

M

MENSCHEN MACHEN
MEDIEN

E 2814

Medienpolitische ver.di-Zeitschrift

Nr. 9 September 2003 Jahrgang 52

ver.di

Arbeitslosigkeit in Deutschland



**ÜBERLEBENS-
STRATEGIEN NACH
DEM MEDIENBOOM**

Schnippelei nach Finanzkriterien

Der Trend: Sparzwänge zufrieden positiv umgedeutet

Von Gitta Düperthal

Die Medienbranche ist in der Krise, es muss gespart werden. Journalisten hören dies nahezu täglich. Freie von Redakteuren, Redakteure von Chefredakteuren, und die von Verlegern. Was hat das mit journalistischen Inhalten zu tun? Nun, jeder halbwegs spannende Themenvorschlag löst unmittelbar die Gegenfrage aus: Ja, ist das denn finanzierbar?

Nun stelle man sich vor, Jörg Pilawas Moderatoren-Vertrag würde vor jeder seiner Lach-Schmuse- und Stadt-Land-Fluss-Spielchen in der ARD erneut in Frage gestellt: Auf dem Bildschirm wäre ein verdrießlich gestimmter Entertainer zu sehen, der verbittert Kandidaten striezt. Oder angenommen, die Jungs von Bayern-München würden vor jedem Spiel demotiviert: Kann leider nicht übertragen werden, zu teuer. Bis schließlich die rettende Idee käme: „Ach, wartet mal, Jungs, wir könnten die Spielzeit auf fünf Minuten verkürzen. Ihr lauft langsamer, zielt vorm Tor ein bisschen daneben. Die Honorierung wird dem geminderten Energieaufwand angepasst. Keine Panik,

kein Programmverantwortlicher hat so etwas vor, die deutsche Volksseele würde kochen ...

Doch im Journalismus geht das alles: Wie? Die Recherche ist nicht angemessen honoriert? Ja, Kollegin, dann nimm Dir doch einen Teilaspekt vor. Oder: Du musst ja nicht bis zum Schluss bei der Veranstaltung bleiben, ein Anruf beim Pressesprecher tut es doch auch. Bereits die Themenabsprache kommt häufig einer Aufforderung gleich, journalistisch unsauber über den Stoff hinweg zu pfuschen. Die berühmte „Schere im Kopf des Journalisten“, für so manch blinden Opportunismus verantwortlich, schnippelt maßgeschneidert nach Marktkriterien. Kollegen, die kritische Thesen vertreten, riskieren Konflikte. Das kostet Zeit. Uneffektiv. Zieht der Zeitungsartikel, der Fernseh- oder Radio-Bericht eventuell eine Leser-, Zuschauer- oder Hörer-Debatte nach sich? Dies bedeutet unbezahlte Mehrarbeit.

Personalisierung und Fixierung auf Menschen in Machtpositionen sind derzeit im Journalismus en Vogue. Hustet Spass-Guido, räuspert sich Friedmann, sie tuns professionell – schnell dahin geschrieben, telegen, rhe-

torisch ausgefuchst. Das rechnet sich. Unkonventionelle Gesprächspartner hingegen, die in Interviews ihre Aussagen überdenken, Formulierungen abwägen, kamerascheu sind und obendrein Erklärungsbedarf erzeugen, warum ihre Ansicht relevant ist: für einen Journalisten, der seinen Lebensunterhalt verdienen muss, unerquicklich.

Bei Medienkongressen, wie den „Mainzer Tagen der Fernsehkritik“, findet man dies alles nicht so tragisch. Es liegt im Trend, Sparzwänge zufrieden positiv umzudeuten. Was wohl damit zusammen hängen mag, dass sich Mangel an Demokratie an den Spitzen der Hierarchien als potentieller Machtzugewinn äußert. Fernsehspiel-Chef Hans Janke (ZDF) etwa ist der Auffassung, dass es als Folge der Krise eben weniger eigen produzierte Sendungen geben werde. Dann jedoch solche, die man wiederholen könne. Vorzug: Man müsse „keine Tapferkeit vor dem Freund mehr beweisen“, könne leichter ablehnen, wenn „man“ bestimmte Produktionen nicht mehr im Programm haben will. Es muss nicht mehr argumentiert und begründet werden. Von übermäßiger Fettleibigkeit,

die abgespeckt gehöre, ist die Rede, von Gesundheitschumpfung.

Bei solchen Anlässen fehlt selten die These, der Markt reguliere sich selbst. Natürlich nur, „wenn man es nicht übertreibt und fehlerhaft leichtsinnig investiert“, wie der Wirtschaftsfachmann und Präsident des Management Zentrum St. Gallens, Fredmund Malik behauptet. Der Dokumentarfilmer und Kriegsberichterstatteer Christoph Maria-Fröhder ist von der „Selbstbereinigung des Marktes“ nicht überzeugt. Er befürchtet, dass die gesellschaftspolitische Wächterfunktion der Medien untergraben wird. Brisante Themen würden in Redaktionen zunehmend abgeschmettert. Besorgt registriert der Mitbegründer des „Netzwerk Recherche“, das dem Nachwuchs bei investigativen Recherchen auf die Sprünge helfen will, zudem: „Es mangelt an mutigen Ideen.“ Sind journalistische Standards bereits so heruntergefahren, dass in öffentlich-rechtlichen Sendern als zu kantig angesehene Sujets bei jungen Kollegen keinen Ehrgeiz mehr wecken? Pisa auch im Journalismus? Prägen Guido Knopps Hochglanzdokus mit verkürzten Zeitzeugenaussagen vor schwarzer Wand, Hitlers Frauen, Hitlers Hunde, Hitlers Schnürsenkel etc, derart, dass kreative Ideen ausbleiben? Konditionieren vermeintliche Sparzwänge junge Journalisten, zum bravgegangenen Füllen vorgegebener Formate? Und das in einer Krisenstimmung, in der wache und kritische Köpfe mehr denn je vonnöten sind? ■

Titelthema

Frei und nicht arbeitslos

- 4 **Überlebensstrategien nach dem Medienboom**
„Existenzgründung“ als die neue Ultima ratio der Arbeitsmarktpolitik
Von Thomas Gesterkamp
- 8 **Pro & contra Freie sind keine Unternehmer**
Tipp: Europäische Fellowships
- 9 **Unternehmerisch denken!**
Tipp: Online-Tarifvertrag beim WDR
- 10 **Freier – Wer sind sie denn?**
- 11 **Erpressung und Löschtaste**
Tipp: Betrügerische Abzocke
- 12 **Verhandlungen in Gang gebracht**
Tipp: Schritt für Schritt zur eigenen Veröffentlichung
- 13 **Selbstständig – sozial – sicher?**
- 14 **Lieber frei als arbeitslos**

Rubriken

- 16 **Briefe**
31 **Service / Seminare**
34 **Impressum**
34 **Leute / Preise**

Kolumne

- 2 **Schnippelei nach Finanzkriterien**
Von Gitta Düperthal

Aktuell

- 17 **Personalabbau geht weiter**
- 17 **Designers Union gegründet**
- 17 **Neue Tarifrunde für Redakteure**
- 17 **Anhörung für Ministererlaubnis Neues Bürgerfernsehen – Aus für Offenen Kanal**

Journalismus

- 17 **Nachholebedarf für Public Affairs?**
Widersprüche eines PR-Profis
- 18 **Teststart mit Einwüfen**
dju-Debatte über aktuelle Sprachverwirrung

Jugend

- 19 **Aktiv werden oder kuscheln?**
19 **www.dju-campus.de**

Frauen

- 20 **Sex-Objekt und Dummchen oder harter Kerl**
Bundesfrauenkonferenz fordert Gender in den Medien-Mainstream

Print

- 21 **Altersvorsorge: „Schmerzliche Lücken“**
Presseversorgungswerk mit weniger Rendite und sinkender Zahl versicherter Redakteure
- 22 **Unzufriedene Kunden**
dpa wird neue, modifizierte Preisstruktur vorlegen

Fotografen

- 23 **Neue Verteilungspläne**
Künftig auch Webseiten und Inhalte
- 23 **Ein Euro pro Nachricht**
Was Bezahlinhalte im Web kosten dürfen

Presserat

- 24 **Neue und alte Werbeformen**

Recht

- 25 **Gerichtsreporter an der Leine**
- 25 **Urheberrechtsreform in Kraft**
- 25 **„Fernsehen ohne Grenzen“**

Film

- 26 **Kinder im Spannungsfeld der Medien**
Einfluss von Gewaltfilmen verharmlost
- 26 **Filmtipp: Eigenwillige Wal-Reiterin**

Medien International

- 27 **Aktion für Ali Lmrabet**
- 28 **Beweise bis heute schuldig geblieben**
Andauernde Angriffe auf die Pressefreiheit im Baskenland
- 30 **„Journalisten-Gefängnis Iran“**
Kanadische Fotografin starb durch Schläge in der Haft

Überlebensstrategien nach dem Medienboom

„Existenzgründung“ als die neue Ultima ratio der Arbeitsmarktpolitik

Von Thomas Gesterkamp

Thomas Gesterkamp, freier Journalist in Köln, hat sich in seinem Buch „gutesleben.de – Die neue Balance von Arbeit und Liebe“ (Klett-Cotta 2002) ausführlich mit der „neuen Selbstständigkeit“ auseinandergesetzt.

Foto: Thomas Willensen

Angelockt durch neue Förderinstrumente wie die „Ich-AG“ hoffen Arbeitslose auf einen erfolgreichen Einstieg in die Medienwirtschaft. Sie sind konfrontiert mit einem Markt, auf dem die Aufträge ohnehin spärlicher fließen und der Wettbewerb durch entlassene Festangestellte härter geworden ist.

Momentaufnahme auf dem Kölner Medienforum, Juni 2003:

In einem Expertenhearing von Unternehmern, Bildungsexperten und Arbeitsmarktforschern werden die „aktuellen Beschäftigungsperspektiven der Medienbranche“ ausgelotet. Wie sehen sie aus, die „Erfolgs- und Überlebensstrategien nach dem Boom“? Die Runde hat wenig Erfreuliches zu berichten. Die Aussagen der Personalverantwortlichen aus Sendern und Produktionsfirmen ähneln sich: Tief gefallene Helden aus der Boomzeit der „New Economy“ bewerben sich massenhaft, aber vergeblich um eine feste Stelle. Einst wegen ihrer schnellen Auffassungsgabe oder gar der unkonventionellen Berufseinstellung umworben, gelten sie jetzt als „30-jährige Angelernte“ mit zu geringer Qualifikation, denen das „solide Basiswissen“ fehle. Doch auch wer eine geregelte Ausbildung durchlaufen hat, kann nicht auf Übernahme hoffen. „Wir können keine langfristige Perspektive bieten“, bedauert Gabriele Ruschin von der niederländischen TV-Firma Endemol: „Wir geben unser Produzentenrisiko an die jungen Leute weiter“, mehr als eine „projektbezogene Beschäftigung“ sei nicht drin. Einzig Josef Fischer, Staatssekretär im nordrhein-westfälischen Wirtschaftsministerium, macht ein erfreuliches Licht am Horizont aus. Trotz Krise, so betont er, wachse die Zahl der Existenzgründungen. Der Rummel um die „Ich-AG“ inspiriere offenbar zur Selbstständigkeit.

Das „Unwort des Jahres“ 2002 war einst nur eine Modevokabel der

Trendforscher. Erstmals tauchte der Begriff auf dem „5. Deutschen Trendtag“ auf, der unter dem merkwürdigen Titel „Von der Deutschland-AG zur Ich-AG“ im Mai 2000 in Hamburg stattfand. Dann kursierte die schräge Wortkombination in den Feuilletons, war die Kurzbeschreibung für die Protagonisten der Internetbranche, die Individualismus mit börsennotiertem Unternehmertum zu verbinden suchten. Erst als deren Kurse bereits gegen Null tendierten, deutete VW-Manager Peter Hartz die „Ich-AG“ kurzerhand semantisch um. Über Nacht verwandelten sich die gescheiterten Aktionäre der digitalen Wirtschaft in förderungswürdige Arbeitslose mit dem Mut zur „Selbstverantwortung“. Aus dem Nonsens-Begriff wurde ein Element der Arbeitsmarktpolitik: Seit Januar 2003 kann, wer sich als Solounternehmer selbstständig machen will, auf staatliche Hilfe hoffen: 600 Euro im ersten, 360 Euro im zweiten und 240 Euro im dritten Jahr.

„Unwort“ Ich-AG

„Existenzgründungszuschuss“, heißt die öffentliche Unterstützung im offiziellen Sprachgebrauch der Arbeitsämter, die das „Unwort“ tunlichst vermeiden. Die Bundesregierung will so die unerfreulichen Arbeitsmarktdaten nach unten korrigieren. Binnen drei Jahren soll den Betroffenen der Übergang in ein eigenständiges Kleinunternehmen gelingen. Zu den „kostengünstigen Dienstleistungen“, die sich dafür angeblich besonders eignen, gehören nicht zuletzt die Medien-Dienstleistungen. „Die Ich-AG ist ein neuer Billigmarkt, eine gezielt geförderte Schmutzkonkurrenz“, kritisiert Veronika Mirschel, Referentin für Selbstständige in der ver.di-Bundesverwaltung. Beim ver.di-Beratungsdienst „mediafon“ fragen nach ihrer Beobachtung in jüngster Zeit verstärkt „Leute von außen“ nach, die keinerlei spezifische Berufserfahrung vorweisen

können, sich aber von der Glamour-Branche Medien einen Ausweg aus ihrer Situation erhoffen.

■ Ideologische Verklärung

Dass ein unsinniger und lächerlich unlogischer Begriff wie „Ich-AG“ sich schnell und spielerisch in den verschiedensten Milieus durchsetzen konnte, hat mit dem mächtigen – und meist positiv besetzten – Bild von der „neuen Selbstständigkeit“ zu tun. Die ideologische Verklärung des Selbstunternehmers hat Tradition. Mit ähnlichen Begriffen wie „Selbst GmbH“ oder „Portfolio-Arbeiter“ trommeln Unternehmensberater seit langem für den Leitgedanken, dass an die Stelle des „unbeweglichen“ Arbeitnehmers künftig der „flexible Auftragnehmer“ zu treten habe. Gerne ist, gerade im Medienbereich, auch von „Freelancern“ die Rede, von „freien Lanzenträgern“. So hießen im Mittelalter jene Ritter, die ihre kriegerischen Dienste diversen adeligen Herren und Höfen anboten. Ähnlich wie diese Söldner sollen die modernen Einzelkämpfer ein ständig wechselndes Netz von Geschäftsbeziehungen unterhalten. Wie Nomaden wandern sie von Aufgabe zu Aufgabe, schlagen mal

hier, mal dort ihre Zelte auf. Sie engagieren sich stets nur befristet, bis ein „Projekt“ zu Ende ist. Für die Pflege ihrer Rüstung, um im Bild des Ritters zu bleiben, haben die freien Lanzenträger natürlich selbst aufzukommen.

Mitte der neunziger Jahre beschrieb der damalige FAZ-Wirtschaftsredakteur Rainer Hank den „Weg in die Gesellschaft der Selbständigen“. Die bayerisch-sächsische Zukunftskommission monierte wenig später die in Deutschland angeblich fehlende „Kultur der Selbständigkeit“. Im internationalen Maßstab betrachtet gab und gibt es für solche Klage wenig Anlass. Zur Jahrtausendwende betrug der Anteil der Selbständigen an allen Erwerbstätigen in Deutschland immerhin rund zehn Prozent. Verglichen mit anderen nord- und mitteleuropäischen Staaten oder auch den USA sei diese Quote „keine Besonderheit“, stellt Rene Leicht vom Mannheimer Institut für Mittelstandsforschung fest; nur im stärker von Landwirtschaft und Tourismus geprägten Südeuropa liegt sie deutlich höher. Die Forscher gehen derzeit von insgesamt rund 3,5 Millionen Selbständigen aus. Leicht beschreibt die Entwicklung als „kleinstbetriebliches Wachstum“. Einen Anstieg

stellt der Soziologe seit Mitte der neunziger Jahre vor allem bei den Ein-Personen-Betrieben fest: Rund die Hälfte aller „Unternehmen“ hat keine Angestellten mehr, beschäftigt also nur noch sich selbst. Unter Künstlern und Publizisten liegt die Selbständigenquote mit 35 Prozent weit über dem Durchschnitt. Wie in einem Zukunftslabor, so behaupten Wissenschaftler, zeigen sich in der Medienbranche die Strukturen des künftigen Netzwerkarbeitsmarktes: Die Nachfrage sei schwankend und an Moden orientiert, „sie bevorzugt immer das Originelle, das Neuartige und das Besondere“.

■ Experimentierlust

Aber „auch auf der Seite des Angebots ist der Hang zu lockeren Beschäftigungsbeziehungen groß“, betont Günther Schmid vom Wissenschaftszentrum Berlin, der in der Hartz-Kommission das Konzept „Ich-AG“ wesentlich geprägt hat. Routine werde in diesem beruflichen Umfeld „als langweilig empfunden“, ja mindere sogar die Wettbewerbsfähigkeit. Es seien „die immer wieder neuen Aufgaben, mit neuen Partnern und für neue Kunden, die zu Meisterschaft und ▶

Journalistenlinks.de: ein Non-Profit-Projekt

Journalistenlinks.de ist ein Webkatalog, der exakt auf die Bedürfnisse von Medienmachern zugeschnitten ist. In 356 Kategorien sind insgesamt über 3 800 ausgewählte Links verfügbar. Nutzer können jeden einzelnen Link bewerten, kommentieren, weiterempfehlen und in ihren persönlichen Favoriten speichern. Außerdem bietet Journalistenlinks.de verschiedene Tools für die Arbeit am Computer sowie einen kostenlosen Newsletter an. Aufgebaut wurde der Webkatalog von den 27jährigen freien Journalisten Alexander Hantzschel aus Berlin und Thomas Rebbe aus München sowie den engagierten Mitgliedern der Online-Community JungeJournalisten.de

gutem Ruf führen“. Die „Freien“ werden gerade wegen ihrer Unabhängigkeit und Experimentierlust geschätzt. Sie sind aber auf Referenzen, auf Weiterempfehlung, kurz auf „Reputation“ angewiesen – weil nur diese weitere „Engagements“ nach sich zieht.

Hohe Kompetenz

Solche Beschreibungen – die nicht ganz falsch sind – haben einen entscheidenden Haken: Einzelselbstständige konkurrieren in einem weitgehend ungeschützten Raum gegeneinander. Hier herrschen die anarchistischen Spielregeln des Basars: Die Höhe der Entlohnung ist nicht fest gelegt, sondern muss individuell und je nach Marktlage vereinbart werden. Ganz gegen

unliebsame Konkurrenz abgeschottet haben sich dagegen die so genannten „freien Berufe“. Ärzte, Steuerberater, Anwälte, Notare oder Therapeuten sichern den ökonomischen Erfolg durch besondere Schutzsysteme wie ständische Gebührenordnungen. Ihre Geschäftsgrundlage beruht auf der gezielten Vermeidung von Wettbewerb.

Forciert durch den Preisverfall technischer Arbeitsmittel, ist das Solo-unternehmertum aber auch für andere „Wissensarbeiter“ mit guter Ausbildung durchaus lukrativ.

Überall dort, wo es eine lange Tradition von Selbstständigkeit gibt, finden sich auch erfolgreiche Ein-Personen-Betriebe, glaubt Karin Gottschall vom Zentrum für Sozialpolitik der Universität Bremen. Sie bescheinigt den von ihr erforschten „Alleindienstleistern in Kulturbereichen“, darunter auch den Journalisten, eine „hohe Kompetenz in der Organisation ihres Alltags und ihrer Berufsarbeit“.

Sind die Freiberufler in Kunst, Medien und Informationstechnik also weiterhin Vorreiter, die die Beschäftigungsformen in anderen Branchen vorwegnehmen? Die Apologeten der Neuen Ökonomie legten um die Jahrtausendwende den Tellerwäschermythos neu auf und propagierten den heldenhaften Einzelkämpfer, der am besten alleine klar kommt. Hinter dem ideologischen Geklingel steckte ein wahrer Kern. Denn entgegen der auch in ver.di keineswegs endgültig verstummten Verelendungs-Rhetorik hat zumindest ein Teil der Solounternehmer sich aus freien Stücken entschieden. Im Angestelltenverhältnis könnten sie ihre Position und Verdienstmöglichkeit nur verbessern, wenn sie sich stärker auf die betrieblichen Hierarchien einließen und als Vorgesetzte auch Personalverantwortung übernehmen. Als „Alleindienstleister“ dagegen hoffen sie auf Autonomie und Gestaltungsfreiheit. Die „überzeugten Solisten“ wollen interessantere Aufgaben übernehmen, sich ihre Zeit einteilen und sich möglichst auch ihre Kunden aussuchen können.

Für viele immer noch ein großes Wagnis

Zumindest für junge Berufseinsteiger sind solche Wahlmöglichkeiten zur Zeit Illusion. Für sie ist der Aufbruch in die Traumbranche Medien ein biografischer Zickzackkurs. Meist starten sie höchst ungesichert als nur symbolisch entlohnte Praktikanten oder als freie Mitarbeiter zu Dumpingpreisen. Die Temporärarbeiter verfahren nach der Methode von Versuch und Irrtum und nähern sich auf

hindernisreichen Umwegen ihrem Ziel. „Die subjektive Selbstsicht“ sei dennoch „nicht die von modernen Tagelöhnern, sondern die von nutzenmaximierenden Akteuren“, analysiert der Sozialforscher Josef Reindl. Gewerkschaftliche Kampfbegriffe wie „Scheinselbstständigkeit“ träfen eben nicht auf alle Beteiligten zu; manche versuchten sich schlicht jenseits der Normalarbeit, die sie „als unrentables Knechtsverhältnis empfinden“, einzurichten. Sie begreifen sich dabei, so spitzt Reindl zu, „nicht als Opfer, sondern als Täter ihres Erwerbslebens“.

Können also auch gering qualifizierte Arbeitslose auf selbstständiger Basis ihre Existenz sichern? Das „Pitching“ der eigenen Fähigkeiten, wie es in der Medienbranche genannt wird, verlangt Initiative und Durchsetzungsvermögen. Die „Ich-AGs“ sind selbst dafür verantwortlich, genügend Arbeit zu haben, als Mini-Unternehmer brauchen sie Kunden und Aufträge. Es werde notwendig, „das Arbeitsvermögen kontinuierlich mit aufwendigem Selbstmarketing anzubieten und zu verkaufen“, analysieren die Sozialwissenschaftler Hans Pongratz und Günter Voß. Solche Fähigkeiten können beileibe nicht alle „Existenzgründer“ vorweisen; für viele bleibt der Schritt in die Selbstständigkeit ein großes Wagnis. Die Fluktuation ist hoch: In den neunziger Jahren begannen über zwei Millionen Menschen mit einer selbstständigen Tätigkeit, im gleichen Zeitraum aber gaben 1,6 Millionen diese wieder auf. Die „starke Dynamik an Zu- und Abgängen“ ist für den Mannheimer Soziologen Leicht ein Indiz für enorme Risiken: „Häufig fehlen schlicht die materiellen wie die sozialen Ressourcen.“

Anschubfinanzierung

Die neuen Hilfen der Arbeitsämter sind bestenfalls eine Anschubfinanzierung. „Ich-AGs“ müssen sich als Selbstständige in der Rentenversicherung pflichtversichern, sie zahlen einen reduzierten Beitrag von 232 Euro. Rechnet man Kranken- und Pflegeversicherung hinzu – Beiträge zur Arbeitslosenversicherung werden nicht erhoben – brauchen die Mini-Unternehmer schon im ersten Förderungsjahr zwei Drittel der staatlichen Zuschüsse für ihre soziale Sicherung. Die Einzahlung in die Rentenkasse ist auch für potentielle Mitglieder der Künstlersozialkasse obligatorisch, die Krankenversicherung hingegen wird als „freiwillig“ eingestuft. Offenbar gehen die Initiatoren davon aus, dass viele „Ich-AGs“ ohnehin nur „geringfügige“ Einkünfte unterhalb der Pflichtversicherungs-

TIPP!

Urlaub für Freie

Urlaub für Freie? Ja, den gibt es. Aber viele freie Journalisten lassen ihn verfallen. Damit schenken sie Ihren Auftraggebern bares Geld. Als scheidender freier Mitarbeiter in einem Fachzeitschriftenverlag habe ich es ausprobiert – und meinen Urlaub samt Entgeltzahlung in Anspruch genommen.

Die Unterscheidung der Begriffe ‚Urlaubsentgelt‘ und ‚Urlaubsgeld‘ ist dabei wichtig: Urlaubsentgelt ist die gesetzlich Lohnfortzahlung, Urlaubsgeld eine zusätzliche tarifliche oder arbeitsvertragliche Leistung. Nach dem Bundesurlaubsgesetz (§ 2) stehen jedem Arbeitnehmer ohne Einschränkung 24 Werktage bezahlter Jahresurlaub zu. Das gilt auch für arbeitnehmerähnliche Freie. Das sind jene künstlerisch oder publizistisch Tätigen, die über ein halbes Jahr ein Drittel der Einkünfte bei einem Auftraggeber erzielen. Der Urlaubsanspruch besteht auch, wenn dies nicht explizit mit dem Arbeitgeber vereinbart wurde. Der Urlaub muss tatsächlich genommen worden sein, beispielsweise in Absprache mit dem Chefredakteur. Eine Abgeltung nicht genommenen Urlaubs ist nur in Ausnahmefällen möglich. Bei der Berechnung des Entgeltes wird das Honorar ermittelt, das der / die Freie durchschnittlich in den letzten 13 Wochen vor Urlaubsantritt erhalten hat.

In meinem Fall versuchte der Arbeitgeber diesen Anspruch mit allerlei Tricks zu mindern. Über das Lohnbüro wollte er mich zunächst als „Teilzeitarbeitskraft“ einstufen. In dieser Logik sollte mir auch nur „Teilzeit-Urlaubsentgelt“ gewährt werden. Bei der Entgeltberechnung ist es aber unerheblich, wie viel Tage Urlaub dem Freien zustehen. Denn es geht dabei um einen Geldbetrag, nicht um Urlaubstage. Der errechnete Entgeltbetrag ist ausschließlich von den letzten Verdiensten abhängig.

Grundlage für die erfolgreiche Urlaubsentgelt-Zahlung ist eine gewisse Selbstoffenbarung des Freiberuflers: Die Einkommensverhältnisse müssen dem Arbeitgeber möglicherweise in groben Zügen offen gelegt werden (mittels Steuerbescheid, KSK-Bescheid oder Kontoauszügen).

Die Einforderung von Urlaubsentgelt für Freie wird von individuellen Faktoren abhängig bleiben. Wichtigste Voraussetzung für die „Bewilligung“ ist der persönliche Einsatz des Freiberuflers gegenüber seinem Arbeitgeber. Die Angst vor Nichterteilung von Folgeaufträgen ist der häufigste Grund, dieses Geld nicht einzufordern. Man sollte bei seinem Engagement aber bedenken, dass Urlaubsentgelt ‚normalen Arbeitnehmern‘ ganz automatisch zuteil wird und für (selbständige) Freiberufler keine Extra-Zahlung ist.

Der Urlaubsanspruch verfällt nach dem 31. März des Folgejahres. Geltend machen kann man den Anspruch auf Urlaubsentgelt seit 2002 für drei Jahre rückwirkend. Ich habe für diesen Zeitraum meine Forderungen erfolgreich zur Auszahlung bringen können. Mein Arbeitgeber gewährte mir diesen Anspruch „ohne Anerkennung einer Rechtspflicht“, damit firmenintern kein Präzedenzfall geschaffen wird. Seiner Auffassung nach wäre die „Überprüfung meiner Ansprüche“ teurer gekommen als meine Forderungen in barer Münze wert waren.

Markus Golletz ■

grenze erwirtschaften und sich auf die sozialen Sicherungssysteme ihrer Ehepartner stützen können. 60 Prozent aller selbstständigen Frauen sind Ein-Personen-Unternehmerinnen; bei den Männern liegt der Anteil mit unter 50 Prozent deutlich niedriger. So wird verständlicher, warum die „Ich-AG“ stets mit den „Minijobs“ in Verbindung gebracht wird: Beide Neuregelungen dienen offensichtlich dazu, die gestiegene weibliche „Erwerbsneigung“ zu kanalisieren: Finanzielle Anreize lenken Frauen in geringfügige Beschäftigung und befrieden so den latenten Geschlechterkonflikt am Arbeitsmarkt – ein volkswirtschaftlich kostengünstiges Verfahren, das sich in parasitärer Weise auf die Möglichkeit der Mitversicherung von Angehörigen verlässt.

Ist die Propagierung der „Ich-AGs“ nur ein weiterer Mosaikstein einer immer stärker prekär strukturierten Erwerbswelt? Für eine endgültige Beurteilung des neuen Instrumentes ist es zu früh. Schleppend gehen seit Anfang 2003 die Wünsche auf Förderung ein. Rund 30.000 Anträge hat die Nürnberger Bundesanstalt (BA) in der ersten Jahreshälfte bewilligt. Das parallel weiterhin angebotene Überbrückungs-

geld, das Selbstständige ein halbes Jahr lang in Höhe ihres Arbeitslosengeldes zuzüglich der Sozialbeiträge unterstützt, nutzen dagegen mehr als doppelt so viele Betroffene. Das sei „was Eingeführtes“, versucht BA-Sprecher Roland Schütz die deutlich höhere Akzeptanz des alten Instrumentes zu erklären. Ver.di-Referentin Veronika Mirschel geht davon aus, dass zumindest für zuvor festangestellte JournalistInnen das Überbrückungsgeld die attraktivere Variante bleibt: „Da springt einfach mehr bei raus, wenn man vorher ganz gut verdient hat.“

■ Verdrängungseffekte

Die Bundesregierung hofft, dass allein in diesem Jahr insgesamt mehr als 200 000 bisher Arbeitslose in die Selbstständigkeit wechseln. Obwohl als „Unwort“ verspottet, sei der Begriff „Ich-AG“ jetzt in aller Munde und „positiv besetzt“, glaubt Helmut Fryges vom Zentrum für Europäische Wirtschaftsforschung in Mannheim. „Wer über eine privilegierte Ausstattung mit ökonomischem und sozialem Kapital verfügt, mag mit der Unternehmerrolle gut zurechtkommen“, kommentiert dagegen der Tübinger Soziolo-

ge Christoph Deutschmann: „Sie aber auch für die anderen, die über diese Ausstattung nicht verfügen, zur Norm zu machen, heißt, sie in einem ruinösen Wettlauf gegen sich selbst hineinzutreiben.“ In der Tat: Ein großer Teil der Projektarbeit bleibt prekäre Beschäftigung, die Selbstausbeutung wird ideologisch verklärt. Nicht jeder hat das Zeug zum Erfolgsunternehmer seiner selbst. Viele der „modernen Tagelöhner“, die sich zu unsicheren Konditionen auf dem Markt anbieten müssen, dürften später erneut in den Arbeits- oder Soziallärmen auftauchen.

Die Chancen, dass die Förderung der „Ich-AGs“ eine Welle dauerhafter Selbstständigkeit auslöst, sind eher gering. Mit „Verdrängungseffekten“ rechnen selbst die Wissenschaftler des Nürnberger Instituts für Arbeitsmarkt- und Berufsforschung (IAB). Nur in Grenzen könne es gelingen, heißt es in einer IAB-Studie, den Arbeitsmarkt durch „eine Vielzahl von einzeln auftretenden Entrepreneuren“ zu beleben. Das bestätigt eindringlich die Bedeutung der „Freien“-Arbeit in ver.di: Auf gewerkschaftliche Werte wie Zusammenhalt und Solidarität können auch Soloselbstständige nicht verzichten. ■

„Arbeitslos. Was tun?“

... ist der Titel von „Journalismus konkret“ Nummer 7. Die Reihe wird von der dju herausgegeben und ist bei den ver.di-Mediensekretären in den Ländern erhältlich (siehe auch M 5/2003, Seite 40).





Foto: Jan Jacob Hofmann

Freie sind keine Unternehmer

Keine Frage, freie Journalisten sind bisweilen unternehmensfreudig und innovativ. Aber sind sie deswegen als „Unternehmer“ zu bezeichnen? Ausgerechnet bei ver.di-Versammlungen äußern freie Journalisten zunehmend, sie verstünden sich als Unternehmer. Gekoppelt ist dies bisweilen mit dem Vorhaben, mehr „Kundenpflege am Redakteur“ betreiben zu wollen. Nun könnte man sich über diesen neoliberalen Trend empören – zumindest aber verwundern: Woher resultiert er bloß?

Verwunderlich ist eine solche Selbsteinschätzung in der Tat gerade in derzeitigen Krisenzeiten – angesichts realer Dumping-Honorare, die in der Medienbranche gezahlt werden. Man braucht übrigens gar nicht bei Karl Marx nachzuschlagen, um diese These absurd zu finden. Und doch hat dessen Theorie erstaunlichen Aktualitätswert. Marx beschrieb den Unternehmer als Profiteur der Arbeitskraft, den Mehrwert einstreichend, den der Arbeiter der Ware beisetzt. Diesen bekomme der Malocher nicht ausgezahlt, stattdessen erhalte er einzig die Kosten seiner Reproduktion. Der Unternehmer, oder auch „Kapitalist“, wie Marx ihn dereinst beschrieb, zeichnete sich also mitnichten dadurch aus, nur etwas „unternehmen“ zu wollen. Sein Ziel: die Vermehrung und Akkumulation des Kapitals, so schrieb der alte Meister. Aber lassen wir den ollen Marx in der Mottenkiste, man kann auch einfach in ein jeglicher Weltanschauung unverdächtiges dtv-Lexikon schauen: Als Unternehmer wird hier entweder die Person des Eigenkapitalgebers oder die des Managers bezeichnet, weil deren beider Funktion es sei, „für das optimale Zusammenwirken von Kapital und Arbeit zu ... sorgen“. Nun ist von den meisten freien Journalisten schwerlich zu behaupten, ihr explizites Hauptanliegen sei die Vermehrung des Kapitals. Und wäre es das, müsste man ihnen wohl mitteil-

dig kopfschüttelnd mitteilen, dass sie den falschen Job gewählt haben. Hauptbegehrt des journalistischen Berufsstandes sollte eher sein, mit einiger Leidenschaft als Bewahrer der Pressfreiheit aufzutreten. Um dies zu tun, ist es allerdings schon manchmal Essig mit der so viel beschworenen „Kundenpflege am Redakteur“. Der freie Journalist verkauft nämlich keine maschinell hergestellte Ware, sondern geistige Überzeugungen, Analysen und Tatsachenrecherchen. Und die lassen sich nun mal nicht als Konfektionsware reibungslos in Markt- und Machtverhältnisse einpressen und werbeträchtig verkaufen.

■ Oft wie Tagelöhner

Im Gegensatz zum Redakteur, der im direkten Auftrag des Zeitungsverlegers oder Senderintendanten steht, ist der freie Journalist freilich vielfach unabhängig. Er ist nicht in hausinterne Hierarchien eingegliedert. In einer produktiven Zusammenarbeit wissen Freie und Festangestellte um dieses Spannungsverhältnis. Um die Qualität des Produktes wird miteinander gerungen, wobei mitunter Interessenskollisionen auftauchen. Dem Produkt tut es gut, wenn zwischen Redakteur und freiem Journalist ein bisweilen auch streitbares Verhältnis besteht. Der Freie ringt dem Angestellten bisweilen durch schlüssige Argumentation ab, Zivilcourage vor seinem Arbeitgeber zu zeigen, was sperrige, kantige oder rebellische Inhalte betrifft. Der Redakteur sieht sich oft genötigt, den Freien im Honorar zu drücken – und agiert insofern wie ein Subunternehmer. Kurz, zwischen unternehmerischem und journalistischem Anliegen besteht ein Interessensgegensatz. Im übrigen fehlt den meisten freien Journalisten das Eigenkapital, an Produktionsmitteln besitzen sie lediglich jene, mit denen sie selbst arbeiten. Die meisten streichen auch keinen Mehrwert ein, sondern erbringen nur den Ertrag ihrer eigenen Arbeit. Sie sind keine Arbeitgeber und können inso-

fern auch kein sogenanntes Unternehmer-Risiko tragen. Gewerkschaftsstrategisch ist die These, dass „Freie“ Unternehmer sind, erst recht unsinnig. Ginge man davon aus, sie wären es – hätten sie gar keinen Bedarf an gewerkschaftlicher Interessensvertretung! „Freie“ würden von entsprechenden staatlichen Subventionen und unternehmerfreundlicher Gesetzgebung profitieren. Die reale Situation freier Journalisten sieht anders aus: Sie verdingen sich vielfach als Tagelöhner. Mal von dieser Zeitung ein paar Aufträge, mal von jenem Sender. In ihrem Interesse liegt es demzufolge, Bestandschutz zu erhalten. Nach rund zehn Jahren freier Mitarbeit nicht etwa gefeuert zu werden, weil vielleicht ein neuer Redakteur einzieht, der nach beliebiger Kumpanei Aufträge vergibt. Weiterhin liegt es im Interesse der „Freien“, Mindesttarife zu beziehen, um nicht für wenige Cents pro Zeile am Hungertuch nagen müssen.

■ Sinnvolle Strategie

Eine sinnvolle Strategie für Gewerkschaften wäre es, diese Anliegen ernst zu nehmen. Und die damit verbundenen Forderungen an Betriebsräte in Medien-Unternehmen heran zu tragen. Damit diese – trotz des oben erwähnten Spannungsverhältnisses zwischen Festangestellten und „Freien“ – die Interessen „Freier“ gegenüber dem Unternehmer vertreten. Es muss aufhören, dass 50-Jährige nach langem zuverlässig-pünktlichem Zuliefern präziser Recherchen willkürlich geschasst werden können. Denn wer ist schon forever young? Die individuelle Vertretung eigener Interessen – „och, wenn ihr so schlecht zahlt, gehe ich lieber spazieren“ – können sich nur betuchte Kollegen erlauben. Und die könnten schließlich Unternehmer werden, falls sie die spezifische Aufgabenstellung als Herausforderung reizt. Doch dann sind sie keine Journalisten, sondern Unternehmer.

Gitta Düperthal ■

TIPP!

Europäische Fellowships für ein Recherche-Projekt

Hochqualifizierte Journalisten aus ganz Europa und den USA, Deutschland eingeschlossen, können sich um eines der Europäischen Fellowships am Journalisten-Kolleg der Freien Universität Berlin bewerben. Teilnehmer dieses mittlerweile sechsten Programms steigen zwei Semester lang aus ihrem Redaktionsalltag aus, um ein Studienjahr an den Berliner Universitäten zu verbringen, um Wissen zu vertiefen und an größeren Recherche-Projekten zu arbeiten. Gleichzeitig ermöglicht das Programm den Austausch mit Berufskollegen aus Ost- und Westeuropa sowie den USA. Die Dauer des Aufenthalts: Oktober 2004 bis Juli 2005. Je nach Berufserfahrung sind die Junior- und Standard-Fellowships mit 800 bis 2.050 Euro monatlich dotiert.

Bewerber senden ihre Unterlagen mitsamt einem Exposé für ein wissenschaftlich-journalistisches Projekt bis zum 31. Oktober 2003 an:

Freie Universität Berlin, Journalisten-Kolleg, Europäische Journalisten-Fellowships, Otto-von-Simson-Str. 3, 14195 Berlin
Telefon 030/83 85 – 33 15
Telefax 030/83 85 – 33 05
Internet www.ejf.fu-berlin.de
E-Mail info@ejf.fu-berlin.de

CONTRA

Unternehmerisch denken!

„Freie“ als das hinterletzte ausgebeutete Nichts, die industrielle Reservearmee, die weit außerhalb des Speckgürtels der Stammebelegschaften ihr kärgliches Dasein fristet? Ich kann das Gejammere nicht mehr hören.

Da draußen sind anscheinend lauter freiberufliche Menschen, denen es zuerst um die gute Sache geht, in dritter Linie erst ums Geld und die deshalb weder ihre Produkte noch ihre Arbeitskraft als Ware ansehen möchten. Leute, die draußen vor den Werkstoren um Zuneigung und Anerkennung ihrer Arbeit betteln. In besonders kämpferischen Momenten fordern sie auch mal was: Mindesthonorare und Kündigungsschutz und Sicherheit und überhaupt: eine möglichst weitgehende Gleichstellung mit den Angestellten da drinnen. Ihre Wünsche soll eine Interessenvertretung wie ver.di erfüllen, aber möglichst ohne eigenes Risiko. Sicherheit? Ständig begegnen mir Kolleginnen und Kollegen, die aus der Schein-Sicherheit einer „Fest“-Anstellung in die Arbeitslosigkeit „frei“-gesetzt wurden. Den Anspruch auf Arbeitslosengeld und Zuschüsse für die Gründung einer (unausprechlichen) „Ich-AG“ haben sie den „Freien“ voraus. Aber wo ist sie nun eigentlich geblieben, die Arbeitsplatz-Sicherheit der Angestellten, deren Fehlen viele Freie so sehr für sich beklagen?

■ Seminare helfen

Den gerade entlassenen Kolleginnen haben die Selbstständigen einiges voraus. Sie kennen das Gefühl, vor dem Nichts zu stehen. Die Perspektive, zum Sozialamt gehen zu müssen, wenn nichts passiert. Aber die – freiwillig – Selbstständigen wissen, was sie dagegen tun können, und sie tun es seit Jahren. Gerade jetzt, in der Krise, zeigt sich, worauf aktive Selbstständige eine relative Sicherheit für ihr Arbeitsleben gründen können: Es ist unternehmerisches Denken und Handeln. Das wird

seit Jahr und Tag in den Freiberufler-Seminaren der IG Medien und von ver.di gelehrt – mit und ohne Krise und unabhängig davon, wie stark neoliberales Denken gerade in Mode ist. Aber was bedeutet unternehmerisches Denken bei einer einzeln arbeitenden Arbeitskraft-Unternehmerin?

■ Freie oder andere Alternativen

Es heißt für Selbstständige: – anerkennen, dass ihr Produkt eine Ware ist, so spielerisch und schöpferisch es auch hergestellt wurde. Die Medienunternehmen wissen das sowieso, und deshalb können sie die Masse der naiven Freien ausnutzen, deren Schöpfer-Stolz einem Kampf um angemessene Preise im Wege steht. – sich nicht treiben zu lassen von dem, was der Markt von ihnen angeblich will oder nicht will, sondern bewusst selbst die Richtung bestimmen, in die sie gehen wollen. – die Arbeitsfelder zu diversifizieren und sich nicht von einzelnen Auftraggebern abhängig zu machen. – aktive Akquise-Arbeit als notwendigen und dauerhaften Bestandteil ihrer Tätigkeit zu begreifen, und nicht als etwas Minderwertiges, das nur jugendliche Anfänger machen müssen. – unternehmerisch kühl zu konstatieren, wenn sich ein Arbeitsfeld – etwa für die mies zahlende Lokalredaktion – einfach nicht rentiert.

– und dann, wenn es nach eingehender Prüfung wirklich keine unternehmerische Alternative gibt oder er/sie nicht für's freiberufliche Arbeiten geeignet ist, den richtigen Schluss daraus zu ziehen und zum Beispiel in den Organisationsbereich der Gewerkschaft NGG zu wechseln. Lieber in der Kneipe bedienen. Das macht weniger Stress und bringt das gleiche Geld wie die Arbeit als „Kölnische-Rundschau-Freier“. Lauter unternehmerisch denkende „Freie“ – das hat auch Konsequenzen für die Auftraggeber, die angestellten Kolleginnen und Kollegen. Sie müssen

akzeptieren, dass freie Mitarbeiterinnen sich nicht an sie binden – und ihnen somit auch nicht immer zur Verfügung stehen. Besitzanzeigende Genitive und Bindestriche werden dann seltener. Die „Süddeutsche-Freien“ und die freien Mitarbeiterinnen „des“ Tagesspiegel wären dann nicht derart brutal aus ihrer nur scheinbaren Sicherheit gerissen worden. Gut für die Qualität ist's zudem, wenn die Auftraggeber spüren, dass „ihre“ Freien Alternativen haben.

■ Unabhängig bleiben

Journalisten scheinen mit solcher Denke die meisten Probleme zu haben. Anscheinend müssen eineinhalb Jahrzehnte nach Gründung der IG Medien sogar Teilnehmerinnen der 1. ver.di-Selbstständigenkonferenz zudem immer wieder daran erinnert werden, dass es – außer ihrem geliebten Journalistenberuf – sehr verschiedene Tätigkeitsfelder von Selbstständigen aus dem Organisationsbereich von ver.di gibt. Nicht alle haben Medienunternehmen zum Auftraggeber. Für Scheinselbstständige und manche Bindestrich-Freien sollten wir weiterhin einen Anstellungsvertrag fordern. Sicherer für den Rest ist es, sich nicht zu sehr an einen Auftraggeber zu binden. Also genau die entgegen gesetzte Richtung von dem, was viele Bindestrich-Freie möchten.

■ Solidarität tut Not

In ver.di und mit Hilfe von ver.di gibt es genügend Felder, auf denen Solidarität und kollektives Handeln von Selbstständigen und für Selbstständige äußerst viel Sinn machen. Bestandsschutz und Mindestvergütungen gehören dazu, und sie werden seit Jahren gefordert – aber ohne viel Erfolg. Es wäre ein Fehler, wenn sich ver.di nur für arme Socken zuständig erklärte. Als Selbstständiger Erfolg zu haben und dabei in der Gewerkschaft zu bleiben, das soll kein Gegensatz sein.

Ulrich Schauen ■

TIPP!

Online-Tarifvertrag beim WDR

Seit dem 1. Mai gilt für freie Mitarbeiter des Westdeutschen Rundfunks ein Tarifvertrag über Online-Mindestvergütungen. So werden zum Beispiel für ein Statement (als Ergänzung eines Beitrages) 80.00 € und für ein Interview (eigenständiges Thema) 230.00 € gezahlt. Für Audiofile (selbst erstellt) gibt es je nach 30, 60 oder 90 sec. gestaffelt, 50.00, 75.00 oder 100.00 €. Eigene Fotos werden pro Stück mit 25.00 €, als Fotogalerie aus Agenturmaterial mit 50.00 € oder als Fotogalerie mit eigenem Material (bis 10 Fotos) mit 125.00 € honoriert. Meldungen bis zu 10 Zeilen à 65 Anschläge bringen 42.00 € ein.

Diejenigen, welche einen Radio- oder TV-Beitrag machen und dazu „begleitendes“ Material recherchieren und es auf WDR-Webseiten stellen, müssen sich noch gedulden. Auf Mindesthonorare für solche Leistungen konnten sich die Verhandlungspartner vom WDR, von ver.di und dem DJV nicht einigen. Dennoch sind mit den neuen Tarifen für dein Honorarrahmen Pflöcke eingehauen worden. Ein weiterer Punkt: Bisher ist einmalige Bezahlung vereinbart, also keine erneute Zahlungspflicht für den WDR, falls Leistungen länger oder erneut auf Webseiten genutzt werden. Deshalb ist der Tarifvertrag zunächst bis Ende 2004 befristet.

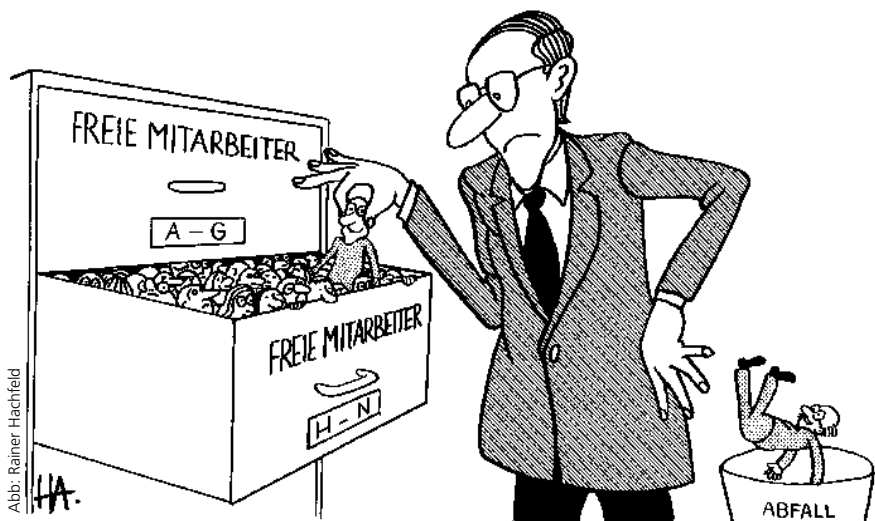
Die gesamte Vergütungstabelle steht unter: www.freiseiten.de/wdr



Foto: Jürgen Seidel

Freier – Wer sind Sie denn?

Oder:
Von den Knüppeln zwischen den Beinen der nicht fest angestellten Journalisten



Vor zwei Jahren wagte ich den Schritt in die Selbstständigkeit. Nach langen Tagen und endlosen Nächten in den Redaktionsstuben des Landes, von der kleinen Heimatzeitung über Werbung bis zur vornehmen Wochenzeitschrift, glaubte ich an mich und nahm eine Herausforderung an. Ich wurde frei. Die Kollegenschelte fing bei „mutig, mutig“ an und ging bis zu „er braucht das wohl persönlich.“ Mit der letzteren Bemerkung war sicher auch mein fortgeschrittenes Lebensalter gemeint. Immerhin war ich doch schon über 50.

Zielstrebig ging ich an die Sache heran. Das Konzept: Bei der Publikumspresse wird das Geld verdient, bei der Fachpresse die journalistische Berufung verwirklicht. Eine genaue Marktanalyse verbunden mit dem Abwägen aller Möglichkeiten brachte mich zum Fachgebiet Medizin. Gemeinsam mit Kollegen reichte es zu einem Redaktionsbüro und hoffungsfroh knüpften wir Kontakte. Forschende Pharmaindustrie, Pressclubs, Agenturen, Kollegen und Vertriebe, den Stamm und Kroll rauf und runter. Mustermappen und Arbeitsproben wurden in alle Welt versandt. Wir motivierten uns selbst. Lange genossen wir es, uns am Telefon dem Gesprächspartner als „Freier“ vorstellen zu dürfen. Selbstbewusstsein ist das richtige Wort. Nur kann man vom Stolz nicht leben.

■ Messbare Erfolge

Die Pharmaindustrie weiß die Pressearbeit bei den Agenturen gut aufgehoben. Die Erfolge sind messbar, die Ausschnitt-

dienste liefern jeden noch so kleinen Beitrag. Jeder hat eine Hitliste für die Einladung der gewünschten Zielgruppe. Laienpresse mit Mindestauflage? – kein Problem. Fachpresse mit intellektuellem Hintergrund – ein Knopfdruck und die Einladungen fliegen durch das Land. Radio Magazinsendung mit Background oder TV mit öffentlich-rechtlicher Tiefe, alles geht.

■ Auf der falschen Liste

Doch nicht jede Redaktion hat für alles eine Kraft. Und da sollten wir Freie ins Spiel kommen. Kommen wir aber meist nicht. Nehmen wir mal den fiktiven Fall: Ich erfahre von einer Fachpressekonferenz und greife zum Telefon. „Wer sind Sie? Für wen schreiben Sie. Wo kann ich etwas von Ihnen lesen?“ Alle Fragen werden wahrheitsgemäß und wunschgemäß beantwortet, manchmal auch die Übersendung einer Mappe angeboten. Danach ist Schluss, nicht immer – aber immer öfter. Da aber oft bereits ein konkreter Manuskriptauftrag hinter dem Anruf steckt, wartet man geduldig. Kurz vor dem Termin dann die erneute Rückfrage, sie bringt das Aus. Entweder hat der Auftraggeber den Kreis begrenzt, man ist in der falschen Liste drin („nein, sie schreiben doch für den Rundfunk, das wollen wir noch nicht“) oder es wird gerade noch die Übersendung der Pressemappe versprochen. Meine Kollegen werden uns recht geben: Aus einer Pressemappe einen guten Artikel in einer Fachzeitschrift zu zaubern ist sehr zeitintensiv. Und ich maße mir an, so etwas beim Lesen zu erkennen. Es ist zu erkennen, ob der Journalist bei einer Diskussionsrunde dabei war

oder die Statements der Unterlagen publiziert. Aber eine andere Sorte Spezies habe ich auch kennen gelernt. Jene „Presseausweisbesitzer“, die noch nie eine Zeile geschrieben, oder ein Wort gesendet haben. In Zeiten voller Kassen füllten sie die Zuhörertische der Pressekonferenzen, glänzten durch exzellente Fragen und reisten nach dem touristischen Beiprogramm ab. Der Abrechnungszettel einer Pressemappe war die einzige Arbeitsunterlage. Jede Agentur hat solche Schlitzohren mal gehabt und es soll sie immer noch geben. Davor müssen sich die Veranstalter schützen. Einverstanden, aber deshalb ist doch nicht jeder Freier ein solch böser Bube.

■ Peinliche Themen

Eine weitere Unart: Beim zwanglosen Gespräch unter Kollegen vor oder nach der Konferenz fragte mich jemand: „Für wen schreiben sie denn über diese Veranstaltung?“ Ich war ehrlich. Mit der Folge, dass am nächsten Tag bei Ablieferung meines Manuskripts in der Redaktion bereits von der wertigen Kollegin geliefert worden war. Ob das auch Mobbing ist? Das Thema Reisekosten ist für uns peinlich. Da wir aber so eine kleine Zwischenbilanz unseres Abenteuers ziehen wollen, möchten wir es auch ansprechen. Für einen Trip in die Städte der Präsentationen veranschlage ich einmal rund fünf Stunden. Es folgt eine etwa zweistündige PK, und die reine redaktionelle Arbeit ist noch einmal mit drei Stunden anzusetzen. Zehn Stunden Beschaffungskosten. Denn Zeit ist Geld. Da nehme ich die angebotene Reisekosten-Abrechnung gern

an. Deshalb habe ich nicht das Gefühl käuflich geworden zu sein.

■ Offener Umgang

Über eine Lösung der inzwischen sehr verfahrenen Situation haben wir lange nachgedacht. Wenn nun beide Seiten offen mit einander umgehen könnten, es wäre leichter. Der Freie ist doch selbst an der Vermarktung interessiert. Er ist traurig und manchmal auch verärgert, wenn er ein Super-Manuskript nicht los wird. Aber er kann auch nicht stundenlang hinter einem Belegexemplar seiner Arbeit hinterher telefonieren. Oft weiß er auch nicht, wer nun wann sein Produkt publiziert hat. Wenn es honoriert wurde, reicht uns das. Und die Trennung zwischen Fach- und Laienpresse ist nicht mehr zeitgemäß. Nach einer Fachpressekonferenz können Fachleute auch über „normale Medien“ auf Neuigkeiten aufmerksam werden. Gerade im Gesundheitswesen wird der aufgeklärte Patient doch gewollt. Der Fachjournalist macht sein Wissen in der Publikumspresse gern zu Geld.

■ Mit Herz bei der Sache

Freie, und das ist unser Thema, sind notwendig. Sie erschließen den Agenturen und Veranstaltern neue Möglichkeiten der Verwertung journalistischer Tätigkeiten. Sie sind eine Bereicherung der Szene. Wir haben als Freie viel von dem Enthusiasmus des Beginns verloren, aber wir sind immer noch mit Herz bei der Sache. Unser finanzielles Startpolster reicht noch für einige Wochen. Ich bin gerne Freier. Intimus ■

TIPP!

Betrügerische Abzocke

Umsonst arbeiten oder draufzahlen?

Unsere Branche gilt als windig: Außenstehende wissen kaum, wie man Journalist wird, und wie Freiberufler an Aufträge kommen, erscheint vielen als Rätsel. Dabei ist – auch dank tüchtiger Gewerkschaftsarbeit – im Grunde alles fein geregelt: Vieles ist möglich.

Seit die wirtschaftliche Baisse die Medienlandschaft verkleinert und Journalisten zuhauf Lohn und Brot suchen, drangsalariert uns jedoch ein Phänomen, das in anderen Bereichen aufzudecken Teil unserer Berufsausübung ist: Betrügerische Abzocke bei der Arbeitssuche. Da werden im Internet bei der professionellen Anlaufstelle „Newsroom“ von einer Hamburger Medienfirma ausdrücklich „Redakteure“ gesucht – aber es handelt sich um Praktikantenplätze mit Taschengeld. Einfallsreicher verhüllte ein von der EU gefördertes Projekt seinen Nepp: Bewerber sollten einen Text zu einer noch nicht existierenden Ausstellung erarbeiten, abschicken und abwarten. Von 30 Interessenten gingen 15 auf gut Glück ans Werk, 14 davon unbezahlt. Nur der Gewinner erhielt 100 Euro – und hofft auf mehr.

Woanders wird ein Pressesprecher gesucht. Nicht mal 15 Minuten dauert das „Bewerbungsgespräch“ in einem Café. Dann sagt der Bubi vom Kulturverein: „Ich muss los, noch ein paar andere Gesichter ansehen.“ Der junge Mann trinkt gern Kaffee und, das rutscht ihm so raus, eigentlich macht er die Pressearbeit selbst. Auf der Suche nach Erfolg lässt er sich von Profis ihre Strategien und Arbeitsmappen erklären: Tipps und Tricks aus erster Hand!

Kommen lassen, einfach nur kommen lassen. Es ist so simpel. Ein Jungmann aus Baden-Württemberg macht es vor: Er annonciert in der hoch anständigen „SZ“, er suche Berliner Journalisten für einen Wellness-Guide. O ja. Klingt nach angenehmen Arbeitsbedingungen. Ohne etwas anderes als die Fax-Nummer wissen zu wollen, faxt der Jüngling einen Vertrag zu: 175 Euro seien an ihn zu zahlen. Auf Nachfrage wird erklärt, er habe ja Kosten, durch die Inserate und den Aufbau einer Berlin-Filiale.

Gibt es wirklich arme Schlucker unter uns Geistreichen, die sich darauf einlassen? Vermutlich. Da nimmt sich der inserierte Hilferuf eines Entlassenen direkt unverschämte aus: „Kostenfreier Journalist (38) sucht neue Herausforderung“. Er meint das ernst. Das Arbeitsamt zahlt ja. Man sollte den fleißigen Kollegen davon überzeugen, dass es Angebote gibt, bei denen er sogar noch draufzahlen darf – damit seine perfide Lohndruckerrolle perfekt wird. Und wenn er Schule macht, lockt das Paradies der Dilettanten: Journalismus als Beschäftigungstherapie. Ist es das, was diese Gesellschaft will?

Gisela Sonnenburg ■

Erpressung und Löschtaste

Freien des Berliner Verlages mit Beschäftigungsverbot gedroht

Bereits seit Februar vergangenen Jahres versucht der Berliner Verlag, Freie mit Allgemeinen Geschäftsbedingungen (AGB) zu knebeln. Rund 700 freie Autoren und Fotografen widersprachen oder antworteten erst gar nicht. Sie landeten nun auf zwei schwarzen Listen, die redaktionsintern an die Ressorts gegeben wurden.

Mit schwerem Geschütz geht der Berliner Verlag seit einigen Monaten gegen widerspenstige Freie vor. Im April stellten Autoren, die den AGB nicht zugestimmt haben, fest, dass ihre Artikel aus dem Online-Archiv gelöscht wurden. Renate Gensch, Mitglied im Bundesvorstandes der Deutschen Journalistinnen und Journalisten-Union (dju) in ver.di: „Damit schneidet sich der Verlag ins eigene Fleisch, „Berliner Zeitung“ und „Berliner Kurier“ sind nur noch in Fragmenten in den gängigen kostenpflichtigen Archiven vorhanden. Anstatt die Freien entsprechend zu entlohnen, verzichtet der Verlag auf Einnahmen, weil die Artikel und Fotos fehlen.“

■ Palette von Verlegerbegehrlichkeit

Doch dies war erst der Auftakt. Die eigentliche Drohkulisse bauten Uwe Vorkötter, Chefredakteur der „Berliner Zeitung“, Jan Schmidt, kommissarischer Chefredakteur des „Berliner Kuriers“ und Wiebke Kirschke, Personalchefin des Berliner Verlags, per Dienstanweisung gegen die Redakteure auf. Sollten sie die Freien Aufträge erteilen, die den AGB nicht zugestimmt haben, müssten sie mit „rechtlichen Schritten“ rechnen. Etliche Betroffene erfuhren telefonisch, dass ihre Texte erst nach ihrer Unterschrift gedruckt werden. Sie sitzen damit zwischen Baum und Borke: Unterschreiben sie nicht, werden sie nicht mehr beschäftigt. Geben sie nach, kann der Verlag ihre Texte in jeder Form vermarkten. Denn

die AGB enthalten in zähem Juristendeutsch die ganze Palette von Verlegerbegehrlichkeit: Räumlich, zeitlich und inhaltlich unbeschränkt sollen sie ihre Nutzungsrechte abtreten. Abgedeckt wären nicht nur Archive und Internet, die Phantasie der Juristen kannte keine Grenzen. Sollte künftig die Industrie neue Speichermedien entwickeln, dürfen die Texte auch dafür verwandt werden. Sogar am Geschäft mit 0190-Nummern will sich der Verlag offenbar beteiligen. Die Beiträge dürfen danach „im Rahmen von Telefonmehrwert-, Teletext- oder Faxabrufdiensten“ genutzt werden. Ein zusätzliches Honorar sollen die Autoren für das Ausschachten ihrer Werke nicht erhalten.

■ ... schmort im Stehsatz

Nun leben die meisten Freien ohnehin nicht wie die Maden im Speck. Sie sind darauf angewiesen, ihre Arbeit selbst weiterzuverwerten. Doch nach den AGB sichert sich der Berliner Verlag das Recht zu, Texte bis zu sechs Wochen im Stehsatz schmoren zu lassen. Erst nach dieser Frist dürfen die Autoren ihre Beiträge anderweitig anbieten. „Auch das den Freien zugestandene Zweitverwertungsrecht wird damit zur Farce“, sagt Renate Gensch, die auch Betriebsratsvorsitzende des Berliner Verlages ist. „An welches Medium sollen die Freien noch Artikel und Bilder verkaufen, wenn diese so lange liegen bleiben? Den Kollegen wird mit solchen AGB die Existenzgrundlage entzogen.“

■ Angemessenes Honorar

Vermutlich plant der Berliner Verlag in nicht allzu ferner Zukunft einen Textpool einzurichten, aus dem sich andere Zeitungen für einen geringen Obolus bedienen können. Denn auch ein Weiterverkauf an Dritte ist mit dem – nicht erhöhten – Einmalhonorar abgedeckt. Dass mit den umfangreichen

AGB das geänderte Urheberrecht umgangen werden soll, ist offensichtlich. Dort steht unmissverständlich, dass die Urheber ein Recht auf „eine angemessene Vergütung“ haben. Wie dieser Anspruch konkret in Euro und Cent aussehen wird, steht aber noch nicht fest. Bisher gibt es zwischen ver.di, dem DJV und dem Bundesverband der Deutschen Zeitungsverleger (BDZV) nur Sondierungsgespräche, aber noch keine Verhandlungen. Der BDZV habe dafür von seinen Landesverbänden noch kein Mandat, heißt es. ver.di und DJV verhandeln deshalb derzeit gemeinsam direkt mit dem Berliner Verlag, bis auf Bundesebene eine einheitliche Lösung erarbeitet wurde. Bis dahin haben beide Verbände den Freien der beiden Berliner Zeitungen empfohlen, die AGB zu unterschreiben, wenn sie existenziell auf diese Aufträge angewiesen sind. „Die AGB, so wie sie jetzt vorgelegt wurden, sind rechtswidrig und unwirksam“, betont Wolfgang Schimmel, ver.di-Verhandlungsführer für die Vergütungsregeln auf Bundesebene. Um ihre Rechte später durchzusetzen, werden die Autoren aber klagen müssen bzw. sie können die jetzigen AGB auch später wieder aufkündigen.

■ Fragwürdige Online-Auftritte

Eine interessante Variante, die zumindest ein anderes Unrechtsbewusstsein vermuten lässt, gibt es beim Stadtmagazin tip, das ebenfalls zum Berliner Verlag gehört. Auch dort wurden den Autoren im November die strittigen AGB zugeschickt. Im Anschreiben kündigte tip-Chefredakteur Karl Hermann einen erweiterten Online-Auftritt des Stadtmagazins an. Auch wenn dafür kein gesondertes Honorar gezahlt werden könne, würden einzelne Honorarsätze erhöht, unabhängig davon, ob der Text denn auch tatsächlich auf der Homepage erscheint.

Silke Leuckfeld ■

Netzwerktag

Die Journalistenplattform jonet lädt am 25. Oktober zu einem Netzwerktag für Medienschaffende unter dem Motto: „Das Wüste lebt – Neue Chancen für den Journalismus“ in die Handelskammer Hamburg ein. Das Treffen soll dem Austausch von Themen und Thesen, Geschäftsmodellen, Visitenkarten, Jobs dienen. „Einen Tag lang wollen wir nur davon reden, was uns an unseren Beruf begeistert, wie guter Journalismus jenseits der Selbstausbeutung möglich ist“, sagen die Organisatoren. **Ausführliches Programm: www.jonet-tag.de**

Verhandlungen in Gang gebracht

Ein Jahr nach dem neuen Urhebervertragsrecht – erste Abschlüsse

Angemessene Vergütungen für Urheberinnen und Urheber – das ist der Kernpunkt des Urhebervertragsrechts, das im Juli 2002 in Kraft trat. Zweiter Punkt: Vergütungsregeln können und sollen kollektiv ausgehandelt werden.

Eine Übersicht über den Verhandlungsstand – ein gutes Jahr danach:

Die Verhandlungen sind in den Bereichen Journalismus, Film, Fernsehen und Buchverlage angestoßen. ver.di und DJV haben den Verband deutscher Zeitschriftenverleger sowie den Bundesverband deutscher Zeitungsverleger zu Verhandlungen über jeweils bundeseinheitliche Regelungen aufgefordert und ihre Honorarforderungen (www.mediafon.net – Tarife & Empfehlungen) vorgelegt.

ist offensichtlich auch zum Abschluss eines Urhebervartrages bereit, hier wird aber vorab über einen Vergütungstarifvertrag verhandelt, um die Frage der Wiederholungshonorare zu klären. In den übrigen Sendern wurden eigene Wege gesucht bzw. das Thema noch nicht angegangen – ebenso wenig wie beim privaten Rundfunk.

■ **Filmproduzenten**

Bereits in die zweite Gesprächsrunde geht es im Bereich Film / Fernsehen mit den Produzentenverbänden. Ziel von ver.di ist es, alle beteiligten Urheberorganisationen beieinander zu halten. Ungewöhnlich an dieser Runde: Der Tarifvertrag und die Vergütungsregelungen werden gemeinsam verhandelt, weil die Produzenten Kalkulations-sicherheit wünschen. Zweite Besonderheit hier: Die Produzenten haben angeboten, eine verbindliche Schiedsstelle einzurichten, die – anders als im Wege der gesetzlich vorgesehenen Schlichtung – beiden Seiten keine Möglichkeit mehr ließe, einen einmal getroffenen Schiedsspruch abzulehnen oder den Rechtsweg zu beschreiten.

■ **Verleger**

Allerdings haben die Verleger internen Klärungsbedarf, denn: Dort haben die Landesverbände die Verhandlungshoheit, die sie nur per Vollmacht an die Bundesebene abgeben können. Klappt dies, gibt es bundesweite Verhandlungen, wenn nicht, müssen die Urheberorganisationen die Landesverbände oder gar einzelne Verlage zu Verhandlungen auffordern.

■ **Rundfunkanstalten**

In den öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten heißt das Ziel: Tarifverträge für die arbeitnehmerähnlichen Freien und die auf Produktionsdauer Beschäftigten und Übertragung dieser Regelung auch auf die freien Freien per Allgemeine Geschäftsbedingungen. Im NDR, WDR und SWR sind solche Urheber- und Vergütungstarifverträge (in denen festgelegt ist, was wiederholungshonorarpflichtig ist) unter Dach und Fach, beim BR ist der Urhebervartragsvertrag unterschrieben, der Vergütungstarifvertrag wird derzeit verhandelt. Das ZDF ist mit den Autorinnen und Autoren, noch nicht aber mit den auf Produktionsdauer Beschäftigten durch. Danach stehen Verhandlungen über die neben dem Vergütungstarifvertrag im Honorarrahmen einseitig festgelegten Vergütungen an. Der MDR mit seinen einseitig gesetzten Honorarrahmen

■ **Übersetzer**

Mehrere Verhandlungsrunden fanden bisher nur statt für die Autorinnen und Autoren sowie für die Übersetztersparte. Ein Blick aber auf die Spanne zwischen dem Verleger-Angebot (10 Euro pro Seite) und der Übersetzer-Forderung (23 Euro Mindesthonorar) zeigt: Noch liegen Welten zwischen beiden Seiten. An einem Punkt aber haben sich die Verleger bewegt: Sie signalisieren den Übersetzern Bereitschaft, endlich eine Erlösbeteiligung zu zahlen. Hier – wie für alle Runden – gilt die Maxime von ver.di: Möglichst viel am Verhandlungstisch klären. Das mögliche Schlichtungsverfahren soll nur im Falle der Verhandlungsblockade oder bei nicht konsensfähigen Themen beschränkt werden. vm ■

TIPP!

Schritt für Schritt zur eigenen Veröffentlichung

Der Campus Verlag hat sein fundiertes Autorenhandbuch neu aufgelegt. Die Verfasserin Sylvia Englert hat eigene Erfahrungen als Verlagslektorin und Sachbuchautorin, beide Perspektiven sind in den Ratgeber eingeflossen: Die Leserinnen und Leser gewinnen dadurch Einblicke in die Arbeitsweise und Gepflogenheiten der Verlage, dies lässt auch die praktischen Empfehlungen der Verfasserin transparent erscheinen. Das Handbuch begleitet Schritt für Schritt durch alle Stadien eines Buches – von der Kontaktaufnahme mit dem ersten Verlag über die Einreichung von Exposé und Manuskript bis zur Zusammenarbeit mit dem Lektorat. Die Praxistipps werden durch zahlreiche Beispiele und Zitate unterstrichen, denn Englert hat über 60 Interviews mit Schriftstellern, Lektorinnen, Verlegern und weiteren Branchenkennerinnen ausgewertet. Weiter führende Literaturtipps, Hinweise auf Angebote im Internet und Adressen von Literaturbüros, Stipendiengebern und Autorenverbänden ergänzen die einzelnen Abschnitte. Im Kapitel Honorare und Verträge ist der Normvertrag (ausgehandelt zwischen dem Verband deutscher Schriftsteller (VS) und dem Börsenverein des Deutschen Buchhandels) für den Abschluss von Verlagsverträgen abgedruckt, das neue Urhebervertragsrecht ist ebenfalls berücksichtigt, die Tabelle „Übliche Honorare“ bleibt aber zum Teil hinter den Forderungen des VS zurück. Denjenigen Autorinnen, die noch keinen Verlag gefunden haben, wird die Entscheidung erleichtert, ob sie es womöglich im Alleingang, etwa im Selbstverlag oder via Print on Demand, versuchen sollten – vor den Lockrufen so genannter Druckkostenzuschussverlage wird dagegen ausführlich gewarnt: Die Autorin bezeichnet sie treffend als Pseudoverlage. Die Seriosität von Literaturagenten kommt ebenfalls auf den Prüfstand, denn auch hier gibt es einige Hochstapler. Als mögliches Sprungbrett in die belletristische Abteilung werden außerdem Literaturzeitschriften und Wettbewerbe vorgestellt. Auch weitere Möglichkeiten, Erfahrungen zu sammeln werden erläutert – Autorengruppen, Schreibkurse, Internetprojekte und schließlich eigene Vorträge und Lesungen vor und nach der Veröffentlichung: Vermarkten Sie Ihr Buch auch selbst! lautet Englerts Appell. Inwieweit der Verlag dieses Engagement honorieren soll, bleibt allerdings offen. Der Ratgeber geht auch auf einige Besonderheiten ein, die im Bereich Sachbuch gelten, die Hinweise zum Exposé fallen dabei etwas knapp aus. Dennoch ist das Buch für alle Autorinnen und Autoren lesenswert, die einige Anregungen gebrauchen können, um sich im Literaturbetrieb einen Namen zu machen oder ihre Chancen auf dem Buchmarkt zu verbessern.

Irene Gronegger ■

Sylvia Englert: So finden Sie einen Verlag für Ihr Manuskript. Schritt für Schritt zur eigenen Veröffentlichung; Campus concret 1999 / 2003, Frankfurt / New York, 290 S., 15,90 €

Selbstständig – sozial – sicher?

Kein zusätzlicher Notgroschen für die Altersvorsorge

Existenzgründungen und Selbstständigkeit – das verkauft die Bundesregierung derzeit als Allheilmittel gegen drohende und tatsächliche Arbeitslosigkeit und steckt nicht zu knapp Gelder in die Einstiegsförderung. Doch was tut sie für den Fall, dass den Solo-Selbstständigen und Freiberuflern Aufträge ausbleiben, dass ihre Gesundheit nicht mitspielt oder das Rentenalter ansteht?

Ein kurzer Blick in die Statistik: Fast jeder siebte Haushalt, in dem der Hauptverdiener oder die Hauptverdienerin selbstständig arbeitet, so hat das Zentrum für Sozialpolitik an der Universität Bremen (ZES) herausgefunden, verfügte 1998 über keinerlei Altersabsicherung. Und: „Die Sparfähigkeit einer nicht unbeträchtlichen Zahl von Selbstständigen-Haushalten ist aufgrund der niedrigen verfügbaren Einkommen vergleichsweise gering.“ 11.144 Euro brutto im Jahr – in dieser Größenordnung bewegte sich zum Jahresbeginn 2003 das Durchschnittseinkommen freiberuflicher Medien- und Kulturschaffender, die über die Künstlersozialkasse (KSK) versichert sind. Wer davon noch einen zusätzlichen Notgroschen für Zeiten der Auftragsflaute, längerer Krankheit, Pflegebedürftigkeit oder Altersvorsorge zurücklegen will, muss schon ein Finanzgenie sein.

Kein Individualproblem

Trotz des „Privilegs“ für freie Kunst- und Medienschaffende, sich über die von Auftraggebern, öffentlicher Hand und Freien selbst finanzierte KSK versichern zu können, stellt der bildende Künstler Lorenz Müller-Morenius fest: „Wir haben vor 20 Jahren die Einführung des Künstlersozialversicherungsgesetzes begrüßt. Erstmals wurden Freischaffende sozialversichert. Wir haben nach 15 Jahren gemerkt, welche Renten daraus entstanden, als in den 90er Jah-

ren die ersten fällig wurden. So geht das nicht. Auch der Gesetzgeber hatte geglaubt, dass wir mehr verdienen. Jetzt wissen wir: Freie verdienen relativ wenig. Das Angebot auf eine Zusatzversicherung an eine Klientel, die sich kaum selber ernähren kann, ist ja absurd.“ Tatsache ist: Die Absicherung sozialer Risiken bei selbstständiger Tätigkeit ist kein Individualproblem. Wer zeitweise oder dauerhaft nicht arbeiten kann und nicht über Reserven verfügt, wird über kurz oder lang gezwungen sein, öffentliche Gelder wie die Sozialhilfe in Anspruch zu nehmen. Kommunen, die sich heute mit der gezielten Förderung der Selbstständigkeit brüsten, müssten dann tief in die Gemeindekasse greifen.

Blick über die Grenzen

Problem erkannt – Problem gebannt? Ein Blick über die bundes deutschen Grenzen hinaus zeigt: Das Thema ist in anderen Ländern schon länger bekannt und politisch bearbeitet. „Es gibt eine ganze Reihe europäischer Länder, die Klein-Selbstständige in ihre Sozialversicherung einbeziehen“, so Professorin Karin Gottschall vom ZES. So verfügt etwa die Schweiz über ein Grundsicherungssystem, das auf Beitragspflicht beruht. In Frankreich existieren berufsspezifische Versicherungen, die für Künstler nicht nur eine angemessene Altersversicherung sondern auch eine Versicherung gegen Auftragsflauten einschließt. In Österreich werden seit Anfang der 90er Jahre alle Allein-Selbstständigen in der vorhandenen Sozialversicherung pflichtversichert. Für niedrige Einkommen ist als solidarische Komponente eine Befreiung von der Beitragspflicht vorgesehen, trotzdem werden Ansprüche erworben. Dänemark ist eines der skandinavischen Länder mit einer Universal-Volkversicherung, die alle Einwohner in die Grundsicherung für die Altersversicherung einbe-

zieht. Die Höhe der Versicherung orientiert sich nicht an Jahren der Erwerbstätigkeit oder Beitrags-einzahlungen, sondern schlicht daran, wie lange die Menschen in Dänemark wohnen. Das ist das weitest gehende Modell einer Universalversicherung. Gottschalls Analyse: In Deutschland haben sich bei den klassischen freien Berufen – etwa Rechtsanwälte oder Architektinnen – die Interessengruppen sehr erfolgreich durchgesetzt und Privilegien für sich geschaffen. Hier sind regulierte Märkte entstanden und nur so kann man das Problem angehen. Diese Gruppen haben sich organisiert, sind für ihre Interessen eingetreten – nicht nur in Bezug auf den schnöden Mammon.

Mehr Seite 21 ...

Altersvorsorge: Schmerzliche Lücken

Presseversorgungswerk mit weniger Rendite und sinkender Zahl versicherter Redakteure

Sie konnten der Öffentlichkeit und der Politik deutlich machen, dass sie ein wichtiges Gemeingut leisten, das schutzwürdig ist. Das ist ein Weg, nicht nur auf Armutsfestigkeit und Absicherung sozialer Risiken abzu zielen, sondern den Wert der Arbeit in den Vordergrund zu stellen.

Aktive Rolle

Der ver.di-Vorsitzende Frank Bsirske sieht eine aktive Rolle seiner Gewerkschaft „für uns alle, die wir uns daran machen wollen, das Erarbeitete in den politischen Raum hinein zu übersetzen und für die Durchsetzung der Konzepte einzutreten.“ Veronika Mirschel ■



Lieber frei als arbeitslos

Ratschläge von Götz Buchholz

Arbeitslosigkeit muss kein demütigendes Schicksal sein. Wer ohnehin mit der Idee liebäugelt, sich selbstständig zu machen, kann die Arbeitslosigkeit nutzen, um die freie Arbeit auszuprobieren, Kontakte zu knüpfen, das eigene Geschäft aufzubauen.

Und wer den Schritt dann wirklich wagt, dem hilft das Arbeitsamt mit beachtlichen Beträgen.

■ Nebenher frei arbeiten – der Standardweg

Wer Arbeitslosengeld bezieht, darf nebenher frei arbeiten. Allerdings: Das Geld, das man dabei verdient, wird (nach Abzug von Betriebsausgaben und Steuern) bis auf einen kleinen Freibetrag vom Arbeitslosengeld abgezogen. Der beträgt ein Fünftel des Arbeitslosengeldes, mindestens aber 165 Euro im Monat. Und: Wer die „Neben“tätigkeit auf 15 Stunden oder mehr pro Woche ausdehnt, ist nicht mehr arbeitslos und bekommt gar kein Arbeitslosengeld mehr.

■ Beim Arbeitsamt abmelden – die Lösung für größere Aufträge

Wer nicht nur einzelne kleine Artikel nebenher schreiben will, meldet sich für freie Aufträge lieber vorübergehend beim Arbeitsamt ab. Ist der Auftrag erledigt, meldet man sich wieder arbeitslos.

Vorteil: Man „verbraucht“ in dieser Zeit keinen Anspruch auf Arbeitslosengeld, kann das Honorar ohne Anrechnung auf das Arbeitslosengeld ungekürzt behalten – und spart sich eine Menge Bürokratie. Aber Vorsicht: Wer dieses Verfahren exzessiv betreibt, kann den Anspruch auf Überbrückungsgeld und Existenzgründungszuschuss verlieren, denn diese Gelder gibt es nur für die Neuaufnahme einer selbstständigen Tätigkeit. Sprecht also vorher offen mit der Sachbearbeiterin darüber – in ihrem Ermessen liegt am Ende die Entscheidung.

■ Nebenverdienst ohne Anrechnung

Eine schöne Ausnahmeregelung gilt für Leute, die schon als Angestellte nebenher selbstständig waren: Journalisten etwa, die im letzten Jahr vor der Arbeitslosmeldung mindestens zehn Monate lang regelmäßig und nachweisbar (z.B. durch Abdrucke oder Steuererklärung) nebenher frei gearbeitet haben, dürfen das als Arbeitslose weiter tun. Das Honorar aus einer solchen „Fortführung einer selbstständigen Tätigkeit“ gilt, solange es nicht höher als das zuvor nebenberuflich erzielte Honorar ist und die Tätigkeit unter 18 Stunden pro Woche bleibt, nicht als Nebeneinkommen und wird somit nicht auf das Arbeitslosengeld angerechnet – auch wenn es ein vierstelliger Betrag ist (§ 118 Abs. 3 und §141 Abs. 3 SGB 3).

■ Überbrückungsgeld als Hilfe

Wer sich richtig und endgültig selbstständig machen will, dem kann das Arbeitsamt als Starthilfe 26 Wochen lang Überbrückungsgeld in Höhe des Arbeitslosengeldes sowie einen pauschalen Zuschuss zur Sozialversicherung in Höhe von etwa zwei Dritteln des Arbeitslosengeldes zahlen. Bedingung: Die Existenzgründerin muss Anspruch auf Arbeitslosengeld oder -hilfe haben und die Bescheinigung einer „fachkundigen Stelle“ (z.B. des ver.di-Landesbezirks) vorlegen, dass die angestrebte Existenzgründung „dauerhaft tragfähig“ zu sein verspricht. Den Antrag kann man schon vor dem Ende des Arbeitsverhältnisses stellen, so dass man im günstigsten Fall nach einer Kündigung nahtlos in die staatliche geförderte Selbstständigkeit wechseln kann. Einziger Haken: Auf Überbrückungsgeld besteht kein Rechtsanspruch. Die Selbstständige in spe muss das Arbeitsamt schon überzeugen, dass dieses Geld bei ihr gut angelegt ist.

■ Existenzgründungszuschuss Ich-AG

Alternativ zum Überbrückungsgeld gibt es neuerdings den Existenzgründungszuschuss. Der wird bis zu drei Jahre lang gezahlt, dafür in deutlich niedrigeren Monatsraten: im ersten Jahr 600 €, im zweiten 360 € und im dritten Jahr 240 € pro Monat. Einzige Bedingung: Man muss bereits Arbeitslosengeld oder -hilfe beziehen. Im Unterschied zum Überbrückungsgeld besteht auf den Existenzgründungszuschuss ein Rechtsanspruch – d.h. man kann ihn einklagen. Ein Nachweis über die „Tragfähigkeit“ der Ich-AG wird nicht verlangt, und auch sonst ist das Verfahren erfreulich unbürokratisch. Wer diesen Zuschuss beantragt, bekommt ihn ohne weitere Nachweise zunächst für ein Jahr. Bleibt der Gewinn in diesem Jahr unter 25.000 €, wird der Zuschuss um ein weiteres Jahr verlängert.

■ Weiterbildung – das Arbeitsamt hilft

Zeiten der Arbeitslosigkeit lassen sich auch zur Verbesserung der eigenen Qualifikation nutzen. Wenn eine Bildungsmaßnahme die Vermittlungschancen erhöht, kann das Arbeitsamt die Kursgebühren und Fahrtkosten, die Kosten einer auswärtigen Unterbringung, Kinderbetreuungskosten sowie ein Unterhaltsgeld in Höhe des Arbeitslosengeldes bezahlen. Vorschläge sollte man dem Arbeitsamt durchaus selber ma-

chen. Allerdings fördert das Arbeitsamt kein Studium oder Aufbaustudium; die Kurse der journalistischen Fortbildungseinrichtungen kommen nur in Frage, sofern sie beim Arbeitsamt eingereicht sind.

■ Wenn es nicht klappt?

Wer mit der freien Arbeit scheitert, kann sich wieder arbeitslos melden. Meist gibt es dann sogar wieder Geld: Das Arbeitslosengeld, das zum offiziellen Beginn der Selbstständigkeit noch „übrig“ war, verfällt erst vier Jahre nach dem ersten Antrag. Und da weder das Überbrückungsgeld noch der Existenzgründungszuschuss diesen Anspruch mindern (Unterhaltsgeld wird zur Hälfte angerechnet), steht einem der Rest dann immer noch zu.

■ Weitere Informationen:

- „Ratgeber Freie – Kunst und Medien“: Das Standardwerk von ver.di mit allen Informationen, die zur freien Arbeit nötig sind. Bezugsquellen auf www.ratgeber-freie.de.
- www.mediafon.net: Weitere Informationen zu Detailfragen. Z.B.: Was ist günstiger – Überbrückungsgeld oder Existenzgründungszuschuss?
- „Arbeitslos – was tun“: Ein neues Faltblatt der dju für arbeitslose Journalistinnen und Journalisten.
- www.gruenderoffensive.de: Ein kostenloser Internetkurs von akademie.de zur Existenzgründung aus der Arbeitslosigkeit.

Abb.: Rainer Hachfeld



Personalabbau geht weiter

„Frankfurter Rundschau“: Bis Ende 2004 müssen bei der „FR“ weitere 130 Arbeitsplätze abgebaut werden, wenn sich die Anzeigenmärkte nicht erholen. Wie der neuerliche Abbau erfolgen soll, wird zwischen Geschäftsleitung und Betriebsrat noch zu verhandeln sein. Denn im Gegenzug für eine befristete freiwillige Gehaltsminderung sind bis Ende 2004 betriebsbedingte Kündigungen ausgeschlossen. Die Beschäftigten hatten bei verkürzter Arbeitszeit Lohn- und Gehaltseinbußen hingenommen. 2005 will der Betrieb zu Vollzeit und Vollzahlung zurückkehren.

Bonner „General-Anzeiger“:

Betriebsrat und Geschäftsführung des Bonner „GA“ haben sich auf einen Sozialplan für den weiteren Personalabbau von bis zu 65 Beschäftigten geeinigt, darunter bis zu neun Redakteure. Die telefonische Anzeigenaufnahme, die Anzeigenerfassung und der Erfassungspool im Bereich Technik mit zusammen mehr als 50 Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern werden komplett geschlossen, die Arbeiten werden an Fremdfirmen vergeben. Die Mitarbeiterzahl des GA wird dadurch voraussichtlich auf rund 430 sinken. Mehr als die Hälfte der betriebsbedingt gekündigten Mitarbeiter wechselte freiwillig in eine Beschäftigungs- und Qualifizierungsgesellschaft. Ihr Einkommen wird vom GA-Verlag auf 83 Prozent der letzten Monatsbezüge aufgestockt. Außerdem erhalten sie eine Abfindung.

„Frankfurter Allgemeine Zeitung“: Bei der „FAZ“ geht der Personalabbau weiter. In einer Betriebsversammlung am 24. Juni 2003 (der ersten seit langem) wurde die „dritte Welle“ verkündet. Noch einmal 100 Arbeitsplätze sollen abgebaut werden, auch über den Weg betriebsbedingter Kündigungen. Je zur Hälfte soll es sich um Redakteurinnen und Redakteure und um Verlagsangestellte handeln. Die ersten Kündigungen wurden noch „rechtzeitig“ vor dem Quartalsende ausgesprochen. Als Grund wurde von der Geschäftsleitung angegeben, die Quartalszahlen hätten noch unter den ohnehin pessimistischen Prognosen gelegen.

Burkhard Rexin/wen ■

Designers Union gegründet

Lage-Hörste. Die Vereinte Dienstleistungsgewerkschaft hat in Lage-Hörste die „designers union – Berufsgruppe Grafikdesign und Mediengestaltung in ver.di“ gegründet. Auch diese kleinere Berufsgruppe könnte damit die Durchsetzungskraft einer Großorganisation nutzen, so den kompetenten Rechtsschutz oder die Tarifpolitik, so ver.di-Vize Frank Werneke. Im Mittelpunkt der Angebote der designers union stehen die berufsfachlichen Interessen ihrer Mitglieder. Die designers union bietet u.a. Ratgeberliteratur und Bildungsveranstaltungen an. Infos:

www.designers-union.de ■

Neue Tarifrunde für Redakteure

Berlin. Der Gehaltstarif für Redakteurinnen und Redakteure an Tageszeitungen ist zum 31. Juli gekündigt. In den kommenden Verhandlungen wird eine Anhebung im Volumen des jüngsten Druck-Tarifabschlusses verlangt. (1,5 und 1,7% mehr Lohn für 2003 bzw. 2004). Die dju fordert außerdem einen Tarifvertrag zur Beschäftigungssicherung für Verlage, die nachweislich in einer wirtschaftlichen Notlage sind. Seit Jahresbeginn ist der Manteltarif für Tageszeitungsredakteure gekündigt. Nur noch in der Nachwirkung gibt es also bis zu 35 Urlaubstage und 75 Euro für den Sonntagsdienst. Angeblich wollen die Verleger die Sechs-Tage-Woche einführen, eine Berufsjahresstaffel und die Jahresleistung abschaffen. Voraussichtlich kommt es im September zu ersten Verhandlungen über den Manteltarif. Da gibt es diverse Verbesserungsvorschläge seitens der dju: Die Online-Redakteure sollen eindeutig in den Geltungsbereich des Manteltarifs einbezogen werden. Die Jahresleistung muss wieder auf 100 Prozent eines Monatsgehalts steigen. Und der seit Jahrzehnten unveränderte Sonntags-Zuschlag muss erhöht werden. Die 36,5-Stunden-Woche gilt es zu verteidigen und tatsächlich anzuwenden: Zur anstehenden Manteltarif-Runde beginnt noch im Sommer eine Informationskampagne mit Fragebögen, Plakaten und Flugblättern. Infos unter <http://dju.verdi-verlage.de> www.dju-online.de ■

Anhörung für Ministererlaubnis

Berlin. Im Streit um den Berliner Zeitungsmarkt hat Bundeswirtschaftsminister Wolfgang Clement am 8. September zu einer zweiten Anhörung eingeladen. Dabei geht es um den Verkauf der „Berliner Zeitung“ an den Holtzbrinck-Konzern, der in Berlin bereits den „Tagesspiegel“ besitzt. Das Bundeskartellamt hatte dies aus wettbewerbsrechtlichen Gründen abgelehnt. Daraufhin hatte Holtzbrinck bei Wirtschaftsminister Clement eine Ministererlaubnis beantragt. Vor einer möglichen Entscheidung sollte Holtzbrinck jedoch nachweisen, dass es für den „Tagesspiegel“ keinen Kaufinteressenten gibt, der in der Lage ist, die Zeitung dauerhaft als eigenständige publizistische Einheit zu führen. Über die Bewertung der damit beauftragten Investmentbank Sal. Oppenheim hat es in den Medien wiederholt Kritik gegeben. Spekulationen über mögliche Interessenten machten unentwegt die Runde. Sicher scheint zu sein, dass die Verlagsgruppe Bauer („Bravo“, „TV Movie“, „Neue Revue“) ein Angebot abgegeben haben soll. Mit einer Entscheidung wird im Herbst gerechnet. wen ■

Neues Bürgerfernsehen – Aus für Offenen Kanal

Hamburg. Das Bürgerfernsehen in Hamburg steht vor einem viel versprechenden Neuanfang, lief der Träger, die Hamburg Media School, verlauten. Bereits im Januar soll der „Bürger- und Ausbildungskanal“ seinen Betrieb aufnehmen. Alle Bürger seien eingeladen, sich mit Ideen und Konzepten an der Neugestaltung ihres Senders zu beteiligen. Zuvor hatte nach Informationen der Hamburgischen Anstalt für neue Medien (HAM) der Offene Kanal zum 1. Juli seinen Betrieb eingestellt (M7-8/2003 berichtete). Der seit 15 Jahren bestehende und erfolgreich agierende Sender war komplett abgewickelt worden, 15 Mitarbeiter hatten die Kündigung erhalten. Grundlage dafür war ein Ende Juni beschlossenes Gesetz zur Neuordnung des hamburgischen Medienrechts. HAM-Direktor Dr. Lothar Jene bedauerte, dass das Gesetz nicht „wenigstens einen geordneten Betriebsübergang des Offenen Kanals auf die geplante Hamburg Media School“ vorgesehen habe. Und welche der im Juli abrupt endenden Sendungen im nächsten Jahr weitergeführt werden, ist unklar. wen ■

Die Deutsche Journalistinnen- und Journalisten-Union (dju), lädt ein zur Podiumsdiskussion

**Under Pressure:
Angriff auf Bürgerrechte und Pressefreiheit
im Namen der Sicherheit?**

11. September 2003 – 19.30 Uhr

DGB-Haus München, Großer Saal
Schwanthaler Straße 64, 80336 München

Einführungreferat: „Sicherheit – für wen? Auf dem Weg in den autoritären Sicherheitsstaat“ von Rolf Gössner, Rechtsanwalt und Präsident der Internationalen Liga für Menschenrechte

Es diskutieren: Sabine Leutheusser-Schnarrenberger, Vorsitzende der FDP Bayern, Susanna Tausenfreund, Innenpolitische Sprecherin von Bündnis 90/Die Grünen im Landtag Peter Paul Gantzer, Polizeisprecher der SPD-Landtagsfraktion, Ludwig Spaenle, CSU-Landtagsabgeordneter, Mitglied des Medienrats

Moderation: Thies Marsen und Michael Backmund

Das aktuellste Beispiel für geplante Einschränkungen der Pressefreiheit: In Bayern soll nach der Landtagswahl das Polizeiaufgabengesetz so verschärft werden, dass – neben anderen Berufsgruppen – auch Journalisten „präventiv“ abgehört werden dürfen.

Infos unter:

www.dju-bayern.de – www.dju-bund.de – www.dju-campus.de

Kritik viel zu brav

„Internetsperrung“
in «M» 6/2003

Wir freuen uns über Briefe. Vor allem über kurze. Wir wollen möglichst viele zu möglichst vielen Themen. Deswegen müssen wir manchmal Leserbriefe kürzen. Wir bitten um Verständnis.

Anschrift der Redaktion:
**Bundesvorstand
ver.di
Redaktion M
Menschen – Machen
– Medien
Potsdamer Platz 10
Haus 4
10785 Berlin**

E-Mail:
Karin.Wenk@verdi.de
Fax: **030 / 69 56 36 76**

So etwas Braves zur Zensur im Internet habe ich in «M» schon lange nicht mehr gelesen. Da wird lautstark gegen die Internetsensur in China («M» 01–02/03 S.26) und Tunesien gewettert, aber wenn es dann mal hierzulande zur Sache geht, heißt es: Och, ist doch nicht so schlimm, es richtet sich doch nur gegen die ekligen Rechten. Das ist Fehler Nummer 1, denn Regierungspräsident Büssow schwebten in einem Interview „so etwa 50.000 Internetangebote“ vor, die er in Zukunft gerne sperren lassen möchte. Aus anderen Ländern kennen wir auch schon die Reihenfolge, in der das geschieht, die Büssow auch genauso in nebelwerfenden Worten im SZ-NRW-Teil (Ausg. 27/03) benennt: erst „Schmutz und Schund“ (Jugendschutz!), dann das Anarchische und Linksradikale, dann das Regierungskritische allgemein und irgendwann sind auch wir Gewerkschaftler dran ...
Letzteres sollte sich auch der DGB-Landeschef von NRW Walter Haas einmal vergegenwärtigen, der am 27. Januar in der Landespressekonferenz brav dem Regierungspräsidenten sekundierte und das mit folgenden Worten (Auszug): „Der DGB NRW hat daher alle anderen in der Bundesrepublik zuständigen Behörden schriftlich aufgefordert, dem Regierungspräsidenten zu folgen und ihn zu unterstützen. ... Mehr Materialien zu dem Thema gibt es bei www.odem.org, deren intensivere Lektüre der M-Redaktion und den Lesern empfohlen sei. Schließlich stirbt Freiheit immer zentimeterweise. Also besser aufpassen!

Ingo Heidinger, per E-Mail

Unbeantwortete Frage

„Können Reporter und Politiker Freunde sein?“ in «M» 7–8/2003

Ach, der Autor hat ja so Recht – ein unabhängiger Journalismus setzt eine gründliche Recherche voraus. Warum aber wurde diese Frage in dem Artikel „Können Reporter und Politiker Freunde sein?“ unbeantwortet gelassen, obwohl die Antwort leicht zu recherchieren war? Der Autor fragt sich, was „da zu erwarten sei“, wenn – wie an der FH Hannover – der PR- und Journalistennachwuchs in den ersten vier Semestern gemeinsam studiere. Tja, was ist da wohl zu erwarten? Fragen Sie doch mal nach. Vielleicht hätte der Autor ja herausgefunden, dass diese Aussage auch nicht stimmt?
P.S. Eine Seite nach diesem Artikel in M 7–8 steht ein diskussionswürdiger Satz: „Auch Journalisten in Medien sind Auftragsjournalisten“.

Ulli Gröttrup, per E-Mail

Kompliment für unbequemen Bericht

„Sir Alfred, die Geschichte und die Nazis“ in «M» 7–8/2003

Großes Kompliment für den Artikel „Sir Alfred, die Geschichte und die Nazis“ Ihres Autoren Ingo Niebel. In der deutschen Zeitungslandschaft gibt es nicht viele Printmedien neben «M», die es sich erlauben (können) unbequem und sauber recherchiert über das Verlagshaus DuMont zu berichten. (sicher gibt es die „junge welt“ (zuletzt mit Beiträgen von Peter Kleinert zur Verleihung des Wächter-Preises an den „Kölner Stadt Anzeiger“ und auch die „taz“ mit ihrem Kölnteil, die sich manchmal was traut – beide Zeitungen sind deswegen wich-

tig). Die Kölner Zeitungslandschaft und damit die öffentliche Meinung ist vom heutigen Verleger abhängig und maßgeblich beeinflusst. Und das nicht nur in der aktuellen Berichterstattung, sondern auch in der Aufarbeitung – oder besser: Nicht Aufarbeitung der Vergangenheit. In den DuMont-Medien tauchte bislang die Verleihung des Kriegsverdienstkreuzes 1. Klasse mit Schwertern an Kurt Neven DuMont mit keinem Wort erwähnt auf. Lediglich eine kleine, unabhängige Initiativenzeitung „Das Kölner Volksblatt“ (mittlerweile eingestellt) berichtete darüber. Zur Einordnung: Seinerzeit war ich Redakteur des „Kölner Volksblatts“. Umso mehr begrüße ich das Engagement des Kollegen Ingo Niebel, der in die Untiefen hinabtauchte, um Licht in die schönbeschriebene Vergangenheit der DuMonts zu bringen.

Wolfgang Jorzik, per E-Mail

Einmal gut und einmal nicht so gut

„Mehr Objektivität“ und „Konservative Stimmungsmache für gute Quoten“ in «M» 7–8/2003

Den Eingangsartikel von der Kollegin Gitta Düperthal „Mehr Objektivität“ fand ich sehr gut, weil er an Agnoli erinnert und verständliche Beispiele dafür liefert, wie schnell sich Journalisten zu sehr einlassen können auf fertige PR-Texte und Staatsrason.
Den Text von Gerti Schön „Konservative Stimmungsmache für gute Quoten“ fand ich nicht so gut, weil er zum Teil unverständlich und unpräzise geschrieben und redigiert wurde. Gerade der Einstieg ist mir unverständlich: Ist O'Reilly jetzt konservativ oder liberal? Wenn ersteres, dann müsste der ironisch gemeinte Begriff „aufklärerisch“ im nächsten Satz in Anführungszeichen stehen. Wie kann man schreiben „Er ist einer jener frustrierten Liberalen Amerikas, die sich zu lange für die Sache aufgerieben haben, ohne dass sich irgend etwas geändert hat.“ Sollte das lustig sein? Ich hoffe, Eric Altmann kriegt das niemals zu lesen. Der Beginn des nächsten Absatzes „Nun soll eine neue Idee ...“ lässt ahnen, dass der Anlass für diesen Artikel bereits Monate zurück liegen muss, sonst wäre ein genaueres Datum, ein aktueller Bezug genannt worden. In der dritten Spalte oben fangen drei Sätze hintereinander mit „Und“ an. Danach heisst es, „...wenn sich die Amerikaner traditionell um die Flagge versammeln...“ was soll das denn bedeuten? Machen die Amerikaner immer alles zusammen, gibt es da keine Unterschiede?

Oliver Numrich, per E-Mail

**Seminar für Betriebsräte aus Tendenzbetrieben
– Zeitungs- und Zeitschriftenverlage –**

29.9. bis 1.10.03 (Anreise 28.9. abends)

Das Seminar findet statt im:

ver.di Institut für Bildung, Medien und Kunst
Teutoburger-Wald-Straße 105, 32991 Lage-Hörste
Anmeldung über: ver.di Bildung und Beratung,
Büro Berlin, Köthener Str. 44, 10963 Berlin
Fax: (030) 693 99 89 25
Seminar nach § 37.6 BetrVG

Referenten: Thomas Meyer-Fries
Christian Stupka
Seminarleitung: Uli Janßen

Themen:

- Der Tendenzbegriff im Betriebsverfassungsgesetz
- Informationsbeschaffung und -auswertung in wirtschaftlichen und personellen Angelegenheiten
- Beteiligungsrechte des Betriebsrats bei personellen Einzelmaßnahmen unter Berücksichtigung des Tendenzschutzes – Beteiligungsrechte des Betriebsrats bei der Personalplanung
- Typische Beschäftigungsformen in Medienbetrieben
- Beteiligungsrechte des Betriebsrats bei der Beschäftigung und Gestaltung von Arbeitsbedingungen freier Mitarbeiter und ähnlicher Beschäftigungsverhältnisse

**Weitere Informationen, ausführlicher Seminarplan und Anmeldeformular
unter: www.dju.verdi.de/Termine**

Nachholbedarf für Public Affairs?

Widersprüche eines PR-Profis

In seinem Beitrag „Auftrags-Journalisten“ und journalistisches Selbstverständnis (M 7–8/2003) beschreibt Eberhard B. Freise ein seiner Ansicht nach zentrales Problem für „seriöse“ Public-Relations-Arbeit: die Kommerzialisierung der Massenmedien. Von den für die Ausbildung von PR-Beratern zuständigen Einrichtungen fordert er, sich verstärkt damit auseinanderzusetzen. In dieser Aussage steckt ein immanenter Widerspruch. Immerhin ist die Kommerzialisierung der Medien die Grundlage jeglicher PR-Arbeit.

Die Entwicklung der kommerziellen Massenpresse, heißt es in „Strukturwandel der Öffentlichkeit“ von Jürgen Habermas (1962), basiert zum einen auf der Erhöhung der Produktion und des Absatzes von Pressezeugnissen, zum anderen auf der Ausweitung des Anzeigengeschäfts. Die Konkurrenz auf dem Zeitungs- und Anzeigenmarkt befördert Prozesse der Kapitalkonzentration in deren Folge Pressemonopole entstehen. Vormalig unabhängige Redaktionen verlieren ihre Selbständigkeit, während gleichzeitig die Anzeigenkunden immer mehr Einfluß gewinnen. Die „privilegierten Privatinteressen“ des Medienunternehmers finden schließlich ebenso wie die der Werbekunden Eingang in die Berichterstattung. Die bürgerliche Öffentlichkeit ist nicht länger „Publikum räsionierender Privatleute“, sondern „Hof“, vor dem Repräsentation entfaltet wird. PR-Berater setzen dafür Inszenierungen und Imageproduktionen ein.

Selbstverständlich hat vor diesem Hintergrund, wie Freise richtig bemerkt, „derjenige PR-Profi ... mehr Medien-Chancen, der auch inseriert oder Sendungen sponsert“. Das allerdings ist nicht nur ein alter Hut, sondern auch seit vielen Jahren Common sense in der PR-Szene: Carl Hundhausen, der als Gründer Vater der deutschen PR-Schule gilt, wurde in den fünfziger Jahren von Krupp damit beauftragt, das in der Öffentlichkeit vorherrschende Bild vom Kriegsverbrecher-Konzern in ein ausschließlich positives Image zu

transformieren. Die von ihm entwickelte Strategie, die Vergabe von Anzeigenaufträgen an eine Krupp-freundliche Berichterstattung zu knüpfen, war erfolgreich.

Diese und andere Erkenntnisse der PR-Profis hat sich die Politik längst zu eigen gemacht, weshalb Politiker insbesondere in Wahlkampfzeiten vermehrt von Spin-Doctoring, „Show und Spektakel“ Gebrauch machen. Freise kritisiert diese Entwicklung vehement: Gegen die von Politikern angewandten „Instrumente von Demagogie, Diktatur und Totalitarismus“ haben seiner Ansicht nach „seriöse Profis der politischen Öffentlichkeitsarbeit, die auf Argumente und Überzeugung setzen“, keine Chance. Als Gegenmittel empfiehlt er den Ausbau des PR-Bereichs „Public Affairs“, worunter er die „Einflußnahme auf öffentliche Angelegenheiten, auf die Tätigkeit der öffentlichen Hand“ versteht.

Vorbildhaft erscheint Freise in diesem Zusammenhang der Frankfurter PR-Unternehmer Moritz Hunzinger, von dessen „politischer Kontaktarbeit“ sich jedoch selbst „namhafte PR-Chefs“ lieber „schamhaft distanzieren“ hätten, anstatt sie „mannhaft zu verteidigen“. In der Tat hat Hunzinger Erfolge vorzuweisen: Nach der Bundestagswahl 1998 gelang es ihm, seine Auftraggeber aus der Rüstungsindustrie mit sozialdemokratischen und grünen Spitzenpolitikern zusammenzuführen, wofür letztere Spenden, Honorare, einen Kredit oder eine persönliche Imageberatung erhielten. Großen „Nachholbedarf für Public-Affairs-Arbeit und politische Lobby“ sieht Freise insbesondere bei denjenigen gesellschaftlichen Gruppen, die hierzulande „in den politischen Entscheidungsgremien überhaupt nicht vertreten sind“. Nur – wen meint er damit? Alte, Kranke, Arbeitslose und Sozialhilfeempfänger dürften – ganz im Unterschied zur Rüstungsindustrie – kaum das nötige Kleingeld haben, um sich „Auftrags-Journalisten“ zu halten. Der PR-Nachwuchs wird also wohl auch in Zukunft traditionelle Wege beschreiten müssen. Peer Heinelt ■

Horst Leroi ist tot

Er starb im Alter von 61 Jahren am 1. Juli 2003

Die Nachricht hat viele Kolleginnen und Kollegen tief erschüttert. Horst war einer, der die Arbeit dieser Gewerkschaft über viele Jahre mit Leidenschaft und einem klaren Blick für praktische Lösungen mitgestaltet hat. 2001, als die Deutsche Journalistinnen- und Journalisten-Union in der IG Medien 50 Jahre alt war, gehörte er bereits seit 40 Jahren dazu. 1968 hatte er die Meisterprüfung zum Schriftsetzer abgelegt. Bald reichte es ihm nicht mehr, die Texte anderer Leute in Blei zu gießen; er fand den Weg in den Journalismus. Von 1977 bis 2001 leitete der eingefleischte MSV-Fan die Sportredaktion der Neuen Ruhr-Zeitung Duisburg.

Schon als Lehrling wurde er Mitglied der Gewerkschaft Druck und Papier. Blieb bis zuletzt auch innerlich ein „DruPa“-Mann, ein Handwerker der „schwarzen Kunst“. Der schöne Bücher liebte und korrekt gestaltete Seiten. Der jungen Leuten nicht nur kritisches Fragen, sondern auch die Rechtschreibung nahe brachte. 1973 schloss die NRZ die ersten Lokalredaktionen. 1976 musste Horst – nun Mitglied des Betriebsrats – erleben, wie „seine“ NRZ vom WAZ-Konzern „geschluckt“ wurde. Seither hat er sich eingemischt. Hat als Betriebsratsvorsitzender über viele Jahre die Interessen der NRZ-Kollegen vertreten. „Nur Zuseher war nicht mein Geschäft – meistens nicht zur Freude der Chefredaktion und der Verlagsbosse“, umriss er selbst seine Rolle im Alltag. Doch sein beherrschter Einsatz für andere, ehrlich und uneigennützig, fand Respekt bei allen.

Im März 2001, an seinem 59. Geburtstag, trat er vorzeitig in den (Un-)Ruhestand. Nahm sich vor, künftig weniger Stress, dafür mehr Schönes zu erleben. Ohne Arbeit – das ging. Ohne Gewerkschaft – das ging für ihn nicht. So wirkte er tatkräftig weiter in all' den Gremien, zu deren Stammbesetzung er gehörte. Schwer zu glauben, dass Horst nun fehlt. Uns in der Tarifkommission, der Verhandlungskommission der Redakteure, im Gewerkschaftsrat, im Landesbezirk NRW, im Bezirksvorstand, im Ortsverein – überall hat er, der lustvolle Streiter, die Debatte gern mit bestimmt - mal bissig bis ernst, meist aber mit einem Augenzwinkern zum mahnenden Zeigefinger. Und mit diesem offenen Jungenlachen, wenn ihm mal wieder ein Coup gelungen war.

Dass er schwer krank war, wussten viele. Dass er mit aller Kraft versuchte, der Krankheit zu trotzen, haben wir erlebt. Haben mit ihm gehofft, dass seine Kraft und seine Lebenslust stärker sind. Dass er die vielen Pläne, die er mit Sigrid, seiner Frau, schon geschmiedet hatte, würde verwirklichen können. Doch gegen die Krankheit konnte er, der äußerlich so Unerschütterliche, nicht gewinnen. Wir werden ihn sehr vermissen.

Sigrid Krause

Foto: Jürgen Seidel

Teststart mit Einwürfen

dju-Debatte über aktuelle Sprachverwirrung

Die Idee war Klasse, das Podium fast ausschließlich hochkarätig besetzt, die Zuhörerschaft überdurchschnittlich interessiert. Und doch wollte nach dreistündiger Debatte keine rechte Zufriedenheit aufkommen. Die Diskussionsveranstaltung „Schönreden oder Schlechtschreiben?“ über die Sprache der Wirtschafts- und Sozialpolitik in Zeiten der „Agenda 2010“, zu der die dju mit weiteren ver.di-Bereichen nach Berlin eingeladen hatte, darf eher als Teststart gewertet werden.

„Rolle und Verantwortung der Journalistinnen und Journalisten im politischen Zeitgeschehen“ sollten den besonderen Diskussions-schwerpunkt bilden. Ein nicht nur löbliches, sondern angesichts der „schroffsten Veränderungen“, die der Bundesrepublik Deutschland in den vergangenen fünfzig Jahren „zugemutet werden“ (Nagel), sogar dringliches Unterfangen. Der Kulturwissenschaftler und Theatermann Prof. Ivan Nagel, der sich im Frühjahr mit mehreren Beiträgen zu aktuellen Sprachverwirrungen im Feuilleton der „Süddeutschen Zeitung“ zu Wort gemeldet hatte, lieferte die profunde Diskussionsgrundlage.

Eckart Spoo, einst Vorsitzender der dju, bemühte sich wie Nagel ernsthaft um Zustandsbeschreibung, darüber hinaus auch um die Suche nach Ursachen in grundlegenden ökonomisch bedingten Strukturen und nach gesellschaftlichen Alternativen. Moderator Alfred Eichhorn vom „InfoRadio“ Berlin-Brandenburg agierte professionell und konnte nicht umhin, mitunter aus der Rolle zu steigen und eigene journalistische Erfahrung zu vermitteln.

Fehlende Kontroversen

Soviel zum Positiven. Alles Weitere ist mit Einwänden behaftet. Das Hauptproblem: „Unser Geschäft hier ist Sprachkritik“ hatte Ivan Nagel postuliert. Da es aber um Sprache im Bereich Wirtschaft und Soziales, um ein ganzes „Falschwörterbuch der Sozialreformen“ ging, wo von der „Reform“ über „die Wirtschaft“ und eigentlich klar definierte Begriffe wie „Lohnnebenkosten“ bis hin zu euphemistischen Fügungen im Stile der „Flexibilisierung des Arbeitsmarktes“, „Diffe-

renzung der Lohnstrukturen“ oder „Eigenverantwortung der Arbeitnehmer“ quasi alles zu hinterfragen sei, war Abgrenzung eine Gratwanderung.

Nur selten gelang sie. Über weite Strecken wurde über wirtschaftliche Hintergründe, Tendenzen, politische und unternehmerische Schein- und Sachzwänge mehr debattiert als über ihre angemessene sprachliche Benennung und Erläuterung in den Medien. So hatte auch Dr. Bernhard Seidel, vom Deutschen Institut für Wirtschaftsforschung, eher aktuelle Probleme der Volkswirtschaftslehre (so die Rolle des Flächentarifs) zu referieren als auf Fragen ihrer sprachlichen Darstellung zu antworten. Das lag freilich auch an den Fragestellern. Gestandene Medienleute und journalistische Praktiker bildeten darunter die Minderheit. Und diese verkniff sich teilweise sogar noch Meinungsäußerungen – aus Rücksicht darauf, wie unkritisch eine Kollegin aus der Parlamentsredaktion des „Berliner Tagesspiegel“ auf dem Podium die gesellschaftliche Rolle von Journalisten und Medien im „Agenda-2010“-Alltag beschrieb.

Verantwortung angemahnt

Wo auf Kontroverse verzichtet wird, fehlt der Debatte die Würze. Zumindest dem Satz der Tagesspiegel-Redakteurin, dass „viel zu wenige Journalisten ökonomische Zusammenhänge wirklich hinterfragen“, stimmten Podium und Zuhörer mehrheitlich zu. Spoo forderte „gründliches Nachdenken auch über das Vokabular“ und mahnte die Verantwortung jedes einzelnen Journalisten an. Eine Diskussionsrednerin gab zu bedenken, dass Politiker momentan der Öffentlichkeit die scharfen sozialen Einschnitte „eigentlich nicht vermitteln“ und dass es so auch „Journalisten schwer gemacht wird, an die Kernfragen zu kommen“. Bei der nächsten Debatte – es ist an eine regelmäßigen Veranstaltungsreihe gedacht – sollte noch mehr Sorge dafür getragen werden, dass die Einladung auch die erreicht, die die Problematik direkt betrifft. Zum Wesen des Themas vorzudringen und seine verschiedenen Facetten streitbar zu beleuchten, dürfte dann leichter fallen.

Helma Nehrlich ■



Aktiv werden oder kuscheln?

Junge Medienmacher in Köln und der „Traumberuf“

„Die Medien gehen baden – ohne uns“ titelten die jungen Medienmacher in ihrer Veranstaltungszeitung „politik orange“ voller Optimismus. „Medien in der Krise – hier geht's raus“ hatte die Jugendpresse Deutschland ihre Jugendmedientage 2003 in Köln vom 20 bis 22. Juni überschrieben.

In den Gesprächen rund um den Stand des dju-Hochschulprojekts und in den Panels waren aber auch verzagtere Töne zu hören: Schwierigkeiten bei der Praktikumssuche, Mini-Honorare für freie Mitarbeit, Abbau von Volontariatsplätzen, hoher Numerus clausus für Medienstudiengänge, alles dies sorgte für reichlich Diskussionsstoff bei den rund 450 in Schüler- und Studentenmedien aktiven jungen Leuten, die zu diesem Treffen aus allen Regionen Deutschlands angereist waren.

Glaubwürdigkeitsverlust und Sensationsgier

Die Jugendpresse Deutschland hatte unter der Leitung des Kölner Andreas Menn (21) und des Franken Robert Rückel (19) insgesamt 40 Referentinnen und Referenten in die Kölner Fachhochschule eingeladen, darunter Micha Wagenbach, Redaktionsleiter des „ZDF-Mittagsmagazins“, Reinhard Hesse, Redenschreiber von Gerhard Schröder, oder den Konzernsprecher der Deutschen Bahn. Weit gespannt war entsprechend das Themenfeld dieser Veranstaltung, die auch von der Bundeszentrale für politische Bildung gefördert wird. Die Ausbildung in den „Traumberuf“, der drohende Glaubwürdigkeitsverlust des Journalismus durch eine Verschlechterung der Rahmenbedingungen für Qualitätsarbeit, die wachsende Vermischung von Journalismus und PR in Redaktionen waren ebenso Themen wie die Sensationsgier mancher Medien, die das Ansehen der ganzen Branche negativ beeinflussen.

Das Konzept der Jugendmedientage zielte stärker als bisher auf die jungen Medienmacher über 20 Jahren. „Damit stieg nicht nur der Altersdurchschnitt, sondern auch die Professionalität der Teilnehmer“, lautet das Fazit von Rückel. Viele Schülergruppen waren jedoch auch

zu Gast bei der „Generation M, Qualifizierungsforum Medien und Kommunikation“, die gleichzeitig auf dem Kölner Messegelände parallel zu den Jugendmedientagen stattfand, allerdings, wie das „medienforum nrw“ drei Tage länger dauerte. Shuttle-Busse versuchten eine Verbindung zu schaffen. Die Veranstalter zählten insgesamt 14.500 Besucher.

Einzelberatung an Ständen, Vorträge und offene Diskussionsforen, geschlossene Expertenrunden und Workshops prägten das Bild der „Generation M“, die allen Medienberufen galt. Der Fachbereich Medien, Kunst und Industrie war mit ehren- und hauptamtlichen Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern des Landesbezirks, des dju-Hochschulprojekts sowie mit connexx.av präsent.

Eine Expertenrunde zum Thema „Wieviel Branchenähe leisten (sich) Hochschulen? Welche Bildung braucht die Branche?“ zum immer wieder betonten notwendigen Praxisbezug in Medienstudiengängen zeigte, dass der Begriff schwammiger ist, als man meinen möchte. Auch weil „die Branche“ selbst, ein weites Feld unterschiedlichster Berufe und Unternehmen, den erwünschten Praxisbezug in der Ausbildung schwerlich gemeinsam zu benennen vermag.

Verlorene Leser zurückgewinnen

Um die Praxis im wahrsten Sinne des Wortes ging es eine Etage höher beim „medienforum nrw“, wobei der so genannte Zeitungstag besonders die Jugend ins Visier nahm. Von der „Generation Kuschel“ sprach der Kölner Psychologe Jens Lönneker, von einer Generation, die ganz stark in „Bindungsbiotopen“ lebe, „Nest-Netzwerke“ pflege und eher unpolitisch sei. Für die Tageszeitungen bedeute dies, die verlorene junge Leserschaft durch Dialog, Peer Groups, Tipps und Ratgeber sowie mehr Jugendberichterstattung „aus der Perspektive der Heimat vor Ort“ zurückzugewinnen. Die Zeitungen seien zu Gralshütern geworden, die vor Gefühlen zurückschreckten. Lönnekers nicht unumstrittener Tipp: „Weniger Gral, mehr banal.“

Susanne Stracke-Neumann ■



Foto: Martina Wagenknecht

Im Münchener Presseclub: Judika Baumann, Jochen Wegener, Dr. Klaus Arnold, Klaus Schrage, Susanne Stracke-Neumann und Petra Lezius (v.l.n.r.)

www.dju-campus.de

Hochschulportal der dju bringt Uni und Journalisten in Kontakt

Ab sofort ist das Hochschulportal der dju online. Unter www.dju-campus.de finden junge Journalisten nicht nur ausgewählte und kommentierte Links zu Ausbildungswegen in den Journalismus, zu Praktikums- und Jobbörsen, sondern auch Rat und Unterstützung durch Hochschullehrer und erfahrene Kollegen. Im Forum tauschen alle miteinander Ideen, Fragen und Antworten aus. In der Rubrik „Experten“ stehen Journalisten aus Presse, Hörfunk, Fernsehen und Internet für Fragen per E-Mail zur Verfügung.

„Wissen muss fließen“, hatte sich Klaus Schrage von den „Nürnberger Nachrichten“ gedacht, der das Portal im dju-Hochschulprojekt von ver.di erfunden hat. Gemeinsam mit Bernd Mann, dem bayerischen dju-Fachsekretär, und der Journalistenakademie in München entstand Zug um Zug ein Konzept für den Wissenstransfer in beide Richtungen: einmal von den Praktikern des Journalismus hin zu Studenten, die Einstieg in den Journalismus suchen oder bereits journalistisch arbeiten. Zum andern von den Hochschulen hin zu den Journalisten, die sich über aktuelle Trends ihres Fachs auf dem Laufenden halten wollen. „Den Bogen zwischen Wissenschaft und journalistischer Praxis zu spannen, das ist das Ziel“, sagte Susanne Stracke-Neumann vom dju-Hochschulprojekt bei der Präsentation des neuen Internetauftritts im Münchner Presseclub.

Studenten und angehende Wissenschaftler können auf www.dju-campus.de Diplomarbeiten und Forschungsberichte unter dem Punkt „Wissenschaft“ veröffentlichen. Hier finden sich beispielsweise Abstracts zum „Sportressort in der Tageszeitung“ oder zur Frage „Sensationspresse im Wandel?“. Klaus Arnold, Dozent für Journalistik an der Katholischen Universität Eichstätt-Ingolstadt und Projektpartner bei www.dju-campus.de, erklärt: „Unsere Diplomarbeiten bieten den Medienmachern strategisches Wissen“.

Eine Schwierigkeit sieht Jochen Wegener, mit www.jonet.org Partner des Portals, darin, junge Journalisten überhaupt zu erreichen. „Sie wollen meistens nicht als Auszubildende angesprochen werden, sondern als Profis“, meint der Online-Kommunikationsexperte. Susanne Stracke-Neumann bleibt gelassen: „Jetzt warten wir gespannt auf Hinweise, was junge Leute an Infos brauchen, wo der Schuh drückt und welche Art von Netzwerken, virtueller oder persönlicher Austausch, gefragt sind“.

Wer sich als Experte für Tipps per E-Mail zur Verfügung stellen möchte, kann das tun über das Hochschulportal oder direkt an susanne.stracke-neumann@verdi.de ■

Sex-Objekt und Dummchen oder harter Kerl



Welches Fernsehprogramm wünschen sich ver.di-Frauen? In einem Forum auf der Konferenz, das sich mit der „Macht der Bilder“, die das Fernsehen tagtäglich ausübt, auseinandersetzt, wurden klare Erwartungen geäußert: mehr selbstbewusste, innovative und kreative Frauen, solche, die auch Führungspositionen einnehmen und sich nicht über „ihre Männer“ definieren. Mit überholten Rollenbildern und Klischeevorstellungen soll endlich Schluss sein, und zwar in der Darstellung beider Geschlechter.

Mehr Regisseurinnen und Drehbuch-Autorinnen sollten zum Zuge kommen, damit mehr realistische Frauen- und auch Männerbilder künftig zu sehen sind, Frauen nicht immer wieder zu hilflosen Opfern, Sex-Objekten und Dummchen degradiert und Männer auf harte Kerle reduziert werden. Auf sexistische Werbung soll endlich verzichtet werden. Notwendig, so die Forderung, seien deshalb geschlechtergerecht besetzte Rundfunkaufsichtsgremien und mehr Frauen mit Entscheidungsmacht über Programme.

Im Rahmen eines einstimmig beschlossenen Leitantes aus Bay-

Bundesfrauenkonferenz fordert Gender in den Medien-Mainstream

ern, der sieben frauen- und gleichstellungspolitische Bausteine für ein ver.di-Grundsatzprogramm formulierte, wurde diesen Erwartungen eine politische Plattform (Baustein VI) gegeben.

Qualitätskriterien

„Insbesondere das Medium Fernsehen“, heißt es in dem Antrag, „spielt bei der Herstellung und Konstruktion von Geschlechterbildern eine zentrale Rolle“. Medien könnten „gesellschaftspolitische Ziele von Gewerkschaften, wie die Herstellung von Geschlechterdemokratie, unterstützen oder ihnen entgegensteuern.“ Damit „Geschlechtergerechtigkeit zum Programmgrundsatz und journalistischen Qualitätskriterium wird“, werden einige grundsätzliche medienpolitische Forderungen erhoben:

- Zwingende Vorschriften in den Rundfunk- und Landesmediengesetzen müssen für eine gleichberechtigte Beteiligung von Frauen in den Rundfunk- und Medienräten sorgen.
- Parteipolitischer Einfluss auf Rundfunkaufsichtsgremien soll zurückgedrängt werden.
- Die Gewerkschaften sollen entsprechend ihrer gesellschaftlichen Bedeutung mehr Sitze in den Rundfunkaufsichtsgremien erhalten
- Alle Mediengesetze sind auf geschlechtergerechte Programmgrundsätze und Sprache zu überprüfen.
- Die Medienkonzentration muss zugunsten größerer publizistischer Vielfalt, die auch Frauen mehr Chancen einräumt, eingedämmt werden.
- Die Gleichstellungsbeauftragten in den öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten sind zu stärken.
- Ein Gleichstellungsgesetz für die Privatwirtschaft muss her, damit auch die privatwirtschaftlich organisierten Medienunternehmen zu Gleichstellungsmaßnahmen verpflichtet sind.

Auf der Basis neuerer Untersuchungen zum Frauen- und Männerbild im Fernsehen und anderen Medien wurden Forderungen er-

hoben, die auf eine Änderung der Medieninhalte zielen. So beträgt der Frauenanteil auf dem Bildschirm im Durchschnitt nur 32 Prozent, Frauen werden vorrangig Themen wie ‚Familie‘ oder ‚Soziales‘ zugewiesen, als Kommentatorin oder Expertin treten sie kaum in Erscheinung, in drei Viertel aller Medieninhalte kommen sie überhaupt nicht vor, alternative Rollenbilder sind rar, eine geschlechtergerechte Sprache gibt es kaum.

ver.di muss Bildungsangebote anbieten, die Programme und Texte unter gender-politischen Aspekten beleuchten. Mit Hilfe von Gendertraining für Medienschaffende, aber auch für Zuschauerinnen und Zuschauer sowie Bildungsverantwortliche, können Nutzungsgewohnheiten sensibilisiert werden, so dass geschlechterungerechte Darstellungen, Klischees oder überholte Rollenbilder erkannt, eingeschätzt und Änderungen eingefordert werden können. Medien müssen Gender Mainstreaming zum Unternehmensgrundsatz machen und entsprechende Führungskräfte- und Mitarbeiterschulungen durchführen. Das Ziel ‚Geschlechtergerechtigkeit‘ gehört in Redaktionsgrundsätze, Programmplanung und Medienforschung. Nicht zuletzt sollte auch die gewerkschaftliche Zusammenarbeit mit Alternativmedien wie den „Freien Radios“, die häufig bereits gender-sensibilisiert arbeiten, verstärkt werden.

Impulsgebung

Dies alles umzusetzen, wird nicht einfach sein. Notwendig ist die Initiierung von Netzwerken und Kontaktgruppen aus Gewerkschaften, Medien, Parlamenten und anderen gesellschaftlichen Institutionen und Gruppen. Mit dem Antrag wollen die Frauen dazu aufordern, dass ver.di den gewerkschaftlichen Gender-Blick auf den Medienbereich, der so treffend auch ‚Bewusstseinsindustrie‘ genannt wird, schärft und Impulse für Veränderungen gibt. Ohne geschlechtergerechte Medien-Inhalte werden alle gewerkschaftlichen Bemühungen für Geschlechterdemokratie, konterkariert und behindert werden.

Christina Oberst-Hundt ■

Altersvorsorge: „Schmerzliche Lücken“

Presseversorgungswerk mit weniger Rendite und sinkender Zahl versicherter Redakteure – Ausdruck des Arbeitsplatzabbaus

Das Presseversorgungswerk (PVW) kann sich von der Wirtschaftskrise nicht abkoppeln. Im Gegenteil: Die Einbrüche in der Medien- und Werbebranche verschärfen eher noch die Problemlage der berufsständigen Altersvorsorge für Journalisten und andere Medienbeschäftigte. Das war das Fazit der Jahreshauptversammlung der PVW-Gremien im Juni in Straßburg.

Zum ersten Mal seit über 50 Jahren ist die Zahl der „obligatorischen“ Neuverträge (Versicherungen auf Grund der Tarifverträge für Redakteurinnen und Redakteure an Zeitungen und Zeitschriften) zurückgegangen. Nur noch 1420 Verträge wurden neu ausgestellt, das sind 39,2 Prozent weniger als 2001 (2335 Verträge). Auch die Gesamtzahl der versicherten Redakteurinnen und Redakteure ging erstmals zurück – Ausdruck des Arbeitsplatzabbaus. Bei den Tageszeitungen um 142 auf 15 264, bei den Zeitschriften um 60 auf 7 462. Selbst der Zuwachs bei den freiwillig Versicherten konnte das Minus der tarifvertraglich Pflichtversicherten nicht ausgleichen, konstatierte PVW-Geschäftsführer Dr. Gerhard Falk.

Die ganze Dramatik der Beschäftigungslage wird sich aber sicher erst in den Zahlen für 2003 zeigen, da viele Kündigungen in diesem Jahr wirksam werden. Insgesamt stellen die obligatorischen Versicherungen seit vielen Jahren nur noch die Minderheit im Vertragsbestand des Presseversorgungswerkes (rund 153 000 Versicherungen) dar. Den weitaus größten Anteil bilden die freiwilligen Versicherungen, die von freien Journalistinnen und Journalisten aber auch von den obligatorisch Versicherten freiwillig abgeschlossen worden sind. Den jährlichen Auszahlungen von 276 Millionen Euro stehen immerhin noch Einnahmen von 289 Mio gegenüber, wobei die Verlegerzuschüsse einen immer geringeren Teil ausmachen.

Auch sank aufgrund der niedrigen Kapitalmarktzinsen die Durchschnittsverzinsung aller Einlagen von 5,4 auf 5,22 Prozent. Die so genannte Nettoverzinsung, die auch die Abschreibungen u.a. auf Aktien berücksichtigt, lag 2002 bei 4,51

Prozent (im Vorjahr 6,11 Prozent). Das ist immerhin noch besser als der Branchendurchschnitt. Dazu hat auch – laut Finanzkommission – die Umschichtung bei Kapitalanlagen und die Kooperation mit RMC (Risk Management Consulting) seit Oktober 2001 als Berater beigetragen. Derzeit ist das PVW-Vermögen zu über 80 Prozent in festverzinslichen Wertpapieren angelegt. Die Aktienquote lag Ende 2002 nur noch bei 3,8 Prozent, soll aber mittels internationaler Substanzwerte bei sich verbessernder Marktlage erhöht werden. Es gebe, so der Chef der Finanzkommission Dr. Fred J. Zeyer, „keinen großen Berg stiller Lasten“. Auch darin stehe die Presseversorgung „besser da als andere Gesellschaften“.

Doch alles Eigenlob hilft nicht. Fakt ist, dass die abermalige Senkung der Gewinnbeteiligung Ende letzten Jahres viele Redakteure enttäuscht hat. Dr. Falk sprach offen von „schmerzlichen Lücken“, die sich besonders in den Ablaufleistungen bei Verträgen mit langen Laufzeiten zeigen. Immerhin liegt das PVW mit 5,3 Prozent Verzinsung noch über dem Branchendurchschnitt und in der Spitzengruppe aller Versicherer. Auch wenn dies nicht mehr den über lange Jahre gewohnten Werten von über sechs oder sogar sieben Prozent entspricht, bleiben angesichts der aktuell niedrigen Inflationsrate für die Versicherten in diesem Jahr eine Realverzinsung von über vier Prozent.

Neuer Garantiezins – Altverträge nicht betroffen

Ob die Gewinnbeteiligung auch für das kommende Jahr bei 5,3 Prozent gehalten werden kann, wird voraussichtlich im November festgelegt. Eines beschlossen die Gremien schon in Straßburg: Die 1998 für Einzahlungen geschlossene Versorgungskasse wird die laufenden Renten ab 2004 um 1,8 Prozent anheben, Kapitalanwartschaften um 2,3 Prozent (Gewinnzuteilung um 1,5 Prozent gesenkt). Die endgültige Entscheidung darüber wird aber erst Ende des Jahres getroffen. Durch den Beschluss des Bundesrates ist auch die Presseversorgung wie alle Lebensversicherer ver-

pflichtet, ab 1.1.2004 neue Verträge nur noch mit dem Höchstrechnungszins von 2,75 Prozent (Garantieverzinsung) abzuschließen. Altverträge sind davon nicht betroffen!

Freie ohne Zuschuss

Im Zusammenhang mit der bröckelnden Basis der Presseversorgung in Form der sinkenden Zahl obligatorisch versicherter Redakteure gab es in Straßburg auch eine Debatte über die künftige Ausgestaltung der Altersversorgungs-Tarifverträge. Bei Bedarf werden die Gremien auf Anforderung der Tarifparteien eine Kommission bilden, die Modelle und Lösungsvorschläge erarbeitet.

Verwaltungsratsvorsitzender Dr. Laurent Fischer sprach von einer „komplexen Thematik, die eine behutsame Behandlung“ erfordere. Zur dieser Komplexität gehört nicht nur die Tatsache, dass sich Verlage durch Auslagerungen oder bei Online-Redaktionen gern um die Altersversorgung für ihre Journalisten drücken, sondern auch bei den Freien nicht einen Cent Zuschuss zahlen. Dies führt dazu, dass mittlerweile bei festen und freien Journalisten mit vergleichbaren Berufsjahren Altersversorgungsdifferenzen – berechnet auf eine Laufzeit von 25 bis 30 Jahren – im sechsstelligen Euro-Bereich auftreten. Das ist nicht hinnehmbar – auch angesichts der Tatsache, dass keine anderen materiellen Verbesserungen für Freie in den letzten Jahren erreicht wurden!

Auf der Bundesfachbereichskonferenz im Frühjahr in Halle wurden deshalb die dju-Vertreter in den Gremien des Presseversorgungswerkes, der Bundesvorstand und die Tarifkommission aufgefordert, bei der berufsständigen Altersversorgung wirksam Schritte zur Ausbalancierung des Ungleichgewichts zwischen Festangestellten und Freien zu unternehmen. Immerhin erhalten erstere fünf Prozent Verlegerzuschuss (berechnet auf das jeweilige Bruttogehalt) zu ihren 2,5 Prozent Einzahlungen für die Altersvorsorge, letztere müssen dies seit der Schließung der Autorenversorgung der VG Wort 1996 völlig allein finanzieren. Holger Wenk ■

dju-Vertreter gewählt

Bei der Jahreshauptversammlung wurden auch die Gremien turnusgemäß neu gewählt. Als dju-Vertreter sind Matthias von Fintel und Manfred Moos (Stellvertreter: Gerhard Manthey und Ulrike Maercks-Franzen) im Verwaltungsrat, Rudi Munz und Gerhard Manthey (Stellvertreter: Thomas Feilen und Holger Wenk) im Beirat. Gerhard Manthey ist außerdem Mitglied der achtköpfigen Finanzkommission.

Einlagen sicher

Mit einer Versicherungssumme von knapp 9,4 Milliarden Euro (Ende 2002) ist die Presseversorgung eine der größten Berufsversicherungen in Europa. Der Kapitalbestand betrug 3,61 Milliarden Euro. Und die Einlagen sind sicher, ergaben die ersten zwei „Stresstests“ der Bundesaufsichtsbehörde BaFin, die angesichts der schwierigen Situation vieler Lebensversicherer nunmehr quartalsweise durchgeführt werden.

Unzufriedene Kunden

dpa wird neue, modifizierte Preisstruktur vorlegen

Die Medienkrise hat die Deutsche Presse-Agentur (dpa) zwar verspätet, dafür aber mit voller Breitseite erwischt. Der Grund: Insgesamt laufen 15 Prozent aller Kontrakte mit Tageszeitungen in diesem Jahr aus. In Zeiten, in denen Sparkommissare die Verlage regieren, Redakteure entlassen und freie Mitarbeiter geschöpft werden, ist dies für die dpa-Kunden ein willkommener Anlass, um über bestehende Verhältnisse neu zu verhandeln. Der Vorwurf: Die Angebote seien insgesamt zu teuer, zudem müsse dpa flexiblere Preismodelle offerieren.

So setzten elf Regionalzeitungen am 25. Juni ein Zeichen und boykottierten für einen Tag die dpa. Als erstes hatte das „Handelsblatt“ im Mai für eine Woche auf die Agenturdienste verzichtet. „Wir haben keinen Zweifel an der Qualität der dpa, das Angebot ist aber zu teuer und unflexibel“, betont deren Pressesprecher Andreas Knaut. Neben der insgesamt zu hohen Kosten haben die Boykotteilnehmer, unter ihnen „Westdeutsche Allgemeine“, „Sächsische Zeitung“ und „Schweriner Volkszeitung“, vor allem das Preismodell im Visier. Die dpa hat seit ihrer Gründung 1949 einen solidarischen Charakter. Das lineare Preiskonzept richtet sich nach der Auflage, was in der Konsequenz heißt, dass große Blätter kleine mittragen. Für einen festen genormten Preis pro Auflage können das Basisangebot, drei Landesdienste sowie

das Bildsortiment bestellt werden, ein Splitting ist jedoch nicht möglich. Bei vielen Zeitungen ist ein Problem, dass sie für einen Großteil des Angebots gar keine Verwendung finden. „Rhein-Zeitung“ und „Rheinische Post“ haben dpa bereits gekündigt, auch das „Handelsblatt“ gedenkt, den Vertrag, der in anderthalb Jahren ausläuft, unter den bisherigen Umständen nicht zu verlängern. Knaut: „Die Kosten müssen der Situation auf dem Markt angepasst werden.“ Zudem fordert er, den Kauf von Informationen separieren zu können. So ist seine Zeitung auf politische Informationen der dpa angewiesen, den Wirtschaftsteil recherchieren die eigenen Autoren aber meist selber. Auch die Regionalzeitungen bemühen zunehmend die Anstrengungen ihrer Angestellten. Rainer Bonhorst von der „Augsburger Allgemeinen“ unterstreicht: „Wir haben am Boykott zwar nicht teilgenommen, halten den Reformgedanken aber für wichtig. Das Angebot muss auf den Kunden abgestimmt sein.“

Modell einst von Gesellschaftern diktiert

„Es ist eine diffizile Situation“, so dpa-Chefredakteur Wilm Herlyn. „Die gleichen Medien, die uns als Gesellschafter dieses Modell diktiert haben, sind gleichzeitig unsere Kunden und nun unzufrieden.“ Trotzdem wolle sein Haus, das von insgesamt 198 Miteigentümern getragen wird, reagieren und das An-

gebot modifizieren. Noch in diesem Jahr soll eine Strategiekommission eine neue Preisstruktur entwickeln. Intern wurde schon früh auf die veränderten Vorzeichen reagiert. Bereits seit 1998 gibt es bei der dpa Kostensparprogramme. So verpflichtete sich die Geschäftsführung zwar, für zwei Jahre keine betriebsbedingten Kündigungen an die 1.200 Mitarbeiter auszusprechen. Im Gegenzug verzichteten diese aber für den gleichen Zeitraum bis Ende 2004 auf 2,1 Prozent Gehalt. Danach werden die Karten neu gemischt, erst Recht, wenn sich bis dahin billigere Angebote etabliert haben. „Das wird Arbeitsplätze kosten“, befürchtet dpa-Betriebsrat Reino Gevers. „Preisdumping führt außerdem zu Qualitätsabbau.“

Seit 10 Jahren keine Preiserhöhung

Herlyn rechtfertigt die Preispolitik seines Hauses indes mit der Tatsache, dass die dpa seit zehn Jahren keine Preiserhöhung mehr vollzogen hat. Mit Rücksicht auf die Inflationszahlen der Bundesbank bedeutet dies, dass eine Verteuerung von rund 20 Prozent vermieden wurde. Bei weiteren Einsparungen sind hingegen Auslagerungen zu befürchten. Mit der Gründung der dpa news international Ltd. in Cork/Irland wurde Mitte 2002 bereits die Zentralredaktion des englischen Nachrichtendienstes in Hamburg geschlossen, 23 Arbeitsplätze gingen verloren. Gevers: „In Irland wird für ein Drittel des Lohnes gearbeitet.“

Noch ist die Unternehmensleitung aber optimistisch. Obwohl Umsatz und Gewinn leicht zurückgegangen sind, sprach sie auf einer Bilanz-Pressekonferenz Ende Juni in Hamburg von einem erfolgreichen Jahr 2002. Es wurde ein Umsatzminus von 0,4 Prozent auf 106,2 Millionen Euro verzeichnet. Zu schaffen machte dpa wie schon im Vorjahr die rückläufige Auflage der Tageszeitungen. „Angesichts des sehr schwierigen Umfelds konnten wir unseren Gesellschaftern ein befriedigendes Ergebnis vorlegen“, betonte Geschäftsführer Walter Richtberg trotz widriger Umstände. Doch der Wind scheint sich auch für die dpa zu drehen. Denn eben diese Gesellschafter sind gleichzeitig auch Kunden und haben als diese vordergründig die Wirtschaftlichkeit ihrer eigenen Häuser im Sinn. Martin Sonnleitner ■

Im Großraumbüro der dpa-Zentralredaktion in Hamburg. Dort laufen die Nachrichten aus aller Welt zusammen, werden bewertet, bearbeitet und als Nachrichtendienste wieder ausgesendet



Foto: dpa

Neue Verteilungspläne

Künftig auch Webseiten und Internetinhalte

Vom 17. bis 19. Juli fanden in Berlin die Verwaltungsratssitzungen, die Kulturwerksitzung, und die Jahreshauptversammlung der VG BILD-KUNST statt.

Die wichtigsten Tagesordnungspunkte waren in diesem Jahr die Änderungen und Neuerungen bei den Verteilungsplänen. Durch die fortschreitende Digitaltechnik bekommen die Illustratoren und Fotografen nun höhere Anteile an den Kopier- und Reproabgaben. Mit den alten Geräten wurden fast nur Texte oder Strichgrafiken vervielfältigt. Der Anteil der Illustrationen ist durch die neue Technik enorm gestiegen. Die Einnahmen im analogen Bereich werden folglich auch geringer.

Meldesystem folgt

Der digitale Kopier- und Brennereich steigt aber erheblich. Allein durch die Zuflüsse aus der Scannerabgabe, hat sich das Volumen der Kopiervergütung gegenüber 2001 um über 60 Prozent erhöht. In Zu-

kunft können auch Webseiten und Internetinhalte gemeldet werden. Ein Meldesystem dafür wird zur Zeit entwickelt. Die Wahrnehmungsberechtigten werden direkt von der VG darüber aufgeklärt.

Ein Diskussionspunkt war auch wieder das Dauerthema „Ausstellungsvergütung“.

Mit verschiedenen Institutionen und Museen hat die VG bereits für die Berufsgruppe I (bildende Künstler) Verträge abgeschlossen. Einer einheitlichen Regelung stehen aber viele kontroverse und teilweise unrealistische Forderungen gegenüber. Es wird wohl noch ein langer Weg. Für die Fotografen kann die VG Bild-Kunst vorerst überhaupt nicht auftreten, da die Fotorechte dazu komplett abgetreten sein müssten.

Kolleginnen und Kollegen, die sich im Detail für die Ausschüttungsmodalitäten und die Verteilungspläne interessieren, können sich direkt an die VG Bild-Kunst wenden (www.bildkunst.de).

Das Kulturwerk der Berufsgruppe II (Illustratoren/Fotografen) hat auf seiner Sitzung an zehn Kolle-

ginnen und Kollegen Förderungen vergeben können. Im laufenden Jahr wurden 115.000 Euro für Fotoprojekte ausgeschüttet. Über diesen Erfolg können wir uns besonders freuen, da das Kulturwerk maßgeblich durch Initiativen der IG-Medien (dju) zustande gekommen ist. Bei der allgemeinen Aussprache kamen viele Klagen der individuellen Bildanbieter, aber auch von Seiten der Agenturen, über die zum Teil dramatischen Umsatzverluste zu Gunsten der „Global Player“ (Ghety Images, Corbis, Masterfile ...)

Steigende Ausschüttungen

In Zeiten von Subventionsabbau, Einsparmaßnahmen und Arbeitsplatzvernichtung können wir wenigstens in den Verwertungsgesellschaften steigende Erlöse, somit auch steigende Ausschüttungen, verzeichnen. Es ist ja auch schön, dass der Ausschüttungszeitpunkt Anfang Dezember ist. Für viele „Freie“ eine Art Weihnachtsgeld! Meldeschluss für 2002 ist der 30. August 2003 !!! Günter Zint ■



Foto: Werner Bachmeier

Ein Euro pro Nachricht

Was Bezahlinhalte im Web kosten dürfen

Seit die Werbeflaute zur „Medienkrise“ gerann, drückt die Frage noch mehr als zuvor: Wann und wie lässt sich endlich mit so genanntem Content im Internet Geld verdienen? Dies beantwortet eine neue Studie des Verbandes Deutscher Zeitschriftenverleger (VDZ) zwar nicht, doch zeigt sie, wie eng der Rahmen der Verdienstmöglichkeiten ist.

Nachdem die erste VDZ-Studie vom Herbst 2002 sich des Themas Paid Content generell angenommen hatte, geht es in der Folgestudie nur um eines – „Pricing“, also: Wofür sind Internetnutzer bereit wie viel zu bezahlen? Befragt wurde diesmal nur die Kerngruppe derjenigen, die Content im Web verkaufen oder kaufen, einerseits 12 Anbieter mit 32 Angeboten und andererseits rund 15.000 Nutzer von 74 Paid-Content-Angeboten. Gefragt wurden diese per Direktlinks von den Anbieterseiten im Netz.

Während sich die generellen Anforderungen an Paid Content von Anbietern und Nutzern decken, nämlich Informationsgehalt und Aktualität ganz vorn, dürfte die Zahlungsbereitschaft der potenziellen Nutzer bei vielen Anbietern zur Desillusionierung führen.

Nur 29 Cent im Durchschnitt sind Nutzer bereit für Einzelabrufe publizistischer Inhalte zu zahlen. Reine Nachrichten sind ihnen maximal einen Euro wert, andere Inhalte im Schnitt 61 Cent. Bei Services wie SMS-Versand oder Klingelton-Download liegt die durchschnittliche Zahlungsbereitschaft bei zehn Cent. Für Content im Abonnement sind User im Schnitt bereit etwa 1,11 Euro pro Monat zu zahlen, wobei für reine nachrichtliche Angebote bis zu 4 Euro verlangt werden können. Für andere Angebote akzeptieren Nutzer monatliche Abgebühren in Höhe von 1,58 Euro, bei Services durchschnittlich 52 Cent im Monat.

Mit besonderen – nicht-journalistischen – Angeboten lässt sich allerdings mehr verdienen, berichtete Jörg Bueröfe, CEO der Tomorrow Focus AG, auf der Kommunikationsmesse „Hamburger Dialog“. Ihr Angebot im Netz umfasst 120 kostenpflichtige Datenbanken.

Renner sind ein Scheidungs-Unterhaltsrechner (4,99 Euro pro Stunde) und eine täglich aktualisierte Zwangsvollstreckungsdatenbank (2,99 Euro). Die Nutzung von kostenpflichtigen „Focus“-Artikeln hingegen sei mit rund 500 pro Monat „unterirdisch“. Einen Gewinn anderer Art erzielt das Magazin im Netz aber dennoch: Monatlich würden rund 500 Abos online abgeschlossen, für den „Playboy“ sogar etwa tausend.

Die wichtigsten Ergebnisse und Charts der VDZ-Sapient-Studie „Pricing von Paid Content und Paid Services“ finden sich auf der Homepage von „werben & verkaufen“: www.wuv.de. lü ■

Neue und alte Werbeformen

Das Trennungsgebot im Pressekodex



Deutscher Presserat

info@presserat.de
www.presserat.de

Immer wieder erreichen den Presserat Beschwerden über die Vermischung von redaktionellem Text und Anzeigen (Ziffer 7 des Pressekodex). So befasste sich der Beschwerdeausschuss des Presserats auf seiner vierten Sitzung des Jahres u.a. auch mit zwei Fällen, in denen es um das sogenannte Trennungsgebot ging.

Eine Fachzeitschrift schickte ein Angebot für zwei einseitige Anzeigen in verschiedenen Ausgaben zum Preis von je 1.500,- Euro zzgl. MwSt. an einen Kunden. Das Angebot enthält den Hinweis, dass in der März-Ausgabe eine Reportage von mindestens drei Seiten über das Unternehmen kostenlos geben wird. Der Beschwerdeführer beim Presserat kritisiert die enge Verzahnung von Anzeigenangebot und einer dreiseitigen kostenlosen Reportage. Die Zeitschrift selbst sieht den Fehler auch ein. Man habe den Mitarbeiter der Anzeigenabteilung angewiesen, den Pressekodex künftig zu beachten. Für den Verstoß gegen die Ziffer 7 des Kodex wurde eine Missbilligung ausgesprochen.

Neue Werbeform

Als unbegründet hingegen wurde eine Beschwerde angesehen, in der es ebenfalls um eine vermeintlich Vermischung von Redaktion und Werbung ging. Eine Tageszeitung veröffentlichte auf der Titelseite eine so große Anzeige eines Geschäftes, dass für den redaktionellen Teil nur der Aufmacher blieb. Zusätzlich wurde der Aufmacher mitten im Satz abgebrochen. Die Fortsetzung stand auf der Seite 3 auf der „richtigen“ Titelseite. Ein Leser der Zeitung moniert, dass hier die geforderte klare Trennung zwischen redaktionellem Text und Veröffentlichungen zu werblichen Zwecken aufgehoben. Die Ausgabe sei kaum noch von einem „Sonderwerbeblatt“ zu unterscheiden sei. Die Redaktion hingegen teilt mit, dass das erste Buch der Ausgabe in eine vierseitige Anzeigenstrecke eingepackt worden sei. „Ad-Cover“ sei eine neue Form der Anzeigenstrecke, bei der die beiden ersten Anzeigenseiten vor der Titelseite der Zeitungsausgabe platziert seien. Mit dem redaktionellen Inhalt der Zeitung hätten diese Anzeigenstrecken nicht das Geringste zu tun. Weil es eine auffällige neue Werbeform sei, habe man an prominenter Stelle in der Ausgabe die Leser über diese Werbeform informiert. Der Presserat sah dies als konform zur Ziffer 7 des Kodex an, da für den Leser die Werbung eindeutig als solche erkennbar ist.

Missachtete Opferrechte

Insgesamt behandelte der Beschwerdeausschuss auf seiner Sitzung 26 Beschwerden. Dabei sprach

er zwei Rügen, fünf Missbilligungen und sechs Hinweise aus. Elf Beschwerden wurden als unbegründet angesehen. Eine Beschwerde konnte nicht hinreichend aufgeklärt werden. Die zwei Rügen betrafen die BILD-Zeitung.

Sie hatte in einem Artikel vorverurteilend über einen Rentner berichtet, der eine Schlagersängerin an einer Supermarktkasse verprügelt haben soll. Die Sängerin hatte Strafanzeige gegen den Rentner gestellt. Dieser bestritt die Tat und stellte den Vorgang der Zeitung gegenüber völlig anders dar als die Künstlerin. Dennoch wurde der weitgehend identifizierbare Rentner in dem Bericht als „Prügler“ und „Supermarkt-Rowdy“ bezeichnet. Das wertete der Beschwerdeausschuss als Vorverurteilung in einem nicht abgeschlossenen Strafverfahren (Ziffer 13 des Pressekodex).

Eine nicht-öffentliche Rüge* erhielt die BILD-Zeitung, weil sie in der Berichterstattung über das jüngste Busunglück in Ungarn den tödlich verunglückten Busfahrer großformatig in einer Weise abgebildet hatte, dass er zumindest für seine Familie und für Menschen aus dem näheren persönlichen Umfeld erkennbar blieb. Sein Vorname, der erste Buchstabe des Familiennamens und das Alter wurden genannt. Der Beschwerdeausschuss wertete die Veröffentlichung als schwere Verletzung von Ziffer 8 Richtlinie 8.1 des Pressekodex.

Kein öffentliches Interesse

Für eine identifizierbare Darstellung des Busfahrers gab es nach Auffassung des Beschwerdeausschusses kein öffentliches Informationsinteresse, das die schutzwürdigen Belange des Betroffenen und seiner Angehörigen überlagert hätte. Die Verletzung von Persönlichkeitsrechten wurde noch durch die Schlagzeile „Er lenkte den Todesbus“ vertieft. Sie rückt den Toten in die Rolle eines Täters. Dafür gab es jedoch keinen entsprechenden Tatsachenbezug. Ella Wassink ■

* Nicht-öffentliche Rügen spricht der Presserat aus, wenn durch die Veröffentlichung einer öffentlichen Rüge, die das Organ auch abdrucken soll, die Persönlichkeitsrechtsverletzung wiederholt oder vertieft wird.

Qualität im Journalismus

Jahrbuch 2003 des Deutschen Presserates erschienen

Dem Thema Qualität im Journalismus widmet sich das neue Jahrbuch 2003 des Deutschen Presserates. Die Sprecher Paul-Josef Raue, Chefredakteur der „Braunschweiger Zeitung“ und Kay E. Sattelmair zeigen mit ihren Analysen auf, was Qualität im Journalismus bedeutet und welche Voraussetzungen dafür notwendig sind. Ein gewichtiger neuer Teil des diesjährigen Jahrbuchs ist der Zwischenbericht zum Redaktionsdatenschutz, den der Presserat in Freiwilliger Selbstkontrolle seit 2001 übernommen hat. Darüber hinaus gibt das Jahrbuch eine repräsentative Auswahl der behandelten Beschwerden und Entscheidungen wieder.

Das Jahrbuch kann bestellt werden bei der: UVK Verlagsgesellschaft mbH, Postfach 102051, 78420 Konstanz, E-Mail: willkommen@uvk.de, Tel: 07531 9053-0, Fax: 07531 9053-98

Datenschutz in Redaktionen

Leitfaden und neue Homepage des Deutschen Presserats

Mit der Herausgabe des Leitfadens „Datenschutz in Redaktionen“ und der neuen Homepage www.redaktionsdatenschutz.de hat der Deutsche Presserat sein Angebot zur Freiwilligen Selbstkontrolle Redaktionsdatenschutz erweitert.

Allen, die mit Datenschutz im redaktionellen Bereich zu tun haben, bietet der Leitfaden auf 60 Seiten eine Hilfestellung für den täglichen Umgang mit persönlichen Daten. Neben grundsätzlichen Erläuterungen wurden die einschlägigen Regelungen des Pressekodex und des Bundesdatenschutzgesetzes zusammengestellt und kommentiert. Antworten auf häufig gestellte Fragen, ein Glossar und ausführliche Textauszüge komplettieren die neue Broschüre, die vom Deutschen Presserat in Zusammenarbeit mit Redakteuren, Datenschutzbeauftragten und Justizaren erstellt wurde.

Der Leitfaden „Datenschutz in Redaktionen“ ist für 2,- € (inklusive Porto und Versand) in der Geschäftsstelle des Presserats erhältlich: E-Mail: info@presserat.de, Tel. 0228-985720, Fax: 0228-9857299, Ansprechpartnerin: Wibke Rosenhayn

Gerichtsreporter an der Leine

Europarat gibt erstmals Empfehlung zur journalistischen Ethik

Der Europarat greift in die Arbeit von Journalisten und Journalistinnen ein. So hat das zuständige Ministerkomitee eine „Erklärung über die Verbreitung von Informationen in Zusammenhang mit gerichtlichen Verfahren durch die Medien“ verabschiedet. Damit verbunden sind Empfehlungen. Der Inhalt ist nicht zu kritisieren, wohl aber der Vorgang. Denn damit mischt sich der Europarat mit den 45 darin verbundenen Regierungen erstmals unmittelbar in das Gebiet „journalistischer Ethik“, ein. Die Reglementierung steht im krassen Widerspruch zum Prinzip der Selbstregulierung, die in Westeuropa – in Deutschland durch den Presserat – zur guten Tradition und zum Vorbild geworden ist.

Gegen Staatsdefinition

Der einleitenden Feststellung in einer Pressemitteilung des Europarates kann nur zugestimmt werden: Das Ministerkomitee zeigte sich „über die zunehmende Kommerzialisierung von Informationen in diesem Bereich besorgt und äußert den Wunsch, das Recht auf Informations- und Meinungsäußerung zu stärken. In der Empfehlung werden die Mitgliedsstaaten aufgefordert, die in der Europäischen Men-

schensrechtskonvention garantierten Grundsätze umzusetzen. Alle Informationen bezüglich gerichtlicher Berichte sollten den Medien ohne Diskriminierung zur Verfügung gestellt und von den zuständigen Behörden niemals zu kommerziellen Zwecken missbraucht werden“.

Das gleiche gilt für die Aufforderung an die Medien, Verdächtige und Angeklagte als unschuldig zu behandeln, solange ihre Schuld nicht erwiesen ist. Die Würde und Sicherheit sowie die Privatsphäre von Opfern, Klägern, Verdächtigten und Angeklagten müsse respektiert werden – mit der Ausnahme, wenn Informationen von öffentlichem Interesse seien. Insbesondere sollten die Interessen von Jugendlichen und „anderen verletzlichen Gruppen“ an Persönlichkeitsschutz gewahrt werden. Das sind „ethische“ Berufsstandards, die in manchen Ländern Zentral- und Osteuropas sicherlich noch nicht für alle Journalisten und Journalistinnen selbstverständlich sind. Die Erklärung des Ministerrats kann dort zweifelsohne die Diskussion über journalistische Normen voran bringen. Für die dju – und übrigens auch die Europäische Journalisten-Föderation (EJF) – bleibt die Selbstregulierung wie durch den Deutschen Presserat die politische und

praktische Leitlinie. Eine vom Staat definierte „Ethik“ wollen Journalisten und Journalistinnen in Deutschland ebenso wenig wie in anderen Staaten Europas.

Ernster Präzedenzfall

Erklärungen und Empfehlungen des Europarates führen nicht zwingend zu rechtlichen oder gesetzgeberischen Konsequenzen in den Mitgliedsstaaten. Trotzdem ist die Einflussnahme auf die Gerichtsberichterstattung – so ehrenwert die Leitgedanken der Minister auch sein mögen – als Präzedenzfall sehr ernst zu nehmen. Die Frage ist: Sollen als nächstes Sportjournalisten und später politischen Redakteuren Vorschriften für ihre Arbeit gemacht werden?

Allerdings setzt die Empfehlung des Europarates einen weiteren Maßstab, der zu befürworten ist. Da heißt es nämlich, dass bei der Gerichtsberichterstattung „angemessen ausgebildete Journalisten“, eingesetzt werden sollen. Das geht nicht nur an die Adresse der Medienhäuser in Albanien oder in der Ukraine – auch in Deutschland wird damit das Verlangen der dju nach einer verbesserten Aus- und Weiterbildung nachdrücklich unterstrichen.

Wolfgang Mayer ■

Urheberrechtsreform in Kraft

EU-Richtlinie in Deutschland umgesetzt

Nach einer Einigung im Vermittlungsausschuss und entsprechenden Beschlüssen von Bundestag und Bundesrat ist das „Gesetz zur Regelung des Urheberrechts in der Informationsgesellschaft“ am 1. August 2003 in Kraft getreten. Mit dieser Novellierung des Urheberrechtsgesetzes (UrhG) werden die Urheberrecht-Richtlinien der Europäischen Union und zwei internationale Verträge der UN-Organisation für geistiges Eigentum WIPO in deutsches Recht umgesetzt.

Die einzige Änderung gegenüber dem Bundestagsbeschluss vom April (M 6/2003) betrifft die nun auch für den digitalen Bereich geregelte Privatkopie. Sie ist nur dann zulässig, „soweit nicht zur Vervielfältigung eine offensichtlich rechtswidrig hergestellte Vorlage verwen-

det wird“ (§ 53 Abs. 1 UrhG) – wie es beispielsweise bei Internet-Tauschbörsen für Musik oder Filme meist der Fall ist.

PC-Abgabe für Urheber verhindert

Nicht durchsetzen konnte sich hingegen die bayerische Staatsregierung mit ihrem Begehren, Urhebervergütungen an Verwertungsgesellschaften auf ein Gerät in einer digitalen Kette zu beschränken, womit eine PC-Abgabe zu Gunsten der Urheber verhindert werden sollte. Allerdings hat die IT-Industrie bereits angekündigt, dass für sie die Einschränkung von Urhebervergütungen und des Rechts auf private Kopien im digitalen Bereich durch sog. Digital Right Management

(DRM) bei der nun in einem „zweiten Korb“ anstehenden weiteren UrhG-Novellierung von zentraler Bedeutung ist.

Nach der jetzt in Kraft getretenen Novelle können Produzenten digitaler Trägermedien die Ausübung des Rechts auf Privatkopie durch technische Schutzmaßnahmen bereits stark begrenzen. Die Umgehung von Kopierschutzmaßnahmen ist strafbar ebenso das Angebot entsprechender Software-Tools. Eine Konsequenz: Computerzeitschriften wie „Chip“ mussten ihren Downloadbereich im Internet kräftig ausräumen und alle nun illegalen „Kopierschutz-Killer“ zum 1. August entfernen – nicht ohne vorher nochmal kräftig Werbung für diese Angebote zu machen.

lü ■

„Fernsehen ohne Grenzen“

Die Europäische Richtlinie „Fernsehen ohne Grenzen“ wird derzeit novelliert. Auch ver.di befürwortet die Überprüfung der Richtlinie, deren Regelungen an das neue digitale Umfeld angepasst werden müssen. Die Gewerkschaft hat gemeinsam mit Vertretern ihrer Internationale, Uni-MEI, an Anhörungen für Experten teilgenommen und Position bezogen. Eine veränderte Regulierung, die der Entwicklung neuer Werbetechniken Rechnung trägt, wird u.a. im Hinblick auf Fernsehwerbung und die Auswirkungen der Werbung auf die Programmqualität für wichtig erachtet.

Entscheidend ist dabei nach Auffassung von ver.di, die Austeriarung zwischen kommerziellen Interessen und Zielen von allgemeinem Interesse unter dem Gesichtspunkt der Programmqualität.

Darüber hinaus setzt sich ver.di für die Förderung der Produktion und Verbreitung europäischer Werke sowie der kulturellen Vielfalt ein. In diesem Zusammenhang werden u.a. die Quotenregelung zur Diskussion gestellt und eine genaue Definition der Begriffe „europäische Werke“ und „unabhängiger Produzent“ gefordert. Vermisst wird eine klare EU-Politik zur Schaffung neuer Arbeitsplätze im Audiovisionssektor. Auch das Thema Medienkonzentration werde in der vorliegenden Novelle nicht angemessen zur Sprache gebracht kritisiert ver.di.

Die Stellungnahme ist zu finden unter: www.verdi.de (Klick auf Berufe & Branchen, Fachbereich Medien Kunst und Industrie)



Eigenwillige Wal-Reiterin

„Whale Rider“ –
eine Vision auf bessere Zeiten

Paikera heißt der Urahn der Einwohner von Whangara, einem Maori-Stamm an der Ostküste Neuseelands. Auf dem Rücken eines Wales soll er einst nach Neuseeland geritten sein, nachdem ihn das Tier nach dem Kentern seines Kanus gerettet hatte. Seit Tausenden von Jahren trägt nun ein männlicher Nachfahre aus jeder Generation diesen Herrschertitel.

Im heutigen Whangara ist die Zeit für einen neuen Erben gekommen. Doch bei der Geburt sterben Mutter und Hoffnungs-träger. Nur seine Zwillingschwester überlebt. Der Vater gibt seinem kleinen Mädchen den Namen Pai und das ist die Abkürzung für Paikera. Voller Kummer sieht er sich außerstande das Kind großzuziehen und überlässt Pai seinen Eltern. Pais Großvater ist der Häuptling Koro (Rawiri Paratene: „Die letzte Kriegerin“). In seinem streng traditionellen und patriarchalen Denken weigert er sich seine Enkelin als zukünftige Anführerin zu akzeptieren.

Die mittlerweile 11jährige Pai (Keisha Castle-Hughes) liebt ihren Großvater trotzdem. Magisch angezogen von der Geschichte ihrer Urahnen verfolgt das charismatische Mädchen die Sitten, Bräuche, Traditionen der Maori. Obwohl sie weiß, dass diese Aufgabe bisher nur Männern vorbehalten war, träumt sie sehn-suchtsvoll davon, eines Tages als Paikera ihren Stamm zu führen. Dafür kämpft sie gegen den Willen des sturen Großvaters und lehnt sich gegen eine tausendjährige Tradition auf. In ihrer Einsamkeit und Verzweiflung bleibt ihr aber die Hilfe ihrer alten Freunde, der Wale ...

In „Whale Rider“ wirft die neuseeländische Regisseurin Niki Caro einen bewegenden Blick auf den Kampf eines mutigen Mädchens gegen überholte Traditionen. Der mehrfach preisgekrönte Film spielt genau dort, wo die Legende vom Walreiter herkommt. So zeigt er beeindruckende Landschaftsaufnahmen sowie die heutige Problematik eines Urvolkes mit Tradition und Nachfolge. Vor allem aber überzeugt dieser ebenso realistische wie mystisch-märchenhafte Film mit seinem universellen Thema: Ein junges Mädchen ringt in einer männerdominierten Welt verzweifelt um Liebe, Anerkennung und Selbstbestimmung. Seine herausragende junge Hauptdarstellerin Keisha Castle-Hughes spielt mit großer Authentizität. Als starke, eigenwillige und sehr sensible Pai ist sie die Seele von „Whale Rider“. Mit ihrer Kraft wird die Vision des Films auf bessere Zeiten lebendig. Diesem Mädchen gebürt die Rolle des Paikera!

Martina Burandt ■

Kinder im Spannungsfeld der Medien

Einfluss von Gewaltfilmen verharmlost

Mediengewaltkonsum erhöht Aggressivität und Gewalttätigkeit bei Jugendlichen. Das wurde mehrfach wissenschaftlich bewiesen. Auf einem Münchner Medienkongress 2002 etwannaannten Medienwissenschaftler und Psychologen Zahlen und Fakten: Der Einfluss gewaltverherrlichender Bilder wirkt sich auf 10 bis 15 Prozent von Kindern und Jugendlichen negativ aus – das sind in Deutschland rund 1,5 Millionen. Auf einer verbindlichen Statistik aller Faktoren, die Aggressivität bei Schülern provozieren und fördern, rangiert der Mediengewalt-Konsum mit 18 Prozent hinter dem Erleben von Gruppengewalt (31 %) an zweiter Stelle.

Ernst genommen werden solche Statistiken jedoch bedauerlicherweise noch immer nicht. Das zeigte sich jüngst bei der Berichterstattung zum Amoklauf eines Schülers in Coburg: Anne Will gab in den „Tagesthemen“ der ARD gegenüber ihrem Gesprächspartner Christian Pfeifer, Direktor vom kriminologischen Institut Hannover, zu bedenken, ein Zusammenhang von gewaltverherrlichenden Bildern und Jugendkriminalität sei noch nicht erwiesen. Ist die Moderatorin über die Forschung nur nicht im Bilde?

Gegen Quotenauswertung

Da vorausgesetzt werden darf, dass Journalisten das Handwerk einer soliden Recherche beherrschen, scheint wahrscheinlicher, was Psychologen auf einer Diskussionsveranstaltung des Vereins Sichtwechsel für gewaltfreie Medien e.V. unter dem Thema „Kinder im Spannungsfeld der Medien“ in der Berliner Konrad-Adenauer-Stiftung Mitte Juni dargelegt haben: Dass Politiker, Medienvertreter und Wissenschaftler den negativen Einfluss entsprechender Filme systematisch anzweifeln und verharmlosen, „damit das Geschäft mit der Gewalt weitergehen kann.“ Im Streben nach Profit richten die Macher ihr Programm also ganz nach den Einschaltquoten aus. Dabei geben diese Quoten – wie Leonija Wuss-

Mundeciema von „Sichtwechsel“ zurecht zu bedenken gibt – im Zuge ihrer anonymen Ermittlung keine Auskunft darüber, ob die Testgruppe die jeweiligen Sendungen nur laufen lässt oder bewusst anschaut, und schon gar nicht, wie sie diese bewertet. Eine der Forderungen des Vereins ist es deshalb, dass die qualitative Forschung und Auswertung über die quantitative gestellt wird.

Für eine Diskussion des Kunstbegriffs

Auch das im April geänderte Jugendmedienschutzgesetz und die im Juni am Runden Tisch der Bundesregierung verabschiedeten „Leitlinien gegen Gewalt und für Toleranz“ sind mit Skepsis zu betrachten. Renate Zylla aus dem Vorstand von Sichtwechsel und langjährige Direktorin des Kinderfilmfests der Berlinale kritisiert, dass die Vereinigung Medien e.V. und ähnliche Verbraucher-Initiativen nicht teilnehmen durften. Fraglich ist auch, ob geplante Kampagnen wie „Schau hin!“, die von der Programmzeitschrift „HÖRZU“, ARD, ZDF und Intel getragen wird, den gewünschten Erfolg bringen. „Statt jugendgefährdende Sendungen zu kennzeichnen oder die Hoffnung auf den werbewirksamen einmaligen Auftritt einer Prominenten wie Nena zu setzen, sollten wir uns doch fragen, warum eine Sendung, die Gewalt als Selbstzweck behandelt, ausgestrahlt wird“, sagt Renate Zylla, die auch in der FSF prüft. Vor allem: Der Gradmesser für Gewaltdarstellungen bleibt bei allen objektiven Richtlinien ein individueller, denn die einzelnen Prüfer der Freiwillige Selbstkontrolle Fernsehen (FSF) entscheiden je nach persönlichem Background über den Sendeplatz. Deswegen ist es Renate Zylla aus eigener Erfahrung ein Anliegen, Prüfkompetenz durch Supervision zu stärken. Schon unter Erziehungsberechtigten und Filmkritikern gehen ja – je nachdem wie sensibel oder abgestumpft sie sind – die Meinungen weit auseinander darüber, ob bestimmte Filme oder Szenen als brutal oder harmlos einzustufen sind. Obendrein sind Vorgaben zu bestimmten Sendezeiten

ineffizient, da sich alle Filme auf Video aufzuzeichnen lassen. Für die Programmmacher bieten sich also durchaus Chancen, auf Schleichwegen Gewaltfilme unterzubringen. Nicht zuletzt mit dem Totschlagargument, dass es sich um „Kunst“ handelt. Weil dieses Wort schon vielfach missbraucht wurde, ist es ein weiteres wichtiges Anliegen von „Sichtwechsel“, in eine öffentliche Diskussion über den Kunstbegriff im Zeitalter der audiovisuellen Kommunikation zu treten. Mit diesem Anliegen steht der Verein zum Glück nicht allein. Auch Bundespräsident Johannes Rau formulierte schon ein Jahr vor dem Schulmassaker in Erfurt: „Wo Gewalt verherrlicht wird, dürfen wir uns mit dem falschen Hinweis auf künstlerische Freiheit nicht abspesen lassen“.

Um Missverständnissen vorzubeugen: Es geht nicht grundsätzlich darum, Gewalt im Fernsehen auszublenden. Szenen mit abschreckender Wirkung, die einem Plädoyer für die Humanität gleichkommen, haben – darüber sind sich alle einig – einen pädagogischen Wert. Als Beispiele seien zwei Filme angeführt: Anita Killis norwegischer Animationsfilm „Die Dornenhecke“ um zwei Hasenkinder, die der Krieg zu Feinden erklärt, die aber einen Weg finden, die sie voneinander trennende Dornenhecke zu überstreifen. Dem argentinischen Regisseur Marco Bechi gelingen in seinem Spielfilm „Junta“ beklemmende Szenen, ohne Folter und Unmenschlichkeit explizit zu zeigen.

Effiziente Gesetze und TV-Programm fordern

Das Drama, seit Juli im deutschen Kino, spielt zu Zeiten der Militärdiktatur und handelt von vermeintlich „Subversiven“, die von der Geheimpolizei verschleppt und mit Elektroschocks gepeinigt werden. Aufnahmen dunkler und schäbiger Zellen, prägnante, zynische Dialogfetzen und brutale Typen fügen sich zu einem Bild, das den Zuschauer das Grauen ahnen lässt, das sich für ihn unsichtbar hinter Mauern und Türen vollzieht.

Da solche Produktionen allerdings leider nur Ausnahmen in einem Fernsehprogramm sind, das – wie die lettische Regisseurin Leonija Wuss-Mundeciema treffend bemerkt – von „einer Diktatur des schlechten Geschmacks“ beherrscht wird, muss dringend gehandelt werden: Wenn Politiker und Medienvertreter nicht bald effiziente Gesetze und TV-Programme fordern, muss sich keiner wundern, wenn auf die Amokläufe in Erfurt und Coburg weitere folgen. Kirsten Liese ■

Der Verein Sichtwechsel e.V.

... für gewaltfreie Medien mit Sitz in Berlin ist seit 1995 tätig. Im Verein haben sich Bürgerinnen und Bürger, die über die heutige Medienlandschaft besorgt sind, zusammengeschlossen und die Aufgabe gestellt, die öffentliche Meinung für die notwendige Veränderung des Medienangebotes zu sensibilisieren, damit grundlegend etwas gegen die gehäufte Darstellung von Gewalt in den Medien unternommen werden kann. Gemeinsam mit anderen Initiativen die ihr Engagement ebenso gegen die Gewaltdarstellungen in den Medien richten, will Sichtwechsel e.V. erreichen, dass die Zuschauer, Erwachsene wie Kinder, die Gefahr des Gewaltkonsums für die Entfaltung des Menschen nicht mehr verdrängen. Tausende von Unterschriften hat der Verein nach der Tragödie in Erfurt am 26.4.2002 an die Verantwortlichen für die mediale Gewalt über-

geben. Der Verein will bewirken, dass die Etablierung gewaltfreier Fernsehprogramme diskutiert und gefördert – und ein bewusster Umgang mit den visuellen Medien alltäglich wird.

Weitere Infos:
www.sichtwechsel.de

Im Schein des
Fernsehbildschirms
kommt der Horror
ins Wohnzimmer



Aktion für Ali Lmrabet



Marokkanischer Journalist musste wegen Beleidigung des Königs ins Gefängnis

Schwierigkeiten bei der Arbeit kennt Ali Lmrabet seit langem. Doch im Mai fand sich der Herausgeber zweier Zeitungen plötzlich im Gefängnis wieder. Ein Gericht in Rabat verurteilte den Journalisten und Karikaturisten zu einer vierjährigen Haftstrafe sowie zu einer Geldbuße von umgerechnet 2.000 Euro. Die von ihm verlegten Satireblätter „Demain Magazine“ und „Doumane“ wurden von den Richtern verboten. Die Anklage hatte ihm „Beleidigung von König Mohamed VI.“, sowie „Unterminierung der Monarchie“ und „Gefährdung der Integrität des Staatsgebiets“ vorgeworfen. Die Richter bezogen sich auf mehrere Artikel, Fotomontagen und Karikaturen sowie auf Auszüge aus einem Interview mit einem Regierungsgegner, der in einer spanischen Zeitung das Selbstbestimmungsrecht der Sahara in der Westsahara gefordert hatte: Ein Tabu, denn das Gebiet ist seit 1975 von Marokko annektiert.

Zum Zeitpunkt des Urteils hatte Ali Lmrabet bereits einen Hungerstreik begonnen, weil die

Druckerei, die seine Zeitungen herstellte, den Repressalien der Behörden nicht mehr gewachsen war. Vor dem Hintergrund des Strafverfahrens teilte sie Lmrabet mit, dass sie den Druckauftrag nicht mehr erfüllen könne. Für Lmrabet war das nur ein weiterer Versuch der Regierung, durch Einschüchterungen die Pressefreiheit im Land zu unterdrücken. Seine spätere Verurteilung wurde weltweit kritisiert: Menschenrechtsorganisationen und Journalistenverbände forderten seine Freilassung. Doch ein Berufungsgericht bestätigte am 17. Juni grundsätzlich das Urteil gegen den Satiriker. Lediglich das Strafmaß wurde um zwölf Monate auf drei Jahre reduziert.

Lmrabet beendete am 23. Juni nach 47 Tagen seinen Hungerstreik, nachdem ein Vetter des Königs und Menschenrechtler ihn in der Haft besucht hatten. Das Urteil gegen Lmrabet, der auch als Korrespondent für die Organisation „Reporter ohne Grenzen“ arbeitet, wurde aber nicht aufgehoben und die Strafe auch nicht ausgesetzt.

Was können Sie tun?

Schreiben Sie an den marokkanischen Justizminister und fordern Sie die sofortige und bedingungslose Freilassung des Journalisten Ali Lmrabet.

Schreiben Sie in gutem Arabisch, Französisch oder auf Deutsch an:

M. Mohamed Bouzoubaa
Ministre de la Justice
Palais de la Manounia
Rabat
MAROKKO
Telefax:
00212-37-738 940

Schicken Sie eine Kopie Ihres Schreibens an:

Kanzlei der Botschaft des
Königreichs Marokko
S. E. Herrn
Dr. Abdeladim Lhafi
Niederwallstraße 39
10117 Berlin
Telefax: (030) 2061 2420
E-Mail: marokko-botschaft@t-online.de

ai
amnesty international
FÜR DIE MENSCHENRECHTE



Foto: Ralf Streck

Beweise bis heute schuldig geblieben

Andauernde Angriffe auf die Pressefreiheit im Baskenland

Mertxe Aizpurua,
Direktorin der „Gara“

Ein besonderes Schauspiel hat sich Urlaubern in Donostia-San Sebastián an einem Samstag Ende Juli geboten. Während sie die Sommerhitze nutzten, um den Tag an den Stränden des Seebads im spanischen Baskenland zu verbringen, kreisten viele tausend Menschen die Strände mit einer Menschenkette ein. Zu dem Protest hatte die „Plattform für die Meinungsfreiheit“ aufgerufen. Der Zusammenschluss aus Künstlern, Musikern und Journalisten wendet sich gegen die dauernden Angriffe auf die Pressefreiheit im spanischen Staat.

Hintergrund des erneuten Protests ist das Damoklesschwert, das seit Ende Juni drohend über der baskischen Tageszeitung „Gara“ hängt. Die Sozialversicherung hatte plötzlich von der Zeitung mehr als fünf Millionen Euro gefordert. Weil „Gara“ in „ideologischer Kontinuität“ für Schulden der vor fünf Jahren geschlossenen Zeitung „Egin“ aufkommt, verweigert sie die Zahlung. Durch die Vollstreckung der Schuld kann sie jeder Zeit geschlossen werden. Ihr „ideologischer Vorgänger“ wurde im Juli 1998 auf Anweisung des Ermittlungsrichters Baltasar Garzón von der Polizei gestürmt und „vorläufig“ geschlossen. Der Richter an dem Madrider Sondergericht, dem Nationalen Gerichtshof, behauptete, sie sei Teil eines Netzes, das von der baskischen Untergrundorganisation ETA ge-

führt werde. Beweise? Fehlanzeige. Die fast zwei Dutzend Journalisten die Garzón verhaften ließ, musste er sukzessive wieder frei lassen, kein Prozess wurde durchgeführt. Ein Jahr später durfte „Egin“ sogar wieder erscheinen. Bis heute wird der Belegschaft jedoch der Zutritt zur Druckerei, den Studios und der Redaktion verweigert. Ökonomisch war das Blatt ohnehin ruiniert.

Geld für ein neues Projekt gesammelt

Weil die Basken nicht auf eine kritische Stimme verzichten wollten, wurde nach dem Verbot Geld für ein neues Projekt gesammelt. In sechs Monaten kamen mehr als fünf Millionen Euro zusammen und so erblickte im Januar 1999 „Gara“ das Licht der Welt. Aber dann behauptete Garzón, ohne dass der Nationale Gerichtshof Kompetenzen in Fragen von Betriebsübergängen hätte, „Gara“ sei der „juristische Nachfolger“ von „Egin“. Ohne einen Übergang von dessen Verlag Orain auf den neuen Verlag Baigorri wäre die Produktion der „Gara“ unmöglich gewesen. Baigorri werde von der gleichen „ideologischen Gruppe“ finanziert, die damit die Aktivität von Orain fortsetze, meinte der Richter.

„Das ist ein Trick“, so der Direktor des Egin Javier Salutregi gegenüber M. Weil sich die Zeitung noch immer unter Garzóns Aufsicht befinde, sei ein Übergang unmöglich

gewesen. „Nicht einen Stift hat „Gara“ erhalten“ Auch zuständige Richter konnten keine Nachfolge erkennen und sprachen deshalb den 250 Mitarbeitern der „Egin“ eine Entschädigung des staatlichen „Fonds für Lohngarantie“ (Fogasa) zu. Es fällt auf, dass Garzón in den fünf Jahren die Verlagswerte nicht zur Deckung der Schulden benutzt hat. Die sind durch aufgelaufene Zinsen weiter gewachsen, während Druckmaschinen, EDV-Anlagen und Studiogeräte ohne jede Wartung fast wertlos wurden.

Recht auf eigene Medien

Offenbar soll der baskischen Bevölkerung das Recht auf eigene Medien genommen werden. In nur fünf Jahren wurden – immer unter gleichen Vorwänden – vier Medien geschlossen. Zuletzt traf es im Februar die Baskische Tageszeitung „Euskaldunon Egunkaria“ die als angeblicher Teil der ETA „vorläufig“ verboten wurde. Auch für die einzige Tageszeitung, die 13 Jahre vollständig in baskischer Sprache erschien, bedeutete das faktisch das Aus. Zehn Journalisten wurden dabei verhaftet, drei sitzen noch immer in Haft. Stets trifft es Medien, die gegenüber der spanischen Regierung kritisch, ganz oder teilweise in baskischer Sprache berichten.

Doch bisher sind keine Beweise für die schweren Vorwürfe vorgelegt worden. Dabei schreibt die spanische Verfassung vor, auch für eine vorläufige Schließung müsse die Verstrickung in eine Terrororganisation bewiesen sein. Doch erst mit der Durchsichtung sollten der richterlichen Anweisung im Fall „Egunkaria“ zufolge „Hinweise“ gefunden werden. Noch immer wird gegen die Journalisten geheim ermittelt, wegen fehlender Akteneinsicht ist bis heute unklar, was ihnen konkret vorgeworfen wird.

Wieder eine neue Zeitung

Dennoch erscheint seit Ende Juni mit „Berria“, was Neu oder Nachricht bedeutet, wieder eine Zeitung in baskischer Sprache. Für die Direktorin des „Gara“, Mertxe Aizpurua steht hinter den Angriffen auf baskische Medien ein politisches Vorgehen der spanischen Regierung. Allerdings habe sich im Fall der „Gara“ die Vorgehensweise geändert. Statt mit der Guardia Civil anzurücken, versuche man der Zeitung nun, ökonomisch die Luft abzuschnüren. Aizpurua hat die Worte von Spaniens Ministerpräsident José María Aznar nicht vergessen, mit denen er die Schließung des „Egin“ einst kommentierte. „Hat jemand geglaubt, wir würden uns nicht trauen?“ Ralf Streck ■

„Journalisten-Gefängnis“ Iran

Kanadisch-iranische Fotografin starb durch Schläge in der Haft



Foto: Reuters

Zahra Kazemi,
gestorben 11. Juli 2003
in Teheran

Mindestens 24 Journalisten sind im Iran im Gefängnis, ein trauriger Rekord. Mehr als 90 Zeitungen wurden in den vergangenen Jahren verboten. Aber es entstehen auch ständig neue Medien. So gibt es im Iran eine Art Wettlauf zwischen dem immer wieder laut werdenden Protest und der Repression der Machthaber.

Die Pressekonferenz am 16. Juli in Teheran war ungewöhnlich. Der stellvertretende Präsident des Landes, Ali Abtahi, berichtete über den Tod der kanadisch-iranischen Fotografin Zahra Kazemi am 11. Juli in Teheraner Haft. Bei der Beschreibung der Todesursache versuchte Abtahi gar nicht erst auszuweichen: „Sie starb an Hirnblutungen in Folge von Schlägen“, gab er bekannt. Nun werde ermittelt, wie es zu den tödlichen Schlägen gekommen sei. Die iranische Mediengewerkschaft APF forderte harte Strafen für die Täter. Unterstützung bekam sie vom Internationalen Journalistenverband (IJF), „Reporter ohne Grenzen“ und dem „Komitee zum Schutz von Journalisten“ (CPJ). Die drei internationalen Verbände forderten die Machthaber in Teheran auf, die Verantwortlichen vor Gericht zu stellen. Die freie Fotografin aus dem kanadischen Quebec war 18 Tage vor ihrem Tod festgenommen worden, nachdem sie Aufnahmen vom berüchtigten Evin-Gefängnis in Teheran gemacht hatte, in dem auch zahlreiche politische Häftlinge sitzen.

Nur die Spitze des Eisbergs

Der Tod von Zahra Kazemi war nur die Spitze des Eisbergs. Schon in den Tagen und Wochen vorher sind neben Demonstranten, die sich für Demokratie einsetzten, auch immer wieder Journalisten festgenommen worden. Daraufhin wurde wieder einmal der Riss sichtbar, der die politische Elite des Iran seit Jahren in so genannte Reformer und die konservative religiöse Führung um Ali Chamenei spaltet. Mehrere Politiker verurteilten das Vorgehen der Sicherheitskräfte, die von den Mullahs kontrolliert werden. Diese sollen bis zu 4.000 Menschen festgenommen haben.

Präsident Mohammed Chatami schloss sich der Kritik an. Schriftlich wies er seinen Justiz- und seinen Informationsminister an, die

zahllosen Festnahmen von Journalisten und Dissidenten vom Juni und Juli zu untersuchen. Zu Beginn seiner Präsidentschaft hatte Chatami 1997 die Pressefreiheit ins Zentrum seiner Reformideen gesetzt. Doch bei den Auseinandersetzungen zwischen „Reformern“ und Klerikalen geraten die Journalisten immer wieder zwischen die Fronten. Die Schließungen von nahezu hundert Redaktionen in den vergangenen drei Jahren konnte oder wollte auch der Präsident nicht verhindern. Und nach den vorsichtigen Angaben von „Reporter ohne Grenzen“ befinden sich zurzeit 22 Journalisten in iranischen Gefängnissen. Schon vor der jüngsten Verhaftungswelle bezeichnete die Organisation den Iran als das „größte Gefängnis für Journalisten im Mittleren Osten“.

Allein 14 Journalisten wurden seit Beginn der regierungskritischen Proteste Mitte Juni festgenommen. Andere Quellen gehen von bis zu 25 aus. Einer von ihnen ist Mohsen Sazegara. Zusammen mit seinem Sohn, einem 22-jährigen Studenten, wurde Sazegara am 15. Juni in seiner Wohnung aufgegriffen. Er gilt seit Jahren als Kritiker der Regierung. Seine Zeitung „Golestan-e-Iran“ musste im vergangenen Jahr nach wenigen Ausgaben ihr Erscheinen einstellen. Im Februar dieses Jahres landete er nach der Veröffentlichung eines Artikels im Internetportal „All Iran“ (www.alliran.net) für mehrere Tage im Evin-Gefängnis. Sazegara hatte eine grundlegende Verfassungsänderung gefordert. Der Kontakt mit internationalen Medien wurde ihm verboten, sein Pass eingezogen. Während sein Sohn das Gefängnis nach knapp vier Wochen verlassen durfte, sitzt der Vater weiter ein. Bei Redaktionsschluss war noch nicht klar, ob Anklage erhoben werden soll.

Klima der Angst

„Journalisten werden willkürlich und unter fadenscheinigen Vorwänden festgenommen“, beklagt Robert Ménard, Generalsekretär von Reporter ohne Grenzen. „Sie haben kein Verbrechen begangen, sondern werden allein wegen ihrer kritischen Haltung zum Regime verfolgt. Für Journalisten herrscht ein Klima der Angst, das in den vergangenen Wochen verschärft wurde“, so Ménard. Doch nicht nur

wer selbst berichtet, sondern auch wer mit internationalen Medien spricht, gerät ins Visier der Machthaber. Nach einer Pressekonferenz in Schiraz wurden Studenten festgenommen, die von einem Hungerstreik zur Unterstützung von festgenommenen Kommilitonen berichtet hatten. Mitarbeiter der studentischen Nachrichtenagentur ISNA, unter ihnen Agentur-Leiter Abolfaz Fateh, wurden Mitte Juni von Uniformierten geschlagen.

Debatten über Demokratie lassen sich nicht ersticken

Dennoch, so scheint es, wollen sich die Studenten – und mit ihnen die pro-demokratische Bewegung und die unabhängigen Journalisten – nicht einschüchtern lassen. Im Land herrscht trotz allem Aufbruchstimmung. Jeder zweite Iraner ist unter 20 Jahre alt, und viele der jungen Menschen verspüren den Drang, sich von den Fesseln der iranischen Revolution zu befreien. Überall wird gegen die strengen Regeln verstoßen. Das gilt für das Alkoholverbot genauso wie für die Kleiderordnung: Unter ihren Schleiern tragen auch die Frauen moderne Mode. Auf den Straßen Teherans hört man viel westliche Musik. Das setzt sich im Politischen fort: Das Internet mit seiner Informationsvielfalt ist zumindest aus den Städten nicht mehr wegzudenken. Die Diskussionen über Demokratie lassen sich nicht ersticken. Parlamentarier solidarisierten sich jüngst per Sitzstreik mit den Forderungen der demonstrierenden Studenten. Aus dem Exil werden persisch-sprachige Fernsehsender betrieben, die per Satellit in den Iran strahlen. Auch die USA planen jetzt einen TV-Kanal für den Iran. Er soll Informationen, keine Propaganda liefern, heißt es in Washington. Der Iran, Teil der „Achse des Bösen“, soll so destabilisiert werden. Ob diese US-Politik allerdings den pro-demokratischen Strömungen wirklich hilft, steht auf einem anderen Blatt. Schon jetzt werden inhaftierte Journalisten beschuldigt, von den USA finanziert zu werden. Diesen Vorwurf wird die religiöse Führung des Iran in den kommenden Monaten unter Verweis auf die Aktivitäten Amerikas noch oft wiederholen. Und kann damit möglicherweise von den eigenen Verletzungen der Pressefreiheit ablenken.

Harald Gesterkamp ■

Seminare / Tagungen

Journalismus aktuell

ABZV, Bonn. 7. Oktober: PR und Journalismus – Wieviel PR vertrauen unsere Leser?
FES, Bonn. 1. bis 26. September: Blick hinter die Kulissen der Politik – Praktika bei Bundestagsabgeordneten.

Journalistische Themen

ABZV, Bonn. 20. bis 24. Oktober in Kronberg/Taunus: Kommunalrecht. 22./23. Oktober in Stuttgart: Kommunale Planung.
IM NRW, Düsseldorf. 8. Oktober: Die Neue Rechte – eine Gefahr für die Demokratie?/Tagung des Verfassungsschutzes NRW für Vertreter aus Medien, Wissenschaft, Bildung und Verfassungsschutz mit Workshops über die Publizistik der Neuen Rechten und über neuere Einflüsse auf studentische Verbindungen.
JHB, Hagen. 6. bis 8. Oktober: Kommunalhaushalt. 6. bis 8. Oktober: Themenwerkstatt Print.
JSR, Essen. 3. bis 5. September: Workshop „Wirtschaft transparent“, u.a. über betriebswirtschaftliche Zusammenhänge, neues Insolvenzrecht, Recht auf Recherche. 9./10. September: Workshop „Reform der Gemeindefinanzen“. 21. bis 24. September in Straßburg: Das neue Europa, u.a. über EU-Wahlen 2004, EU-Verfassung, EU-Erweiterung. 7. Oktober: Der neue Bürgermeister – Probleme und Chancen der Einheitsspitze.
KLARA, Berlin. 6./7. Oktober: Reise-Reportage. 9./10. Oktober: Überschrift und Bildtext. 30. Oktober bis 1. November: Redigieren.

Journalistische Formen

ABZV, Bonn. 16. bis 18. September: Schreibwerkstatt. 15./16. Oktober in Stuttgart: Sportjournalismus. 29. bis 31. Oktober: Effektiv recherchieren.
AFP, Hamburg. 22. bis 24. September: Der Kommentar. 7. bis 12. September: Strategien des Blattmachens. 17. Oktober: Die Kunst der kleinen Texte – Schlagzeile, Vorspann, Bildunterschrift. 20. bis 22. Oktober: Texte in Fachzeitschriften.
EMA, Berlin. 8. bis 12. September: Wirtschaftsjournalismus. 10. bis 12. Oktober: Der Nachruf.
FES, Bonn. 27. bis 30. Oktober in Würzburg: Journalistisches Schreiben für Anfänger.
IFP, München. 17. bis 19. Oktober Ludwigshafen: Kurzseminar Glosse
JA, München. 15. bis 17. September: Von der Meldung zum Kommentar – Journalistische Stilformen

kennen, anwenden, beurteilen. 27./28. Oktober: Das Interview – Planung, Fragetechnik, Bearbeitung.
JHB, Hagen. 8. bis 12. September: Literaturkritik. 22. bis 24. September: Kreativitätstraining. 29. September bis 2. Oktober: Recherche. 29. September bis 2. Oktober: Wissenschaftsjournalismus. 27. bis 31. Oktober: Wirtschaftsjournalismus.
JSR, Essen. 29./30. September: Workshop „Das Alltags-Porträt“. 23. bis 24. Oktober in Erfurt: Kommentar im Lokalteil.
MAK, Köln. 23. bis 25. September: Kreativitätstechniken.
MH, Hamburg. 8. September: Recherchetaining. 26. September: Musikkritik. 17. bis 19. Oktober: Feature. 20. bis 24. Oktober: Einführung in den Zeitungsjournalismus.

Journalismus online

AFP, Hamburg. 31. Oktober: Online-Journalismus.
FAZ, Frankfurt. 29./30. September bzw. 27./28. Oktober: Schreiben und Gestalten im Netz – Marken, Dienstleistungen, Werbung. 23. Oktober: PR online.
FES, Berlin. 29. September bis 2. Oktober in Würzburg. Texten für Online-Medien.
JA, München. 20. bis 21. September: Online-Recherche für Journalisten. 8. bis 10. Oktober: Neue journalistische Stilformen online. 13./14. Oktober: Der direkte Draht zum User – Chat-Interview, Newsletter, Umfrage, E-Mail. 30./31. Oktober: Headlines, Teaser, Nachrichten – Informativ texten. 23./24. Oktober: Hypertext schreiben – redaktionelles Arbeiten im Internet.
MAK, Köln. 15. bis 17. September: Online-Redaktion II. 9. Oktober: Digitalisierte Werke und Recht. 14. Oktober: Online-Recherche. 15. bis 17. Oktober: Online-Konzeption.
WOMAN, Frankfurt. 10./11. September: Professionelle Recherche im Internet. 25./26. September: Themen und Specials im Netz – Schreiben für Online-Medien III. 15. Oktober: Das eigene Webangebot optimieren und pflegen – Website-Management. 22./23. Oktober: Texte webgerecht schreiben und präsentieren – Schreiben für Online-Medien I. 31. Oktober: Die rasende Webreporterin – Einführung in Streaming Media.

Fotografie

ABZV, Bonn. 22. bis 24. September: Digitale Fotografie.
JA, München. 22. bis 24. September: Vom professionellen Schnapp-

schuss zur Bildreportage.
JHB, Hagen. 15. bis 19. September: Foto-Reportage.

Layout / Infografik

IFP, München. 10. bis 12. September in Augsburg: Zeitungs- und Zeitschriftenlayout (für ifp und KMA-Absolventen und Redakteure der katholischen Presse).

Hörfunk

ABZV, Bonn. 29./30. September: Moderationstraining.
DHA, Dortmund. 1./2. September: Moderationstraining Basis. 24. bis 25. September. Erfolgreiches Sendermarketing. 24./25. September: Sprech-Training Grundkurs. 29./30. September: Coaching I – Der Weg zur Personality. 1./2. Oktober: Optimales Soundprocessing als Programmstrategie. 6. Oktober: Journalisten in Ausnahmesituationen. 7./8. Oktober: Qualität der Nachrichten. 9./10. Oktober: Produktion von Promos und Trailern. 9./10. Oktober: Lokale und regionale Comedy. 11./12. Oktober: Sprechtraining Aufbaukurs. 13./14. Oktober: Moderationen mit O-Ton gestalten. 27. Oktober: Knackig und kompetent – Das Kollegen-Gespräch. 28./29. Oktober: Sommerloch und Weihnachtsmänner – Ideenmanagement.
EMA, Berlin. 17. bis 20. September: Hörfunk-Moderation. 22. bis 24. Oktober: Digitaler Audioschnitt.
FFFZ, Düsseldorf. 15. bis 17. September: Radiophone Formen. 10./11. Oktober: Texten für Hörfunk und Fernsehen. 12./13. Oktober: Moderation für Hörfunk und Fernsehen.
IFP, München. 27. bis 29. Oktober in Ludwigsburg: Sprechtraining.
JA, München. 10./11. September: Übertragungen und Reportagen.
MAK, Köln. 5./6. September: Moderationstraining.
MH, Hamburg. 10. Oktober: Moderationstraining.
NPR, Berlin. 2., 3., 5., 9. und 16. September abends oder 23. und 30. Oktober sowie 6., 13., und 20., November abends: Praxisseminar Hörfunk/Produktion einer Magazinsendung. 8., 10., 11. September abends: Audioschnitt mit Minidisk und Computer. 22. bis 24. September abends: Sprechen und Moderieren. 30. September abends: Musikredaktion im Hörfunk. 4. November: Nachrichten.

Volontäre

JSR, Essen. 13./14. Oktober: In-

terview-Training. 3. bis 7. November: Politikberichterstattung.

Selbst- und Medienmanagement

ABZV, Bonn. 23. bis 25. September in Hamburg: Mitarbeiterführung in der Redaktion. 9./10. Oktober: Kommunikationstraining für Journalisten. 20. bis 22. Oktober in Leipzig: Optimal zusammenarbeiten.
AFP, Hamburg. 12./13. September: Job Coaching, Teil 4.
COP, Köln. 17./18. Oktober: Erfolg durch mentale Navigation – Coaching in Kommunikation, Selbstmanagement und -marketing für Kommunikations- und Medien-schaffende. 23. bis 25. Oktober bzw. 6. bis 8. November: Zwischenbilanz und Neuaufbruch – Neue Perspektiven für Babyboomer. 29. bis 31. Oktober in München: Neue Perspektiven schaffen, Probleme intuitiv lösen – Coaching mit Dream Guidance.
DHA, Dortmund. 26. September: Zeit- und Selbstmanagement.
EMA, Berlin. 26./27. September: Karriere zwischen Kick und Knick.
FAZ, Frankfurt. 2. bis 3. September bzw. 27./28. Oktober: Crashkurs Rhetorik. 2. bis 3. September in Offenbach: Konflikte in Unternehmen erfolgreich managen. 4. September in Bad Homburg: Neue Wege der internen Kommunikation. 16./17. September in Düsseldorf: Führungstechniken für Frauen. 22. bis 23. September: Besprechungen effektiv moderieren. 23./24. September in Offenbach: Dialektik für weibliche Führungskräfte. 29./30. September: Zielgerichtete Mitarbeitergespräche. 30. September/1. Oktober: Aufbaukurs Rhetorik.
JA, München. 27./28. September Grundseminar bzw. 25./26. Oktober Aufbau-seminar: Entwicklung und Leitung von Teams. 11. Oktober: Einführung ins Konfliktmanagement. 18. Oktober: Zeit gestalten – Zeit gewinnen.
JSR, Essen. 22. bis 26. September: Existenzgründung als freier Journalist – Start-up-Seminar für Volontäre und Jungredakteure. 8./9. Oktober in Erfurt: Management-Training – Zeitmanagement und Selbstorganisation. 20./21. Oktober: „Das nervt“ – Kommunikations- und Konflikttraining.
MAK, Köln. 9./10. Oktober: Team Building.
MH, Hamburg. 6. September: Rhetorik/Sprechtraining Aufbaukurs. 12. September: Marketing für Freie.
NA, Hamburg. 11./12. Septem-

Seminare / Tagungen

ber: Führungskompetenz – So meistern Sie Ihre neue Rolle.

Film & TV

AFP, Hamburg. 27. bis 29. Oktober: Der Fernsehbeitrag.
BET, Hamburg. 30. September: Digitales Fernsehen.
DWH, Hamburg. 12. bis 14. September: Drehbuch-Dialog. 20. September: Exposé 1. 27. September: Exposé 2. 4. Oktober: Exposé 3. 10. bis 12. Oktober: Erfolgsfilme.
EMA, Berlin. 19. bis 21. September: Von der Idee zum Treatment. 24. bis 26. September: Texten zum Film.
FFZ, Düsseldorf. 3. bis 6. September: TV-Beiträge effizient produzieren.
FM, Münster. 20. bis 28. September, 1. bis 9. November und 1. bis 6. Dezember: Masterschool Dokumentarfilm in drei Workshopmodulen mit dem Filmemacher und Produzenten Horst Herz (Info und Bewerbung unter www.filmsite.de oder www.masterschool-dokumentarfilm.de).
 4. bis 6. September: Digitales Kino. 19. bis 21. September: Script Doctoring. 24. bis 26. Oktober: Montage im Dokumentarfilm.
IFP, München. 20. bis 24. Oktober: Einführung in die Medienarbeit für Theologen, Kurs III Fernsehen.
KLARA, Berlin. 28. bis 31. Oktober: Drehbuch schreiben I.
KMA, Ludwigshafen. 18. September: Casting.
LAG SaAn, Burg. 12. bis 14. September: Multimedia-Produktionswerkstatt. 18. September: Kinohelden braucht das Land – wirklich? 24. bis 26. Oktober: Feuer und Flamme - Filme für Teenager.
LAG SH, Quern. 6. bis 10. Oktober: Multikulturelle Film-Werkstatt. 31. Oktober bis 2. November: BJF-Seminar zu den Nordischen Filmtagen Lübeck.
LFD, Mainz. 30. Oktober bis 2. November: Die 20. Video-Film Tage – Wettbewerb für Filme aus der Freien Szene und aus Hochschulen und Workshops.
MSD, Berlin. 24. bis 27. September: Scriptforum 2003 – Fachmesse für Drehbuch und Stoffentwicklung. Mit Improvisationsseminar, Sitcom-Workshop, Seminar über die geschäftliche Seite des Drehbuchs sowie einem Seminar über den kooperativen Prozess zwischen Autoren, Regisseuren und Schauspielern. Neu: Produzentenlounge und Adaptionbörse „Meet and read fiction“. 29. bis 31. Oktober: Seminarreihe „Serie“ Modul 3/Einblicke ins Genre der Krimi-Serie (für Au-

toren und Dramaturgen).
MUK, Hamburg. April 2004 bis März 2005: „Autorenschule Hamburg“ – Einjährige Fortbildung für Drehbuch-Einsteiger, die Autoren bei der Realisierung ihres ersten Filmstoffes professionell unterstützt (Bewerbungen: Anfang September bis 3. Dezember 2003). Mai 2004 bis Oktober 2004: Halbjähriges Beratungsprogramm für professionelle Drehbuchautoren, die zur endgültigen Umsetzung eines vorhandenen Stoffes noch dramaturgisch beraten werden möchten (Bewerbung ab November 2003 bis 3. Februar 2004).
MZW, Wiesbaden. 30. September: Forum Junge Filmszene Rhein-Main.

Film & TV-Management

BET, Hamburg. 25. bis 27. September: TV-Produktionsmethoden. 21. Oktober: Leitungen und Satelliten. 28. Oktober: EB-Team Dispo.
FM, Münster. 11. Oktober: Finanzierung von Film- und Fernsehproduktionen. 18./19. Oktober: Produktionsleitung.
KMA, Ludwigshafen. 2. bis 7. November, 10. bis 14. November, 1. bis 5. Dezember und 4. bis 9. Januar: 4wöchiger Kompaktkurs Fernsehjournalismus (Bewerbungsschluss: 30. August).

MultiMedia

FM, Münster. Digitale Sommerakademie II für Fortgeschrittene (kombiniert oder einzeln zu belegen) – 1. bis 5. September: Medienintegration fürs Internet. 8. bis 13. September: Komplexe Website-Gestaltung mit Flash und Text. 15. bis 19. September: Final Cut Pro Advanced für Special Effects. 22. bis 26. September: Surroundsound Workshop für DVD Authoring mit Logic und Cubase. 29. September bis 3. Oktober: Maya 3D Workshop für Einsteiger/3D Animationen und Rendering mit Mental Ray. 6. bis 10. Oktober: DVD Authoring mit DVD Studio Pro.

Public Relations

AFP, Hamburg. 29./30. September: PR-Werkstatt: Schreiben, Stil und Sprache. 9. bis 11. Oktober: Die PR-Kampagne. 13./14. Oktober: Die Mitarbeiterzeitschrift.
AR, Remscheid. 15. bis 19. September: PR für Jugend- und Kulturinstitutionen – Interview, Statement, Argumentation.
DHA, Dortmund. 22./23. September: Kommunikation kompakt – Erfolgreich präsentieren.

EBF, Berlin. 19. bis 21. September: Schnupperseminar für PR-Einsteiger (Konzept- und Textübungen).
EMA, Berlin. 25./26. September: Online-PR für Non-Profit-Einrichtungen.
FAZ, Frankfurt. 5. bis 9. September: Entwicklung von PR-K 15. bis 18. September in Heidelberg: 4-täg. PR-Textworkshop Grundlagen des journalistischen Schreibens. 23. September in Mainz: Das Firmenjubiläum. 24./25. September: Fernsehtraining. 26./27. September in Wiesbaden: Stärkere Medienpräsenz durch aktive Pressearbeit.
 6./7. Oktober: Crashkurs Sponsoring. 13. Oktober: Lobbying in europäischer Dimension. ab 15. Oktober: PRplus – 18monatiges Fernstudium zum PR-Berater (mit fünf Präsenzphasen; Kooperation mit oeffentlichkeitsarbeit.de). 15. bis 18. Oktober: Redenschreiben. 21./22. Oktober: Die Mitarbeiterzeitschrift. 28. Oktober: Veränderungsprozesse durch interne Kommunikation erfolgreich gestalten.
FFZ, Düsseldorf. 26./27. September: Reden schreiben – Sprachkultur für Anlässe in Politik und Verwaltung. 7. Oktober: Im Fernsehen zu Gast – Training für Interview und Expertengespräch.
IFP, München. 19., bis 24. Oktober bzw. 26. bis 31. Oktober in Augsburg: Presse- und Öffentlichkeitsarbeit.
JA, München. 29./30. September: Pressemitteilung und Presseverteiler. 6./7. Oktober: Kontakt zur Presse durch Pressekonferenz und Redaktionsbesuch. 20. bis 22. Oktober: Die Kundenzeitschrift.
JHB, Hagen. 13. bis 15. Oktober: Die Pressestelle im Internet. 20. bis 22. Oktober: Organisation und Strategie der Pressearbeit.
MAK, Köln. 18./19. September: Eventmanagement.
MFG, Stuttgart. 16. September: Pressearbeit für Einsteiger.
MH, Hamburg. 4./5. September: Touristik-PR. 23./24. September: Interviewtraining Diakonie. 28. Oktober bis 1. November: Presse- und Öffentlichkeitsarbeit.
NA, Hamburg. 8/9. September: Fachgebiet Grafik-Design – Gute Zusammenarbeit mit den Kreativen. 11./12. September: Global PR-Consulting. 15. September: Umgang mit Journalisten. 18./19. September in Berlin: Grundlagen der Öffentlichkeitsarbeit I. 22./23. September: Kreativitätstraining. 25./26. September in Berlin: Grundlagen der Öffentlichkeitsarbeit II. 23./24. Oktober in Frankfurt/M.: PR-Konzepte. 27./28. Oktober in

Berlin: Personality-PR – Den Chef ins rechte Licht setzen. 31. Oktober: Marketing im Internet. 3. November: Medientraining und Coaching – Erfolgreiches Auftreten in der Öffentlichkeit.
P1, München. 7. bis 9. Oktober: Textakademie. 29. Oktober in Köln. Pressearbeit für Hightech-Unternehmen.

MultiMedia

MFG, Stuttgart. 7. bis 10. September: Mensch & Computer 2003 – Interaktion in Bewegung/Konferenzreihe.

Bildungsurlaub/ Mitbestimmung

DGB NRW, Düsseldorf. Bereich Bildungsurlaub – 7. bis 12. September in Marzabatto/Reggio Emilia: Deutsche Besatzung in Italien. 22. bis 26. September in Hachen: Stressbewältigung und Gesundheitsschutz im Betrieb. 6. bis 10. Oktober in Aachen: Grenzgänger – Deutsche und Belgier. 19. bis 25. Oktober in Auschwitz und Krakau: Erinnern statt vergessen. 3. bis 7. November in Bad Westernkotten: Die Geschichte der Arbeiterbewegung. 10. bis 14. November in Brüssel: Europa vor Ort – Die europäischen Institutionen. 8. bis 12. Dezember in Soest: Zukunft des Sozialstaats. Bereich Migration & Qualifizierung – 21. bis 26. September: Vom Ausländerrecht zum Zuwanderungsrecht. 21. bis 26. September in Kagel-Möllenhorst: Mit Recht gegen Diskriminierung/Vom Amsterdamer Vertrag bis zur Betriebsvereinbarung. 28. September bis 1. Oktober: Migration Online/Nutzungsmöglichkeiten des Internets in der Anti-Rassismus- und Migrationsarbeit. 5. bis 10. Oktober am Starnberger See: Chancengleichheit im Betrieb/Aktiv werden gegen Diskriminierung von Migranten am Arbeitsplatz. 12. bis 17. Oktober in Berlin: Training für Zivilcourage/Aufbaukurs.
DGB, Hattingen. 7. bis 12. September: Zechen, Industriekultur: Strukturwandel im Ruhrgebiet. 14. bis 19. September: Zwischen Egoismus und Gemeinsinn: Wertewandel, soziale Milieus und gesellschaftlicher Zusammenhalt heute. 5. bis 10. Oktober: Den Sozialismus im Lauf hält weder Ochsen noch Esel auf: Geschichte, Scheitern und Verklärung der DDR. 5. bis 10. Oktober: Gottesstaat statt Menschenrechte: Konfliktlinien zwischen islamischem Fundamentalismus und westlicher Demokratie.

Adressen/Seminare

ABZV: Akademie Berufliche Bildung der deutschen Zeitungsverlage e.V., In der Wehrhecke 1, 53125 Bonn, Telefon 0228/25 900-0, Telefax 0228/25 900-26, Internet www.abzv.de, E-Mail info@abzv.de.

AFP: Akademie für Publizistik, Warburgstraße 8-10, 20354 Hamburg, Telefon 040/41 47 96-0, Telefax 040/41 47 96-90, Internet www.akademie-fuer-publizistik.de, E-Mail info@akademie-fuer-publizistik.de.

AR: Akademie Remscheid für musische Bildung und Medienerziehung e.V., Küppelstein 34, 42857 Remscheid, Telefon 02191/794-0, Telefax 02191/794-05, Internet www.akademieremscheid.de.

BET: Broadcast Engineering and Training, Michael Mücher, Niendorfer Straße 51, 22529 Hamburg, Telefon 040/42 10 84-0, Telefax 040/42 10 84-10, E-Mail uta.kubisch@bet.de, Internet <http://bet.de>.

COP: COP – Praxis für Coaching, Organisation und PR, Birgitt E. Morrien, Krüthstraße 27, 50733 Köln, Telefon 0221/739 32 62, Telefax 0221/739 17 69, E-Mail contact@cop-morrien.de, Internet www.cop-morrien.de.

EMA/cpa: Evangelische Medienakademie/cpa im Gemeinschaftswerk der Evangelischen Publizistik e.V., Postfach 500550, 60394 Frankfurt/Main, Telefon 069/580 98-118, Telefax 069/580 98-254, Internet www.gep.de.

DGB: DGB-Bildungszentrum Hattingen, Am Homberg 46-50, 45529 Hattingen, Telefon 02324/50 80, Telefax 02324/508-300, Internet www.hattingen.dgb-bildungswerk.de, E-Mail hattingen@dgb-bildungswerk.de.

DGB NRW: DGB-Bildungswerk NRW e.V., Friedrich-Ebert-Straße 34-38, 40210 Düsseldorf, Telefon 0211/36 83-138 oder -143, www.DGB-Bildungswerk-NRW.de.

DHA: Deutsche Hörfunk Akademie, Nollendorfplatz 2, 44339 Dortmund, Telefon 0231/98 89 00, Telefax 0231/98 89 0-25, E-Mail dha@hoerfunkakademie.de, Internet www.hoerfunkakademie.de.

DWH: Drehbuchwerkstatt Hamburg e.V., Telefon 040/390 37 22, Fax 040/39 34 79, Internet www.drehbuchwerkstatt-hamburg.de.

EBF: Eberhard B. Freise, Institut für Bildungs-Marketing, Bohnhardt & Freise, Sulzaer Straße 7, 14199 Berlin, Telefon 030/825 97 87, Telefax 030/825 59 33, E-Mail sagabo@arcor.de.

EMA: Evangelische Medienakademie/Journalistenschule, Jebensstraße 3, 10623 Berlin, Telefon 030/31 001-417, Telefax 030/

21 001-440, Internet www.evangelische-medienakademie.de, izimmer@ev-medienakademie.de.

FAZ: F.A.Z. – Institut für Management-, Markt- und Medieninformationen, Mainzer Landstraße 195, 60326 Frankfurt/Main, Telefon 069/75 91-20 76, Telefax 069/75 91-27 64, Internet www.seminare-faz-institut.de, E-mail seminare@faz-institut.de.

FES: Friedrich-Ebert-Stiftung, Journalistenakademie, Godesberger Allee 149, 53170 Bonn, Telefon 0228/883-325, Telefax 0228/883-695, Internet www.fes.de, E-Mail apbmail@fes.de.

FFFZ: Film Funk Fernseh Zentrum der Evangelischen Kirche im Rheinland, Kaiserswerther Straße 450, Postfach 30 03 43, 40403 Düsseldorf, Telefon 0211/45 80-250, Telefax 0211/45 80-200.

FM: Filmwerkstatt Münster, Hafensstraße 2, 48153 Münster, Telefon 0251/230 36 21, Telefax 0251/230 36 09, Internet www.filmwerkstatt-muenster.de bzw. www.masterschool-dokumentarfilm.de.

IFP: Institut zur Förderung des publizistischen Nachwuchses e.V., Rosenheimer Straße 145b, 81671 München, Telefon 089/54 91 03-0, Telefax 089/75 50 44 86, Internet www.ifp-kma.de, info@ifp-kma.de.

IM NRW: Innenministerium NRW, Abteilung Verfassungsschutz, Postfach 103013, 40021 Düsseldorf, Internet www.im.nrw.de/sch/142.htm#, E-Mail tagung@im.nrw.de.

JA: Journalistenakademie Dr. Hooffacker & Partner, Postfach 1904 18, 80604 München, Telefon 089/167 51 06, Telefax 13 14 06, www.journalistenakademie.de.

JHB: Journalistenzentrum Haus Busch/Deutsches Institut für publizistische Bildungsarbeit, 58099 Hagen, Telefon 02331/365-600, Telefax 02331/365-699, Internet: www.hausbusch.de, E-Mail hausbusch@hausbusch.de. Schriftliche Bewerbungen für Multimedia Publishing: Multimedia-Center, Universitätsstraße 11, 58097 Hagen, Telefon 02331/9847 40, Internet www.mmc-hagen.de.

JSR: Journalistenschule Ruhr, Schederhofstraße 55-57, 45145 Essen, Telefon 0201/804-19 61 oder -19 62, Telefax 0201/804-19 63, E-mail m.jentsch@journalistenschule-ruhr.de, Internet www.journalistenschule-ruhr.de.

KLARA: Klara. Schule für Journalismus und Öffentlichkeitsarbeit GmbH Berlin, Ritterstraße 3, 10969 Berlin, Telefon 030/690 415 85, Telefax 030/690 415 86, www.klaraberlin.de, E-Mail info@klaraberlin.de.

KMA: Katholische Medienakademie,

Studio Ludwigshafen, Frankenthaler Straße 229, 67059 Ludwigshafen, Telefon 0621/591 72-0, Telefax 0621/51 68 09.

LAG SaAn: Landesarbeitsgemeinschaft Jugend und Film Sachsen-Anhalt, Peter Hansen, Südring 15c, 39288 Burg, Tel. 03921/98 00 35.

LAG SH: Landesarbeitsgemeinschaft Jugend und Film Schleswig-Holstein, Jugendhof Scheersberg, Ulrich Ehlers, 24972 Quern, Telefon 04632/285, Telefax 04632/15 91.

LFD: LandesfilmDienst Rheinland-Pfalz e.V., Simone Schnipp, Postfach 3004, 55020 Mainz, Telefon 06131/14 38 41, E-Mail ldf@uni-mainz.de.

MAK: Medienakademie Köln gGmbH, Im MediaPark 6, 50670 Köln, Telefon 0221/57 43 72 00, Telefax 0221/57 43 72 01, Internet www.medienakademie-koeln.de.

MFG: Medien- und Filmgesellschaft Baden-Württemberg mbH, Medienentwicklung, Geschäftsstelle doIT, Breitscheidstraße 4, 70174 Stuttgart, Telefon 0711/907 15-300, Telefax 0711/715-350, Internet www.mfg.de oder www.doIT-online.de, E-Mail medienentwicklung@mfg.de.

MH: medienbüro Ev.-Luth. Kirchenkreisverband Hamburg, Schillerstraße 7, 22767 Hamburg, Telefon 040/30 623 180, Telefax 040/30 623 189 Internet www.medienbuero-hamburg.de, E-Mail info@medienbuero-hamburg.de.

MSD: Master School Drehbuch, Linienstraße 155, 10115 Berlin, Telefon 030/308 79 315, Telefax 030/308 79 314, Internet www.masterschool.de, E-Mail info@masterschool.de.

MUK: Medien und Kulturarbeit e.V., Friedensallee 7, 22765 Hamburg, Telefon 040/39 90 99 31, Telefax 040/390 95 00, Internet www.medienundkultur.hamburg.de, E-mail medienundkulturarbeit@t-online.de.

MZW: Medienzentrum Wiesbaden e.V., Neugasse 15-19, 65183 Wiesbaden, Telefon 0611/166 58-43, Telefax 0611/31 39 29, E-Mail stump@wiesan.de, Internet www.medienzentrum-wiesbaden.de.

NA: news aktuell GmbH, mediaworkshops, Mittelweg 144, 20148 Hamburg, Telefon 040/41 13-28 41, Telefax 040/41 13-28 76, Internet www.newsaktuell.de, E-Mail mediaworkshop@newsaktuell.de.

NPR: Non Profit Radio, Hörfunkschule Berlin, Axel-Springer-Straße 40/41-A4, 10969 Berlin, Telefon 030/68 30 20 90, Telefax 030/68 30 20 91, www.radiokurse.de.

P1: Press1, Wilhelm Riehl-Straße 13, 80687 München, Telefon

089/678 387-60, Telefax 089/578 387-69, Internet www.press1.de, E-Mail info@press1.de.

SRT: Schule für Rundfunktechnik, Wallensteinstraße 121, 90431 Nürnberg, Telefon 0911/96 19-0, Telefax 0911/96 19-199, Internet www.srt.de, E-Mail info@srt.de.

WOMAN: Wom@nticker – Medienagentur für Frauen, Hohenstaufenstraße 8, 60327 Frankfurt/Main, Telefon 069/74 30 98 63, Telefax 069/74 30 98 64, info@womanticker.de, www.womanticker.net.

Film/TV/Video

16. Stuttgarter Filmwinter STUTTGART. Ein Festival innovativer Kultur für Experimentalfilm, Videokunst und neue Medien ist der Stuttgarter Filmwinter – Festival for Expanded Media vom 15. bis 18. Januar 2004. Künstler, Medienschaffende und Filmemacher können dazu noch bis zum 15. September 2003 ihre Arbeiten einreichen. Der Hoppe-Ritter-Preis von 1.500 Euro wird für eine Team-Produktion vergeben, der Norman 2004 der Film- und Videojury ist mit 1.500 Euro dotiert, der Preis der Landeshauptstadt Stuttgart mit 4.000 Euro Preisgeld geht an ein unabhängiges CD-Rom-Projekt oder eine Internet-Publikation, der Milla & Partner-Preis ist mit der Vergabe von 2.500 Euro für eine Installation verbunden, ein Publikumspreis von 1.000 Euro ist für eine weitere Film- oder Videoproduktion gedacht. Zum Programm gehören auch Beiträge von Wissenschaftlern, bildenden Künstlern, Musikern, Performern, DJs und Literaten. Kontakt: Wand5 im Filmhaus, Friedrichstraße 23a, 70174 Stuttgart, Telefon 0711/22691 60, Telefax 226 91 61, www.wand5.de oder www.filmwinter.de.

Neu im Netz

www.m-c-n.cc
Gebührenpflichtiges Presseportal von Motor-Correspondent-Netzwerk. Quelle für tagesaktuelle Presseinformationen samt Fotos und Illustrationen von 128 Autoherstellern, Zulieferfirmen und Dienstleistern. Mit Datenbank und Recherchefunktion (Abogebühr: 33 Cent pro Tag).

Impressum

„M – Menschen Machen Medien“
Medienpolitische ver.di-Zeitschrift,
erscheint monatlich (10 Ausgaben
im Jahr)

Herausgeber: Vereinte Dienstleistungs-
gewerkschaft (ver.di)/Fach-
bereich 8 (Medien, Kunst, Industrie),
Bundesvorstand:
Frank Bsirske/Frank Werneke

Redaktion: Karin Wenk (verant-
wortlich), Telefon 030/69 56 23 26
Anschrift: ver.di Bundesvorstand/Redak-
tion M, Potsdamer Platz 10, Haus 4
10785 Berlin, Fax: 030/69 56 36 76
E-Mail: karin.wenk@verdi.de
Für unverlangt eingesandte Artikel
und Bilder übernimmt die Redaktion
keine Verantwortung. Gezeichnete
Beiträge stimmen nicht immer mit
der Meinung der Redaktion überein.
Verlagsanschrift: „M – Menschen
Machen Medien“, ver.di e.V.,
Bundesvorstand, Potsdamer Platz 10,
10785 Berlin.

Anzeigenleitung: Bernd Heußinger,
Kornweg 21, D-21445 Wulfsen,
Telefon 041 73-5 09 92-0
Telefax 041 73-51 19 12, E-Mail:
heussinger@verdi-anzeigen.de
Gültige Anzeigenpreisliste:
Nr. 8a, gültig ab 1. 1. 2002, an-
zufordern bei der Anzeigenleitung
Anzeigenschluss:
Bitte Terminliste anfordern.

Titelbild: Hermann J. Haubrich
Tel. 071 1/96 69 76 – 5
Layout: Petra Dreßler, Berlin
Tel. 030/322 18 57
Bildrecherche: Christian v. Polentz
Druck und Vertrieb:
W. E. Weinmann Druck + Media GmbH,
Raiffeisenstr. 15, 70794 Filderstadt,
Postfach 41 60, 70779 Filderstadt

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

Weitere Publikationen:
„Kunst & Kultur“ verantwortlich:
Burkhard Baltzer 071 1/20 97-2 60
„Druck + Papier“ verantwortlich:
Henrik Müller 030/69 56 – 10 76

**ver.di – Fachbereich 8 (Medien,
Kunst, Industrie) im Internet**
(inkl. aktuelles Inhaltsverzeichnis
von „M“ und ausgewählte Texte,
Archiv seit März '96): ww.verdi.de/m

Redaktionsschluss:
„M“ 9/2003: 14.07.2003
„M“ 10/2003: 14.08.2003
„M“ 11/2003: 15.09.2003
ISSN-Nr.: 09 46 – 11 32

Journalismus

Reportage-Preise

WEINSTADT. Für engagierte Repor-
tagen in Wort und Bild zeichnet
die Agentur Zeitspiegel Autoren-
Fotografen-Teams mit dem Hansel-
Mieth-Preis aus. Prämiert werden
auch unveröffentlichte Arbeiten in
Farbe oder Schwarzweiß aus den
Jahren 2002 oder 2003. Der Preis
ist mit 6.000 Euro dotiert. Die Ver-
wirklichung einer besonderen Re-
portage-Idee soll das ebenfalls mit
6.000 Euro dotierte Gabriel-Grüner-
Stipendium ermöglichen. Für die
Bewerbung ist ein Exposé erforder-
lich. Teilnahmeformulare bei der
Agentur Zeitspiegel, Strümpfel-
bacher Straße 21, 71834 Weinstadt,
Telefon 07151/9 64 60, agentur@
zeitspiegel.de. Einsendeschluss:
1. Oktober 2003. Die Arbeit muss
bis Juli 2004 realisiert sein.

Zukunft der Medien

LEIPZIG. Die Medienstiftung der
Sparkasse Leipzig schreibt einen
„Preis für die Freiheit und Zukunft
der Medien“ aus. Damit sollen Jour-
nalisten, aber auch Verleger ermutigt
werden, sich mit Risikobereit-
schaft, Beharrlichkeit und demokra-
tischer Überzeugung für die Siche-
rung und Entwicklung der Presse-
freiheit einzusetzen. Einsendeschluss:
31. Oktober. Die Preise sind mit
15.000, 10.000 und 7.500 Euro
dotiert. Kontakt: Medienstiftung der
Stadt- und Kreissparkasse Leipzig,
Menckestraße 27, 04155 Leipzig,
www.leipziger-medienstiftung.de,
info@leipziger-medienstiftung.de,
Telefon 0341/562 96 61, Telefax
0341/562 96 63.

Beiträge über Homosexuelle

KÖLN. Der Bund Lesbischer und
Schwuler JournalistInnen (BLSJ)
schreibt erneut seinen mit 500 Euro
dotierten „Felix-Rexhausen-Journa-
listInnen-Preis“ aus. Die Auszeich-
nung wird jährlich vergeben und
würdigt ein besonderes publizisti-
sches Engagement bei der Berichter-
stattung über Lesben und Schwule.
Eingereicht werden können jour-
nalistische Beiträge, die in der Zeit
vom 1. Juli 2002 bis 31. August '03
erstmalig erschienen sind oder ge-
sendet wurden. Bewerbungsschluss:
30. September 2003. Kontakt:
Martin Rosenberg Telefon 0221/
97 27 – 411, Postfach 19 01 39,
50498 Köln. E-Mail: info@blsj.de,
www.felix-rexhausen-preis.de

Preise für Sprachkultur

WIESBADEN. Die Gesellschaft für
deutsche Sprache vergibt erneut
ihren Preis zur Förderung der
Sprach- und Sprechkultur in Presse,
Hörfunk und Fernsehen. Vorschläge

zu möglichen Preisträgern können
von jedermann eingereicht werden,
und zwar bis zum 30. November
2003. Außerdem schreibt die Ge-
sellschaft ihren Alexander-Rhom-
berg-Preis aus, der sich besonders
für die Förderung der Sprachkultur
in der Tagespresse einsetzt. Diese
Auszeichnung ist mit 5.000 Euro
dotiert. Die Bewerberinnen/Bewer-
ber dürfen nicht älter als 30 Jahre
sein. Einsendeschluss: 30. Septem-
ber 2003 bei der Gesellschaft für
deutsche Sprache, Spiegelgasse 13,
65183 Wiesbaden, Telefon 0611/
999 55 – 0, Fax 0611/999 55 – 30,
sekr@gfds.de, www.gfds.de.

IJP-Auslandsstipendien

Die Internationalen Journalisten-
programme IJP ermöglichen fort-
laufend jüngeren Journalisten zwei-
monatige Arbeitsaufenthalte im
Ausland. Die Austauschprogramme
bieten auf bilateraler Basis die Mög-
lichkeit, ein Land als Gastreporter
eines renommierten Mediums ken-
nenzulernen und dadurch einen
persönlichen Eindruck von Politik,
Wirtschaft, Kultur und gesellschaft-
lichem Alltag zu gewinnen.
Deutsch-niederländisches Stipendium:
Reisebeginn am 19. Februar 2004.
Bewerbungsschluss: 15. September
2003 (Kontakt: IJP e.V., Udeshei-
mer Straße 36, 40221 Düsseldorf).
Deutsch-Lateinamerikanisches Sti-
pendium – Bewerbungsschluss:
15. November 2003 (Kontakt: IJP
e.V., Martin Spiewak, Hohenzol-
lernring 84, 22763 Hamburg, Fax
040/39 90 91 54, spiewak@ijp.org).
Deutsch-Nordeuropäisches Journa-
listenstipendium. Einsendeschluss:
15. Dezember 2003 (Kontakt: IJP
e.V., Vassilios Theodossiou, Post-
fach 310746, 10637 Berlin, Tele-
fon 030/34 50 04 02, Telefax:
030/34 50 04 03, theo@ijp.org).
Infos: www.ijp.org.

Alles öko

NEUMARKT. Die Ökobrauerei Neu-
markter Lammsbräu vergibt 2003
erstmalig einen Journalistenpreis.
Honoriert werden Beiträge, die das
Bewusstsein der Verbraucher für
ökologische Lebensmittel stärken,
nachhaltige Lebensmittelproduktion
unterstützen oder Wissen über öko-
logische Lebensmittel und eine ge-
sunde Ernährung vermitteln.
Die Arbeiten müssen zwischen dem
1. Januar 2002 und dem 31. Juli
2003 veröffentlicht worden sein.
Der Journalistenpreis ist Bestandteil
der „Öko-Rente“ mit einem Preis-
geld von insgesamt 10.000 Euro.
Einsendeschluss: 15. September
2003. Info: Neumarkter Lamms-
bräu, Berthold Winkler, Amberger
Straße 1, 92318 Neumarkt, Telefon
09181/404 – 27, Telefax 09181/
404 – 49, www.lammsbraeu.de,
info@lammsbraeu.de.

Leute

Juliane Adam, bisher Programm-
chefin von Radio Cottbus, löste als
Geschäftsführerin des Senders
Olaf Hopp ab.

Tim Albert, bislang stellvertreten-
der Leiter des Ressorts Politik bei
der „Passauer Neuen Presse“,
übernahm die Leitung der Lokal-
redaktion Hoyerswerda der „Lau-
sitzer Rundschau“.

Thomas Bovermann (32) aus
Grevenbroich, bisher tätig als freier
Journalist, ist jetzt Redakteur der
Deutschen Online-Presse-Agentur
(www.onpra.de) in Neuss.

Ralf Bartoleit, zuletzt Leiter der
Politikredaktion von „FAZ.Net“,
wurde neuer Unternehmenssprecher
der Evuia Media AG (München).

Jürgen Berger, bisher zuständig
für die in Niedersachsen produzier-
ten Unterhaltungssendungen des
NDR-Fernsehens, löste als Leiter
des NDR-Studios Göttingen **Hanna
Legatis** ab, die Leiterin des NDR-
Studios Osnabrück wurde.

Heinrich Bleicher-Nagelsmann,
ver.di-Bereichsleiter Kunst und Kul-
tur, ist für den Deutschen Kulturrat
in den Rundfunkrat der Deutschen
Welle gewählt worden. Als Vorsit-
zender wieder gewählt wurde **Va-
tentin Schmidt,** Präsident des Kir-
chenamtes der Evangelischen Kir-
che. Bestätigt wurde auch der
Medienwissenschaftler Prof. **Hans
Kleinsteuber** von der Universität
Hamburg, der den Online-Aus-
schuss des Rundfunkrates leitet.

Christine Bollhorn, früher bei
„Mädchen“, wurde Beraterin der
„Fernsehwoche“ und der Chef-
redaktion von „TV klar“.

Tilman Börner, früher Leiter des
eingestellten „Computer Channel“
(G+J), wurde Leiter von „Dotnet-
pro“ (Redtec Publishing, Poing).

Jürgen Bruckmeier, Chefredak-
teur von „PC Welt“, ist Projekt-
leiter für eine neues Magazin des
IDG Verlags (München) zur digita-
len Unterhaltungstechnologie.

Hubert Burda, Vorstandsvorsit-
zender der Hubert Burda Media,
wurde in seinem Amt als Präsident
des Verbandes Deutscher Zeit-
schriftenverleger (VDZ) bestätigt;
Vizepräsidenten sind **Rudolf Thie-
mann,** Verleger und Geschäftsfüh-
rer des Verlags Neue Bildpost, und
Uwe Hoch, Geschäftsführer der
Verlagsgruppe Handelsblatt.

„Capital“-Personalien: **Andreas Busch**, derzeit stellvertretender Chefredakteur von „Focus Money“, löst als Vize-Chefredakteur von „Capital“ zum Jahresende **Kai D. Eichstädt** ab, der als Autor für das Wirtschaftsmagazin wirken wird. **Nikolai Kreitl**, Ressortleiter Aktuelles, rückte zum stellvertretenden Chefredakteur auf. **Walter Hillebrand-Droste**, stellvertretender Chefredakteur, übernimmt zusätzlich die Leitung des Ressorts Unternehmen von **Thomas Lubert**, der Chefkorrespondent wird. **Anita Stocker**, zuletzt im Ressort Geldanlage von „Focus Money“ wird stellvertretende Leiterin des Ressorts Private Finanzen.

Rainer M. Cabanis, bisher Programmdirektor des Radiosenders ffn, verließ das Unternehmen. Die Position wird nicht neu besetzt.

Andrea Czepek, bisher Redakteurin bei „Buchreport“ und davor am Institut für Journalistik der Uni Dortmund, tritt im September die Professur für Journalismus an der Fachhochschule in Wilhelmshaven an.

ARD-Sportschau: WDR-Fernsehdirektor **Ulrich Deppendorf** leitet die Gesamtplanung der neuen Sportschau. **Steffen Simon**, bisher Sportchef beim RBB, wurde Leiter der Bundesliga-Redaktion; stellvertretender Leiter ist **Klaus Heinen** vom WDR. **Gerhard Delling** und **Reinhold Beckmann** wechseln sich in der Moderation der Sportschau ab; das jeweilige Spitzenspiel wird in den Stadien von **Waldemar Hartmann** (BR) oder **Michael Antwerpen** (SWR) moderiert.

Lutz Feierabend, Ressortleiter für die Bezirksausgaben des „Kölner Stadt-Anzeigers“, löste als stellvertretender Chefredakteur **Rudolf Kreitz** ab, der Chefredakteur des „Kölner Express“ wurde. **Wolfgang Brüser**, bislang Regional-Reporter für den „Kölner Stadt-Anzeiger“, wurde Ressortleiter für die Kölner Stadttausgabe. **Marc Del Din** folgte als Leiter der Online-Redaktion auf **Jan Brügelmann**, der nunmehr dem Ressort Blick vorsteht.

Justus Fischer, zuletzt Programmdirektor des eingestellten Megaradios, folgte als Musikchef bei Antenne Bayern auf **Wolfgang Biechle**, der Leiter der Stabsabteilung Unternehmensentwicklung und Programmkoordination wurde.

Gerhard Fuchs, Fernsehndirektor des BR, wurde in der Nachfolge des ehemaligen BR-Intendanten **Albert Scharf** zum Rektor der Münchner Hochschule für Fernsehen und Film gewählt.

Thomas Garms, bisher Chefredakteur der „Welt am Sonntag“, löste als Chefredakteur der „Hör zu“ **Jörg Walberer** ab.

Caroliene Götz, bisher Leiterin der Presse- und Öffentlichkeitsarbeit von AOL Deutschland, wechselte in der gleichen Funktion zum Sportrechtvermarkter Sportfive.

Florian von Heintze, beim Axel Springer Verlag bislang Chefredakteur von „Funk Uhr“, „TVneu“ und „Bildwoche“, löste als Chefredakteur der „B.Z.“ und „B.Z. am Sonntag“ **Georg Gafron** ab, der Geschäftsführer und Chefredakteur der neu gegründeten Axel Springer Medien Service GmbH wird. Chefredakteur der drei Programmzeitschriften wird von Heintzes bisheriger Vize **Jan von Frenckell**.

Uwe Heitmann, bisher Chefredakteur der „Harburger Anzeigen und Nachrichten“, wird neuer Chefredakteur der Zeitungsgruppe Ostfriesland („Ostfriesland-Zeitung“, „General-Anzeiger“).

Bernd von Jutrczenka, zuletzt Chefredakteur von ddp, löste als Leiter der Bildredaktion bei der dpa **Hans-Peter Hill** ab.

Thomas Kern, bisher Redakteur bei der „Frankfurter Allgemeinen Sonntagszeitung“, wurde Pressesprecher von Fiat.

Jörg-Dieter Kogel, bisher Leiter des Programmbereichs Abends/Sonntag beim gemeinsam von Radio Bremen und dem NDR veranstalteten Kultur- und Informationsprogramm Nordwestradio, löste als Programmleiter des Nordwestradios **Werner Blind** ab.

Edda Kraft, zuletzt in der Geschäftsführung der Firma Medienkontor tätig, wurde Leiterin der Abteilung Show im Bereich Unterhaltung von SAT.1.

Friedrich-Wilhelm Kramer, Direktor des NDR-Landesrundfunkhauses Schleswig-Holstein, wurde zum Vorsitzenden der MSH Gesellschaft zur Förderung audiovisueller Werke in Schleswig-Holstein gewählt. MSH-Geschäftsführer bleibt **Roland Schmidt**.

Torsten Krauel, bisher Chefkorrespondent von „Die Welt“/„Berliner Morgenpost“, löst als politischer Korrespondent in Washington **Uwe Schmitt** ab, der als Korrespondent in den USA bleibt.

Dr. Karl-Heinz Kutz (Landessportbund Mecklenburg-Vorpommern) wurde zum Vorsitzenden des NDR-

Rundfunkrats gewählt. Stellvertretende Vorsitzende sind **Dagmar Gräfin Kerssenbrock** (Landesnaturschutzverband Schleswig-Holstein), Dr. **Volker Müller** (Unternehmerverbände Niedersachsen) und **Helmuth Frahm** (SPD-Landesorganisation Hamburg).

Martin Lagoda wurde Chefredakteur der neuen Zeitschrift „Essen & Trinken – Für jeden Tag“ (G+J).

Valdo Lehari jun., Verleger des „Reutlinger Generalanzeigers“, wurde als Vorsitzender des Verbandes Privater Rundfunkanbieter in Baden-Württemberg wieder gewählt.

Michaela Lienemann, früher Chefredakteurin von „sixteen“, folgt als Chefredakteurin von „Bravo Girl“ auf **Michaela Mielke**, die Chefredakteurin einer neuen Frauenzeitschrift „Lola“ (AS Young Media House) wurde.

Uwe Loll, Geschäftsführer und Programmchef beim Radiosender RSA (früher Oldie.fm) schied aus. Seinen Posten übernahm **Klaus Vorbrodt**, Geschäftsführer der PSR-Mediengruppe.

Michael Ludewig, bislang Leiter des dpa-Büros in Leipzig, löste als Chef des dpa-Landesbüros Stuttgart **Werner Ise Scheib** ab, der sich verstärkt den Bereichen Wirtschaft, Wirtschaftspolitik und Medien widmen wird und für Sonderaufgaben zur Verfügung steht.

Ilona Marenbach, bislang Chefin vom Dienst bei Radio SFB-Multikulti, folgt als Leiterin der Hörfunkwelle des RBB auf **Friedrich Voß**, der in den Ruhestand tritt.

Alexander Marinos, derzeit Leiter des Ressorts Nachrichten bei der Zeitungsgruppe Lahn-Dill (Wetzlar), folgt als Chef der Politik- und Nachrichtenredaktion der „Westdeutschen Zeitung“ (Düsseldorf) auf **Helmuth von Schilling**, der in den Ruhestand geht.

Stephan Mattukat, bislang stellvertretender Programmdirektor bei Neun Live, wurde Programmdirektor bei dem baden-württembergischen Regionalsender B.TV 4U (Ludwigsburg).

Jürgen Mladek wurde Ressortleiter Lokales beim „Berliner Kurier“.

Wolfgang Münchau, bislang im Duo mit **Christoph Keese** Chefredakteur der „Financial Times Deutschland“, wird Associate Editor und Europa-Kolumnist der „Financial Times“ in Brüssel. Keese wird die „FTD“ allein leiten.

Wilfried Pastors, bisher Leiter Sport bei der „Bild am Sonntag“, löst als Chef von „Bild“ Köln **Jörg Haken-dahl** ab, der verantwortlicher Redakteur für die NRW-Redaktion von „Bild“ in Essen-Kettwig wird. **Georg F. Schiller**, bislang Leiter von „Bild“ Stuttgart, folgt in der gleichen Position in Nürnberg auf **Peter Ramsauer**, der in Rente geht. „Bild“-Chef in Stuttgart wird **Claus-Peter Bruns**, bisher Leiter des „Bild“-Büros in Leipzig; dort übernimmt **Ralph Große-Bley** seine Stelle.

Prof. Dr. **Ulrich Pätzold**, bisher Direktor des Journalisten-Zentrums Haus Busch (Hagen), wurde in der Nachfolge von Prof. Dr. **Manfred Buchwald** zum Vorstandsvorsitzenden dieser Einrichtung des Deutschen Instituts für publizistische Bildungsarbeit gewählt. 2. Vorsitzender bleibt **Lambert Lensing-Wolff**, Verleger der „Ruhr-Nachrichten“. Neuer Direktor ist der bisherige Vize **Jürgen Dörmann**.

Rolf-Herbert Peters, zuletzt als Verlagsautor bei G+J für den „Stern“ und „Capital“ tätig, löste als Leiter der Bereiche Kommunikation und Medienpolitik bei RTL **Ingrid M. Haas** ab, die Generalsekretärin von RTL wurde.

Jörg Reckmann, bisher Leiter der Stadredaktion der „FR“, wechselt als Korrespondent nach Brüssel.

Martin Roth, bislang Wirtschaftsredakteur bei der „FAZ“, löst als Pressesprecher und Leiter Kommunikation bei der HypoVereinsbank Group **Thomas Pfaff** ab.

Maria Sandoval, zuletzt stellvertretende Chefredakteurin bei „Bild der Frau“, folgt als Chefredakteurin von „Lisa“ (Hubert Burda Media) auf **Jürgen Stollberg**, der Chefredakteur des Monatsmagazins „Young Lisa“ bleibt und die Leitung des neuen Bereichs Young Media bei den Offenburger Medien Park Verlagen übernimmt.

Christof Schmidbauer, schon bisher bei dpa-AFX tätig, folgte als Redaktionsleiter der Wirtschafts- und Finanznachrichtenagentur auf **Hans-Hermann Nikolei**, der ins Wirtschaftsressort des dpa-Basisdienstes (Hamburg) zurückkehrte.

Corinna Scholz, bisher für Programmeinkauf und -planung bei Universal Studios Networks Deutschland verantwortlich, wurde Programmdirektorin.

Helmo Schwilk, bisher Chefkorrespondent der „Welt am Sonntag“, wurde Leiter des neuen Ressorts Kirche und Gesellschaft.

Gerald Selch, zuletzt Sport-Chefreporter bei „Bild“, wechselte als stellvertretender Chefredakteur zur „tz“ (München).

Elvira Siebert, bisher Redakteurin und Moderatorin beim ORB, löste als Moderatorin des MDR-Regionalmagazins „Sachsen-Anhalt heute“ **Connie Loof** ab.

Christian Steiger, bislang Autor bei der Motor-Presse (Stuttgart) folgte als Chefredakteur des Oldtimer-Magazins „Mercedes-Benz Classic“ auf **Stefan Woltereck**.

Alexander Steudel, bisher Fußball-Chef bei der „Welt am Sonntag“, wurde stellvertretender Chefredakteur von „Sport Bild“.

Maria von Welser, zuletzt Leiterin des ZDF-Studios in London, folgte als Direktorin des NDR-Landesfunkhauses Hamburg auf **Dagmar Reim**, die im Mai Intendantin des RBB wurde. Nachfolger des bisherigen Programmdirektors Fernsehen **Jürgen Kellermeier**, der in den Ruhestand geht, wird im Mai 2004 **Volker Herres**, derzeit Fernseh-Chefredakteur und Leiter des Programmbereichs Zeitgeschichte. Diese Position wird dann **Andreas Cichowicz**, derzeit Leiter der Auslandsredaktion und Moderator des „Weltspiegel“, übernehmen.

Corinna Willführ, zuletzt für zwei Außenredaktionen der „FR“ zuständig, löste als Leiterin der „FR“-Stadtredaktion **Jörg Reckmann** ab, der als Korrespondent nach Brüssel wechselte.

Bernd Zieseimer wird das „Handelsblatt“ künftig allein leiten. Sein bisheriger Co-Chefredakteur **Thomas Knipp** wurde Chefredakteur International in Frankfurt.

Preise

Annette Bolz, freie Wissenschaftsjournalistin aus Hamburg ist in München mit dem Medizin-Publizistik-Preis (Print) 2003 der Glaxo-SmithKline-Stiftung für ihren Artikel „Männliche Medizin, weibliche Opfer“ ausgezeichnet worden.

Peter Boenisch, früher Chefredakteur von „Bild“ und Sprecher der Bundesregierung, wurde mit dem Großen Verdienstkreuz des Verdienstordens der Bundesrepublik Deutschland ausgezeichnet.

Tim Brakemeier (Berlin), **Patrick Seeger** (Villingen-Schwenningen)

und **Peter Kneffel** (München) wurden beim Fotowettbewerb „dpa-Bild des Jahres 2002“ prämiert.

Boris Breckhoff gewann auf dem Dokumentar-Filmfestival in Marseille den ersten Preis für seinen 90-Minuten-Streifen „Deutschland-Deutschland-Niemandsland“.

Fred Breinersdorfer und **Achim von Borries**, Autoren und Filmmacher, erhalten den mit je 7500 Euro dotierten ver.di-Fernsehpreis. Breinersdorfer wird damit für sein Drehbuch zu dem NDR-Fernsehspiel „Die Hoffnung stirbt zuletzt“ ausgezeichnet, von Borries erhält den Preis für seine Regie bei dem ZDF-Film „England!“.

Gero Breloer (dpa) gewann den mit 12500 € dotierten ersten Preis des von der „Welt am Sonntag“ vergebenen Sven-Simon-Preises für das beste Sportfoto des Jahres 2002. Der zweite (5000 €) und dritte (2500 €) Preis gingen an **Matthias Hangst** und **Sascha Fromm**.

Eine Comenius-Medaille der Gesellschaft für Pädagogik und Information erhielt das Multimedia-Paket des SWR-Schulfernsehens „Die Stadt im späten Mittelalter“; der Comenius-Sonderpreis ging an die „Tele-Akademie“ des SWR.

Der Fernsehproduzent **Marc Conrad** (typhoon films, Köln) wurde für die Serie „Abschnitt 40“ (RTL) auf dem Fernseh-Festival von Monte Carlo zum „besten TV-Produzenten Europas“ erkoren. **Götz George** erhielt für seine Rolle in dem Film „Der Anwalt und sein Gast“ den Darstellerpreis. Eine Goldene Nymphe in der Kategorie Information/Dokumentation ging an **Kim Bartly** und **Donnacha O Briain** für den Dokumentarfilm „Chavez - Ein Staatsstreich von innen“ (internationale Koproduktion mit ZDF/ARTE).

13. Deutscher Kamerapreis: Beste Kamera: **Judith Kaufmann** für den Spielfilm „Scherbentanz“, **Jürgen Carle** für den Fernsehfilm „Tatort: 1000 Tode“, **Matthias Fleischer** für den Kurzfilm „Vida! – fragmento de un recuerdo“, **Peter Hoffmann** für den Bericht „Der Mann in den Bäumen“, **Jörg Hammermeister** für die Reportage „Der Katalog“ und **Sophie Main-tigneux** für den Dokumentarfilm „Damen und Herren ab 65“. Bester Schnitt: **Ingo Ehrlich** für den Spielfilm „Ein Leben lang kurze Hosen tragen“, **Joel Ström** für den Bericht „Ich und mein Ding“: Herlinde Koelbl fotografiert ihren Fotoapparat“ und **Isabelle Allgeier** für den Dokumentarfilm „Mar-

tin Walser – Eine Deutschlandreise“. Förderpreise (je 5000 €): **Torsten Lüders** für die Kamera von „Wetka“ und **Andy Bergmann** für die Kamera von „Omnis“ (beide HFF „Konrad Wolf“). Als diesjähriger Ehrenkameramann wurde **Franz Rath** gewürdigt.

Deutsch-Französischer Journalistenpreis 2003 – Fernsehen/Hauptpreis: **Harald Schmidt** für eine von ihm französisch moderierte Ausgabe der „Harald Schmidt Show“; Nachwuchspreis (Kurzreportage): **Harald Jung** (ZDF) und ein Team aus jungen deutschen und französischen Journalisten für die Sendung „Fremde Freunde“. Hörfunk: Radio France Internationale und die Deutsche Welle für eine Gemeinschaftssendung anlässlich des 40. Jahrestags des Deutsch-Französischen Freundschaftsvertrags. Printmedien: Die Doppelausgabe von „Libération“ und „Berliner Zeitung“ zum Vertrags-Jahrestag. Ehrenpreis: **Joseph Hanimann**, Feuilleton-Korrespondent der „FAZ“ in Paris.

Deutsch-Polnischer Journalistenpreis 2003 – Printmedien (2500 €): **Ewa Maria Slaska** („Newsweek“, Polen); lobende Erwähnungen: **Stephan Fuhr** (dpa, Dresden) und **Gundula Lasch** (freie Journalistin, „X-Mag“). Radio (2500 €): **Andrzej Winiszewski** (Radio Zachód, Zielona Góra); lobende Erwähnungen: **Cezary Galek** (Radio Zachód) und **Piotr Geisc** (Radio SFB-Multikulti/Polnische Redaktion). Fernsehen (2500 €): **Maria Zmarz-Koczanovicz** (ARTE-TVP 2); lobende Erwähnung: **Stephan Kühnrich** (ARTE).

Karim Dridis Film „Fureur“ (Frankreich) wurde im Rahmen des Spielfilm-Wettbewerbs „Cinema Europa“ beim 3. Europäischen Filmfest Stuttgart Ludwigsburg der MfG-Verleihpreis in Höhe von 25000 € zuerkannt.

Der Publizist und Satiriker **Wiglaf Droste** (Berlin) erhält den mit 12500 € dotierten diesjährigen Ben-Witter-Preis.

26. Egon Erwin Kisch-Preis für die besten deutschsprachigen Reportagen des Jahrgangs 2003 – 1. Preis (10 000 €): **Stefan Willeke** für „Der Herr der Pleiten“ („Die Zeit“); 2. Preis: **Kurt Kister** für „Wolfs-lächeln und Nadelstiche“ („SZ“); 3. Preis: **Guido Mingels** für „Josef, der Panzerknacker“ („Das Magazin“ des „Tagesanzeigers“, Schweiz).

Der Schauspieler und Synchronsprecher **Arne Elsholtz** erhält den

mit 2500 € dotierten Preis des Kunst- und Vortragsringes Lippstadt.

Miriam Freudig (Berlin), freie Journalistin und Autorin, wurde für ihr Hörfunk-Feature „Jetzt fängst du auch noch bei den Bio-Weibern an“ (SR/SFB) mit dem Nachwuchspreis Neue Töne 2003 des Journalistinnenbundes ausgezeichnet.

Jenny Friedrich-Freksa erhielt für ihren Beitrag „Pisa? Die Freiheit nehm ich mir!“ („SZ-Magazin“) den mit 1000 € dotierten Medienpreis 2003 für herausragende Reportagen im Bereich Printmedien, vergeben vom DGB Nord, der Heinrich-Böll-Stiftung und der Landeszentrale für politische Bildung Mecklenburg-Vorpommern.

Grimme Online Award 2003 des Adolf Grimme Instituts (Marl) – Kategorie Medien-Journalismus: „Onlinejournalismus.de“ (**Roman Mischel**, **Fiete Stegers**, **Fabian Hoberg**) und „Perlentaucher.de“ (**Anja Seeliger**, **Thierry Chervel**, **Niclas Seeliger** und **Adam Cwizentzek**). Kategorie Web-Media: kein Preis. Kategorie TV: „Kaepnblaubaer.de“ (**Brigitta Mühlenbeck**, **Karsten Steens**), „Oestlicher-Sonne.de“ (**Käthe Day**, **Stefan Moll**, **Christiane Wolff**, **Sascha Mandelkow**, **Babett Walter**) und „Lexi-tv.de“ (**Elser Maxwell**, **Thomas Malz**, **Bernhard Wiedemann**, **Michael Schmittbetz**, **Christiane Nienhold**, **Julika Matthes**). IntelPubli-kumsPreis: „Mietmensch.zdf.de“.

Karl-Eckhard Hahn, Sprecher der Landtagsverwaltung, wurde von der Landespressekonferenz Thüringen als bestem Pressesprecher des Landes der diesjährige „Rasselbock“ verliehen.

Der Autorin und Moderatorin **Elke Heidenreich** (Köln) wurde für ihr Gesamtwerk der mit 30000 € dotierte Große Kulturpreis der Sparkassen-Kulturstiftung Rheinland 2003 zuerkannt.

Andreas Helfer, Volontär beim „Bonner Generalanzeiger“, erhielt den mit 1500 € dotierten Reportagepreis der Akademie für Publizistik.

Antje Hubert wurde für ihre Dokumentation „Jetzt fahr'n wir über'n See – Mutter und Kinder auf dem Kieler Waldhof“ (NDR) beim 7. Filmfest Schleswig-Holstein in Kiel der Dokumentarfilmpreis zugesprochen.

Internationales Filmfestival in Parma/ Prix Leonardo für Wissenschaftsdokumentationen: Ein erster Preis ging an „Schätze im nassen Grab“

(NDR „Prisma“) von **Halil Gülbezaz**; einen zweiten Preis erhielt **Detlev Cordts** für „Im Totenreich der Pharaonen“ (NDR „Prisma“). **Monika Siegfried-Hagenow** (Bergneustadt) wurde für ihren Dokumentarfilm „Anne, Kopf hoch – Eine Mutter im Wachkoma“ (WDR) ein Prix Leonardo in Silber verliehen.

JazzRadio Berlin wurde bei den New York International Radio Programming Awards 2003 mit der Gold-Welt-Medaille in der Kategorie Best Jazz Format ausgezeichnet. Der Preis in der Kategorie Best Online Radio ging an www.jazzradio.net. Weitere Auszeichnungen erhielten Moderator **Tom Schweers** und die Sendung „JazzRio!“.

Der Naturfilmer **Dietmar Keil** (Offenburg) erhielt für sein Gesamtwerk den mit 10 000 € dotierten Hauptpreis der Jan-Brauers-Stiftung (Baden-Baden).

Jonathan Baruch Kesselman (USA) wurde für seine Filmkomödie „Hebrew Hammer“ beim 9. Berliner Jewish Film Festival der mit 2000 € dotierte Gerhard-Klein-Publikumspreis zugesprochen.

Dem Regisseur **Gillies MacKinnon** (Großbritannien) wurde der mit 10 000 € dotierte Bernhard-Wicki-Preis des Internationalen Filmfests Emden 2003 zuerkannt.

Barbara Marheineke gewann mit „e-mail express“ den 1. Preis beim Rüsselsheimer Festival für satirische Kurzfilme. Rang zwei und drei belegten **Sinan Akkus** und **Ali Eckert**.

Thorald Meisel (Klingenthal), Redakteur bei der „Freien Presse“, erhielt den Ehrenpreis der Initiative Südwestsachsen in der Kategorie „Grenzüberschreitende Zusammenarbeit mit Tschechien“.

Der Fotograf **James Nachtwey** und der Dokumentarfilmer **Fredrick Wiseman** wurden in der Sparte Gegenwartsforschung mit Preisen der Dan-David-Stiftung (Tel Aviv) ausgezeichnet.

Die NDR-Kinderserie „Die Pfefferkörner“ erhielt für die Folge „Der Schlitzer von der Elbchaussee“ beim KinderKom - Merano TV Festival 2003 den Preis für das beste Kinderprogramm.

Tillmann Prüfer, bei der „Financial Times Deutschland“ Leiter „Weekend“, gewann den mit 10 000 € dotierten Journalistenpreis „Packende Wirtschaft“, den das Informationszentrum Weißblech mit dem NRW-Wirtschaftsministerium und der „VDI Nachrichten“ vergibt.

Der 2. Preis ging an **Keno Verseck** („taz“), den dritten erhielt **Ralf Eibl** („FTD“). **Ute Krepler**, Journalistenschülerin der Axel-Springer-Schule, gewann den Nachwuchspreis.

Bärbel Rechenbach und **Anne König** wurde zu gleichen Teilen der Mitteldeutsche Journalistenpreis 2002 zuerkannt.

Josef Ritler („Blick“, Ringier Verlag) und **Guido Noth** (Ringier TV) wurden mit dem Ringier Medienpreis 2003 ausgezeichnet.

Babelsberger Medienpreise 2003: Förderpreis für den besten Absolventenfilm – Dokumentarfilm (18 000 €): **Paula Rodriguez** (Deutsche Film- und Fernsehakademie Berlin) für „Volver a vernos“ („Pinochet's Kinder“); Spielfilm (18 000 €): **Franz Müller** (Kunsthochschule für Medien Köln) für „Science Fiction“.

Erich Kästner-Fernsehpreis für das beste deutschsprachige Kinder- und Jugendprogramm (25 000 €): die Folge „Wie ist das mit dem Tod?“ aus der Reihe „Willi wills wissen“ (BR). Die Preise werden von der GWFF und der HFF „Konrad Wolf“ (Potsdam-Babelsberg) vergeben.

Matthias Schweighöfer und **Bettina Zimmermann** erhielten auf Grund einer Leser-Umfrage der „Bunten“ den New Faces Award als beliebteste Nachwuchsschauspieler. **Chris Kraus** wurde für „Scherbentanz“ in der Kategorie Beste Regie ausgezeichnet.

Steven Silver wurde für „The Last Just Man“ der mit 5000 € dotierte PHOENIX-Dokumentarfilmpreis 2003 zuerkannt.

Andreas Tzortzis und **Arne Woll** von der Online-Redaktion der Deutschen Welle haben den Net-Media European Online Journalism Award 2003 in der Kategorie „Best News Story“ mit ihrer DW-Online-Featureserie „Europe Moves East“ gewonnen.

Zouhair Yahyaoui, der wegen seiner Kritik am tunesischen Regime mittels einer satirischen Webseite inhaftiert wurde, erhielt den von den internationalen Menschenrechtsorganisationen „Reporter ohne Grenzen“ und „Globe-Net“ erstmals vergebenen Preis für Freiheit im Internet.

Das ZDF wurde für herausragende Programmleistungen beim 24. Banff Television Festival (Kanada) mit dem Global Television Outstanding Achievement Award ausgezeichnet.