Land

ABWEICHENDE ADRESSE FÜR QUITTUNGSVERSAND:

Vor- und Nachname/Firma

Straße/Postfach

PLZ/Ort

Land

ZUR INTERNEN BEARBEITUNG – ver.di/Fachbereich Medien

Bezirk

Mitglieds-Nr. **Mitglied seit**

Beitragshöhe ,

Presseausweis Nr. **bezahlt am**

bar **Überweisung**

Autoschild Anzahl **bezahlt am**

bar **Überweisung**

Ausstellender Landesbezirk