

M

MENSCHEN MACHEN

E 2814

MEDIEN

Medienpolitische ver.di-Zeitschrift

Nr. 10 Oktober 2003 Jahrgang 52

ver.di

GEBÜHREN- DEBATTE



50 JAHRE
DEUTSCHE
WELLE



Verlässliche Qualität

Weiterbildung und Arbeitszeitmodell – Themen in der Tarifrunde 2003 für Redakteure an Tageszeitungen

Von Matthias von Fintel

Seit mittlerweile drei Jahren steckt das Verlagsgeschäft mit Tageszeitungen in einer Krise. In dieser Zeit haben alle Zeitungsverlage auf unterschiedliche Weise auf die damit verbundenen Herausforderungen reagiert. Denn es ist ja eine Binsenweisheit, dass in jeder Krise auch eine Chance steckt. Welche Chance haben also zunächst die Verleger von Tageszeitungen ergriffen? Es reicht, sich lediglich die entsprechenden Aktivitäten im tarifpolitischen Bereich anzuschauen.

Zum Ende letzten Jahres hat der Verlegerverband BDZV den Manteltarifvertrag gekündigt. Seitdem herrscht in dem wichtigen Feld der Basisregelungen für redaktionelles Arbeiten zumindest Rechtsunsicherheit. Es gibt auch erste Versuche, diese Rechtsunsicherheit in tatsächliche Verschlechterungen umzusetzen. Außerdem wurde in einem Verhandlungsmarathon, die letzte Gehaltsrunde beispiellos lange hinausgezögert. Erst im April diesen Jahres konnte ein Abschluss erzielt werden, der

für die Journalistinnen und Journalisten an den Rand der Unannehmbarkeit gerückt ist. Letztlich hat mit dem Abschluss zumindest in diesem Jahr eine Abkopplung von der allgemeinen Einkommensentwicklung in der Medienbranche stattgefunden. Auf diese Weise haben die Verleger die Krise ausgenutzt und ihre Chance wahrgenommen. Denn schon seit längerem ist es das Ziel der Verlagsmanager, die Einkommen von Redakteuren und Redakteurinnen strukturell und im Umfang anzugreifen.

Chance in der Krise

Eine unterdurchschnittliche Tarifrunde ist dabei nur der erste Schritt. Denn wie aus einer Gebetsmühle werden wieder Forderungen laut werden, die Gehaltsstaffel zu kappen. Was in der Zukunft für die Verleger Kosteneinsparungen verspricht.

Doch auch aus Sicht der ausübenden Journalisten in den Redaktionen bietet diese Krise eine Chance. Denn in Zeiten eines üppigen Blüten treibenden Wer-

beumfeldes wurde im Tageszeitungsmarkt viel probiert, was später keinen Bestand hatte. Zukunftsweisende Projekte, wie die bei jugendlichen Lesern beliebte „jetzt“ des Süddeutschen Verlages, wurden, wenn auch mit Bedauern, eingestellt. Aber auch eher zweifelhafte Projekte wie die kurzzeitig in wenigen Großstädten vertriebenen Gratiszeitungen haben bei rückläufigen Werbeumsätzen keine Chance mehr. Es gibt also auf der einen Seite eine Rückbesinnung auf die klassischen Felder des aktuellen und umfassenden Tageszeitungsjournalismus.

Leserinnen und Leser erwarten eine Bandbreite von Information und Hintergrundberichten aus allen Lebensbereichen und sie wollen sich auf ihre Tageszeitung(en) verlassen können. Das betrifft den Wahrheitsgehalt ebenso wie das Gespür für Entwicklungen und Neues. Gefragt ist also Qualität, die verlässlich ist.

Vier-Tage-Woche

Auf der anderen Seite ist eine schleichende Aushöhlung des Qualitätsjournalismus zu beobachten. Die Deutsche Journalistinnen- und Journalisten-Union (dju) in ver.di will dieser Entwicklung jedoch nicht tatenlos zusehen. Aus diesem Grund wurde in den Zeitungsredaktionen eine Umfrage unter etwa 5000 Kolleginnen und Kollegen durchgeführt. Ziel ist es, nach einer zur Zeit noch nicht vorliegenden Auswertung dieser Umfrage zu erfahren, welche Rolle journalistische Werte noch spielen. Spannend wird zudem, wie eng zur Zeit in den Redaktionen die veränderten Rahmenbedingungen wie Personal-situation und Zeitdruck in Verbindung mit veränderten Arbeitsergebnissen gebracht werden.

Ohne den Ergebnissen der Umfrage vorgreifen zu wollen, hat die dju-Tarifkommission bereits an Vorschlägen gearbeitet, die von Seiten der Tarifparteien zu einer Förderung qualitätsorientierter Arbeitsbedingungen führen können. Neben Vor-



schlägen zu einer Förderung von beruflicher Weiterbildung – dies darf nicht nur auf technische Qualifikation beschränkt bleiben, wenn man ein lebenslanges Lernen in wissensorientierten Berufen ernst nimmt – kommen weitere dazu: Mit dem wertvollen Gut Arbeitszeit muss verantwortungsbewusst umgegangen werden. Das heißt neben der Erfassung von Mehrarbeit soll auch das Modell einer Vier-Tage-Woche praktiziert werden können. Dadurch wird allen ein planbarer Umgang mit der Ressource Arbeitszeit erleichtert. Mit der Einführung solcher Modelle können in Verlagen bestehende Vorbehalte aufgelöst werden. Mit Hilfe von Praxis-Erfahrungen kann dieses Modell dann optimiert werden.

Keine Gehaltsabstriche

Die Tarifpolitik der dju beabsichtigt weiterhin, dass das materielle Äquivalent für qualitativ hochwertige Arbeit erhalten und ausgebaut wird. So sind Schräglagen innerhalb der Verlage nicht mehr nachvollziehbar, so müssen zum Beispiel die Jahresleistung für Redakteurinnen und Redakteure wieder auf 100 Prozent angehoben und die Zuschläge für Wochenend- und Nachtarbeit auf einen einheitlichen Stand gebracht werden. Und schließlich darf in diesem Jahr kein Abstrich bei der Gehaltserhöhung im journalistischen Bereich gemacht werden. Die dju versteht es als ein nicht zu verhandelndes Angebot, dass die Gehaltserhöhung um das gleiche Niveau, wie in anderen Bereichen der Verlagswirtschaft, ausfallen muss.

Die Verhandlungen mit dem BDZV werden Anfang Oktober beginnen (Termin stand mit Redaktionsschluss noch nicht fest). Die aktuellen Informationen zur diesjährigen Tarifrunde werden wieder unter

<http://dju.verdi-verlage.de>

veröffentlicht. Ebenso werden in Kürze die Ergebnisse der dju-Fragebogenkampagne publiziert. ■

Tarifworkshop Privater Rundfunk

connexx.av und der ver.di Bundesvorstand führen am **7. und 8. November 2003 in Offenbach/Main** mit engagierten Beschäftigten und Betriebsratsmitgliedern aus privaten Radios und TV-Sendern einen Tarifworkshop durch.

Es wird über die aktuellen technischen und strukturellen Veränderungen, über geänderte Arbeitsabläufe und wachsenden Zeitdruck, über das Anziehen der Leistungsschraube und die Entzauberung des Arbeitens in den Medien diskutiert.

Vier Foren beschäftigen sich mit:

- Auswirkungen der Digitalisierung
- Flexibilisierung der Arbeitszeit
- Verhältnis Einkommen und Leistung
- Prekäre Beschäftigung und Spaltung von Belegschaften

Aus den gewonnen Erkenntnissen werden Anforderungen an die Entwicklung der Tarifverträge im Privaten Rundfunk gewonnen.

Informationen auf der Homepage

www.connexx-av.de

unter dem Button Termine und Veranstaltungen.

Kontakte für Nachfragen: Matthias von Fintel, ver.di-Tarifsekretär, matthias.vonfintel@verdi.de oder: Meike Jäger, connexx.av-Berlin, berlin@connexx-av.de



**Titelthema:
Gebührendebatte**

- 4 Gebührendebatte missbraucht für medienpolitische Kuhhandel**
Unheilige Allianz von Politik und Privatfunk gegen öffentlich-rechtlichen Rundfunk
Von Günter Herkel
- 7 Neue Herausforderungen**
Globale Gefährdung erhöht Wert des öffentlich-rechtlichen Rundfunks

Foto: Boris Geilert / GAFF



Aktuell

- 2 Verlässliche Qualität**
Weiterbildung und Arbeitszeitmodell – Themen in der Tarifrunde 2003 für Redakteure an Tageszeitungen
Von Matthias von Fintel

Rundfunk

- 8 Deutsche Welle sendet jetzt aus Bonn**
ver.di-Betriebsgruppe fordert Tarifautonomie und mehr Mitbestimmung – Altersteilzeit auch für Teilzeitkräfte
- 9 „Wir wachsen weiter“**
Mit Carl-Maria Diebel, Sprecher der ver.di-Betriebsgruppe Deutsche Welle und stellvertretender Vorsitzender des örtlichen Personalrats, sprach Burkhard Rexin
- 10 Ohrenschmaus nur für Kinder**
Ein Traum wird wahr: „RadiJojo!“ ist auf Sendung
- 11 Die neue Macht in Unterföhring**
Haim Saban steht bei ProSiebenSat.1 Media AG für internationale Finanzinvestoren
- 12 Akzeptables Ergebnis**
RBB: Gewerkschaftliche Standfestigkeit hat sich ausgezahlt

Journalismus

- 13 ver.di-Fernsehpreis verliehen**
Filme als Anregung zu politischem Engagement für Freiheit und Demokratie
- 14 Freiberufler zur Kasse**
Großunternehmen sparen Milliarden durch Steuerschlupflöcher

- 15 dju plädiert bei Rau für gezielte Presseförderung**
Unterstützung im Bündnis für journalistische Qualität eingefordert
- 16 Live aus den wachsenden Wäldern dieser Welt**
Engagierte Friedensberichterstattung mit dem „Peace Counts Projekt“
- 18 Migranten als „Türöffner“**
Für mehr interkulturelle Kompetenz in den Medien
- 19 Verheerende Konsequenzen**
Polizisten und Soldaten behindern Fotografen
- 20 Ein Auge für die Kamera, ein Auge für die Truppe**
Journalistenkurs im Ausbildungszentrum der Vereinten Nationen
- 21 Lediglich Background für Emotionen**
Über Defizite der Kriegsberichterstattung – Frauen ohne eigene Stimme

Print

- 22 Recherchemethoden**
Zulässiges Vorgehen oder Verstoß gegen den Pressekodex?
- 22 Sauer auf Bauer**
- 23 Dumping oder Spezialangebot?**
Agenturen und andere Dienstleister punkten mit preiswerten Komplettlösungen
- 24 Buchtipps: Berufseinstieg bei Printmedien**
- 25 Chefredakteur suspendiert**
„metall extra“ gestoppt – Artikel müssen künftig vorgelegt werden

Jugend

- 26 Mit dem Premier Estlands schwatzen**
Über die Erfahrungen eines deutschen Praktikanten bei der „Baltischen Rundschau“ in Vilnius

Recht

- 27 Dramaturgie nur beim Spielfilm?**
Klage gegen Halbierung eines Dokfilm-Klassikers in erster Instanz gescheitert

Verlage

- 28 Schluss mit Schulbüchern von Diesterweg**
- 28 After-Work-Party der Fachgruppe Verlage**

Film

- 29 Internet, DVD, Flut und andere Katastrophen**
Multiplexe in Bedrängnis – Tarifverhandlungen werfen ihre langen Schatten voraus
- 31 Bücher zu, ab ins Kino**
Klassiker der Leinwand erobern mit der Initiative „Filmkanon“ die Lehrpläne der Schulen
- 31 Filmrezension: Wilbur wants to kill himself**
- 32 Kreativität für den deutschen Film**
Position der künstlerischen Urheber im Zuge der Filmförderung stärken

Neue Medien

- 33 Yahoo gegen Google**
Zwei große Suchdienste befinden sich im harten Wettstreit um die Nutzer

Medien International

- 34 Ego-Streit mit Todesfolge**
Wie die BBC um Unabhängigkeit und die britische Regierung verbissen um Glaubwürdigkeit kämpfen – Blair bestreitet Manipulationsvorwürfe
- 35 September in Chile**
Chiles Journalisten erinnern an José „Pepe“ Carrasco Tapia
- 36 Frei in Europa**
Schwierige Arbeitsbedingungen freier Journalisten sind überall zunehmend Thema für Gewerkschaften – Lobbyarbeit in Brüssel gewinnt an Bedeutung
- 37 Schweizer Verleger kündigen Vertrag mit fadenscheiniger Begründung**
- 38 Meldungen**
- 38 Aktion für Luis Mama-mi und Andrés Bèjar Torreblanca**
Peruanische Rundfunk-Journalisten erhalten Morddrohungen

Rubriken

- 28 Briefe
- 39 Service/Seminare
- 42 Impressum
- 43 Leute/Preise

Titelbild:
Hermann J. Haubrich



Gebühren- debatte missbraucht für medien- politische Kuhhändler

Unheilige Allianz von Politik und Privatfunk gegen öffentlich-rechtlichen Rundfunk

Der Auftritt war spektakulär und bizarr zugleich. Vor einem illustren, handverlesenen Publikum las ein Politiker den öffentlich-rechtlichen Anstalten gründlich die Leviten. ARD und ZDF müssten „gerade jetzt“ vermeiden, den „ohnehin nicht freien Wettbewerb“ mit der privaten Radio- und Fernsehindustrie durch den gezielten Einsatz von Gebührenmitteln zu „verfälschen oder gar ad absurdum zu führen“. In der Medienwirklichkeit des Jahres 2003 diene der faire ökonomische Umgang mit den Privaten auch der Vielfaltssicherung. Dann holte er zum entscheidenden Schlag aus: „Wir sollten uns auf ein Moratorium der Gebührenerhöhung verständigen.“ So geschah Anfang Juni in den Räumen der noblen Berliner Anwaltskanzlei Hogan und Hartson. Anders als die „Berliner Rede“ von Roman Herzog provozierte der Vortrag des nordrhein-westfälischen Ministerpräsidenten Peer Steinbrück keinen gesellschaftlichen „Ruck“. Eher Verwunderung über die Unverfrorenheit, mit der der SPD-Mann einen der verbliebenen Grundpfeiler sozialdemokratischer Medienpolitik en passant über Bord warf: Die Verteidigung der Bestands- und Entwicklungsgarantie des öffentlich-rechtlichen Rundfunks. Denn nichts anderes bedeutet die Forderung nach einem Einfrieren der jetzigen Rundfunkgebühr über das Auslaufen der bis Ende 2004 geltenden Gebührenperiode hinaus. Das Manöver reihte sich ein in eine Serie von entsprechenden Attacken, die in den Monaten zuvor von den üblichen Verdächtigen lanciert worden waren. Allen voran von Bayerns Ministerpräsident Edmund Stoiber und von VPRT-Präsident Jürgen Doetz, dem nimmermüden Eiferer gegen die öffentlich-rechtli-

chen „Wettbewerbsverzerrer“. Kein Wunder, dass der Verband Privater Rundfunk und Telekommunikation Steinbrücks Intervention umgehend lobte. Unter Hinweis auf die „Reforminitiativen“ anderer Bundesländer sagte Doetz, die deutsche Medienpolitik habe „offenbar erkannt, dass auch sie sich einer Neuordnung und Weiterentwicklung des dualen Systems nicht länger verschließen“ könne. Die Privatfunker und ihre Lobbyisten wittern Morgenluft. Sie begreifen offenbar die ökonomische „Krise als Chance“, die Position der öffentlich-rechtlichen Anstalten im dualen System maßgeblich zu schwächen.

■ Frei von jedem Einfluss

Zur Durchsetzung dieses Ziels greifen die rundfunkpolitischen Systemveränderer wieder mal die Finanzierungsgrundlagen des öffentlich-rechtlichen Rundfunks an. Dabei genügt ein flüchtiger Blick auf Steinbecks Thesen, um die verfassungsrechtliche Fragwürdigkeit im Denken des Sozialdemokraten auszumachen. Was er fordert, lässt sich populär so zusammenfassen: ARD und ZDF müssen beschnitten werden, weil die Privaten derzeit krisenbedingt darben. „Ist das nur populistisch in Zeiten leerer Kassen? Gebühren als Brot- oder Benzinspreis?“ fragte Uwe Kammann in „epd Medien“. Und: „Wenn’s das wäre: Warum wird nicht die Regulierungsbehörde gezeißelt, die gerade ohne jeden Protest die Grundgebühr für Telefon (kommunikative Grundversorgung, ja!) um 1,41 Euro erhöhen lässt – ungefähr der gleiche Betrag, der ab 2005 der Rundfunkgebühr zugeschlagen werden könnte?“ Für die Privatfunker mag die Geschichte des deutschen Rundfunks

Von Günter Herkel

Das bundesdeutsche Rundfunksystem gilt unter den Kennern der internationalen Medienszene als das weltweit beste und leistungsfähigste. Die mehr oder weniger friedliche Koexistenz öffentlich-rechtlicher und privater Anstalten hat sich in den zwei Jahrzehnten seit der Zulassung kommerzieller Sender bewährt und genießt höchsten verfassungsrechtlichen Schutz. Vor dem Hintergrund der tiefgreifenden Rezession der Medienbranche verschärfen sich jedoch in jüngster Zeit die Angriffe der Privatfunklobby auf das öffentlich-rechtliche System. Als Hebel dient wie so oft in der Vergangenheit die Rundfunkgebühr. Neuerdings bekommen die Privaten Unterstützung von unerwarteter Seite.

Foto: Caro / Ruffier

auf die Zeit vor und nach der Aufhebung des öffentlich-rechtlichen Duopols im Jahre 1984 zusammenschließen. Es sei jedoch daran erinnert, dass der bundesrepublikanische Rundfunk nach 1945 unter Anleitung der westlichen Alliierten aus guten Gründen die heutige Verfassung bekam. Nach den Erfahrungen im Faschismus sollten die Sender nie wieder von einem Regime instrumentalisiert werden können; der Rundfunk sollte frei sein von staatlicher, wirtschaftlicher oder privater Einflussnahme. Aus diesen Grundsätzen leitet sich seine Organisationsform ab, speist sich sein umfassender Programmauftrag: Information, Bildung und Unterhaltung für alle. „Genau aus diesem Grunde sollte Rundfunk durch ausreichende Gebühren aller Rundfunkteilnehmerinnen finanziert werden“, sagt Frank Werneke, stellvertretender ver.di Bundesvorsitzender. Das Bundesverfassungsgericht hat den Grundversorgungsauftrag des öffentlich-rechtlichen Rundfunks denn auch wiederholt bestätigt. Zugleich hat es 1994 in seinem „Gebührenurteil“ der bis dahin allzu offenen Einflussnahme der Politiker auf die Rundfunkgebühren einen Riegel vorgeschoben. Die da-

malige Kommission zur Ermittlung des Finanzbedarfs der Rundfunkanstalten (KEF) bestand praktischerweise aus Vertretern der Staatskanzleien sowie der Rechnungshöfe.

■ Mischfinanzierung

Sie war, wie die Richter urteilten, „ein bloßes Hilfsinstrument der Ministerpräsidentenkonferenz“, die trotz formaler Zuständigkeit der Landtage die wesentlichen Entscheidungen traf. In den Leitsätzen zum Urteil heißt es dagegen: „Die Gebühr darf nicht zu Zwecken der Programm- lenkung oder der Medienpolitik eingesetzt werden.“ Die Überprüfung des Finanzbedarfs dürfe sich nur darauf beziehen, ob sich die Programm- entscheidungen von ARD und ZDF „im Rahmen des rechtlich umgrenzten Rundfunkauftrags halten und ob der aus ihnen abgeleitete Finanzbedarf zutreffend und im Einklang mit den Grundsätzen der Wirtschaftlichkeit und Sparsamkeit ermittelt worden ist.“ Wie die jüngsten Angriffe zeigen, „vergessen“ einzelne Landesfürsten – unabhängig von ihrer politischen Couleur – immer wieder die von ihnen selbst beschlossenen Grundlagen einer staatsfernen Festsetzung der Rundfunkgebühr. Steinbrück erwecke

nicht den Eindruck, sagte der ARD-Vorsitzende Jobst Plog, als könne er die Empfehlung der KEF noch unvoreingenommen prüfen.

Um die Begehrlichkeiten der Politiker noch weiter einzudämmen, ließe sich aus gewerkschaftlicher Sicht die bisherige Praxis der Gebührenfestsetzung noch staatsferner gestalten: etwa durch ein rundfunkspezifisches Indexierungsverfahren für Gebühren. Eine Forderung, enthalten in einem Positionspapier des Medienfachbereiches von ver.di. „Für eine angemessene Weiterentwicklung der Rundfunkfinanzierung“. Darin wird zugleich für die Beibehaltung der Mischfinanzierung aus Gebühren und Werbeeinnahmen plädiert, „um die Rundfunkgebühr weiterhin sozialverträglich zu halten“. Diese Forderung war nicht immer unumstritten. Noch vor vier Jahren war ein anderer SPD-Spitzenpolitiker, der saarländische Ministerpräsident Reinhard Klimmt für die vollständige Abschaffung der Werbung bei ARD und ZDF eingetreten. Sein „Fernziel“, verkündete Klimmt Anfang 1999, sei ein ausschließlich gebührenfinanzierter öffentlich-rechtlicher Rundfunk. Als Ausgleich, so argumentierte er, müssten allerdings die Rundfunkgebühren um ►

Mehrbedarf angemeldet

Für die nächste Gebührenperiode 2005–2008 hat die ARD bei der KEF einen Mehrbedarf in Höhe von 1,12 Euro angemeldet, das ZDF wünscht 0,80 Euro mehr. Insgesamt entspricht dies einer Forderung von 11,5 Prozent, die sich allerdings auf vier Jahre verteilen. Sollte die KEF dem entsprechen, wäre für die Rundfunkteilnehmer ab 2005 eine monatliche Gebühr von rund 18 Euro fällig. Das ZDF erhält derzeit einen Anteil von vier Euro aus der Monatsgebühr von 16,15 Euro.

„mindestens zehn Prozent“ erhöht werden.

Kein schlechter Vorschlag – wenigstens auf den ersten Blick. Ein werbefreier öffentlich-rechtlicher Rundfunk, der sich – gestützt allein auf die Gebührenfinanzierung – ausschließlich um die Erfüllung seines Programmauftrags zu kümmern hätte? Der Zuschauern und Hörerinnen keine lästigen Werbeblöcke aufdrängte? Der es nicht nötig hätte, mit Sponsoring, Product Placement, Bartering und was es noch an ausgeklügelten Methoden zum Einbau von Werbebotschaften geben mag, ein paar Zusatzeinnahmen zu erzielen? Ein solcher öffentlich-rechtlicher Rundfunk wäre eine angenehme, noch schärfer profilierte Alternative zu den kommerziellen Sendern, die aus existenziellen Gründen gezwungen sind, ihr Publikum mit immer gewiefteren Tricks an die Markenartikelhersteller zu verkaufen. Die Teilfinanzierung auch der öffentlich-Rechtlichen aus Werbung war von medienkritischen Zeitgenossen nicht umsonst als eine Art Sündenfall geißelt worden. Schließlich lieferte sie das Einfallstor für eine Programmpolitik, die sich weniger an Qualität als an Massenwirksamkeit, am Geschmack des gesellschaftlichen mainstream orientiert. Immerhin muss zur Ehrenrettung von ARD und ZDF angemerkt werden: zynische Auswüchse wie bei den Privaten, wo etwa die spezifischen Bedürfnisse der über 50jährigen ausgeblendet werden, weil sie keiner relevanten Werbezielgruppe angehören, gibt es bei ihnen nicht. Von Gerd Bacher, ehemaliger Generalintendant des österreichischen Rundfunks, stammt der Satz: „Öffentlich-rechtlicher Rundfunk braucht Geld, um Programm zu machen. Privatfernsehen braucht Programm, um Geld zu machen.“

■ Werbung relativieren

Entsprechend gilt es, die tatsächliche Bedeutung der Werbung für die Finanzierung des öffentlich-rechtlichen Rundfunksystems zu relativieren. Im Jahr 2001 etwa erzielten die ARD-Anstalten und das ZDF zusammen rund 615 Millionen Euro Werbeumsätze. Tendenz: fallend. Bescheidene Summen, gemessen an den gut acht Milliarden Euro, die die Privaten im selben Jahr – trotz einsetzender Rezession – scheffelten. Bedeutung hatte das System der Mischfinanzierung für die Öffentlich-Rechtlichen vor allem aus einem Grund: Die Werbe-millionen schaffen ein klein wenig Unabhängigkeit gegenüber der Politik. Genauer: Gegenüber Politikern, die Verhandlungen über die Höhe der Rundfunkgebühr zum

Ablauf jeder Gebührenperiode als Faustpfand für irgendwelche medienpolitische Kuhhandel missbrauchen.

■ Nerviges Sponsoring

Die Werbung bei den Öffentlich-Rechtlichen eliminieren, dafür die Gebühren entsprechend anheben? Dieser jüngst auch wieder von VPRT-Präsident Doetz eingebrachte Vorschlag ist daher mit Vorsicht zu genießen. Denn gerade in der Medienrezession spielt auch das Argument einer „sozialverträglichen“ Rundfunkgebühr eine nicht zu unterschätzende Rolle. Wer einerseits Nullrunden oder Moratorien fordert, dürfte auf der anderen Seite kaum sprunghaften Gebührenerhöhungen als Ausgleich für entgangene Spotumsätze engagiert das Wort reden. Allein der Wegfall der Werbung würde nach Berechnungen der KEF eine Gebührenerhöhung um rund 1,50 Euro nötig machen. Anders liegt der Fall bei der von vielen Zuschauern als nervig empfundenen Sponsoring-Praxis von ARD und ZDF. Ein Verzicht darauf würde gerade mal neun Cent der Rundfunkgebühr ausmachen und wäre durchaus überlegenswert. Dabei kann die aktuelle Monatsgebühr von 16,15 Euro wohl kaum als unzumutbar hoch qualifiziert werden. Schließlich kostet allein das Monatsabo einer überregionalen Tageszeitung beträchtlich mehr. Für die Lektüre der „Süddeutschen“ muss der Leser monatlich 28,90 Euro berappen. Der Abo-Sender „Premiere“ schockiert viele Kunden derzeit mit drastischen Preiserhöhungen von fast 70 Prozent: Wer das „Superpaket“ mal für etwa 28 Euro monatlich buchte, wird neuerdings mit 47,50 Euro zur Kasse gebeten. Da haben es die Liebhaber des „free TV“ doch besser: Erstes und ZDF, ARTE, 3sat, Phönix, KiKa, neun Dritte Programme und diverse Hörfunkprogramme – das dem deutschen TV-Publikum für den Gegenwert von zwei Kinokarten gelieferte Angebot kann sich sehen lassen. Und sozial Schwache wie Arbeitslose und Sozialhilfeempfänger sind ohnehin von der Gebührenpflicht befreit. Die Gewerkschaften haben daher allen Grund, das bewährte duale System gegen die systematischen Attacken der Privatfunker und ihrer politischen Verbündeten zu verteidigen. Denn ein Gebührenstopp gefährdet aus ihrer Sicht perspektivisch nicht nur die Programmqualität, sondern auch Tausende von hochqualifizierten Arbeitsplätzen und Jobmöglichkeiten freier Mitarbeiterinnen und Künstler. Die Angriffe dürften in nächster Zeit zunehmen. Die VPRT-Beschwerde bei der EU-Kommission

wegen angeblicher „Wettbewerbsverzerrungen“ durch die Öffentlich-Rechtlichen sowie die Klage des Verbandes beim Europäischen Gerichtshof haben dieselbe Stoßrichtung. Es geht darum, warnt ver.di-Bundesvorstand Frank Werneke, „die jetzige Aufgabenverteilung im dualen Rundfunksystem zu verändern, den Grundversorgungsauftrag des öffentlich-rechtlichen Rundfunks zu beschneiden und damit seinen Bestand und seine Entwicklung zu gefährden“. Was im einzelnen dahintersteckt, hat der VPRT dankenswerterweise bereits in seinem 1999 publizierten Strategiepapier „Medienordnung 2000 plus“ verraten. Angepeilt wurde da eine drastische Reduzierung des Programmvolumens von ARD und ZDF: Maximal ein bundesweites Drittes Programm wollte man der ARD zugestehen. ARTE und 3sat sollten fusioniert werden, auch die Existenz von Spartenkanälen wie KiKa und Phoenix ist den Privaten ein Dorn im Auge, und auch der ARD-Hörfunk sollte auf bundesweit jeweils höchstens zwei regionale Stationen geschrumpft werden. Der gegenwärtige Kampf der Privaten gegen die öffentlich-rechtlichen Online-Aktivitäten reiht sich ein in diese Tradition: Das öffentlich-rechtliche System soll von modernen Verbreitungswegen und damit von der Akzeptanz bei einem jüngeren Publikum abgeschnitten werden.

■ Attraktives Programm

Der Streit um den Kauf der Fußballrechte durch die ARD belegte einmal mehr beispielhaft die Heuchelei der kommerziellen Veranstalter: Gerade die Privaten, vor allem der mittlerweile zusammengebrochene Kirch-Konzern, hatten gemeinsam mit den Sportverbänden den Marktpreis für diese Rechte in horrende Höhen getrieben. Das Argument von SPD-Mann Steinbrück, ARD und ZDF hätten „nicht den Auftrag, die Finanzprobleme der Bundesliga und ihrer Rechthändler zu lösen“, geht daher in die Irre. Umgekehrt werde ein Schuh daraus, konterte denn auch ARD-Vorsitzender Jobst Plog. Der öffentlich-rechtliche Auftrag verpflichtete die Sender in Notzeiten um so mehr, dem breiten Publikum wie in der Vergangenheit ein attraktives Programm inklusive Bundesliga zu bieten. Und, an die Adresse von Steinbrück gerichtet: Wer allerdings grundsätzlich das Verschwinden von Sportereignissen im Bezahlfernsehen für die bessere Alternative halte, „sollte dies seinen Wählern auch deutlich sagen“.



Foto: gtz

Neue Herausforderungen

Globale Gefährdung erhöht Wert des öffentlich-rechtlichen Rundfunks

Die Globalisierung stellt auch den öffentlich-rechtlichen Rundfunk in Europa vor neue Herausforderungen. Dies ergab eine ver.di-Debatte am Rande der Internationalen Funkausstellung Ende August in Berlin.

1991 sah der italienische Medienzar Silvio Berlusconi den öffentlich-rechtlichen Rundfunk bereits am Ende. Ganz so schlimm kam es nicht (ausser vielleicht in Italien). Dennoch sieht sich der öffentlich-rechtliche Rundfunk im Zusammenhang mit der globalen Medienwirtschaft „neuen und komplexeren Herausforderungen gegenüber, die seine Existenz ernsthaft gefährden“. So die Eingangsthese von Zoe Lanara, Vize-Präsidentin der europäischen Abteilung in UNI-MEI (Union Network International – Media Entertainment International). Der Markt habe versagt; anstelle eines gesunden Wettbewerbs mit ungehindertem Marktzutritt habe sich ein Oligopol von sechs weltweit

operierenden Medienkonglomeraten herausgebildet. Die Auswirkungen der Globalisierung erhöhten den Wert des öffentlich-rechtlichen Rundfunks: Nie sei seine Funktion für den Bestand der demokratischen Gesellschaft so wichtig gewesen wie heute. Der Druck einer starken Deregulierungslobby auf den öffentlichen Sektor wachse, die Medienkonzentration schreite fort. Angesichts dieser Gefahren, so Lanara, brauche der öffentlich-rechtliche Rundfunk „starke Bündnispartner innerhalb der Gesellschaft und weitere politische Unterstützung“. Nach Ansicht von ver.di Bundesvorstandsmitglied Frank Werneke hat sich der öffentlich-rechtliche Rundfunk in Deutschland auch in der Rezession „gut behauptet“. Aufgrund seiner speziellen Verfasstheit sei er nicht so stark vom Werberückgang betroffen wie der kommerzielle Sektor. ARD und ZDF würden allerdings durch die Forderungen der Privaten und der mit ihnen verbündeten Politikern nach

einem Gebührenmoratorium unter Druck gesetzt. Die Gewerkschaften müssten sich diesem Ansinnen widersetzen. Karin Junker, Europa-Parlamentsabgeordnete der SPD, kritisierte den Vorstoß des nordrhein-westfälischen Ministerpräsidenten Peer Steinbrück in Sachen Gebührenmoratorium. Die Meinung eines einzelnen Landeschefs sei aber „nicht die Meinung der Gesamtpartei“. Die Strategie der Privatfuncker, den öffentlich-rechtlichen Rundfunk durch ökonomisches Aushungern zu einem „Nischenfunk“ zu degradieren, müsse verhindert werden. Als bedenklich beschrieb Junker die Lage des öffentlichen Rundfunksektors in einem großen Teil der neuen EU-Beitrittsländer. Aufgrund der diktatorischen Vergangenheit dieser Länder hege die Bevölkerung gegenüber staatlich beeinflussten Sendern starkes Misstrauen. Hier müssten die Europäische Union und unabhängige Medieninstitute wirtschaftliche und politische Hilfe anbieten. kel ■



Foto: Christian v. Polentz/transit

**Zoe Lanara,
Generalsekretärin der
griechischen Rundfunk-
gewerkschaft Pospert**

Deutsche Welle sendet jetzt aus Bonn

ver.di-Betriebsgruppe fordert Tarifautonomie und mehr Mitbestimmung – Altersteilzeit auch für Teilzeitkräfte

„Hier ist die Deutsche Welle Bonn“. Diese akustische Kennung geht seit Ende Juni rund um die Welt. Dabei kam ein Großteil des Programms zunächst weiterhin aus dem asbestbelasteten Kölner Funkhaus am Raderberggürtel. Erst Ende September ist der mehr als drei Monate dauernde Umzug geschafft und die Arbeitsplätze aller 2200 Kölner Beschäftigten der Deutschen Welle (DW), darunter 350 Redakteure und 1100 freie Mitarbeiter, ins ehemalige Bonner Regierungsviertel verlegt. Auch der Onlinebereich DW-world.de und das Fortbildungszentrum sind jetzt in Bonn. Nur DW-TV soll weiterhin in Berlin bleiben.

Radioreporter
in Pakistan



Foto: Deutsche Welle

Zum Sendestart in Bonn feierte „die Welle“ mit 1200 Gästen auch ihren 50. Geburtstag. Ursprünglich gegründet, um vor allem Auslandsdeutschen ein neues Deutschlandbild zu vermitteln, kamen schon ein Jahr später erste Sendungen in Englisch, Französisch und Spanisch dazu. Mitte der 60er Jahre sendete die DW bereits in 25 Sprachen. Im Prager Frühling 1968 und während des Militärputsches in Griechenland wurde die Deutsche Welle vom Propagandasender der westdeutschen Adenauer-Regierung zu einer glaubwürdigen Informationsquelle in Krisengebieten – dank vieler freier Mitarbeiter vor Ort und Ausweitung der jeweiligen Sprachprogramme. Im Kosovo hörte 2001 die Hälfte der Einwohner das albanische DW-Programm. Weltweit schalten rund 28 Millionen Menschen mindestens einmal in der Woche die DW ein.

Stürmische Zeiten erlebte die Welle nach der deutschen Vereinigung: Durch die Übernahme von Teilen des DDR-Auslandsrundfunks Radio Berlin International, von RIAS-TV und der Fremdsprachenprogramme des Deutschlandsfunks wuchs der Sender bis 1994 auf 2136 Personalstellen. Seitdem wird kontinuierlich abgebaut, zurzeit noch hauptsächlich über tarifvertraglichen Vorruhestand, künftig wahrscheinlich vor allem mittels Altersteilzeit. Im kommenden Jahr wird es nach der derzeitigen Planung nur noch 1320 Planstellen bei Hörfunk und Fernsehen insgesamt geben.

Schrittweise Kürzungen

Abgespeckt wurde auch bei den Finanzen. Die Deutsche Welle gehört der ARD an, erhält aber keine Gebührengelder, sondern wird aus dem Bundeshaushalt finanziert. Seit 1999 wurden die Gelder schrittweise um mehr als 135 Millionen Euro auf nur noch 277 Millionen Euro in diesem Jahr gekürzt. Rund 400 Stellen mussten allein deshalb abgebaut werden, wobei betriebsbedingte Kündigungen durch einen auch mit Streikmaßnahmen 1999 erkämpften Sozialplandarifvertrag vermieden werden konnten.

Mit den Etatkürzungen soll es jetzt aber ein Ende haben. CDU/

CSU sowie SPD und Grüne haben sich in fast gleich lautenden Anträgen im Juni im Bundestag dafür ausgesprochen, bei der noch für dieses Jahr geplanten Novellierung des Deutsche-Welle-Gesetzes für fünfjährige Finanzierungs- und Planungssicherheit zu sorgen. Zugleich soll das Internet-Angebot in zurzeit 31 Sprachen gesetzlich abgesichert werden. Beides fordert auch die ver.di-Betriebsgruppe, deren Sprecher Carl-Maria Dießel und Ujjwal Bhattacharya in einem Schreiben an den zuständigen Bundestagsausschuss für Kultur und Medien außerdem verlangten, den Paragraphen 47 des Gesetzes zu streichen. Dieser schreibt vor, dass die Beschäftigten der DW grundsätzlich nicht besser gestellt werden dürfen als vergleichbare Arbeitnehmer des Bundes. „Das verstößt massiv gegen die in Artikel 9 Abs. 3 Grundgesetz abgesicherte Tarifautonomie“, so Dießel.

Personalräte auch für Freie zuständig

Bei weiteren Forderungen des Betriebsverbandes an den Bundestag geht es um die Mitbestimmung. Der nur für die DW geltende Paragraph 90 Bundespersonalvertretungsgesetz „muss weg“, so Dießel und Bhattacharya, weil er die Mitbestimmung bei Programmgestaltern komplett aushebele. Das sei „auch für die Glaubwürdigkeit eines der journalistischen Freiheit verpflichteten Senders abträglich“. Außerdem müsse den Personalräten erlaubt werden, die freien Mitarbeiter zu vertreten, wie dies nach einigen Landesgesetzen bereits möglich sei. Das sei auch im Interesse der Freien, wie jüngst zufällig aufgedeckte Fälle zeigten, bei denen die gezahlten Honorare unter den tariflichen Sätzen lagen. Und es stärkt die Personalräte, die durch Stellenabbau immer kleiner werden und durch verstärkte Beschäftigung Freier an Einfluss verlieren, wenn sie diese nicht vertreten dürfen.

Bei der anstehenden Gesetzesänderung soll auch der Programmauftrag ergänzt und präzisiert werden, der noch immer die Berichterstattung über Deutschland betont. Konkret geht es um die Rolle der

DW als Info-Radio für Krisengebiete, aber auch um die Frage von Regierungseinfluss. Für CDU-Chefin Angela Merkel ist die Welle eine „Stimme der Freiheit“ in Krisengebieten, deren „Staatsunabhängigkeit auch in Zukunft gewährleistet sein muss“. SPD und Grüne wollen dem Sender „weitestgehend Freiheit“ bei Aufgabenplanung, Zielgruppendefinition und regionalen Schwerpunkten geben. SPD-Bundestagsfraktionschef Franz Müntefering wünscht sich zugleich mehr Berichte über das Zusammenwachsen Europas. Offenbar aber nicht mehr für jeden in Europa, denn seit 1998 sendet die DW schon nicht mehr in Dänisch, Norwegisch, Niederländisch und Italienisch – und im Jahr 2000 wurden auch die Sendungen in Spanisch, Slowakisch, Slowenisch, Tschechisch und Ungarisch gestrichen. Außereuropäisch traf es auch Japanisch. Für DW-Intendant Erik Betterman ist das Teil des DW-„Unternehmensprofils“.

Er setzt auf weitere Regionalisierung des Programmangebots und will den interkulturellen Dialog insbesondere mit der islamischen Welt intensivieren. Außerdem soll der europäische Einigungsprozess umfassend begleitet und die DW mit einem Fokus auf die Bereiche Wirtschaft und Kultur profiliert werden. Um ihre wichtigsten Zielgruppen – Multiplikatoren, die die Meinungs- und Willensbildung in ihren Ländern prägen – noch besser zu erreichen, setzt die DW verstärkt UKW-Frequenzen für Metropolen und ist auch federführend an der Markteinführung der digitalen Kurzwelle beteiligt.

Tarifvertrag ausgelaufen

Fast zeitgleich mit dem Sendestart in Bonn ist am 30. Juni der Gehaltstarifvertrag ausgelaufen. Die Tarifkommission der ver.di-Betriebsgruppe fordert gemeinsam mit den anderen Verbänden (DJV und VRFF)

eine lineare Erhöhung der Gehälter und Honorare um 3,4 Prozent bei 12 Monaten Laufzeit. Bei der ersten Verhandlungsrunde am 24. Juli ging die DW-Geschäftsleitung nicht darauf ein, sondern erklärte nur, sie wolle sich am Abschluss im Öffentlichen Dienst orientieren, also eventuell auch den Urlaub kürzen. Ein eigenes Angebot legte die DW-Geschäftsführung nicht vor, weil sie keinesfalls den Vorreiter unter den ARD-Anstalten spielen will. Die Verhandlungen wurden in der Hoffnung auf einen Pilotabschluss beim WDR auf den 19. September (nach Redaktionsschluss) vertagt. Einig ist man sich dagegen über eine Verbesserung des Tarifvertrags über Altersteilzeit. Dieser gilt jetzt auch für Teilzeitbeschäftigte. Frei werdende Stellen dürfen neu besetzt werden, sofern das Arbeitsamt eine unterstützende Finanzierung nach dem Altersteilzeitgesetz gewährt. Die Neuregelung gilt bis Ende 2009. Burkhard Rexin ■

„Wir wachsen weiter“

Mit Carl-Maria Dießel, Sprecher der ver.di-Betriebsgruppe Deutsche Welle und stellvertretender Vorsitzender des örtlichen Personalrats, sprach Burkhard Rexin.

Wie war der Umzug, wie arbeitet es sich in Bonn?

Carl-Maria Dießel: Das neue Funkhaus hat eine sehr offene, helle, luftige Atmosphäre. Alles ist durchsichtig – kein dunkler, schallisolierter Asbestbunker wie in Köln, wo man sich nur in einer Blechkiste, genannt Aufzug, mal kurz gesehen hat, um dann ganz schnell hinter dicken Türen zu verschwinden. Ich habe den Eindruck, dass die Kolleginnen und Kollegen viel offener und freier sind in diesem Gebäude. Jedenfalls ist die Kommunikation untereinander spürbar besser. Ich glaube, es ist ein gutes Haus.

Trotz des Schimmels, über den der WDR berichtete?

Wir nehmen das sehr ernst. Schimmel ist eine Gefahr für die Gesundheit. Es sind aber bisher nur wenige Räume in zwei Etagen betroffen. Ursache waren offenbar lange verstopfte Regenabläufe. Auf unser so-

fortiges Drängen hin sind akut betroffene Kollegen/innen umgezogen, anderen ist freigestellt worden, umzuziehen. Es wird saniert.

Die Betriebsgruppe hat 700 Mitglieder?

Es sind über 750, fast gleichviel fest angestellte und freie Mitarbeiter. Wir haben Eintritte und wachsen weiter.

Wie schafft ihr das bei Personalabbau?

Das hat viel mit persönlicher Ansprache zu tun. Wir sind ganz stark in die Fremdsprachenredaktionen gegangen, den Kern der Deutschen Welle. Das hatten wir einige Jahre versäumt. Das bedeutet nicht, dass wir Verwaltung oder Technik vernachlässigen. Gerade im Bereich der Verwaltung haben wir eine starke Konkurrenz. Vieles läuft bei uns auch über unsere Verbandsgruppenstruktur. Nach der Sommerpause stehen dort wieder Wahlen an.



Foto: Burkhard Rexin

In Köln hattet ihr für die Mitgliederbetreuung eine ver.di-Verwaltungsangestellte im Funkhaus. Weil ver.di sparen muss, wurde die Stelle jetzt gestrichen. Wie fangt ihr das auf?

Es war nur eine halbe Stelle, für uns aber ganz wichtig, wichtiger als ein Sekretär. Die politische Arbeit schaffen wir als Betriebsgruppenvorstand mit 15 Mitgliedern und mit unserer Tarifkommission ganz gut allein. Aber eine ordentliche Betreuung klappt nur, wenn auch jemand die Organisation macht. Das ist ehrenamtlich kaum zu leisten. Unser dringendster Wunsch ist daher, hier wieder von ver.di unterstützt zu werden. Wir sind darüber auch mit dem Fachbereich 8-Ortsverein und unserem neuen ver.di-Bezirk NRW-Süd im Gespräch. ■

Carl-Maria Dießel: „Eine ordentliche Betreuung klappt nur, wenn auch jemand die Organisation macht.“

Ohrenschmaus nur für Kinder

Ein Traum wird wahr: „RadiJojo!“ ist auf Sendung



Foto: Boris Geilert / GAFF

Werbefreies Kinderradio braucht Spenden, Subventionen und Länderförderungen

Es war ein Traum, unerfüllbar, aber schön: ein Radioprogramm nur für Kinder. Unmöglich zu realisieren, hieß es: Keine Frequenzen, keine Finanzen. Doch nun ist der Traum tatsächlich wahr: Zur Internationalen Funkausstellung ist in Berlin Ende August auch das Kinderprogramm „RadiJojo!“ auf Sendung gegangen.

Bloß über den Namen ist vermutlich kaum jemand glücklich. Ursprünglich sollte der Sender analog zum Kinderkanal KiKa „KiRa“ heißen. Die ARD, sonst stets darauf bedacht, dass niemand ihr die „1“ streitig macht, sah auch hier eine Verwechslungsgefahr und erwirkte eine einstweilige Verfügung. Thomas Röhlinger, KiRas geistiger Vater und Geschäftsführer des jungen Senders, macht gut Miene zum bösen Spiel: Er hofft, in Zukunft mit der ARD kooperieren zu können.

Kein Wunder: Der Senderverbund hat in Sachen Kinderradio bislang praktisch ein Monopol. Streng genommen hätte die ARD längst selbst ein „KiRa“ ins Leben rufen müssen. Ihre Hörfunkangebote für Kinder, kritisiert zum Beispiel die Gesellschaft für Medienpädagogik und Kommunikationskultur (GMK), seien der Mehrheit der Zielgruppe gar nicht bekannt.

Tatsächlich geben laut einer GMK-Studie bloß rund 10 Prozent der Kinder an, sie wüssten, dass es im Radio Sendungen nur für sie gibt. 5 Prozent nutzen dieses Angebot auch regelmäßig. Obwohl die Sender der ARD insgesamt 23 Stunden pro Woche Radio für Kinder ausstrahlen, macht der Anteil der Kindersendungen am Gesamtangebot nicht mal ein Prozent aus.

Kinder mögen Radio vor allem dann, wenn Witze oder Sketche vorkommen und kindgerechte Geschichten erzählt oder Lieder gesungen werden. All das bietet „RadiJojo“. GMK-Mitglied Röhlinger (33), Soziologe, Journalist (Deutsche Welle), Produzent und Musiker, will seinen Sender trotzdem keinesfalls als Konkurrenz zu den ARD-Angeboten verstehen. Ohnehin ist das Programm zunächst nur für wenige Kinder zugänglich, denn das Problem mit den Frequenzen konnte auch Röhlinger nicht völlig lösen. In Berlin wird „RadiJojo“ zunächst digital via DAB verbreitet, im Rest der Republik ist es bloß übers Internet zu hören (www.radijojo.de). Röhlinger hofft allerdings, sich möglichst bald mit Kabelnetz- und Satellitenbetreibern einig zu werden, damit das Programm direkt in die Haushalte eingespeist werden kann.

Auch am Geld sollte das Unternehmen nicht scheitern. Mit 5 Millionen Euro pro Jahr bewegt sich der Etat in einem überschaubaren Rahmen (zum Vergleich: KiKa kostet das Zehnfache). Da „RadiJojo“ selbstredend werbefrei bleiben soll, ist man auf Spenden, Subventionen und Länderförderungen angewiesen. Daher sitzt zum Beispiel auch DaimlerChrysler tv.media mit im Boot. Ein weiterer Gesellschafter neben Thomas Röhlinger, der 35 Prozent der Anteile hält, ist unter anderem sein Vater Peter, der Oberbürgermeister der Stadt Jena.

Tägliches Regelprogramm spätestens ab 2005

Natürlich hätte Röhlinger am liebsten auch einen Anteil an der Rundfunkgebühr, und auch eine Kooperation mit der ARD wäre sehr in seinem Sinn, doch derzeit „bewegt sich sehr wenig“. Viele Redakteure, sagt er, würden sich allerdings lieber heute als morgen am Programm beteiligen. Das wäre auch gut so, denn zunächst gibt es nicht besonders viel zu hören. Oder richtiger gesagt: immer wieder das gleiche. Zum Start hat das „RadiJojo“-Team ein vier bis fünf Stunden langes Programm produziert, das um Zulieferungen ergänzt und als Schleife regelmäßig wiederholt wird. Dieses Angebot wird nach und nach ausgebaut. Die Schleife beginnt mit dem Angebot für Dreis- bis Sechsjährige: Kinderlieder, ein Besuch in der Oper, Lese Geschichten, Tipps für das Verhalten bei Gewitter und eine Reportage aus dem Legoland.

Im zweiten Teil wird die Musik schon deutlich abwechslungsreicher: Auf Hip Hop und Pop folgt auch mal Joseph Haydns „Sinfonie mit dem Paukenschlag“. Es gibt ein Interview mit MTV-Moderatorin Anastasia, eine Reportage aus einem Planetarium, ein Porträt der Uno und Geschichten, die die Zielgruppe (7 bis 13 Jahre) selbst geschrieben hat. Richtig neu aber ist der halbstündige dritte Teil, der sich mit Themen wie Schrei-Babys, Übergewicht bei Kindern oder Elterntausch an die Erzeuger der Zielgruppe richtet.

Spätestens ab dem Jahr 2005 soll „RadiJojo“ als Regelprogramm auf Sendung gehen, je nach Lage der Finanzen auch schon früher: Von 6.00 bis 21.00 Uhr gibt es dann Hörspiele, Magazine, Talkshows und Musik, vormittags eher für Vorschulkinder, nachmittags für alle. Dann wird auch live gesendet, schließlich ist Interaktivität einer der Schlüsselbegriffe im Medienalltag der acht bis neun Millionen Kinder umfassenden Zielgruppe.

Tilmann P. Gangloff ■

Die neue Macht in Unterföhring

Haim Saban steht bei ProSiebenSat.1 Media AG für internationale Finanzinvestoren

„Habemus Saban!“ Harald Schmidt hat weißen Rauch aufsteigen lassen wie nach einer erfolgreichen Papstwahl. Hintergrund: Der US-Investor Haim Saban hat die Mehrheit an der Sendergruppe ProSiebenSat.1 gekauft. Er steht für sechs Investmentfirmen aus den USA. Nicht zuletzt deshalb allerdings waren die Reaktionen eher verhalten.

Es war schon fast ein Wunder, dass die Ex-Kirch-Sender Pro Sieben, Sat.1, Kabel 1 und N 24 nicht stärker von der Pleite des Mutterkonzerns gebeutelt worden sind. Aber gelitten haben sie, vor allem bei Zuschauerprozenten und Werbeerlösen. Seit im April 2002 die Muttergesellschaft KirchMedia die Insolvenz angemeldet hatte, wurde nach einem Investoren gesucht.

Der sollte nicht nur die Sender übernehmen, sondern auch andere Teile von KirchMedia, insbesondere die Filmbibliothek mit ihren 18.000 Filmen und Serien und rund 300 Beschäftigten. Im Frühjahr 2003, als Saban zum ersten Mal die Übernahme plante, war das auch vereinbart worden – beim zweiten Mal im August nicht mehr. Für ihn hat es sich schon deshalb gelohnt, den ersten Deal platzen zu lassen. Die Filmbibliothek soll jetzt veramscht und nach und nach abgewickelt, KirchMedia liquidiert werden. Das Schicksal der Nachrichtenagentur ddp, die auch zu ProSiebenSat.1 gehört, ist offen.

Erhalt des eigenen Profils der Sender ist fraglich

Sabans Einstieg war im Frühjahr weithin begrüßt worden, nicht zuletzt von den Betriebsräten und Beschäftigten. Der Mann aus Beverly Hills – so die Erwartungen – habe Erfahrung im Mediengeschäft und nützliche internationale Verbindungen. Im August war die Freude schon getrübt. Connexx – die ver.di-Interessenvertretung bei privaten elektronischen Medien – bleibt skeptisch: Vieles hänge davon ab, wie ernst Saban sein Engagement nimmt, und ob er den Sendern ein eigenes Profil lassen oder sie zu Abspielkanälen für US-Produktionen machen wolle. Die Art, wie der erste Deal zum Platzen

gebracht worden ist, wirft ein schräges Licht auf die Person Haim Saban. Der ist bislang nicht als Medienunternehmer erfolgreich gewesen, sondern als Medieninvestor. Er hat Unternehmen gekauft und mit Profit weiterverkauft – zuletzt Ende 2001 Fox Family Worldwide für 5,4 Milliarden Dollar an Disney. Diesen Coup hat er zusammen mit Rupert Murdoch gelandet. Die Partnerschaft besteht weiter.

Historische Wende

Saban selbst hat zwar 72 Prozent der Stimmrechte gekauft, aber nur aus kartellrechtlichen Gründen. Später will er sich mit einer Minderheit (von 26 Prozent ist die Rede) begnügen und die restlichen Anteile an seine US-Investoren (sowie 10 bis 12 Prozent an Springer) geben. Was in ein paar Jahren damit geschehen wird ist ungewiss. Niemand könnte es verhindern, wenn dann die Aktien bei einem anderen Investoren, z.B. bei Rupert Murdoch oder Silvio Berlusconi landeten. Dass Saban dergleichen demotiert, besagt nichts.

Auch inhaltlich sollten die Erwartungen an Saban tief gehängt werden. Sein erstes großes Geld hat er mit dem Vertrieb brutaler Kinderfilme (Ninja Turtles, Power Rangers) gemacht – trotz heftiger Proteste von Elternvereinigungen. Hemmungen, ein kulturelles Mindestniveau zu unterschreiten, darf man bei ihm nicht erwarten. Auch seine Bereitschaft, auf die Interessen der Beschäftigten Rücksicht zu nehmen, muss an US-amerikanischen Maßstäben gemessen werden. Die Verunsicherung in den Belegschaften und die hohe Arbeitslosigkeit im Mediensektor dürften ihm bekannt sein.

Mit dem Saban-Deal ist die Verwertung des ehemaligen KirchKonzerns im wesentlichen beendet. Das Machtvakuum, das durch den Zerfall des zweitgrößten deutschen Medienkonzerns entstanden war, ist vom internationalen Finanzkapital gefüllt worden. Das markiert eine historische Wende. Denn nicht nur bei der ProSiebenSat.1-Gruppe haben Investmentfirmen oder branchenfremde Kapitale die Macht übernommen, sondern im gesamten ehemaligen Konzern: beim



Abonnentenfernsehen „Premiere“ (Investmentgruppe Permira), dem „Deutschen Sportfernsehen“ (KarstadtQuelle und EM.TV), dem Technikdienstleister „BetaResearch“ (Betal-Finanzholding) und den drei Regionalfernsehsendern (Soravia).

Investmentfirmen haben das Mediengeschäft entdeckt: Weitere Beispiele im Sommer 2003 waren die Fachverlagsgruppe BertelsmannSpringer (Cinven und Candoover), die Werbeagentur „Scholz & Friends“ (Electra Partners) oder die Fernseekabelnetze der Deutschen Telekom (BC Partners, Blackstone, CDP Capital, Goldman Sachs u.a.).

Für Investmentfirmen ist die Rendite alleiniger Maßstab für den Erfolg. Eine Beziehung zum Gegenstand der Geschäftstätigkeit (den Medien) besteht nicht. Die Folge ist, dass die Medienmacher sich verstärkt an kürzerfristigen Profitzielen orientieren (müssen). Ein Abbau von Qualität und Seriosität in der Berichterstattung, die Verflachung und Missachtung journalistischer Standards und die Vernichtung von Arbeitsplätzen sind die fast zwangsläufige Folge.

Für Regierungen kein Thema

Umso dringender wäre es, dass seitens der Medienpolitik dem entgegen gesteuert würde. Das geschieht nicht. In der Medienwirtschaft finden Machtverschiebungen von historischer Tragweite statt, und für die Regierungen im Bund und den Ländern ist das kein Thema. Die Vorgänge im Gefolge der Kirch-Pleite hätten Anlass sein müssen, über Beschränkungen ausländischer Investoren im Medienbereich nachzudenken. In anderen Ländern, nicht zuletzt den USA, ist das eine Selbstverständlichkeit. Hierzulande werden stattdessen die Mediengesetze gelockert (2002 in NRW, 2003 in Hamburg). Wir müssen uns darauf einstellen, dass US-amerikanische Qualitätsmaßstäbe im deutschen Fernsehen eine wachsende Rolle spielen werden.

Gert Hautsch ■

ProSiebenSat.1 Media AG geht nun doch an den US-Milliardär Haim Saban (v.l.n.r.). Die Geschäftspartner nach der Unterzeichnung des Übernahmevertrages in Ismaning bei München Michael Jaffe, Insolvenzverwalter, Hans-Joachim Ziems, Geschäftsführer, Haim Saban und Wolfgang van Bette-ray, Geschäftsführer der KirchMedia.

Akzeptables Ergebnis

RBB: Gewerkschaftliche Standfestigkeit hat sich ausgezahlt



Foto: Dietrich Peters

Auf einer gut besuchten Betriebsversammlung erläutert Personalratsvorsitzende Hanne Daum den Stand der Verhandlungen.

Die Beschäftigten des Rundfunks Berlin-Brandenburg (RBB) können aufatmen. Fünf Monate nach der Fusion von ORB und SFB steht jetzt endlich der hart umkämpfte Übergangs-Tarifvertrag.

Der Durchbruch erfolgte um fünf vor Mitternacht. Pünktlich zum Beginn der Internationalen Funkausstellung am 28. August in Berlin einigten sich Gewerkschaften und Geschäftsleitung des RBB auf die Eckpunkte des seit Monaten verhandelten Tarifvertrags. Lange Zeit hatten alte und neue Geschäftsleitung gemauert; sie wollten auf keinen Fall über die materielle Substanz bisheriger tariflicher Regelungen hinausgehen. Die Gewerkschaften forderten neben dem Verzicht auf betriebsbedingte Kündigungen eine Beschäftigungssicherung für Freie sowie ein Anheben der – ungünstigeren – ORB-Tarife auf SFB-Niveau. „Prima Idee“, hatte Intendantin Dagmar Reim sarkastisch kommentiert, „und Geld wächst auf Bäumen“. Und die Parole ausgegeben, bei allen neuen Arbeitsverhältnissen die Tarifverträge des ORB anzuwenden. Also Angleichung nach unten statt nach oben. Dass zwei disparate Tarifsysteme innerhalb eines Betriebs auf Dauer nicht zum sozialen Frieden beitragen können, war aber allen Beteiligten klar. In der letzten Verhandlungsrunde Mitte Juli schien der Durchbruch nahe. Da bot die Geschäftsleitung an, betriebsbedingte Kündigungen beim Stammpersonal auszuschließen – allerdings nur bis Ende 2004. Pferdefuß der Offerte, aus Sicht der Gewerkschaften: Das Ganze sollte gekoppelt sein an „Regelungen für den Vorruhestand“, die es erlauben, langjährig Beschäftigte der Besoldungsgruppen A und

B – also Abteilungsleiter, Hauptabteilungsleiter und leitende Redakteure – im Alter von über 57 Jahren in Pension zu schicken, auch gegen ihren Willen. Um dauerhaft solide finanziert „im publizistischen Wettbewerb bestehen zu können“, so Reim im jüngsten Brief an die Belegschaft, müsse die Geschäftsleitung „das Potenzial an altersbedingter Personalfluktuation so weitgehend wie möglich ausschöpfen“ können. Im Klartext: Die RBB-Spitze wollte freie Hand bei der „Entsorgung“ überzähliger Führungskräfte erhalten. „Zwangspensionierung“, urteilt Hanne Daum, Personalratsvorsitzende beim RBB Berlin. Es gebe „viele Mitarbeiter, die auch jenseits dieses Alters noch ihre Kreativität einbringen wollen“. Betroffen gewesen wären dem Vernehmen nach rund 50 Spitzenkräfte; die überwältigende Mehrheit arbeitet im Betriebsteil Berlin. Eine gut besuchte Mitgliederversammlung von ver.di und DJV lehnte das Junktim der Geschäftsleitung ab. Den eigenen Funktionären erteilte man den Auftrag, „kämpferisch weiter zu verhandeln“.

Erste kleine Gehaltszulage

Die gewerkschaftliche Standfestigkeit zahlte sich aus. Nach der nun erfolgten Einigung ist die „Zwangspensionierung“ definitiv vom Tisch. Die Kompromissformel heißt, laut Gewerkschaftsinfo: „Mitarbeiter und Mitarbeiterinnen der Vergütungsgruppen A und B, die am 1. Mai 2003 das 57. Lebensjahr vollendet haben und deren Arbeitsplatz wegfällt, können vom RBB nur dann frei gestellt werden, wenn ihnen zuvor ein anderer zumutbarer Arbeitsplatz bei gleicher Bezahlung angeboten worden ist.“

Darüber hinaus können alle Beschäftigten „ab einem bestimmten Alter und nach 10jähriger Beschäftigung“ einen Anspruch auf Vorruhestand geltend machen – auf Basis des letzten SFB-Vorruhestands-tarifvertrags. Ein Ausschluss betriebsbedingter Kündigungen bleibt bis Ende 2004 befristet, also bis zum Ende der aktuellen Gebührenperiode. So dürfte über der Belegschaft noch einige Zeit das Damoklesschwert des fusionsbedingten „Abbaus von Doppelstrukturen“ schweben. Immerhin: Als Einstieg in die materielle Gleichstellung der Beschäftigten beider Standorte erhalten alle ORB-Beschäftigten eine monatliche Gehaltszulage zwischen 70 und 160 Euro. Sofort auf SFB-Niveau angehoben werden die Vergütungen von Azubis und Volontären. Bei Neueinstellungen soll das „Standortprinzip“ gelten, eine allerdings eher theoretische Formel: Seit Mai gilt ein Stellenstopp, der soeben verlängert wurde. Substantielle Verbesserungen konnten auch für die freien Kollegen durchgesetzt werden, auch wenn ihre Situation im Sender prekär bleibt. Ihnen hatte die RBB-Geschäftsleitung im Frühsommer einen bösen Streich gespielt. An die 140 arbeitnehmerähnliche Freie der beiden Kulturwellen Radio 3 und Radio Kultur bekamen Ende Juni aus heiterem Himmel Beendigungsmitteilungen ins Haus geschickt. Eine prophylaktische Maßnahme der Geschäftsleitung: Derzeit ist nicht absehbar, wie viele Mitarbeiter nach dem Start der neukonzipierten gemeinsamen Kulturwelle ab Dezember benötigt werden. Nicht wenige der Betroffenen missverstanden den „blauen Brief“ als faktische Kündigung und reagierten entsprechend entsetzt. Die Gewerkschaften verurteilten das rabiate Vorgehen als Affront und schwere Belastung der laufenden Tarifverhandlungen. „Ein dicker Fehler“, gab Reim im Nachhinein zu, geschuldet den Kommunikationsdefiziten in einem noch nicht eingespielten Management. Man hätte die Betroffenen vorab genauer über die Problematik informieren können. Jetzt werden, zumindest für die „arbeitnehmerähnlichen“ Freien die Fristen „bei einer fusionsbedingten Beendigung der Tätigkeit“ verlängert, und zwar um jeweils vier Monate, „sofern die Mitteilungsfrist sechs Monate nicht überschreitet“. Bei auslaufenden Rahmenverträgen des ORB besteht zudem innerhalb von zwölf Monaten Anspruch auf einen weiteren Rahmentarifvertrag von sechs Monaten oder eine entsprechende Verlängerung. Personalratsvorsitzende Hanne Daum gibt sich zufrieden: „Ein akzeptables Ergebnis“.

kel ■

Ver.di-Fernsehpreis verliehen

Filme als Anregung zu politischem Engagement für Freiheit und Demokratie

Fotos: Chr. v. Polentz / transit



Der ver.di-Fernsehpreis 2003 geht an Fred Breinersdorfer für das Drehbuch zu dem Film „Die Hoffnung stirbt zuletzt“ und an Achim von Borries für die Regie des Films „England“. Die feierliche Verleihung fand im Studio A des Rundfunks Berlin-Brandenburg in Potsdam im Beisein der Bundesministerin für Bildung und Forschung Edelgard Bulmahn und RBB-Intendantin Dagmar Reim statt.

Der im NDR ausgestrahlte Fernsehfilm „Die Hoffnung stirbt zuletzt“ macht betroffen, regt zum Nachdenken an. „Die zutiefst berührende Geschichte handelt von einer jungen Polizistin, die durch Mobbing und sexuelle Nötigung in den Selbstmord getrieben wird“, so Dorothea Müller vom ver.di-Bundesvorstand bei der Preisverleihung.

Spannende politische Stoffe

Der Film lehnt sich an wirkliche Geschehnisse in Deutschland an und wird inzwischen in der Polizeiausbildung eingesetzt. Hauptdarstellerin Anneke Kimsarnau bestach durch die hervorragende Darstellung der jungen Frau, die anfangs optimistisch und erfolgreich mit dem Polizeidienst begann und am Ende verzweifelt, gedemütigt, ausgemergelt keinen anderen Ausweg als den Kopfschuss sah. Stellvertretend für den gestandenen Drehbuchautoren Fred Breinersdorfer, der zum Zeitpunkt der Preisverleihung im Ausland weilte, nahm sie den Preis entgegen. Er sei stolz auf diesen Preis, der als einziger im deutschen Fernsehen die Umsetzung des Drehbuchs würdige. Er habe sich immer auch als „politischen Autoren“ gesehen, dem es offenbar gelungen sei, zu belegen,

dass sich Spannung und politische Stoffe nicht ausschließen müssen“, so Breinersdorfer.

Eine überzeugende Regieleistung bescheinigte Vize-Chef Frank Werneke dem jungen Regisseur Achim von Borries für sein Regiedebüt bei dem Film „England“. In teils melancholisch wirkenden, mitunter sehr langsam gedrehten Sequenzen wird die Geschichte des jungen Viktor erzählt, der bei dem Reaktorunglück 1986 in Tschernobyl mit seinem besten Freund zusammen arbeitete und verstrahlt wurde. Beide träumten von einer gemeinsamen Fahrt nach England. Viktor kam jedoch zu spät nach Berlin, wo er nur noch das Grab des Freundes findet. Er selbst kommt bis Calais – in Blickweite von Dover. Dort stirbt er. Der Preis für sein „unbedarftes Erstlingswerk“ sei für ihn „überraschend und extrem erfreulich“, so Achim von Borries, der mit dem Darsteller des Viktor, Iwan Shvedoff, nach Potsdam gekommen war.

Langjährige Tradition

Diese Auszeichnung steht in der 38jährigen Tradition des DAG-Fernsehpreises. Nach Auffassung der siebenköpfigen Jury wurden auch in diesem Jahr mit den Arbeiten „Die Hoffnung stirbt zuletzt“ und „England“ zwei Fernsehspiele prämiert, die „unter Wahrung künstlerischer Gesichtspunkte zeit- und gesellschaftspolitische Stoffe behandeln, welche geeignet sind, die politische Bildung zu vertiefen, die Urteilsfähigkeit in gesellschaftspolitischen Fragen zu erhöhen und die Bereitschaft zum politischen Engagement für Freiheit und Demokratie anzuregen.“ Der ver.di-Fernsehpreis für die Sparten Drehbuch und Regie ist mit je 7.500 Euro dotiert. wen ■

(V. l. n. r.): Frank Werneke (ver.di-Vize), Judy Tussell (Produzentin) und Achim von Borries (Regisseur) bei der Preisverleihung im RBB.

Stellvertretend für den Drehbuchautor Fred Breinersdorfer nimmt die Hauptdarstellerin Anneke Kimsarnau (links) von Dorothea Müller, ver.di-Bundesvorstandsmitglied, den Preis entgegen.

Raus aus der Zeitungskrise: Welche Konzepte sind die besten?

Die dju Hessen lädt zu einer Diskussionsveranstaltung am 1. November im ÖkoHaus am Westbahnhof in Frankfurt/Main ein. Beginn ist um 12.00 Uhr (Mittagsimbiss), Ende gegen 16.30 Uhr.

Zugesagt für das Podium haben (bis Redaktionsschluss) Dr. Wolfgang Storz, Chefredakteur der „Frankfurter Rundschau“, Michael Reinhard, Chefredakteur der Würzburger „Main-Post“ und Professor Dr. Hans-Jürgen Kleinsteuber, Medienwissenschaftler an der Uni Hamburg. Moderation: Alf Haubitz vom Hessischen Rundfunk.

Die sinkenden Werbeerlöse haben nicht nur zu einer konjunkturell begründeten Krise der Zeitungsbranche geführt. Die Einnahmeausfälle zeigen auch gnadenlos die strukturellen Probleme vieler Tageszeitungen auf. Die Redaktionskonzepte sind teilweise ebenso überaltert wie die Leserschaft mancher Zeitung. Notwendigen Anpassungsschritte wurden gern auf die lange Bank geschoben. Die Folgen sind bekannt: Sanierungsversuche auf Kosten der Beschäftigten, Reduzierung des redaktionellen Angebots, mehr oder weniger glückliche Ausflüge in die Welt des Internet und – nicht zuletzt – ein neuer Schub an Pressekonzentration. Allein in Hessen sind seit 2002 drei unabhängige Blätter mehrheitlich an größere Konzerne verkauft worden. Die hessische dju will es nicht allein bei der Bestandsaufnahme bewenden lassen. Deshalb soll auch über die Zukunft der Tageszeitungen nach der Krise gesprochen werden.

Anmeldungen sind erforderlich: Per Mail auf der Webseite der dju Hessen www.dju-hessen.de oder telefonisch unter 069/66 95-15 22.

Organisationen sind mit Info-Ständen vertreten, unter anderem das Versorgungswerk der Presse und das ver.di-Freienprojekt mediafon.

Freiberufler zur Kasse

Großunternehmen sparen Milliarden durch Steuerschlupflöcher

Der Plan, Freiberufler in die Gewerbesteuerpflicht einzubeziehen, sorgt für Aufregung – selbst bei jenen Freien, die eine Ausweitung auf ihren Berufsstand für grundsätzlich vernünftig halten. Denn die Regierung will ausgerechnet bei kleinen und mittleren Einkommen Steuererhöhungen durchsetzen, Kapitalgesellschaften dagegen dürfen sich auf eine Steuersenkung freuen.

Zugegeben: Im Gesamtkanon von Um- und Abbau des Sozialstaates ist die Gewerbesteuer für Freiberufler – als Kabinettsentwurf zur Gemeindesteuerreform am 13. August abgesegnet – ein kleiner Fisch. Aber einer, der schmerzlich zeigt, wie gesellschaftliche Umverteilung läuft. Berechnungen des Deutschen Städtetages haben ergeben, dass große Konzerne weitere 3,5 Milliarden Euro Steuern sparen und ihr Anteil an der Finanzierung städtischer Aufgaben von 62 auf 44 Prozent sinken würde. Deren Steuerschlupflöcher mit zu finanzieren, wird zur hehren Aufgabe der Freiberufler – vom kleinen Solo-Selbstständigen bis zum großen Mittelständler.

Die Planungen konkret:

- Freiberufler werden gemeindefinanzwirtschaftlich steuerpflichtig.
- Die Steuer ist teilweise auf die Einkommenssteuer anrechenbar. Freie in Gemeinden mit einem (kommunal festgelegten) Hebesatz bis zu 380 Prozent zahlen im Endeffekt nichts – allerdings: Alle Städte über 250.000 Einwohner liegen über 380 Prozent.
- Bis 25.000 Euro fällt keine Steuer an, bis 50.000 Euro wird dieser

Freibetrag gleitend abgebaut, darüber ist die volle Zahlung fällig.

- Auch wer bislang nicht unter das Steuerbefreiende Privileg der Freiberuflichkeit fiel – etwa selbstständige Kurierfahrer oder die Film-Produktions-GmbH – muss bereits bei 50.000 Euro Gewinn mit Steuersteigerungen um rund 300 Prozent rechnen.
- Für Kapitalgesellschaften bleibt die Steuerlast formal so gut wie unverändert, faktisch sinkt sie zwischen 3 und 4,4 Prozent, weil die Gewerbesteuer auf Zinsen, Mieten und Leasingraten entfallen soll.

Nahezu alle Freiberufler-Verbände haben dagegen Widerstand angekündigt. Nur die Steuerberater sind sich noch nicht einig, ob nun zu erwartende Aufträge nicht die zusätzliche Steuerlast aufwiegen. Fast entwaffend argumentiert der Chef der Bundesarchitektenkammer, Tillman Prinz, in einem Berliner-Zeitung-Interview: „Für Architekten stellt die Gewerbesteuer eine enorme Belastung dar. Dabei nützt sie den Gemeinden nicht einmal viel. Sie betrifft nur Wenige.“ Ähnlich seltsam klingt das Argument der Kulturstatsministerin Christina Weiß mit Blick auf die Freischaffenden der Kunst. Sie müssten ohnehin „aufgrund der äußerst bescheidenen Einkommensverhältnisse keine Gemeindefinanzsteuer entrichten“.

Freibeträge für niedrige und mittlere Einkommen

Das eigentliche Problem ist jedoch nicht, dass Freiberufler einbezogen werden, sondern dass die falschen herangezogen werden sollen. Mit einer Freistellung von Mini-Einkommen kann es da nicht getan sein. So fordert auch der ver.di-Vorsitzende Frank Bsirske nicht allein eine bessere Finanzausstattung der Kommunen: „Die Einbeziehung von Freiberuflern und Selbstständigen in die Gewerbesteuerpflicht ist okay – vorausgesetzt, es gibt entsprechende Freibeträge für niedrige und mittlere Einkommen.“ Tatsächlich schwer verständlich ist es, Ärztekollektive oder Anwaltspraxen mit mehreren hundert Angestellten ebenso zu privilegieren wie gering verdienende Solo-Selbstständige. Und: Spitzenverdiener – auch aus Publizistik und Kunst – sollen laut ver.di-Vorstand nicht ausgenommen werden.

Eine grundsätzlich ablehnende Haltung hat dagegen die Bundeskommission Selbstständige (BKS), das ehrenamtliche ver.di-Gremium der Selbstständigen. Sie fordert ver.di auf, „andere Wege einer gerechten Finanzierung der Kommunen zu suchen“. Es sei „nicht einzusehen, dass in einer Zeit, in der sich Großunternehmen um die Gewerbesteuer drücken können, ausgerechnet Freiberuflerinnen und Freiberufler, wie zum Beispiel erfolgreiche Schriftsteller, die die Gemeindefinanzstruktur nicht mehr belasten als jeder normale Einwohner, die Gemeindefinanz sanieren sollen“. In einem sind sich ver.di-Vorstand, BKS und Städtetag einig: Dass sich viele Großunternehmen der Gewerbesteuerpflicht entziehen können, muss abgestellt werden.

Für gerechte Lösungen gemeinsam einsetzen

Dissens bleibt zwischen BKS und Vorstand in der Frage, ob Freiberufler Wirtschaftsunternehmen sind. Das Referat Selbstständige der ver.di findet ja – und fordert in einer Pressemitteilung nicht die Abschaffung der Gewerbesteuer für Selbstständige, sondern „die Steuerpolitik so zu gestalten, dass Geringverdiener – unabhängig davon, ob sie angestellt oder selbstständig sind – entlastet werden“. Selbstständigen-Referent Gunter Haake: „ver.di ist gegenüber ihren selbstständigen Mitgliedern – die nun überwiegend erstmals zur Gewerbesteuer veranlagt werden – in der Verantwortung, die Gewerbesteuer für Freie nicht undifferenziert zu begrüßen.“

Aber: eine gerechte Steuer wäre angesichts der Lage der Kommunen akzeptabel, auch wenn niemand gerne mehr zahlt. Indiskutabel ist die geplante Form. Da werden Kleinunternehmen mit der Solo-Unternehmerin Daimler-Chrysler formal gleichgestellt, faktisch jedoch einseitig belastet. Es sei hinzugefügt: Dass Land- und Forstwirte von der Gewerbesteuerpflicht ausgenommen bleiben sollen, zeigt, wie schädlich gute Lobby-Arbeit zugunsten von Partikularinteressen für die Gesellschaft sein kann. Selbstständige, die sich nicht nur als gemolkene Steuerbürger sondern auch als Gemeindebewohner verstehen, sollten nicht für die eigene Bevorzugung, sondern für gerechte Lösungen kämpfen.“

Veronika Mirschel ■

Links zum Rechnen ...

Der **Gesetzesentwurf** steht zum Download auf www.bundesfinanzministerium.de/BMF-.336.19847/Gesetze/hm

Ein **persönlicher Gewerbesteuerrechner** steht auf www.mediafon.net/recht_steuern_gewerbesteuerrechner.php3

Ein **differenzierter Excel-Vergleichsrechner** steht zum Download auf www.mediafon.net/download/gewerbesteuerrechner.xls Damit lassen sich Vergleiche zwischen verschiedenen Einkommenshöhen, zwischen Personen- und Kapitalgesellschaften sowie zwischen dem aktuellen und dem geplanten Steuertarif anstellen.

Die **Gewerbesteuer-Hebesätze aller Gemeinden über 50.000 Einwohner** steht auf www.dihk.de/inhalt/themen/rechtundfairplay/steuerrecht/gewerbesteuer/index.html

dju plädiert bei Rau für gezielte Presseförderung

Unterstützung im Bündnis für journalistische Qualität eingefordert

Die Deutsche Journalistinnen- und Journalisten-Union (dju) hat eine gezielte öffentliche Unterstützung bedrohter Presseunternehmen gefordert. Bei einem Gespräch mit Bundespräsident Johannes Rau plädierte der Bundesvorstand der dju Ende August in Berlin zugleich für eine Abkehr vom Gießkannenprinzip bei der Presseförderung. Der dju-Vorstand verwies dabei auf das Beispiel zahlreicher europäischer Nachbarstaaten. Dort gelte es als selbstverständlich, mit gezielten Maßnahmen verloren gegangenen publizistischen Wettbewerb wieder herzustellen und existenzbedrohten Presseverlagen unter die Arme zu greifen.

Foto: Chr. v. Polentz / transit



An dem Gespräch auf Einladung des Bundespräsidenten nahmen Renée Möhler, Malte Hinz und Manfred Protze teil, die Sprecher des dju-Bundesvorstands, sowie die dju-Bundesgeschäftsführerin Ulrike Maercks-Franzen. Der dju-Vorstand wies den Bundespräsidenten auf die Bedrohung der journalistischen Arbeitsmöglichkeiten durch neue Sicherheitsgesetze hin. Zwar gewährleiste die Strafprozessordnung einen weitgehenden Schutz von Informanten durch das Zeugnisverwei-

gerungsrecht. Zugleich werde dieser Schutz jedoch ausgehöhlt, wenn Behörden, Polizei und Staatsanwaltschaften einen ungehinderten Zugriff auf Daten der Telekommunikation zwischen Journalisten und Informanten hätten. Einig waren sich der Bundespräsident und der dju-Vorstand, dass die Medien ihre Wächterrolle in einer demokratischen Gesellschaft nur dann ausüben könnten, wenn sich Informanten auf die zugesicherte Vertraulichkeit des Wortes verlassen könnten.

An den Bundespräsidenten appellierte der dju-Vorstand, an einem breiten Bündnis zur Sicherung und zum Ausbau journalistischer Qualität mitzuwirken. Insbesondere Personalabbau in den Redaktionen setze zunehmend die ethische und handwerkliche Qualität der Berichterstattung unter Druck. Vielfach bleibe für notwendige Recherchen keine Zeit. Das öffne einer oberflächlichen Berichterstattung und der ungeprüften Übernahme von PR-Produkten Tür und Tor. red ■

Die Sprecher der dju in ver.di zu Gast bei dem Bundespräsidenten Johannes Rau. (v.l.n.r.): Johannes Rau (Bundespräsident), Renée Möhler und Malte Hinz (beide dju-Sprecher), Sebastian Bickerich (stellvertretender Sprecher des Bundespräsidenten) Ulrike Maercks-Franzen (Bundesgeschäftsführerin der dju in ver.di), Manfred Protze (dju-Sprecher)

Urteil zwingt VG Wort zur Satzungsänderung

München. Autobiografien gelten als Sachbücher – dies geht aus einer Entscheidung des Münchener Landgerichts I hervor, demzufolge ein Autor nunmehr seine Autobiografien bei der Verwertungsgesellschaft Wort als wissenschaftliche Werke anmelden darf. Die VG Wort hatte gegen den Autor geklagt, da sie diese Bücher als Belletristik bewertete. Dem widersprach das Gericht, da Autobiografien tatsächlich Geschehenes wiedergeben würden und sich somit nicht im fiktionalen Bereich befänden. Aufgrund des Urteils (Az. 7 O 8786/99) hat die VG Wort ihre Satzung geändert. Damit werden künftig Autobiographien bei der Verteilung explizit in den wissenschaftlichen Bereich einbezogen. Das bedeute, dass die vorhandenen Gelder künftig auf mehr

Buchtitel verteilt werden müssten, da die Autoren bei Sachbüchern eine Pauschale erhielten, so Frank Thom, stellvertretender Geschäftsführer von VG Wort gegenüber dpa. Thom kritisierte die Sichtweise des Gerichts, da seiner Meinung nach Autobiographien immer auch Fiktion enthielten. „Sollen wir Werke von Dieter Bohlen oder Stefan Effenberg künftig als wissenschaftliche Schriften bei uns aufnehmen?“ wen ■

Schluss mit Schaffe

Ulm. Der Schwäbische Verlag hat zum 1. September die Ulmer Stadt- und Ausgabe der „Schwäbischen Zeitung“ eingestellt. Als Grund wurden die Umsatzrückgänge im Anzeigenbereich und zu hohe Vertriebskosten genannt. Ulmer Stammleser des Blattes werden sich in Zu-

kunft mit wenigen Info-Seiten in der Alb-Donau-Ausgabe begnügen müssen. Von der Schließung sind fünf Redakteure und voraussichtlich 30 andere Mitarbeiter sowie 20 Freie betroffen. til ■

Weniger Freie im BR

München. Der Bayerische Rundfunk (BR) hat 30 feste freie Mitarbeiter ganz oder teilweise gekündigt. Epd gegenüber äußerte ein Sprecher des BR, Grund für die Kündigungen sei die Programmreform des Senders, im Zuge derer mehrere Sendungen gestrichen worden seien. ver.di Bayern und der Bayerische Journalistenverband protestieren gegen die Entlassungen: Der BR spare die hohen Kosten für die teuren Fußballübertragungsrechte jetzt bei den freien Mitarbeitern ein. til ■

Live aus den wachsenden Wäldern dieser Welt

Engagierte Friedensberichterstattung mit dem „Peace Counts Projekt“



Foto: privat

Kriegs- und gewaltvolle Konfliktberichterstattung dominieren die deutschen Medien beim Spiegeln der Situation in vielen Ländern der Erde. Diese Bilder und Worte sind schnell zu haben, beeindrucken, schockieren, bringen Quote und Auflagen. Das Projekt „Peace Counts“ versucht mit seiner Friedensberichterstattung, ein mediales Gegengewicht zu schaffen und gemeinsam mit Partnern den Blick für friedliche Konfliktlösungen zu schärfen.

„Ein Baum, der umstürzt, macht mehr Krach als ein ganzer Wald, der wächst.“ Dieses Tibetische Sprichwort haben sich die „Friedensmacher“ um Initiator Michael Gleich auf ihre Fahnen geschrieben. Und während Reporterteams den umstürzenden Baum umlagern, berichtet „Peace Counts live aus den wachsenden Wäldern dieser Welt“. Es gilt, den Alltag im Umgang mit Konflikten und existenziellen Problemen zu schildern, Menschen zu zeigen, die sich mit ganzer Kraft einsetzen, helfen, lernen und Erfolge verzeichnen im Kampf gegen Terror, Gewalt und Elend. Es gäbe viele einfache Menschen, jenseits von Gandhi, die hochmotiviert viel erreichen, die eine Methode finden, mit dem eigenen Konflikt umzugehen.

„Wichtig ist uns, mit diesen Beispielen zu eigenem Engagement zu ermutigen und vor allem bei jungen Leuten den Horrorbildern, die vor allem Resignation erzeugen, etwas entgegenzusetzen“, so Michael Gleich. Dabei werde natürlich nichts beschönigt. Dennoch werden anhand von „Best Practice“ friedliche Konfliktlösungen dokumentiert. Nicht zuletzt verstehen sich die Friedensberichtersteller deshalb als eine „weltweite Lernexpedition“ und damit als Sammler von Wissen und Erfahrungen unterschiedlichster Kulturen und Herangehensweisen an eine Konfliktbewältigung. Auf diese Weise entsteht eine „Art Bibliothek des Wissens“, ist Michael Gleich überzeugt.

Das Team um den Publizisten besteht aus elf weiteren professionellen Journalisten von den Agen-

turen Zeitempfeiler, bilderberg und laif, die mit dem Genre Reportage und dessen vielfältigen Stilmitteln, die Geschichten zu Papier bringen und auf Film bannen. Es sei nicht schwer gewesen, Mitstreiter zu finden, so Gleich. Journalisten und Fotografen hätten Interesse daran, aus dem „Tagebau des Journalismus“, wo Informationen und Bilder freigelegt vorlägen, heraus zu steigen und in das „Bergwerk des Journalismus“ einzufahren. Das heißt: Sie würden tief ins Innere vordringen, müssten graben, recherchieren, um interessante Geschehnisse zu finden, Menschen aufzuschließen und Bilder einzufangen. „Das ist anspruchsvoll und macht Spaß.“

Langer Atem und langer Blick

Die kommerziellen Medien seien auf Ereignisse und augenblickliche Zustände fixiert. „Frieden ist jedoch kein Zustand, sondern ein Prozess, der manchmal sehr lange dauert, sich schleichend und unspektakulär vollzieht und vom Beobachter einen langen Atem und einen langen Blick erfordert.“ So heißt es in den Projektzielen von „Peace Counts“, das „den publizistischen Ehrgeiz“ habe, „Frieden als die eigentliche Sensation darzustellen“. Von besonderem Gewicht sei dabei die „Friedensfotografie“, mit der „Peace Counts“ einen „ästhetischen und publizistischen Beitrag



Fotos: Frieder Blicke / bilderberg

zur Kultur des Friedens“ leisten will.

Vornehmste Aufgabe sei es, „die Menschen mit ihren Gefühlen und Träumen, ihrer Herkunft, ihrer Geschichte, ihrem sozialen Umfeld plastisch und lebendig werden zu lassen“. Dabei sei Nähe, aber nicht Voyeurismus, eine wichtige Leitlinie: „der nahe Blick“. Das zweite sei der „analytische Blick“, worunter das Erforschen der Rahmenbedingungen vor Ort verstanden wird. Geduld und das Dranbleiben an den Menschen und ihrer Geschichte erfordere den „langen Blick“. Wobei der „fürsorgliche Blick“ darauf gerichtet sei, Friedensprozesse nicht zu stören oder zu gefährden.

Sicher lässt sich das in übertragenem Sinn auch für die Kollegen des Wortes anwenden – ein Anspruch, der Können und Zeit voraussetzt. Zeit, die große Agenturen, Zeitungs- und Zeitschriftenredaktionen nicht mehr aufbringen be-



ziehungsweise nicht mehr bezahlen wollen oder können. Deshalb war von Anfang an klar, ein solches ehrgeiziges Projekt lässt sich neben dem Engagement der Akteure nur mit Partnern und auch finanzieller Unterstützung bewerkstelligen. Über Erfahrungen mit dem Knüpfen von Netzwerken verfügte Gleich bereits durch das sehr erfolgreiche Projekt „Live Counts“ – für ihn der Vorgänger von „Peace Counts“. Dabei ging es um die biologische Vielfalt, den Reichtum der Pflanzen- und Tierwelt auf der Erde. Die Zählung und Dokumentation wurde unter anderem von der UNO unterstützt. Auch bei dem Projekt „Peace Counts“ stieß der Publizist auf offene Ohren sowohl in der Wissenschaft, der es nicht leicht fällt, die Ergebnisse der Friedensforschung in geeigneter Form in die breite Öffentlichkeit zu tragen, als auch bei anderen Organisationen. So hat die UNESCO „Peace Counts“ bereits als einen offiziellen deutschen Beitrag zur laufenden Internationalen Dekade der „Culture of Peace“ anerkannt und Förderung zugesagt. Das Institut für Friedenspädagogik Tübingen e.V., die Deutsche Gesellschaft für Technische Zusammenar-

beit (GTZ) GmbH und das Bonner International Center for Conversation (BICC) sind weitere Partner.

deutscher Benediktiner aus, auf der Suche nach Gott – und praktischen Konfliktlösungen.“ ... „Beten ist unser Weg, spiritistisch Kraft zu gewinnen“, sagt der Abt. Dabei belassen sie es aber nicht. Geistlich derart gestärkt, engagieren sich die Benediktiner auch ganz irdisch für Lösungen in dem blutigen Konflikt, den ihre Nachbarn zur Rechten und zur Linken miteinander austragen. Sie laden im Sommer behinderte Kinder ein, auf einem Klostergelände am See Genezareth ihre Ferien zu verbringen; dort baden sie in salzhaltigen Thermalquellen-Pools, und zwar – dieser Tage eine kleine Sensation – Israelis und Palästinenser einträchtig gemischt ...“

Rechtzeitig ausgestiegen

„Der kalte Frieden“ in Nordirland wird von Gleich anhand der Geschichte zweier Streetworker widergespiegelt: „Eine traurige Armee von Arbeits- und Wohnungslosen, verarmt und traumatisiert – viele ehemalige Terroristen haben den Übergang in den Frieden nicht geschafft. Joe Doherty und Peter McGuire sind rechtzeitig ausgestiegen



Fotos: Uli Reinhardt / Zeitenspiegel

ich werden. Flanschen und schrauben und schweißen, das hat mir Spaß gemacht.“ Die Teenis nicken ...“

Zwei Beispiele. Außer nach Israel/ Palästina und nach Nordirland führte die Reise der „Peace Counts“-Berichterstatter bisher nach Südafrika und Sri Lanka, im August waren sie in Mazedonien. Nächste Ziele sind unter anderem Brasilien, Kolumbien, Afghanistan, Zypern und Burundi/Ruanda.

Je Land bringen die Journalisten zwei Modellbeschreibungen mit und Gleich ist optimistisch, dass sie auch Abnehmer dafür finden. Um eine größtmögliche Verbreitung zu erreichen, sollen die Inhalte über viele mediale Kanäle verbreitet werden. Deshalb wird es ein Buch „Peace Counts. Die Erfolge der Friedensmacher“ in verschiedenen Sprachen geben. Gemeinsam mit dem Tübinger Institut wird Unterrichtsmaterial zum Thema „Gewaltlose Konfliktlösung“ für Mittel- und Oberstufen in Form von Textbroschüren, Folien und einer CD-ROM erarbeitet. Mit der GTZ Berlin findet alle zwei Monate ein Peace Counts Forum statt. Start der Veranstaltungsserie über Mazedonien ist der 8. Oktober in Berlin. Am 16. Dezember wird Kolumbien in Wort und Bild dargestellt. Geplant ist eine Fotoausstellung, die das Projekt in vielen kulturellen Einrichtungen der Welt präsentieren wird. Ein Supplement – in Farbe und mit einem Umfang von 100 Seiten – soll großen Tages- und Wochenzeitungen einmalig als Beilage angeboten werden. Inzwischen ist auch die Internet-Plattform www.peace-counts.org eingerichtet, auf der ausgewählte Geschichten präsentiert werden. Links führen außerdem zu den relevanten Institutionen und Initiativen. Gleichzeitig wird die Website ein Diskussionsforum bieten, in dem die User eigene Friedensvorbilder und -Initiativen darstellen können. Dieser Input soll zu einer „interaktiven Weltkarte“ verdichtet werden.

Karin Wenk ■

Tanz in Nordirland, fern der Gewalt – und doch so nah – Jugendliche sind gefährdet, wieder in die Szene der Paramilitärs abzudriften.

Foto links: „Joe Doherty im Jugendclub von New Lodge: „Er kennt den Kampf und den Knast. Aber Frieden? Daran muss er sich erst gewöhnen.“

Informationen und Möglichkeiten für Aktivitäten auf der Website des „Peace Counts Projekts“: www.peace-counts.org



Irdische Lösungen

Doch auch in den Medien gibt es eine erste Akzeptanz der Initiative: Reportagen sind in der „Süddeutschen Zeitung“ und im „Focus“ erschienen, Hörfunkfeature wurden bei WDR und NDR ausgestrahlt. Unter dem Titel: „Friedenssucher zwischen den Fronten“ beschreibt Michael Gleich in einer seiner Reportagen: „Jerusalem, die gespaltene Stadt: Israelische und Palästinensische Muslime stehen sich als Todfeinde gegenüber. Zwischen ihnen harret ein Häuflein

und engagieren sich heute in der Jugendarbeit. Denn viele Jugendliche auf beiden Seiten sind gefährdet, in die Szene der Paramilitärs abzudriften. Oft aus Hoffnungslosigkeit oder Langeweile.“ ... „Joseph Doherty (der als Junge bereits für die IRA spionierte. Red.) spürt bleischwer die Füße, den Rücken, den Kopf. Ein langer Tag, mal wieder. Am Vormittag Sozialberatung im Büro. Nachmittags Flugblätter verteilen im Viertel, ein Tribunal gegen die britische Armee, bitte zahlreich kommen. Und abends in den Youthclub. Die Überstunden bekommt er nicht bezahlt. ‚Wisst ihr wovon ich träumte, als ich so alt war, wie ihr?‘ Jetzt sind die Kids aber mal gespannt. ‚Klempner wollte

Migranten als „Türöffner“

Für mehr interkulturelle Kompetenz in den Medien

„Es regnet!“ – Was für Deutsche schlechtes Wetter bedeutet, empfinden Türken, die in einer von Trockenheit geplagten Landschaft aufgewachsen sind, als Segen. Metin Fakioglu, der im Kindesalter nach Deutschland kam und seit 2000 zusammen mit Petra Diebold als türkisch-deutsche Doppelspitze das Ausländerprogramm im Hörfunk des Hessischen Rundfunks leitet, freut sich noch heute, wenn es regnet. „Bei dem Wort „Regen“ haben wir unterschiedliche Bilder vor Augen und diese unterschiedlichen Bilder müssen wir zulassen, denn Vereinheitlichung schafft Barrieren,“ erklärt Fakioglu.

Diese unterschiedlichen Bilder findet man in deutschen Medien kaum. Seit den 70er Jahren tauchen die sprachlich vom „Gastarbeiter“ zu „Ausländern“ mutierten Migranten zumeist in der Kriminalitätsberichterstattung auf. Der mediale

Zerrspiegel hat strukturelle Hintergründe: Während ethnische Minderheiten fast zehn Prozent der Wohnbevölkerung ausmachen, haben nur zwei bis drei Prozent der Journalisten einen Migrationshintergrund. „Filme über Migrantinnen und Migranten werden zu 99 Prozent von besserwissenden Deutschen gemacht“, kritisierte die aus Indien stammende NDR-Redakteurin Navina Sundaram 1998 und bis heute habe sich wenig geändert: Immer noch sei der Umgang mit Vielfalt, sei soziale Heterogenität nicht „normal“, gelte Mehrsprachigkeit – eine besondere Qualifikation vieler Migranten – als „Problem“. Sundaram mit Blick auf über 30 Jahre Berufsleben im deutschen Fernsehen: „Migranten haben keine Lobby!“

Dem kann ihre junge Kollegin Giti Hatef, die im Iran geboren wurde, nur zustimmen. Sie meint, ein Migranten-Netzwerk sei unbedingt notwendig und für den Medienzugang würde sie inzwischen auch für eine Quotierung nach dem Vorbild der Frauengleichstellung plädieren. Hatef hat von 1996 bis 1998 ein Volontariat im Rahmen des Projektes „Mehr Farbe in die Medien“ absolviert, an dem 20 Migrantinnen teilnahmen, und danach als Redakteurin beim WDR gearbeitet. Ihre Erfahrung: Als Frau nicht-deutscher Herkunft wurde sie zumeist auf Nischen (kein Sport, Ausländerprogramm) verwiesen. Jetzt promoviert Giti Hatef über erfolgreiche Migranten-Journalisten.

Mehr Praktika für Kinder

Weil Vorbilder fehlten, erscheinen der Journalistenberuf für viele junge Migranten auch wenig attraktiv – meinen jene, die es geschafft haben. Auch Canan Topcu, einzige Redakteurin mit türkischem Pass bei der „Frankfurter Rundschau“ sagt, die Medien sollten mehr Schülerpraktika für Migrantenkinder anbieten. Von einer Quotierung hält sie nichts: „Entscheidend ist die handwerkliche Qualifikation!“ Und Migranten könnten „Türöffner“ sein für die Communities, die bisher aus der Berichterstattung herausfallen. Sie habe als Lokalredakteurin nicht nur Zugang zu den etwa 20 Prozent Frankfurter türkischer Herkunft, sondern

als „Fremde“ könne sie sich auch besser in die Situation anderer Migrantengruppen hineinversetzen als deutsche Kollegen.

In Duisburg versucht eine deutsche Lokalredaktion, ihre Zeitung für die etwa 60.000 türkischen Einwohner der Stadt zu öffnen. André Maßmann, Redaktionsleiter der „Neuen Rhein/Ruhr-Zeitung“ (NRZ) startete das Projekt vor etwa vier Jahren: „Unser journalistischer Ausgangspunkt war es, die Lokalausgabe durch die Einbeziehung der türkischen Lebenswelt in Duisburg interessanter zu machen und zur besseren Integration der türkischen Bürger beizutragen.“ Inzwischen gibt es zwei freie Mitarbeiter türkischer Herkunft. Unter den organisierten Deutsch sprechenden Migranten der zweiten und dritten Generation will die „NRZ“ eine neue Lesergruppe - besonders neue Abonnenten - gewinnen

Kein großes Interesse

„In Nordrhein-Westfalen leben zwei Millionen Migranten und die Zeitungen müssen sich darauf einstellen,“ erklärt Sabine Roschke, Ausbildungsredakteurin in der Journalistenschule Ruhr JSR, die vor zehn Jahren vom WAZ-Konzern gegründet wurde. Die JSR veranstaltet Dialogseminare mit „Experten“ aus dem interkulturellen Bereich zum „Feindbild Islam“ oder „Jüdischem Leben“, die oft eine „Türöffnerfunktion für die deutschen Journalisten“ hätten. Seminare für Migranten zum Verfassen von Pressemitteilungen helfen ihren Organisationen bei der Öffentlichkeitsarbeit und erleichtern den Zeitungsjournalisten das Redigieren. Auf die Frage, warum nicht mehr Migranten in den Redaktionen beschäftigt würden, meint Roschke, sie zeigten „kein großes Interesse“ am Journalistenberuf.

„Wir haben immer viele Bewerbungen für ein Praktikum. Das Interesse ist sehr, sehr groß“, berichtet dagegen Petra Diebold, Metin Fakioglu, HR-Kollegin. Über die Hälfte des 30köpfigen Teams freier Mitarbeiter im HR-Ausländerprogramm hat einen Migrationshintergrund. Viele arbeiteten auch für andere Redaktionen des Hauses, die ihre fachliche Kompetenz inzwischen schätzen gelernt hätten.

Ist interkulturelle kompetente Berichterstattung ausschließlich von Migranten leistbar? „Nein“, meint Fakioglu, auch Deutsche könnten sie erlernen, denn wichtiger als die Herkunft seien „Lebenserfahrung und Empathie“. In diesem heißen Sommer ist vielleicht auch für deutsche JournalistInnen nachfühlbar, wie schön Regen sein kann ...

Bärbel Röben ■

Internationale Zusammenhänge in der Journalistenausbildung

In Deutschland wurden mittlerweile einige Studiengänge für Interkulturelle Kommunikation eingerichtet, die – wie in München – aus kultur- oder sprachwissenschaftlichen Instituten hervorgingen. Ansätze der Curriculumentwicklung gibt es auch für technische und wirtschaftswissenschaftliche Studiengänge, in denen interkulturelle Kommunikation als Fach zuerst angeboten wurde – etwa an den Technischen Universitäten in Chemnitz oder München.

Nur wenige Journalistenausbildungsstätten haben interkulturelle Kompetenz als Qualifikationsziel im Curriculum verankert, z.B. die Fachhochschulen in Bremen und Hannover. Petra Werner, an der FH Hannover zuständige Professorin für Gendertraining, interkulturelle und internationale Kommunikation, erklärt, durch dieses Pflichtmodul sollten die Studierenden „zum Arbeiten in internationalen Zusammenhängen befähigt werden“. Sie reagierten „durchwachsen“. Die Medienbetriebe, mit denen die FH kooperiere, urteilten durchweg positiv.

Als fakultatives Angebot gibt es interkulturelles Kommunikationstraining inzwischen in einigen Instituten, z.B. auch in Dortmund. Der Dortmunder Journalistikprofessor Claus Eurich hält Toleranz, interkulturelles Denken und Handeln für sehr wichtig, die Integration interkultureller Kompetenzvermittlung im Rahmen der kognitiv angelegten universitären Lehrformen sei aber schwierig.

B.R. ■

Die im Artikel zitierten Journalistinnen und Wissenschaftler referierten im Sommersemester am Dortmunder Institut für Journalistik im Rahmen des Seminars „Journalismus in der Einwanderungsgesellschaft“, das mit finanzieller Unterstützung des „Ex-Vereins“ ehemaliger Absolventen veranstaltet wurde.

Foto: Steven Hutchings



Verheerende Konsequenzen

Polizisten und Soldaten behindern Fotografen

Ein schöner, ein sonniger Sonntag. Der richtige Tag für einen Familienausflug. Zum Beispiel zu der Ausstellung „Unser Heer 2003“, die von Frühsommer bis Herbst in 11 deutschen Städten ihre Zelte aufschlug. Explizit waren vor allem Jugendliche eingeladen, die Waffensysteme der Armee kennenzulernen. Pressefotografen waren hingegen offenbar nicht erwünscht.

Dabei hatte der vorletzte von fünf Tagen der Heer-Tour in Frankfurt eigentlich recht harmonisch begonnen. Während sich auf dem Ausstellungsgelände am Ratsweg, nach außen durch einen Stahlzaun als „Militärisches Sperrgebiet“ gekennzeichnet, die Familien zwischen Panzern, Infobussen, Panzerfäusten und Maschinengewehren tummeln, demonstrieren draußen Kriegsgegner friedlich und legal gegen die Veranstaltung. Verkleidete Schauspieler des Antagon-Theaters, die in Camouflageuniformen und als Verletzte geschminkt vor dem Eingangstor die grausame Seite eines Krieges schauspielerisch darstellen, werden sogar von herbeigeeilten Sanitätern der Bundeswehr „behandelt“. Obwohl sie damit bewusst die Performance der Schauspieler stören und dafür schließlich einen Platzverweis des Demoveranstalters erhalten, bleibt die Situation ruhig. „Echte“ und „falsche“ Soldaten plaudern am Eingangstor, nur als die Verkleideten auch auf dem Ausstellungsgelände selbst als Verletzte agieren wollen, werden sie zurückgewiesen.

Soldaten fordern Herausgabe des Films

Plötzlich jedoch gelingt es einem der Demonstranten, auf einen der Panzer zu klettern und dort eine regenbogenbunte PACE-Fahne zu hissen, dabei wird er von dem Fotografen Klaus Malorny abgelichtet. Die Soldaten zeigen Nerven: Sie fordern von Malorny die Herausgabe des Films. Trotz allgemeiner Genehmigung – „so was“ dürfe nicht fotografiert werden. Als Malorny sich weigert, wird er von zwei Polizisten in zivil gepackt, ein Soldat, der sich als Presseoffizier ausgibt, versucht gleichzeitig, ihm die Kamera zu entreißen und bricht dabei das Blitzlicht ab. Neben ihm

muss auch Steven Hutchings, der ebenfalls als Fotograf die Ausstellung besucht, seine Kamera gegen den Zugriff von Uniformierten verteidigen, kann sie nur schützen, indem er sie einer Bekannten am Zaun zur Verwahrung überlässt. Malorny ruft laut um Hilfe und gibt seinerseits im Gedränge seine Kamera an Hutchings weiter. Besucher und Demonstranten sehen, wie der Soldat nunmehr versucht, Hutchings die Kamera aus der Hand zu zerren. Malorny habe sie ihm gegeben, er wolle sie aufbewahren. Hinweise Hutchings, Malornys und einiger Demonstranten, das Verhalten der Soldaten stelle einen schwerwiegenden Eingriff in die Pressefreiheit dar, werden belächelt und übergangen.

Hutchings und Malorny werden von Feldjägern zur Personalienfeststellung abgeführt, uniformierte Polizisten drohen ihnen mit Anzeigen wegen Hausfriedensbruches, schließlich seien sie friedlich darum gebeten worden, das Ausstellungsgelände zu verlassen. Später werden die Anschuldigungen um Landfriedensbruch erweitert. Nur nach heftigen Diskussionen können beide ihre Kameras behalten.

Derweil räumen Polizei und Soldaten auch unter den Demonstranten vor dem Eingang auf: Kontrolliert wird jeder, der nach Kriegsgegner aussieht, eine junge Frau wird

von Polizeibeamten gegen ihren Willen gefilmt und in Gewahrsam genommen, die Hände auf dem Rücken gefesselt.

Schwere Vorwürfe

Knapp zwei Wochen später erhalten Steven Hutchings und Klaus Malorny Post vom Polizeipräsidenten von Frankfurt am Main. Gegen beide habe die Bundeswehr Anzeige erstattet. Ermittlungen seien eingeleitet worden: Wegen Nötigung, schweren Hausfriedensbruchs und „Landfriedensbruch unter Gewaltanwendung“. Auf eine schriftliche Anfrage des hessischen ver.di-Mediensekretärs Manfred Moos nach einer Präzisierung und Begründung der Vorwürfe antwortet der Frankfurter Polizeivizepräsident Daschner, die Beschuldigten hätten gegen das Hausrecht der Veranstalter verstoßen: „Von einer Behinderung journalistischer Tätigkeit kann aufgrund dieses Sachverhalts keine Rede sein“. Seit Ende Juli liegt der Fall bei der Staatsanwaltschaft.

Doch das Schreiben des im Mordfalle von Metzler zu zweifelhafter Berühmtheit gelangten Vize beantwortet die wichtigsten Fragen nicht. Die Freiheit der Berichterstattung endet nach Ansicht von Bundeswehr und Polizei offenbar am Zaun zum „Militärischen Sperrgebiet“.

Tilman Peters ■

Auf der Straße und auf dem Panzer: Demonstration gegen den Krieg und die Heeresausstellung. Wenige Sekunden nachdem Klaus Malorny die Pace-Fahne auf dem Kriegsgerät fotografiert hat, eskaliert die Situation.



Foto: Klaus Malorny

Ein Auge für die Kamera, ein Auge auf die Truppe

Journalistenkurse im Ausbildungszentrum der Vereinten Nationen

„Spion der KFor!“, brüllt der Mann mit der schwarzen Maske. Mit einer Pistole im Nacken ist jeder Widerstand zwecklos. Der Mann zählt bis drei und drückt ab. Oliver, freier Journalist, zuckt zusammen.

„Übungsende!“, schreit ein Oberfeldwebel. Die Geiselnahme ist vorbei. Endlich. Zum Glück sind die Geiselnahme nicht echt. Wir sind im fränkischen Hammelburg am Standort der Infanterieschule und des Ausbildungszentrums der Vereinten Nationen (VN).

Am ersten Tag des Nato-Einmarsches in den Kosovo wurden im Juni 1999 die beiden Stern-Reporter Gabriel Grüner und Volker Krämer erschossen. Seitdem werden auch Journalisten in Hammelburg ausgebildet. Die Geiselnahme ist Teil der fünftägigen „Basiseinweisung: Verhalten von Journalisten in Krisengebieten“. 22 getötete und 136 gefangene Journalisten weltweit, so die bisherige Schreckensbilanz 2003 der internationalen Organisation „Reporters Without Borders“, belegen leider die Notwendigkeit eines solchen Lehrganges.

Wichtiger als jedes Foto

„Ein Auge für die Kamera, ein Auge für mich“, prägt Oberst Hans-Jürgen Folkerts, Leiter des VN-Ausbildungszentrums, den Teilnehmern immer wieder ein, während sie sich zwischen den „kämpfenden Truppen“ bewegen. Weder Internationale Presseausweise noch Menschenrechtserklärungen schützen vor Geiselnahmen, Minen, Scharfschützen, Autobomben oder Giftgas. Oberstes Gebot ist: Das eigene Leben ist wichtiger als jede Reportage oder jedes Foto. Das weiß auch Michael Franzke. Der Afrika-Korres-

pondent des WDR gibt seine Erfahrungen in dem Kurs weiter: Es sollte ein Melderhythmus zur Heimatredaktion vereinbart sowie ein Tagebuch geführt werden. Vor allem aber sollte man vor Ort unauffällig bleiben.

Nicht immer sicherer Schutz

Mit Stahlhelm und Fernglas ausgerüstet, erleben die Journalisten, wie die Kugeln und Granaten aus Maschinengewehren, Panzerfäusten und Schützenpanzern knapp über die Köpfe hinweg fliegen. In einem Schützengraben banges Warten in der Hocke. Das macht müde, niemand weiß, wie viele Stunden es auszuharren gilt. Sprengstoff explodiert in nächster Nähe. Die Druckwelle fährt in die Körper, die Münders stehen offen, um sie durchzulassen. Bis zu fünf Kilo sind da detoniert, erfahren die Reporter später.

Gerät man zwischen die Fronten, ist schnelle Deckung angesagt und die Orientierung: „Wo, wer und was zielt auf mich?“ Nicht überall findet sich sicherer Schutz: Normale 7,62 mm-Gewehrmunition durchschlägt Bäume mit einem Durchmesser von 60 Zentimetern, Panzerglas, Ziegelmauern und – bei senkrechtem Aufschlag – einen Stahlhelm. Auch Gebäude können tödlich sein. Schnell gebastelte Sprengsätze finden sich an der Tür, unter dem Teppich, in Schubladen, unter der Klobrille oder unter dem Waschbecken. Die Gefahr lauert auch im freien Gelände. Warnzeichen für Minenfelder gibt es genug. Ein orangefarbenes Fähnchen, eine Coladose auf einem Stock oder einfach nur ein Häufchen Äste. Daher sollte man auf freigegebenen Straßen bleiben, keine Straßenränder begehen, keine Andenken sam-

meln und das Verhalten der Einwohner beobachten.

An diesem Freitag herrscht ein reges Geschäft auf dem Markt in „Bonnland“, dem Übungsdorf der Bundeswehr. Hier und da unterhalten sich Journalisten mit „Einheimischen“, als plötzlich eine Detonation alle erschüttert: Keine Zeit auf Deckung zu gehen. Die Landung auf dem Betonboden ist hart. Dem Knall folgt eine Rauchwolke. Es war eine Autobombe, kein Giftgas. Bei Gasangriffen hat man sieben Sekunden zwischen Alarm und Anziehen der Gasmaske: Atem anhalten, Augen schließen, Gasmaske anziehen, Filter anbringen, kräftig ausatmen, Augen aufmachen...

Nicht ohne Versicherung

Ohne ausreichenden Versicherungsschutz sollte kein Krisengebiet begangen werden, betont Christian Sprotte von der Berufsgenossenschaft Druck und Papierverarbeitung in seinem Vortrag am vorletzten Tag der Ausbildung. Journalisten stehen bei ihrer Arbeit, wie alle Arbeitnehmer, unter dem Versicherungsschutz der Berufsgenossenschaften (BG). Fotografen und Printjournalisten sind bei der BG Druck und Papierverarbeitung versichert. Für elektronische Medien ist die BG Feinmechanik und Elektrotechnik zuständig. Der Versicherungsschutz gilt auch, wenn man zeitlich begrenzt im Ausland arbeitet. Für die BG Druck und Papierverarbeitung ist der Schutz der Journalisten so wichtig, dass eine Kooperation mit der Bundeswehr vereinbart wurde: Seit März 2003 übernimmt die Berufsgenossenschaft die Kosten der Kurse. „Vorbeugen ist besser als Heilen – das ist unsere Maxime“, erklärt Sprotte.

Claude Piel ■

Infos ...

zum Versicherungsschutz und Anmeldung zur Basiseinweisung: 0611/131-259

E-Mail info@bgdp.de

Als Kriegsbericht-erstatte unterwegs: ausgerüstet mit Stahlhelm und Fernglas.



Foto: Claude Piel

Lediglich Background für Emotionen

Über Defizite der Kriegsberichterstattung – Frauen ohne eigene Stimme

„Männer handeln, Frauen kommen vor“. Was Küchenhoff vor nun bald 30 Jahren über das vom Fernsehen vermittelte Geschlechterbild feststellte, gilt für die Kriegsberichterstattung immer noch, über den Irak-Krieg ebenso wie über den in Afghanistan, Ex-Jugoslawien, im Kongo, Liberia und anderen Ländern dieser Welt. Männer sind die Handelnden, die Aktiven, die Politiker, Militärs, Experten. Sie sind diejenigen, die in den Medien das Wort haben, vom Fernsehen – oft martialisch – ins Bild gesetzt. Frauen sind die Opfer, unbekannt, ohne Namen, ohne eigene Stimme.

„Das dominierende Bild von Frauen in Massenmedien“, schreibt die Kommunikationswissenschaftlerin Romy Fröhlich, „ist charakterisiert durch Annihilation, Trivialisierung und Marginalisierung.“ In der Kriegsberichterstattung kommt dies besonders deutlich zum Ausdruck. Sie hyperrealisiert die geschlechtshierarchische Arbeitsverteilung, die Männern die produktiven, Frauen die reproduktiven Aufgaben zuweist.

Dass dieses Muster medial kaum angetastet wird, beruht darauf, dass auch im Journalismus, insbesondere in den Führungsetagen der Medien und in der Kriegsberichterstattung, Männer das Sagen haben. Zwar nimmt der Anteil von weiblichen Auslandskorrespondenten auch aus Krisengebieten allmählich zu, aber Nachrichten unterliegen dem Zwang der Aktualität und Kürze. Statements der männlichen Akteure sind gefragt. Es geht um den aktuellen Kriegsverlauf, um Kampfhandlungen, Verluste, wie viele Tote, wie viele Gefangene? Um Positionen der am Krieg beteiligten Regierungen, um die Situation in den umkämpften Städten. Vor allem im Fernsehen, in Tagesschau und anderen TV-Nachrichten, in aktuellen Sondersendungen und manchen Magazin-Beiträgen werden vom Krieg betroffene Frauen bestenfalls als emotionalisierender Background eingesetzt: mit Kleinkind neben zerbombtem Haus, betend in der Kirche oder als schwarz verhüllte Gestalten unter namenlosen Flüchtlingen. Auch in den Polit-Talks zum Irak-Krieg, von Christiansen bis

Berlin Mitte, waren Frauen – im Wortsinn – nicht gefragt. Es waren Männer-Runden, in denen sich ehemalige Verteidigungsminister, Generäle a.D., Nah-Ost-Experten und vielleicht noch ein Mann der Kirche um eine Deutung des Krieges bemühten. Ein weiteres Dilemma der Frauen besteht darin, dass männliche Kriegsberichtersteller ihren Erfahrungen weniger Vertrauen schenken als solchen von Männern. Die Reduktion von Frauen auf eine emotionalisierende Opferrolle trivialisiert sie, mindert ihre Rationalität und damit ihre Glaubwürdigkeit. Es war zuerst eine weibliche Korrespondentin, die über Massenvergewaltigungen während des Jugoslawien-Krieges in deutschen Medien berichtete, obwohl die Existenz solcher Lager längst bekannt war. „Diejenigen“, so die Journalistin Barbara Stiglmeier, „die an dem Thema drangeblieben sind und auch längere Sendungen gemacht haben – das waren ausschließlich Frauen.“

Kriegsalltag zeigen

Auf der anderen Seite zeigen Fakes, wie das während des zweiten Golfkrieges 1990/91 im Auftrag der kuwaitischen Regierung von einer PR-Agentur produzierte, in dem eine angebliche kuwaitische Krankenschwester weinend berichtet, wie sie habe zusehen müssen als irakische Soldaten Neugeborene aus den Brutkästen rissen und auf den Boden warfen. Stark emotionalisierende Bilder von Frauenschicksalen werden von den männlichen Machteliten für ihre kriegs- oder auch friedenspolitischen Interessen instrumentalisiert.

Die Kriegsberichterstellerin Ariane Vuckovic betont, dass es ihr darum gehe, nicht nur Offizielle zum Kriegsverlauf zu interviewen, sondern Menschen des Kriegsalltags Namen und Stimme zu geben. Diese Herangehensweise vermag mehr Nähe zum tatsächlichen Krieg herzustellen, als Politiker-Statements, Kriegsverlaufsbeschreibungen und Bilder „sauberer“ Ein-



Foto: Oleg Nikishin / Getty Images

schläge angeblich intelligenter Bomben. Dennoch lässt sich dieser Anspruch schwieriger realisieren. Hintergrundberichterstattung, die auch die Situation von Frauen in den Blick nimmt, wird im Fernsehen weitgehend dem Spätprogramm oder Frauenmagazinen überlassen. Wenig Möglichkeiten also, den Kriegsalltag und in ihm agierende Menschen realistisch zu zeigen.

Bilder hinterfragt

Seriöse Medien gingen in ihrer Berichterstattung über den US-Krieg gegen den Irak bewusster damit um, dass das Gezeigte und Beschriebene nicht die Wirklichkeit sein muss. Das Publikum wurde aufgefordert, die Macht der Bilder zu hinterfragen. Hinzukommen muss aber, „die Sichtweise von Frauen zu Kriegen, in Kriegen und in der Kriegsberichterstattung“ nicht auszublenden, sondern „in die friedenspolitische Diskussion einzubringen“, wie eine Entschließung der ver.di-Bundesfrauenkonferenz Anfang Juni 2003 fordert. „Frauen“, so die Resolution weiter, „haben in und nach Kriegen in der Regel keine politische Entscheidungsmacht. So können sie immer wieder zu Verliererinnen gemacht werden“.

Diese scheinbare Kriegslogik zu durchbrechen, sind nicht nur Journalistinnen und Journalisten gefordert, sondern alle, die Medien nutzen. Frauen in der Kriegsberichterstattung als handelnde Menschen zu zeigen und wahrzunehmen, kann vielleicht beitragen, der Akzeptanz von Kriegen entgegenzuwirken.

Christina Oberst-Hundt ■

Ungefragt und stumm in unseren westlichen Medien – Frauen zwischen Kindern und gewaschener Wäsche, in Ruinen oder auf der Flucht.

Recherchemethoden

Zulässiges Vorgehen oder Verstoß gegen den Pressekodex?



Deutscher Presserat

info@presserat.de
www.presserat.de

Zwei Fälle hatte der Beschwerdeausschuss des Presserats auf seiner letzten Sitzung in Bezug auf fragwürdige Recherchemethoden zu bearbeiten. Die Ziffer 4 des Pressekodex sagt zum Thema Recherche: „Bei der Beschaffung von personenbezogenen Daten, Nachrichten, Informationen und Bildern dürfen keine unlauteren Methoden angewandt werden.“

In dem einen Fall hatte eine Regionalzeitung über die Besetzung eines Abteilungsleiterpostens durch einen Landesminister berichtet. In dem Artikel wird darüber spekuliert, ob bei der Besetzung dieses Postens persönliche Beziehungen ausschlaggebend gewesen sein könnten. Der Beschwerdeführer kritisiert, dass die in dem Beitrag veröffentlichten Zitate zweier Ministeriumsmitarbeiter im Zuge einer unlauteren Recherche zustande gekommen sind. Ein Mitarbeiter der Zeitung habe die beiden angerufen und sich erkundigt, ob der Dienstposten noch offen sei und dabei die

veröffentlichten Aussagen erhalten. Er habe sich nicht als Journalist vorgestellt, sondern als Bewerber für diesen Posten. Insofern liege eine verdeckte Recherche vor. Die Zeitung teilt mit, dass die Personalangelegenheiten im Ministerium von großem öffentlichen Interesse seien und schon öfter Anlass zur Berichterstattung gaben. Der Autor habe von vornherein damit gerechnet, dass die Angaben des Ministeriums über die noch schwebende Personalangelegenheit dürftig ausfallen würden. Insofern sei ihm nur die Möglichkeit der verdeckten Recherche geblieben. Anschließend habe man das Ministerium mit den Ergebnissen konfrontiert und dessen Stellungnahme abgedruckt.

Offizielle Wege nutzen

Der Beschwerdeausschuss erklärt die Beschwerde für begründet und spricht eine Missbilligung aus. Er war der Ansicht, dass die Zeitung mit der Veröffentlichung sowie der Recherche zu dieser Veröffentlichung gegen die Ziffern 2 und 4 des Pressekodex verstoßen hat. Der Ausschuss kritisierte neben einem falschen Fakt die verdeckte Recherche. Zwar kann ein solches Vorgehen presseethisch gerechtfertigt sein, wenn damit Informationen von öffentlichem Interesse erlangt werden können, die auf anderem Weg nicht zu bekommen sind. Im konkreten Fall wäre es allerdings angebracht gewesen, vor dem verdeckten Recherchieren den Versuch zu unternehmen, die entsprechende Information auf offiziellem Wege über die Pressestelle zu bekommen. Da dies nicht geschehen ist, erkannte der Ausschuss eine Verletzung der in Ziffer 4 Pressekodex festgeschriebenen Recherchegrundsätze.

Anfrage führte zu Ermittlungsverfahren

In dem zweiten Fall hatte ein freier Journalist einer überregionalen Zeitung unter dem Briefbogen der Zeitung ein Fax an die Pressestelle einer Staatsanwaltschaft geschickt. Darin teilt er mit, dass ihm aus einem Rathaus von mehreren Seiten zugetragen worden sei, dass ein namentlich bekannter Politiker um das Jahr 1995 gemeinsam mit einem Bauamtsmitarbeiter Dienstgeheimnisse zu seinem Vorteil ausgenutzt hätte. Der angebliche Vorgang wird detailliert geschildert.

Gleichzeitig stellt er die Frage, ob es diesbezüglich staatsanwaltliche Ermittlungen gegen die beiden oder andere Personen gebe. Aufgrund dieser Anfrage kam es zu staatsanwaltschaftlichen Ermittlungen und einer umfangreichen Presseberichterstattung darüber. Der Beschwerdeführer ist der Auffassung, dass sich der Journalist ohne weiteres durch Nachfrage davon hätte überzeugen können, dass der erwähnte Bauamtsmitarbeiter bereits seit 1991 nicht mehr im Bauamt gewesen sei. Insgesamt ist er der Meinung, dass vor Anfrage bei der Staatsanwaltschaft eine sorgfältigere journalistische Recherche angebracht gewesen wäre. Da diese nicht stattgefunden hat, sei durch die Anfrage ein Ermittlungsverfahren provoziert worden. Die Redaktion sieht keinen Verstoß gegen den Pressekodex. Der Journalist habe aus sehr zuverlässigen Quellen erfahren, dass durch einen Mitarbeiter Akten unzulässigerweise weitergegeben wurden und darauf bei der Staatsanwaltschaft nachgefragt. Der Journalist habe weder über die Ergebnisse seiner Recherche noch seiner Anfrage bei den Ermittlungsbehörden in der Zeitung etwas publiziert.

Sorgfaltspflicht erfüllt

Dass die Staatsanwaltschaft seine Recherche zum Anlass nahm, die Kriminalpolizei einzuschalten, könne man ihm nicht zum Vorwurf machen. Diese Beschwerde weist der Beschwerdeausschuss als unbegründet zurück. Er kam zu dem Ergebnis, dass eine Verletzung der Ziffern 2 und 4 des Pressekodex nicht vorliegt. Bei der von dem Journalisten vorgenommenen Recherche handelt es sich um ein zulässiges Vorgehen, das zur Überprüfung von Informationen aus dem Rathaus diene. Es war auch nicht notwendig, vor der Anfrage an die Staatsanwaltschaft die Informationen im Einzelnen bei anderen Quellen nachzuprüfen. Insbesondere deshalb nicht, da der Journalist der angebliche Vorgang von mehreren Informanten zugetragen wurde.

Der Vorwurf, der Journalist habe Ermittlungen der Staatsanwaltschaft unter Verletzung von Sorgfaltspflichten provoziert, ist aus Sicht des Ausschusses unbegründet. Die Bewertung von Informationen unter dem Gesichtspunkt eines Anfangsverdachts liegt ausschließlich in der Verantwortung der Staatsanwaltschaft. Ella Wassink ■

Sauer auf Bauer



Foto: Mathias Thurm / transit

Mit sauren Gurken und anderer „Roh“-Kost demonstrierten Beschäftigte des Bauer-Verlages in Hamburg gegen die angebotenen Miniabfindungen für 21 von Entlassung bedrohte Redakteurinnen und Redakteure.

Der Hintergrund: Zum 1. September werden die Abteilungen Listing und Sparte der Zentralen Programmredaktion des Bauer-Verlages geschlossen und an externe Dienstleister vergeben. Betroffen sind viele ältere Kolleginnen und Kollegen, die zum Teil seit über 20 Jahren dem Verlag angehören. Sie sollen pro Jahr der Beschäftigung bei Bauer nur 0,4 Monatsgehälter als Abfindung bekommen, wobei die Kappungsgrenzen nach dem Kündigungsschutzgesetz angewendet werden sollen. Das heißt zum Beispiel: Wer älter als 55 Jahre ist und 20 oder mehr Jahre bei Bauer auf dem Buckel hat, bekommt nur 18 Jahre angerechnet. Die Verhandlung eines Sozialplans, wie vom Betriebsrat gefordert, hat die Geschäftsleitung abgelehnt, weil „zu wenige“ Kolleginnen und Kollegen betroffen seien. mt ■

Dumping oder Spezial- angebot?

Agenturen und andere Dienstleister punkten mit preiswerten Komplettlösungen

Bisher kauften Tageszeitungen einzelne Texte für ihre Serviceseiten bei freien Autoren oder übernahmen Stücke aus den abonnierten Agenturdiensten. Doch seit einiger Zeit ist ein neuer Trend zu beobachten: Agenturen, aber auch freie Dienstleister bieten preiswert komplette Seiten an, die bereits in Typographie und Layout den Wünschen des Kunden angepasst sind.

Das Urheberrecht auf diese Idee können Gruner + Jahr sicherlich nicht beanspruchen, aber sie waren die ersten, die das Konzept der Redaktionsgemeinschaft so konsequent umsetzen wollten. Sämtliche Serviceseiten, darunter Auto, Reise, Ratgeber, TV und Kino wurden ab Juli 1999 zentral für den „Berliner Kurier“, die „Hamburger Morgenpost“ und den „Kölner Express“ in Berlin von einem Stab aus Redakteuren und Freien produziert. Während die Verlagsspitzen fest daran glaubten, die Kosten senken zu können, weil jede Seite nur ein Mal produziert, aber drei Mal gedruckt werden sollte, sah die Realität anders aus. Die Redaktionssysteme waren untereinander nicht kompatibel, regionale Eigenheiten konnten in den Texten nicht berücksichtigt werden und besonders der Faktor Mensch wurde bei der Geburt der Redaktionsgemeinschaft schlicht ausgeblendet. Denn die Chefredakteure hatten meist unterschiedliche Auffassungen über die inhaltliche Gestaltung. Häufig mussten deshalb von einem Text mehrere Versionen gefertigt werden. So wurde die Grundidee schnell konterkariert und die Abwehr in den Redaktionen auf dem Rücken der Autoren ausgeübt. Bereits Ende Februar 2000 war die Redaktionsgemeinschaft Geschichte, nachdem der „Kölner Express“ sich aus dem Projekt verabschiedet hatte.

Während Gruner + Jahr ausstieg, begann ddp mit ähnlichem

Konzept erfolgreicher. 2002 wurde das Ressort ddp publishing gegründet, das seitdem täglich vier Seiten für den „Nordkurier“ produziert. Der Stolperstein der Inkompatibilität wurde dabei geschickt ausgeschaltet. Auf den Rechnern bei ddp läuft das Redaktionssystem des „Nordkurier“, in das direkt die Ratgeber- und Serviceseiten und die TV-Nachrichten geschrieben werden. Ein Novum ist dabei, dass auch täglich zwei Berlin-Brandenburg-Seiten nicht mehr von Redakteuren des „Nordkurier“, sondern von ddp publishing erstellt werden. Und das Konzept entwickelt sich zum Verkaufsschlager der Agentur. Inzwischen ordern auch die „Fränkische Landeszeitung“, die „Recklinghäuser Zeitung“ und die „Ruhr Nachrichten“ komplette Seiten, die je nach Aufwand zwischen 100 und 180 Euro kosten. Für ddp trotz des niedrigen Preises ein lohnendes Geschäft. Denn die meisten Texte werden aus dem eigenen Angebot der Nachrichtenagentur für ihre Abonnenten entnommen.

Zusätzliche Aufträge

Allerdings bescherte der Erfolg auch einigen festen Freien zusätzliche Aufträge. Allein um die wöchentlichen fünf Seiten Haus und Garten für die „Recklinghäuser Zeitung“ zu füllen, würden von ihnen mehr Texte angefordert, sagt Sascha Rudant, Projektleiter bei ddp publishing. Für ddp halten sich die Kosten dennoch in Grenzen. Neu eingestellt wurden nur zwei Redakteure, die zuvor beim „Nordkurier“ arbeiteten, sechs Redakteure stammen aus den eigenen Reihen. Beim „Nordkurier“ wurden insgesamt 12 Redakteure entlassen. Bei den Artikeln werde Wert auf Qualität gelegt, betont Sascha Rudant: „Unsere Texte haben einen journalistischen Anspruch und journalistisches Niveau.“ Werbung, wie sie in alle Redaktionen von PR-Agentur- ▶

Berufseinstieg bei den Printmedien

Nachdem in den vergangenen Jahren - wie in anderen Medienbereichen auch - im Printmarkt viele Arbeitsplätze wegrationalisiert wurden, Gewinnmargen drastisch einbrachen und sich die konjunkturellen Aussichten deutlich eintrübten, kann ein Buch, das sich den Bildungs- und Ausbildungsmöglichkeiten sowie den vielfältigen Karrieremöglichkeiten bei den Printmedien widmet, der Aufmerksamkeit gewiss sein.

Zuerst einmal stellen eine Reihe von Autoren in dem Sammelband fest, dass das Produkt Printmedien ein Produkt wie jedes andere sei und dementsprechend vermarktet werden müsse. So fordert der Werbemann Hans Dieter Maier in seinem Beitrag „Kreativ kombinieren. Marketing, Werbung und PR in den Printmedien“, dass die in der Medienbranche immer noch übliche Unterscheidung zwischen den Bereichen Printmedien und elektronischen bzw. digitalen Medien zunehmend zu vernachlässigen sei. Er vertritt die wohl zutreffende Meinung: „Die Szenarien der zu vermarktenden Produkte, auch der Medienprodukte, wandeln sich ständig. Je komplexer ihre Parameter mit fortschreitenden Märkten werden...desto differenzierter werden Analysen, Strategien, Instrumentarien, Maßnahmen und Abläufe.“ Maier schlägt als Ausweg aus diesem Dilemma die Fokussierung auf einen neuen Managertyp vor, dem Medienmarketing-Manager, der sich als Produktmanager „mit hoher Bereitschaft zur Initiative, der Befähigung zur vernetzenden Gesamtschau, zur Kooperation mit anderen Funktionen und zur Identifikation mit dem ihm anvertrauten Produkt“ versteht. Dieser Generalist, der viele Zuständigkeiten und Kompetenzen nach dem Willen der Unternehmensführungen nur zeitlich begrenzt, d.h. projektbezogen, ausübt, ist in vielen Firmen bereits Wirklichkeit. Diese schöne neue Medienwelt unterliegt in dem vorliegenden Buch aber auch der Kritik. So nehmen Christa Hasenmaile und Claudia Scheck (hauptamtliche Mitarbeiterinnen ver.di Bayern), in einem Beitrag „Heiß begehrt und nicht immer einfach. Journalistische Anstellungsverhältnisse in den Printmedien“ aktuelle Probleme und Entwicklungen aus Arbeitnehmersicht aufs Korn: „Die Printbranche verliert an klaren Strukturen und an Qualität ... Das Tohuwabohu in den journalistischen Anstellungsverhältnissen spiegelt sich nirgendwo so deutlich wie in den Arbeitsverträgen oder, besser gesagt in den einem Arbeitsvertrag ähnlichen Abmachungen ...“.

Gut gelungen, weil detailliert und aktuell, sind die Beiträge über Studien- und Ausbildungswege. In dem Beitrag „Verlagskaufleute als Allrounder“ stellt Holger Paesler die Ausbildung zum Verlagskaufmann/-frau vor. Unter dem Titel „Kommunikationsdesigner und Mediengestalter“ geht Hans-Joachim Krietsch auf die Ausbildungswege im Bereich Mediendesign ein. Klaus Demuth und Thomas Plettenberg liefern Informationen zum Studiengang Visuelle Kommunikation. Theo Zintel gibt einen Überblick über produktionstechnische Ausbildungsberufe. Wie den Beruf des Verpackungsmittelmechanikers. Fazit: Dieses praxisnahe Buch richtet sich vorwiegend an Auszubildende, Studierende und Berufsanfänger. Auf Grund der rasanten Entwicklung der Branche kann der Band jedoch nur einen Einstieg in die Thematik ohne Anspruch auf Vollständigkeit gewähren. Dem Verlag sowie dem Kooperationspartner MedienCampus Bayern e.V. ist es zu verdanken, dass ein alles in allem brauchbares und um detaillierte Informationen bemühtes Compendium vorliegt, das auch preislich erschwinglich ist.

Dietrich Wagner ■

Gabriele Goderbauer-Marchner / Christian Blümlein,
Jobs im Printmarkt.

Reihe Berufsziel Medienbranche, BW Bildung und Wissen
Verlag und Software GmbH, Nürnberg 2002, 195 Seiten,
9,80 Euro, ISBN 3 - 82414 - 8304 - 0

ren flattert, werde dabei nicht geduldet.

Der Erfolg von ddp rief Nachahmer auf den Plan. Die große dpa trödelt der Entwicklung zwar hinterher, will aber ebenfalls in das Geschäft mit den Komplettseiten einsteigen. Geplant ist, zunächst im Servicebereich die Themenpalette von Auto, Beruf/Bildung bis TV abzudecken. Verwendet werden nicht nur dpa-Stücke, auch durch die Tochterfirma gms (Global Media Services) ist der Pool mit passenden Texten gut gefüllt. Seit Juli läuft das neue Angebot zunächst als Pilotprojekt auf sechs Monate begrenzt. Zu den ersten Kunden zählen die „Kieler Nachrichten“, die ihre Fernsehseite nun komplett von dpa bezieht. Auf Regional- oder Lokalseiten soll das Angebot aber nicht erweitert werden. „Die dpa geht nicht in Bereiche, die die publizistische Ausrichtung oder journalistische Kompetenz der Zeitungen berühren“, versichert Wolfgang Duveneck, Leiter des Projektes Fertigseiten bei dpa.

Mit einer günstigen Lösung punktet der Dienstleister Idee-News. Komplette Reiseseiten sind bereits ab 250 Euro zu haben – inklusive Vierfarb-Fotos, Typographie und Layout nach Wunsch. Kunden, die auch den Anzeigenverkauf für diese Seiten an Idee-News abgeben, können sich über eine Anzeigengarantie von 25.000 Euro pro Jahr freuen. Dass sie mit dem preiswerten Angebot ein Billigprodukt akzeptieren müssen, ist nicht zu erwarten. Denn in der Geschäftsleitung von Idee-News haben sich Spezialisten getroffen: Neben Uwe Schöllkopf (Geschäftsführer des Redaktionsbüros Idee-Media GmbH) und Klaus Viedebant (Ex-Chef der Lehrredaktion der „Frankfurter Allgemeinen Zeitung“) verantwortet Michael Schweitzer (Chefredakteur der Reisenachrichtengenerierung tdt) das neue Angebot.

Zur ganz großen Lösung griff Verleger Heinz Heinrich Bauer. Er beließ es nicht beim Einkauf einzelner Seiten, sondern kündigte im Juli 2002 der Redaktion von „Bravo Sport“. Das Blatt wird jetzt von dem Redaktionsbüro Fred Wipperfürth in Köln erstellt. Auch von der Redaktion der „Geldidee“ hat Bauer sich verabschiedet und 31 Beschäftigte entlassen. Neuer Herausgeber der Geldidee ist seit März Ex-„Capital“-Chefredakteur Ralf-Dieter Brunowsky mit seiner Kölner Firma BrunoMedia GmbH. Für Brunowsky soll dies erst der Anfang auf dem Markt der Komplettlösungen sein. Er ist außerdem Miteigentümer der „Netzeitung“. Sein Geschäftspartner und „Netzeitungs“-Chefredakteur Michael Meier verkündete in einem Interview mit

dem Branchendienst Kontakter, dass das Duo eine tägliche Seite zum Thema Geldanlage anbieten will. Die Verhandlungen darüber mit einer regionalen Tageszeitung seien „sehr konkret“, erzählte Michael Maier dem Kontakter. Noch dieses Jahr rechnet er mit einem „signifikanten“ Umsatzanstieg im Geschäft mit syndizierten Nachrichten. Mittelfristig solle dieser Bereich bis zu 30 Prozent zu den Gesamtumsätzen beitragen.

Kleine Zeitungen greifen beim Einkauf gern auf das Angebot des Verbandes der Lokalpresse zurück. Vom Kreuzworträtsel bis zur Themenseite ist dort alles zu haben. Bedenklich ist allerdings, dass der Verband für seine Tochterfirma Medienservice Berlin GmbH auf seiner Internetseite ungeniert mit der „Streuung von Texten und Bildern an mehrere tausend Zeitungs- und Anzeigenblatt-Titel sowie Amtsblätter in ganz Deutschland“ wirbt. Weiter heißt es: „Bei Bedarf kann die Medienservice Berlin GmbH ebenso eine umfangreiche strategische Beratung anbieten, die es dem jeweiligen Kunden ermöglicht, seine redaktionellen Texte so zu gestalten, dass hohe Abdruckergebnisse erzielt werden. Möglich wird dies durch eine jahrelange Erfahrung im Streuen von PR-Material und den daraus gewonnenen statistischen Erfahrungswerten, die in unsere Medienbeobachtung permanent einfließen.“

Zu Lasten der Vielfalt

Mit Sorge beobachtet Ulrike Maerks-Franzen, Bundesgeschäftsführerin der Deutschen Journalisten Union (dju) in ver.di die Entwicklung: „Dies kostet Arbeitsplätze in den Redaktionen und geht zu Lasten der Vielfalt. Außerdem werden die Arbeitsmöglichkeiten der freien Journalistinnen und Journalisten eingeschränkt.“ Freie Reise- und Servicejournalisten müssen befürchten, dass es für sie künftig noch schwieriger wird, ihre Texte mehrfach zu verwerten. Angesichts der allgemeinen Sparmaßnahmen in den Verlagen ist es aber unwahrscheinlich, dass der Trend wieder gestoppt werden kann. Doch Kritiker warnen, diese Praxis auch auf Lokalseiten auszudehnen. „Die Kernkompetenz von Regional- und Lokalzeitungen liegt gerade in der lokalen Berichterstattung“, betont Horst Röper, Chef des Formatt-Instituts. „Diese Kompetenz aufzugeben und stattdessen auf Zulieferungen von Agenturen zu setzen, mag kurzfristig Kostenvorteile bieten, ist aber zugleich kurzsichtig und schadet sowohl der Zeitung als auch dem Verlag.“

Silke Leuckfeld ■

Chefredakteur suspendiert

„metall extra“ gestoppt – Artikel müssen künftig vorgelegt werden

Auslieferung gestoppt ... Auflage teilweise eingestampft ... Chefredakteur von seinen Aufgaben entbunden ... Redaktionsleiterin abgemahnt ... und: zur Vorlage jeder zukünftigen Veröffentlichung verpflichtet. So lässt sich im Telegrammstil die Reaktion auf einen Artikel zusammenfassen, der in einer Extra-Ausgabe der IG-Metall-Mitgliederzeitschrift zum Rücktritt des Vorsitzenden Klaus Zwickel im August erschienen war. Herausgeber dieser „metall extra“: der zu diesem Zeitpunkt noch designierte IG-Metall-Chef Jürgen Peters. Begründung für die Reaktion der Personalkommission aus Peters und Hauptkassier Bertin Eichler: ein nach ihrem Empfinden „grob geschmackloser“ Artikel über Klaus Zwickel.

Foto: Chr. v. Polentz / transt



Unter der Überschrift „Klaus Zwickel tritt ab“ hatte die Redaktion in einer vierseitigen Sonderausgabe Zwickels Amtszeit kritisch gewürdigt – unter anderem mit öffentlich bereits diskutierten Themen wie: Zwickel habe „viele wichtige, nicht immer erfolgreiche und auch nicht unumstrittene Initiativen“, etwa den überraschenden Vorschlag für das ‚Bündnis für Arbeit‘, angestoßen, das später von der rot-grünen Koalition aufgegriffen worden sei, aber nicht den von ihm erhofften Erfolg gebracht habe. Oder auch: „Persönlich angeschlagen war Zwickel durch die Mannesmann-Affäre 2001, wegen der ihm möglicherweise ein Verfahren wegen Untreue droht.“

Ohne Angabe von Gründen

Die Herausgeber ließen die Auslieferung der „metall extra“ stoppen und 400 000 Exemplare einstampfen. Drei Tage später wurde der „metall“-Chefredakteur, Claus Eilrich, der inzwischen seinen Urlaub angetreten hatte, mit sofortiger Wirkung und – wie er selbst sagte – ohne Angabe von Gründen von seinen Aufgaben entbunden. Der 54-Jährige leitete den im Jahr 2000 geschaffenen Arbeitsbereich Presse und Öffentlichkeitsarbeit, in dem die Pressestelle, die Redaktion des Mitgliedermagazins „metall“, des Info-Dienstes „direkt“, die Internet-Redaktion und die Werbung zusammengefasst wurden. Er fungierte als Chefredakteur der Publikationen und behielt gleichzeitig seine Funktion als Vorstandssprecher.

Schon zu seinem Amtsantritt als Leiter dieses Arbeitsbereichs hatte Eilrich sein Selbstverständnis für diesen Aufgabenbereich formuliert: „Wir können und müssen unsere Anliegen sowohl in den eigenen Medien als auch in der Öffentlichkeit selbstbewusst vertreten. Nur so können wir Verständnis für unsere Zielsetzungen und Verbündete für die Durchsetzung unserer Forderungen gewinnen.“

Redaktionsstatut nicht vorhanden

Seine Reaktion auf die Entscheidung der Herausgeber im Zuge der Auseinandersetzung um die „metall extra“: „Ich finde es völlig in Ordnung, dass sich der Vorsitzende der IG Metall seine Mitarbeiter im engsten Umfeld selbst aussuchen kann.“ Die Frankfurter Rundschau meldet: „Er sei schon vor seiner Suspendierung davon ausgegangen, dass sich Peters seinen eigenen Pressesprecher suchen werde. Schließlich vertrete dieser die Forderung nach mehr innergewerkschaftlicher Disziplin und weniger Offenheit nach außen. Er, Eilrich, aber stehe für eine offene Pressepolitik.“ Er habe Rechtsschutz bei der IG Metall beantragt, um die Verträglichkeit der Kündigung mit einem Passus in seinem Arbeitsvertrag überprüfen zu lassen. Gleichwohl habe er „keine Absicht“, sich wieder einzuklagen.

Anmerkung: Ein Redaktionsstatut, das in der Regel die grundsätzliche publizistische Haltung des Mediums schriftlich festlegt und

Mitbestimmungsrechte der Redaktion verankert, gibt es für die metall-Redaktion nicht. Dazu vermerkt die dju-Hessen in einer Presseerklärung: Sie „verkenne nicht, dass neben dem Anspruch auf redaktionelle Unabhängigkeit auch die Anforderung nach gewerkschaftlicher Geschlossenheit nach außen stehe.“ Aus anderen Medien würden immer wieder Fälle bekannt, in denen Verleger mit Verweis auf den „Tendenzschutz“ missliebige Artikel unterbinden oder abstrafen. Aus diesem Grund seien gerade bei der gewerkschaftlichen Presse die Anforderungen an Offenheit und demokratische Redaktionsstrukturen besonders hoch. „Wer könnte besser zeigen, dass Pressefreiheit nicht nur die Freiheit von wenigen Verlegern ist?“

Redaktionsleiterin wurde abgemahnt

Und weiter schreibt die dju Hessen: „Abmahnungen, Funktionsenthebungen und ähnliche arbeitsrechtliche Maßnahmen dürfen keine Mittel in einer politischen Auseinandersetzung sein“ – und bezieht sich damit auch auf die Sanktionen gegen die im Sinne des Presserechts verantwortliche Redaktionsleiterin Ruth Gruber, die seit gut anderthalb Jahren im Amt ist. Sie wurde abgemahnt, muss seit dem Eklat sämtliche Veröffentlichungen absegnen lassen und arbeitet derzeit (also bei Redaktionsschluss dieser M-Ausgabe) unter der Peters-Ansage, er wolle sie nicht in ihrer Funktion belassen. Victoria Mann ■

Das Monatsmagazin der IG Metall erscheint bereits im 55. Jahrgang zehn Mal im Jahr. Sitz der Redaktion ist Frankfurt / Main.

Mit dem Premier Estlands schwatzen

Über die Erfahrungen eines deutschen Praktikanten bei der „Baltischen Rundschau“ in Vilnius

Jugendpressetermine

YouthMediaConvention – mit den Medien auf's Schiff
28.09. – 30.09.2003
auf der Fähre zwischen Kiel und Oslo und zurück, mehr unter www.youthmediaconvention.de

Alles nur Fassade? Berliner Medien- demokrati e – Fiktion oder Realität?
Medienseminar vom 13. bis 17. Oktober 2003 im Deutschen Bundestag, mehr unter www.jugendpresse.de

Jugendmedienkongress, der „Wissen schafft!“
07.11. – 09.11.2003
im ScienceCenter Bremen, mehr unter www.jugendpresse.de

Sächsische Jugendmedientage
24.10. – 26.10.2003
im Sächsischen Landtag in Dresden, mehr unter www.sjmt.de

training at media Baden-Württemberg
21.11. – 23.11.2003
in Pfedelbach-Untersteinbach, mehr unter www.trainingatmedia.de

Adresse der Jugendpresse
Jugendpresse Deutschland e.V.
Grolmanstraße 52
10623 Berlin
Tel.: (030) 39 69 519
Fax: (030) 39 69 736
Email: buer0@jugendpresse.de
Web: www.jugendpresse.de

Mit dem modernen Reisebus sind es nur 18 Stunden zwischen Berlin und Vilnius. Dennoch ist es wie die Reise in eine andere Welt innerhalb der Grenzen Europas. An der litauisch-polnischen Grenze zeugen tiefe Spurrillen von der Allgegenwärtigkeit der schweren Trucks und Laster, die das Baltikum in emsiger Geschäftigkeit mit Westeuropa verbinden. Kurz vor der litauischen Hauptstadt Vilnius wird der müde Reisende mit einem wunderschönen Blick über eine flache Landschaft und tiefgrüne Wälder belohnt.

In dem traditionsreichen alten Städtchen erlebte ich von Juli bis August mein sechswöchiges Praktikum bei der „Baltischen Rundschau“, der deutschsprachigen Monatszeitung im Baltikum. Mein allmorgendlicher Gang in die Redaktion war dabei gerade für einen Studenten der Politikwissenschaft sehr spannend, befindet sich doch die Redaktion im schweizerischen Generalkonsulat. Direkt neben dem alltäglichen Geschäft des Konsulats wird die Zeitung in einem deutschsprachigen Team durch den Geschäftsmann Bruno Kaspar (Schweizer) sowie die Redakteure Judith B. Lewonig (Österreicherin) und Roland Storck (Deutscher) erstellt. Zur Zielgruppe gehören Vertreter aus Politik und Wirtschaft, Touristen und Studenten aus Deutschland, der Schweiz und Österreich sowie die deutschsprachige Minderheit in Litauen, Lettland und Estland. Allmonatlich erscheinen dann 16 Seiten im Berliner Format in einer 7000er Auflage.

Spannende Recherche

Schon am zweiten Tag war ich nach der Redaktionskonferenz im Redaktionsalltag im Baltikum angekommen. „Mach doch mal den Artikel zu den beiden EU-Referenden in Lettland und Estland, die im September anstehen“, war danach mein Thema für die folgenden Wochen. Außer den Kontakten der Redaktion, meinem guten Willen und dem ängstlichen Wissen, das im Juli und August „alle potenziellen Quellen“ in den Ferien sind, hatte ich nicht viele Informationen und

das machte die Recherche unglaublich spannend. Per E-Mail, Telefon oder Fax grub ich alte Bekannte an den unterschiedlichsten Plätzen wieder aus, ließ mir neue Ansprechpartner vermitteln, strapazierte offizielle Kontakte der deutschsprachigen Botschaften und las unentwegt Pressemitteilungen.

Stressiges Programm

Das Ergebnis war, das ich nach drei Wochen Recherche endlich für zwei Wochen direkt nach Lettland und Estland aufbrechen konnte. Hier erwartete mich ein stressiges Programm mit Interviews bis spät in den Abend hinein. Ich konnte sowohl Mitarbeiter der internationalen Organisationen United Nations und der Europäischen Union aber auch Mitarbeiter der einheimischen Ministerien, Jugendarbeiter und natürlich Jugendliche und Senioren befragen. Dabei ergab sich ein komplexes Bild, erhielt ich doch sowohl positive als auch viele negative Meinungen zum geplanten Referendum über den EU-Beitritt. Die Palette der Ängste reichte von dem Verlust des Arbeitsplatzes, über Preissteigerungen bis hin zu Befürchtungen, dass man mit dem Hund nur noch an der Leine spazieren gehen könne oder dass die lettischen Tomaten nicht das EU-Maß erfüllen und deshalb nicht mehr verkauft würden.

Nachdem ich die Recherche fast beendet glaubte, gab es noch ein Schmäckerl. Ich konnte ein spannendes Interview mit Juhan Parts, dem 37-jährigen Premierminister Estlands führen. In seinem jungen Kabinett ist Parts ein engagierter Befürworter der Europäischen Union, der auf jeden Fall, davon ausgeht, dass die Bevölkerung am 14. September mit „Jah!“ stimmen wird. „Dabei wären 70 Prozent Zustimmung gut, 60 Prozent Zustimmung würde ich erwarten aber auch 51 Prozent reichen für den Beitritt aus“, so Parts.

Neben den vielfältigen Recherchen, die sehr interessant waren, konnte ich zudem unterschiedliche Mentalitäten erleben, die eine unglaubliche Bewegung ausstrahlen. Dabei lernte ich nicht nur, in Englisch zu denken und damit aufzu-



Foto: Björn Richter

Juhan Parts, Premierminister Estlands ist ein Befürworter Europas

wachen, sondern habe auch kulturelle Unterschiede kennen- und schätzen gelernt. Die Idee zu einem solchen Praktikum entstand in meinem letzten Urlaub in Litauen. Ich bekam mit, dass die EU-Referenden im Baltikum immer näher rücken.

Besser als Kaffeekochen

Zuerst habe ich in der deutschen Botschaft um ein Praktikum angefragt, die mir aber aus Mangel an Arbeit in der Sommerpause absagte. Sie verwies mich an die „Baltische Rundschau“. Nachdem ich dort nur kurz zur Vorbesprechung vorbei schauen wollte, war ich schon mitten in der Produktion gelandet und hatte Artikelaufträge übernommen. Ich kann jedem jungen Journalisten ein Praktikum im Ausland nur empfehlen, denn aus dem „klassischen Kaffeekochen“ in Deutschland können im Ausland spannende Sachen erwachsen.

Björn Richter ■
www.baltische-rundschau.de

Björn Richter ist einer der Sprecher des Vereins Jugendpresse Deutschland e.V.. Die Organisation hat sich im Frühjahr dieses Jahres aus dem Bundesverband Jugendpresse und der Deutschen Jugendpresse nach 16 Jahren der Trennung zusammengeschlossen. Der fusionierte Verband hat etwa 10 000 Mitglieder (M 6/2003).

Dramaturgie nur beim Spielfilm?

Klage gegen Halbierung eines Dokfilm-Klassikers in erster Instanz gescheitert

Der Film „Ein Jahr, Schlacht um Berlin“ gilt als Klassiker. Er lief über Jahre in den (west)deutschen Kinos, wurde im Fernsehen, zuerst 1970 vom WDR, ausgestrahlt, erhielt nationale Auszeichnungen und die Einstufung „besonders wertvoll“. Die englischsprachige Fassung wurde 1973 in der Kategorie abendfüllender Dokumentarfilm für den „Oscar“ nominiert. Noch heute kann man den Film als Videokassette oder neuerdings als DVD erwerben. So, wie er 1969 bei der Chronos Film GmbH gemacht worden ist: In Schwarzweiß, 80 Minuten lang, mit „Das Jahr 1945“ unternitelt. Der SFB zeigte den Film 2002 in einer halbierten Fassung. Die Justiz sieht darin keine „gröbliche Entstellung“.

Der Streifen beginnt mit Aufnahmen des 111. Bombenangriffes im Jahre 1944 auf Berlin, der den Hauptstädtern statt Glocken das letzte Kriegs-Silvester einläutete, und endet mit Bildern vom Weihnachtsmarkt 1945, dem wohl ärmlichsten in der Geschichte Berlins – aber einem friedlichen, wie es im Kommentar heißt. Das Konzept des Films, so erläutert Regisseur Franz Baake, habe gerade darin bestanden, den Bogen über das gesamte Jahr 1945 zu spannen, neben Bombenangriffen, späteren Häuserkämpfen, der Kapitulation und nachfolgender Lähmung auch den Neubeginn mit den Trümmerfrauen, der ersten Straßenbahn, dem Gemüsebeet zwischen Ruinen und der Errungenschaft Schulspeisung zu zeigen. Für den Film, der in der TV-Fassung „Berlin – Stunde Null“ hieß, sichtigten die Autoren in mehrjähriger Arbeit 20 000 amerikanische, englische, französische, deutsche und bis dahin unveröffentlichte sowjetische Filmmeter. 700 Berliner haben durch Amateuraufnahmen und andere Dokumente zu einem zeitgeschichtlich exakten Protokoll vom Kapitulationsjahr 1945 beigetragen. Hätte die Darstellung jedoch bei Kriegsende, mit Hitlers Selbstmord und der roten Fahne über dem Reichstag geendet und nicht zugleich den zaghaften Neubeginn beleuchtet, wäre sein Film „niemals für den Oscar nominiert worden“, ist Baake überzeugt.

Solche Überlegungen waren beim Sender Freies Berlin nicht maßgebend. Er strahlte „Schlacht um Berlin“ am 6. Juli vergangenen Jahres in einer 40-Minuten-Fassung aus und zeigte dabei nur die um einige Sequenzen gekürzte erste Hälfte des Films, die zur Kapitulation am 8. Mai 1945 hinleitet. Unmittelbar zuvor war im Rahmen eines SFB-Themenabends mit „Bomben auf Berlin“ von Irmgard von zur Mühlen eine 1984 entstandene Chronos-Dokumentation ausgestrahlt worden, die sich wesentlich auf gleiches Material stützt. Offenbar um Dopplungen zu vermeiden, hat der SFB die Schere bei „Schlacht um Berlin“ angesetzt. Informiert wurden die Zuschauer darüber nicht. Regisseur Baake beklagt „mangelnden Respekt“ vor seinem Werk, empfindet die Halbierung als „Verstümmelung“ und verklagte den Sender – inzwischen Rundfunk Berlin-Brandenburg – wegen „gröblicher Entstellung“ auf Schadenersatz.

Klage abgewiesen

Die Klage wurde vor dem Berliner Landgericht am 10. Juli 2003 abgewiesen. Das Gericht geht davon aus, dass Baake der Chronos GmbH das Recht zur Bearbeitung seines Films eingeräumt habe. Diese ihrerseits hätte dem SFB umfassende Nutzungsrechte, auch zu Kürzungen, übertragen. Darüber hinaus wird inhaltlich argumentiert. Die 16. Zivilkammer sieht die Halbierung nicht als gröbliche Entstellung, da sie keine „völlige Verkehrung des ursprünglichen Sinngehalts des Filmwerks oder eine völlige Verunstaltung von urheberrechtlich wesentlichen Teilen des Film“ darstelle. Auch eine erhebliche Beeinträchtigung der Dramaturgie sei nicht gegeben, da „dramaturgische Effekte bei Dokumentarfilmen nicht die Bedeutung haben (dürften), die ihnen regelmäßig bei Spielfilmen zukommt“. Die Kammer kommt zu dem Schluss,

dass „der Film aufgrund seiner chronologischen Ordnung teilbar ist und in dieser Teilfassung seinen ursprünglichen Sinngehalt nicht verliert“.

Anfang plus Ende

Mit Blick auf die gesamte Filmhistorie hält der Berliner Regisseur Thomas Schadt, Professor an der Filmakademie Baden-Württemberg, eine solche Deutung für „fachlich falsch“. Eine durchlaufende Dramaturgie sei bei Dokumentarfilmen „genauso maßgeblich wie bei Spielfilmen“. Dramaturgie beim Medium Film beziehe sich auf den Anfang wie auf das Ende und erzeuge beim Zuschauer Emotionen und Intensität. Die seien „nicht mit Informationen wie etwa in der Reportage“ zu verwechseln. Und: „Zeitlich teilen kann man auch Alfred Hitchcocks ‚Psycho‘. Doch wer käme auf die Idee, den nach dem Duschmord enden zu lassen?“ Ähnlich im vorliegenden Fall. „Halbiert man ‚Schlacht um Berlin‘ bei Kriegsende, zeigt man den mühsamen Neuaufbau nicht, nimmt man dem Zuschauer die Chance, den Filmanfang mit dem Gefühl des Endes zu sehen, die Bilder viel intensiver in Erinnerung zu behalten“, meint der Fachmann. Ob das Urteil juristischen Bestand haben wird, bleibt abzuwarten. Franz Baake geht mit ver.di-Rechtsschutz in Berufung.

Helma Nehrlich ■

Paragraph 93 Urheberrechtsgesetz bestimmt, dass Urheber von Filmen bei der Herstellung und Verwertung ihrer Werke „nur gröbliche Entstellungen oder andere gröbliche Beeinträchtigungen“ verbieten können. Nach Ansicht der Berliner Zivilkammer könne von „gröblich“ im vorliegenden Fall nicht ausgegangen werden. Dafür müssten die Interessen des Urhebers (§ 14 UrhG) „nämlich in besonders starker Weise verletzt sein“.

„Schlacht um Berlin“ – damals ein Filmereignis



Foto: Franz Baake

Informationen gegen idealistische Höhenflüge

„Überlebensstrategie nach dem Medienboom“ in «M» 9/2003

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**

Es hat mich nicht sehr überrascht, was in dem Beitrag „Überlebensstrategie nach dem Medienboom“ mit dem Zitat von Christoph Deutschmann ausgeführt wird. Als Redakteurin und freie Journalistin habe ich ebenfalls zum Thema Ich-AG recherchiert und festgestellt, dass es meines Wissens nach nur sehr schwer möglich ist, sich selbstständig zu machen, wenn man nicht genügend Rücklagen hat. Da die Arbeitsamt-Unterstützung der Ich-AG zu einem großen Teil, wenn nicht ganz in Form von Sozialkosten abgezogen wird, hätte jemand, der keine Rücklagen hat, kaum Sicherheiten, um seine Geschäftstätigkeit oder etwa Zahlungsausfälle bei schwierigen Kunden mit zu finanzieren. Ein Kredit ist nur selten eine Lösung. Da die Banken sehr vorsichtig sind und Sicherheiten in etwa derselben Höhe fordern, wie der Kredit sein sollte, konnte ich mich für dieses Modell der Selbständigkeit nicht entscheiden. Diese Bank-Sicherheiten für Kredite müssten dann nämlich die nächsten Angehörigen geben und das kann man etwa Rentnern kaum zumuten. Also tatsächlich ist hier bei der Ich-AG-Gründung mit Kleinkredit das „ökonomische und soziale Kapital“ gefordert, wie der Autor schreibt. Ist diese nicht vorhanden, kann es sehr sehr schwierig werden,

noch dazu auf dem Medienmarkt, mit sehr niedrigen Honoraren und so manchem schwierigen Kunden, der zum Beispiel „nichts schriftlich“ macht. Hier ist es wichtig, sich gegen idealistische Höhenflüge durch Information, Information und nochmals Information und wenn möglich durch feste Kundenstämme oder -kontakte und durch Verträge von Anfang an abzusichern. Auch müssen manche Redakteure noch mit der Tatsache bekannt gemacht werden, dass Freie Urheberrechte haben.

Kerstin Schröder,
per E-Mail

Medien – kommerziell oder korrumpierbar?

„Nachholbedarf für Public Affairs“ in «M» 9/2003

Dem Polemiker Heinelt ist es trefflich gelungen, mich bewusst misszuverstehen, meine Argumente zu verdrehen und mit Knockout-Beispielen die Diskussion abzuwürgen (M 7–8/2003, S. 30). Ich habe nie die geschäftlichen Grundlagen der Medien generell in Frage gestellt. Richtig ist, dass ich die „zunehmende Kommerzialisierung“ von Medien und die fortschreitende „Kommerzialisierung“ von Journalisten als hinderlich für seriöse PR-Arbeit dargestellt und dafür ganz konkrete, aktuelle Beispiele genannt habe. ...

Die von Heinelt angedeutete Story, wie der Krupp-Konzern die Springer-Presse bestochen, unter Druck gesetzt und sich gefügig gemacht hat, ist nicht etwa als Modellbeispiel erfolgreicher PR und herrschende Praxis zu betrachten. Richtig ist, dass diese Geschichte aus der PR-Literatur ein Extrem- und Negativ-Beispiel für den Missbrauch der PR, für Bestechung und Manipulation steht und sich gegen das herrschende Berufsethos jedes seriösen PR-Beraters richtet.

Wenn Heinelt solche Praktiken als „alten Hut“ und als „Commonsense“ in der PR-Szene bezeichnet, dann heißt dies ja: Verleger sind generell manipulierbar, Journalisten grundsätzlich bestechlich und PR-Praktiker haben sich schon lange darauf eingestellt. Hierin liegt eine viel weitergehende Entlarvung der Kommerzialisierung von Medien, deren Verallgemeinerung ich mir nicht zu eigen mache. Sie ist irreführend und entmutigend für angehende PR-Praktiker.

Ebenso falsch ist Heinelts Darstellung, mir sei Moritz Hunzingers politische Kontaktarbeit als „vorbildhaft“ erschienen. Hunzinger wurde von mir weder persönlich genannt,

noch habe ich seine Arbeit bewertet. Es war also völlig überflüssig, mir dessen unsägliche Praktiken vorzuhalten. Richtig ist, dass ich gesagt habe, das Instrument der Public Affairs sei durch die Hunzinger-Affäre deshalb ins Zwielicht geraten, weil sich selbst namhafte PR-Chefs von Public Affairs schamhaft distanzieren (Die verstiegen sich etwa zu der völlig widersinnigen Behauptung, Public Affairs seien reine Beziehungspflege und „damit“ keine PR-Arbeit!)

Schließlich glaubt Politologin Heinelt zu wissen, ich wolle Alten, Kranken und Arbeitslosen das Instrumentarium der Public Affairs empfehlen. Auch dies ist barer Unsinn. Heinelts politologische Kenntnisse reichen offenbar nicht einmal, um zu wissen, dass Freiberufler, mittelständische Industrie, Handwerk, Tourismus, Hotellerie oder Unternehmer in den parlamentarischen Gremien nicht oder nicht repräsentativ vertreten sind, weil dort Beamte und Lehrer dominieren, und dass sie Public-Affairs-Arbeit deshalb bitter nötig haben, um sich mehr Gehör zu verschaffen. ...

Eberhard B. Freise,
Bad Harzburg/Berlin

Schluss mit Schulbüchern von Diesterweg

Frankfurt am Main. Der Frankfurter Schulbuchverlag Diesterweg wird im Jahr seines 140jährigen Bestehens Ende September seine Pforten schließen. Von den zuletzt 67 Beschäftigten werden 35 noch in diesem Jahr ihren Arbeitsplatz verlieren.

Die Schließung des traditionsreichen Verlages zeichnete sich bereits ab, nachdem im November 2002 die Medien-Union Ludwigshafen Diesterweg von der Verlagsgruppe Holtzbrinck erworben hatte. Die Medien-Union ist ebenfalls Eigentümer des Braunschweiger Schulbuchverlages Westermann. Nun soll das gesamte Schulbuchgeschäft in Braunschweig zusammengeführt werden und von Diesterweg allenfalls der Name übrig bleiben. Dabei werden sechs Beschäftigte zum neuen Standort wechseln, andere für eine Übergangszeit von zwei Jahren in einem Frankfurter „Satellitenbüro“ oder von zu Hause aus dem Verlag zuliefern. Mehrere Redakteurinnen und Redakteure sind jedoch bereits zu anderen Schulbuchverlagen abgewandert. til ■

Frankfurter Buchmesse: After-Work-Party der Fachgruppe Verlage

Zur Frankfurter Buchmesse (8.–13. Oktober 2003) werden wieder viele Kolleginnen und Kollegen aus Verlagen nach Frankfurt am Main kommen. Einen Abend sollten sie sich schon jetzt frei halten:

Am 10. Oktober, lädt die Fachgruppe Verlage und Agenturen zur „After-Work-Party“ in das Frankfurter Gewerkschaftshaus. **Ab 19.00 Uhr** bis Mitternacht gibt es viel Kultur, noch mehr Musik und natürlich was zu essen und zu trinken.

Anmeldung: Um besser planen zu können, wünschen sich die Veranstalter Anmeldungen von interessierten Kolleginnen und Kollegen.

Bitte per Mail an sylvia.kimpel@verdi.de oder per Fax 069/6695-1599 an Sylvia Kimpel. Bitte dabei mindestens Name und Telefonnummer angeben.

Internet, DVD, Flut und andere Katastrophen

Multiplexe in Bedrängnis – Tarifverhandlungen werfen ihre langen Schatten voraus

Das Kino ist in Schwierigkeiten. Externe Faktoren beeinflussen das Geschäft, aber manche Probleme sind auch hausgemacht. Die große Zeit der Multiplexe, das so genannte Overscreening – neu-deutscher Ausdruck für ein Überangebot von Kinoleinwänden an einem Ort – scheint vorbei zu sein.

Dabei spielt nicht nur der Jahrhundertssommer des Jahres 2003 eine Rolle: Schon der 11. September 2001 und die Flut an Elbe und Mulde im letzten Jahr hatten ihre negativen Auswirkungen auf das Kinogeschäft – in Ost- und Westdeutschland. Sie hielten die Menschen davon ab, ins Kino zu gehen. Auch bei den Premieren habe es in letzter Zeit „nicht die richtigen Impulse“ gegeben – die letzten, die wirklich Geld eingespielt haben, waren „Titanic“ und „Der Schuh des Manitu“.

Eine weitere Schwierigkeit, die von außen kommt, ist der Siegeszug von DVD und Internet. Zunehmend kommen die Filme aus dem Netz, auch junge Leute machen sich eher einen gemütlichen Abend zuhause, als ins Kino zu gehen. Bei den Werbeeinnahmen hat es Einbrüche gegeben, auch wenn sich hier ersten Beobachtungen zufolge eine Trendwende abzeichnet. Hinzu kommt: Der Nebenumsatz an der Süßwaren- und Getränke theke ist unter Druck geraten. Letztlich lässt negative Presse über Premierenfilme viel Marketing ins Leere laufen.

Offensichtlich drohende Kosteneinsparungen sind allerdings nur schwer zu verwirklichen. Die Multiplexe sind alles Neubauten, so genannte Spezialbauten, die mit Hilfe von Immobilienfonds errichtet wurden. Die „etwas höheren“ Mieten

lassen sich meist nicht reduzieren – es sei denn, eine Insolvenz steht im Raum. Ausnahmefall ist das ehemalige Ufa am Freiburger Hauptbahnhof: Hier zog nach der Schließung des Kinos ein Planetarium ein.

Die „offiziellen“ Zahlen

Als quasi-offizielle Quelle gelten in Kinokreisen die Zahlen der Filmförderungsanstalt (FFA) in Berlin. Ihren Angaben zufolge ist im ersten Halbjahr der Kinobesuch um 11,3 Prozent und der Umsatz um 12,5 Prozent zurückgegangen. Bei den Kinosälen hielten sich Neueröffnungen und Schließungen die Waage (je 75), die FFA registrierte im Vergleich zum Vorjahr allerdings 11 neue Kinostandorte, der Saalbestand habe um 43 Leinwände mit 1.103 Sitzplätzen zugenommen. Nach Informationen der FFA gibt es in Deutschland (Stichtag für alle kommenden Daten ist der 30.6. 2003) 1207 Filmtheaterunternehmen mit 4868 Leinwänden. Eine Kinokarte kostet im Schnitt 5,81 Euro. Die im Text erwähnte Brennerstudie ist im Internetangebot der FFA als pdf-File zu haben (<http://www.ffa.de/>). fbt ■

Anzeige

Dass derartige Probleme bei den Beschäftigten „ankommen“, liegt auf der Hand. „Derzeit geltende Tarifverträge laufen zum Jahresende aus, die Haustarifvertragsverhandlungen werden sich schwierig gestalten“, so ver.di-Tarifsekretär Matthias von Fintel. Im Unterschied zu anderen Branchen haben sich in den Kinos bundesweit gleiche Verhältnisse eingestellt: Die Beschäftigten sind vor allem Minijobber – studentische Teilzeitkräfte, geringfügig Beschäftigte und häufig auch Schüler. Und nicht selten würden auch noch Leute zum Personal gehören, die auf Abruf bereit stünden, erläutert von Fintel. „All das erschwert die Organisation der Beschäftigten ungeheuer.“

Die Multiplexe haben die Städte komplett eingenommen. Für neue Investitionen fehlt Geld, auch bei der digitalen Projektion. Im Bereich Marketing ist offenbar Einiges verschlafen worden, vor allem was Kundenbindung und Preise angeht.

wirtschaftliches und einsatzfähiges Unternehmen zu führen. Dafür müssten die Personalkosten angepasst werden, ist Schmidt überzeugt. Man könne nicht im Sommer bei der Hälfte der Besucher mit demselben Personal wie im Winter arbeiten. „Darüber muss es grundsätzliche Gespräche geben.“

Eine „deutlich erkennbare Konfliktstrategie“ im Umgang mit den Arbeitgebern sieht Jörg Reichel, Vorsitzender des Gesamtbetriebsrates bei Cinemaxx. 17 der rund 35 Lichtspielhäuser haben einen Betriebsrat. „Wir als Beschäftigte bemerken schon Kosteneinsparungen“, sagt Reichel. Es gebe Arbeitsverdichtung und für bevorstehende Verhandlungen die deutliche Ab-



Foto: Dietmar Gust



Foto: images.de / Travelstock 44

Gebannt vor der Leinwand: Die wenigsten Lichtspielhäuser sind ausverkauft.

Cinemaxx-Sprecher Arne Schmidt spricht von einem branchenweiten, „immensen“ Rückgang der Kassenzahlen. Die Probleme mit DVD-Kopien und Internet sind „für uns nicht angenehm“. Es gebe bei der Ahndung aber erste Erfolge, wodurch die Abschreckung steigen werde. Schmidt zufolge beziffert die Filmförderungsanstalt (FFA) den Verlust durch DVD-Piraterie auf 350 Millionen Euro im vergangenen Jahr. Die Umsetzung der digitalen Projektion ist ins Stocken geraten, da es noch „keine einheitliche Technik“ gibt. Auch die Bildqualität lasse bislang noch zu wünschen übrig, sagt Schmidt – hier allerdings gäbe es erste Ansätze einer Verbesserung.

Flexible Arbeitszeiten

Bislang hat es angesichts der Schwierigkeiten noch keine personelle Konsequenzen gegeben, auch keine Kündigungen, so Schmidt. Einige Stellen seien nicht neu besetzt worden. Ziel müsse sein, ein

sicht, die Arbeitszeit weiter zu flexibilisieren – Reichel spricht von 1-2-Stunden-Schichten. Der Arbeitnehmervertreter rechnet sogar damit, dass in den Tarifverhandlungen betriebliche Lösungen für einzelne Kinos angestrebt werden. Scharf kritisiert er, dass sich der Arbeitgeber in den Betrieben ohne Betriebsrat nicht an die Regelungen des Tarifvertrages halte, der eine Grenze von 10 Prozent befristet Beschäftigter je Kino vorsehe. „Die Gewerkschaften müssen kämpfen“, fordert Reichel, um den Organisationsgrad in den Filmtheatern zu erhöhen. Leider bekämen alle die politischen Kampagnen der letzten Monate gegen die Arbeitnehmerorganisationen deutlich zu spüren. Die von den Unternehmern ins Feld geführte Konkurrenz mit DVD-Playern bezweifelt der Cinemaxx-Gesamtbetriebsratschef. „Es ist ein guter Aufhänger für die wirtschaftliche Misere.“ Alle Unternehmen betrieben bei den Multiplexen Verdrängungswettbewerb und „zahlen drauf“.

Auch bei Cinemaxx-Konkurrent Cinestar (Kieft & Kieft) beklagt man sich über den Sommer. „Wir haben nicht mit so schlechten Zahlen gerechnet“, sagt Sprecher Jan Oesterlin, man sei aber „besser als der Trend“. Sein Unternehmen habe sich von den Filmen zum Teil andere Besucherzahlen erwartet. Dann habe jedoch „Good bye Lenin“ „Herr der Ringe“ mit 6 Millionen Besuchern klar geschlagen. Das sei eine sehr große Überraschung gewesen. Nun sehe man „optimistisch in die Zukunft“. Im Oktober starte ein neuer Film von Sönke Wortmann, auch der Disney-Streifen „Findet Nemo“ verspreche, ein „Riesen-Spaß“ zu werden.

Kein Unrechtsbewusstsein

Der Internet- und DVD-Problematik werde nicht tatenlos zusehen, es gibt, fügt Oesterlin hinzu, einen „Mangel an Unrechtsbewusstsein“, es handele sich schließlich um eine Straftat. In Sachen Digitalprojektion teilt Oesterlin weitgehend die Meinung seiner Kollegen. Sie sei „nicht besser als 35 Millimeter“, das Kino spare „keinen Cent“. Umsatz- oder Gewinnsummen nennt Oesterlin nicht, es gebe in den fast 100 Kinos mit über 600 Leinwänden „interne Prozesse“, Strukturen würden überprüft. Im Grunde gehe es um die Frage, „wie wir die PS am besten auf die Straße bekommen“.

Eine ähnliche Meinung schließlich hat der Dritte im Bunde: UCI-Sprecher Georg Welles. Auf die Frage, ob die Zeit der Multiplexe vorbei ist, sagt er: „Ich hoffe nicht“. Filme müssten, um beim Publikum anzukommen, für jeden Geschmack etwas bieten. Welles zufolge wandelt sich die Altersstruktur der Kinobesucher langsam, ähnlich wie Oesterlin sieht er, was den Zuspruch angeht, regionale Unterschiede. „Große Eventmovies funktionieren gleich gut“, sagt Welles. Eines der UCI-Kinos in Gera hat seinen Worten nach gute Erfolge mit speziellen Seniorenreihen, zu denen mehrere hundert Besucher kommen. Frank Berno Timm ■

Bücher zu, ab ins Kino

Klassiker der Leinwand erobern mit der Initiative „Filmkanon“ die Lehrpläne der Schulen

Ein „Filmkanon“ für die schulische Bildung: gar nicht so einfach. 35 Filme haben Regisseure, Filmjournalisten, Wissenschaftler und Pädagogen ausgewählt; Filme, die sie für besonders geeignet hielten, Schüler „mit den Formen und Inhalten und den Tücken und Freuden des Mediums vertraut zu machen, das wie kaum ein anderes die Kultur und den Alltag des modernen Menschen bestimmt“.

Natürlich kann man über die Auswahl der 35 Titel streiten. Sie enthält weder einen Film von Woody Allen noch ein Werk von Ingmar Bergman. Anhänger des Genrekinos werden der Meinung sein, auf die Liste gehöre unbedingt auch Sergio Leones Western „Spiel mir das Lied vom Tod“ oder Stanley Kubricks grandiose Space-Opera „2001 – Odyssee im Weltraum“. Und Zartbesaitete werden sich über das Blutbad in Martin Scorseses „Taxi Driver“ entsetzen. Außerdem ist unter den acht deutschen Filme nur einer aus der DDR.

Von Hitchcock bis Truffaut

Unterm Strich aber kann sich die Liste sehen lassen, denn sie stellt einen reizvollen Mittelweg zwischen Publikumserfolgen und Kunstkino dar. Die ausgewählten Regisseure sind ohnehin über jeden Zweifel erhaben: Alfred Hitchcock („Vertigo“), John Ford („Stagecoach“), Ernst Lubitsch („Sein oder Nichtsein“), Akira Kurosawa („Rashomon“), Stanley Kubrick („Dr. Seltam“), Fritz Lang („M“), F.W. Murnau („Nosferatu“), Charles Chaplin („Goldrausch“), Jean-Luc Godard („Außer Atem“), Orson Welles („Citizen Kane“) oder Francois Truffaut („Wolfsjunge“).

Doch es gibt auch grundsätzliche Kritik. Dieter Wiedemann, Präsident der Potsdamer Hochschule für Film und Fernsehen „Konrad Wolf“, hatte schon im Vorfeld darauf hingewiesen, die Filmerziehung müsse „einen Spaß- und Unterhaltungsfaktor

haben“; sie habe sich daher „primär“ auf jene Filme zu konzentrieren, „die im Zentrum des Bedürfnisspektrums von Kindern und Jugendlichen stehen“. Diese Bedingung erfüllt die Liste sicher nicht. Sieht man von Ausnahmen wie Laurel & Hardy und dem „Dschungelbuch“ ab, handelt es sich überwiegend um Filme für Erwachsene.

Ergänzung für Schulfächer

Ohnehin steht und fällt das Unternehmen mit der Bereitschaft der Lehrer, das Projekt „Filmkanon“ tatkräftig zu unterstützen. Initiator Thomas Krüger, Präsident der Bonner Bundeszentrale für politische Bildung (bpb), will deshalb gleich das ganz große Rad drehen: Nicht nur das schulische Curriculum soll sich ändern, um Raum für den Film zu schaffen, sondern auch die Hochschulausbildung. Er betrachtet die Filmvorführungen, die selbstredend in Kinos stattfinden sollen, als Ergänzung für viele Schulfächer. Nun gelte es nur noch, die Stundenpläne entsprechend zu variieren. Tatsächlich scheint die Konferenz der Kultusminister ein offenes Ohr für Krügers Ziel zu haben, den Kinofilm „als wesentliches Element unserer Kultur im Schulunterricht zu verankern“. Wie in anderen europäischen Ländern seit Jahren selbstverständlich, sollen nun auch bei uns die Schüler Grundkenntnisse der Filmgeschichte erlangen.

Die Bundeszentrale hat auf ihrer Internet-Seite (www.bpb.de) ein Diskussionsforum eröffnet. Sämtliche Beiträge sollen bei einer Anhörung im Herbst berücksichtigt werden. Anschließend wird der Kanon endgültig verabschiedet.

Tilmann P. Gangloff ■



Foto: Christian von Polentz / Transit

Wilbur wants to kill himself

Eine traurige und anrührende Geschichte



Foto: Verleih

Depressionen, familiäre Konflikte und Kindheitstraumen sind vielfach Thema im skandinavischen Kino, denkt man nur an die beklemmenden Ehe- und Psycho-dramen eines Ingmar Bergman oder Bille August. Einen tristen, bedrückenden Grundton würde man gewiss auch von einem Film über einen chronisch Lebensmüden erwarten, der trotz zahlreicher gescheiterter Selbstmordversuche immer wieder einen neuen Anlauf wagt. Doch „Wilbur wants to kill himself“ ist mitnichten eine schwermütige Tragödie.

Vielmehr gelingt der dänischen Regisseurin Lone Scherfig mit britisch-schwarzem Humor und pointiertem Sarkasmus eine ebenso heitere wie traurige und anrührende Tragikomödie über Leben, Liebe und Tod, die im schottischen Glasgow spielt. Nicht, dass sie die Probleme und Ängste ihres Helden nicht ernst nehmen würde. Vielmehr sind es absurde Zufälle und Schicksale, die Wilburs Leben kräftig durcheinander wirbeln.

Wilbur will sich umbringen, weil er sich die Schuld am Tod der Mutter gibt. An Einfallreichum und Mut fehlt es dem jungen Mann Anfang 30 nicht. Alle gängigen Strategien probiert er durch: die Pulsadern, den Strick, eine Überdosis Tabletten, das Gas, den Fön in der Badewanne. Er wäre auch längst tot, würde nicht sein älterer Bruder Harbour immer noch rechtzeitig aufkreuzen, um ihn vor dem Exitus zu bewahren. Auch seine Mitmenschen treibt Wilbur mit seiner Todessehnsucht und mit seinem grenzenlosen Pessimismus zur Verzweiflung – bis eines Tages Alice bei ihnen auftaucht.

Wie die Feuerwehr platzt die scheue Krankenschwester und alleinerziehende Mutter in das Leben der beiden Exzentriker herein: als Retterin des am Strick baumelnden Wilbur sowie Assistentin und baldige Ehefrau seines Bruders, der die antiquarische Buchhandlung des verstorbenen Vaters mehr schlecht als recht über Wasser hält. Dann nimmt das Geschehen eine groteske Wendung: Wilbur verliebt sich in Alice und entdeckt die Lust am Leben, Harbour erkrankt an Krebs und stirbt. Trotz aller Katastrophen erscheinen die beiden Brüder als ein herzliches Komikerpaar wie die beiden neurotischen Heimausflügler in dem norwegischen Film „Elling“ von Petter Naess.

Weil Wilbur auf den ersten Blick unnahbar erscheint und dem Zuschauer anfangs die Motivation für seine Suizidversuche verborgen bleibt, hat sich Lone Scherfig ganz bewusst von der Dogma-Ästhetik verabschiedet, die noch in ihrem Überraschungserfolg „Italienisch für Anfänger“ für eine Authentizität sorgte und eine besondere Nähe zu den Figuren herstellte. Zum Glück respektiert die Regisseurin die Sehnsüchte und Ängste ihrer Figuren fernab jeglicher moralischen oder religiösen Tabuisierung des Freitods. Denn der Tod gehört in dieser intelligenten und einfühlsam inszenierten Geschichte zum Leben einfach dazu, gleich ob er ersehnt oder einsichtig erwartet wird. Kirsten Liese ■

Kreativität für den deutschen Film

Position der künstlerischen Urheber im Zuge der Filmförderung stärken

Vorschläge von ver.di

zur Novellierung des Filmförderungsgesetzes: www.verdi.de/0x0ac80f2b_0x000058ee.

„Deutschland und Frankreich im Minus“ titelt die Filmförderungsanstalt (FFA) in ihrer Halbzeitalanz für das Jahr 2003. Bei den Zuschauerzahlen ist ein Rückgang von 11,3 Prozent und beim Halbjahresumsatz der Kinos sogar ein Minus von 12,5 Prozent zu verzeichnen. Anfang des Jahres schien noch alles im grünen Bereich. Das Kinojahr 2002 hatte das zweitbeste Ergebnis nach der Wende zu verzeichnen. Woran krankt der deutsche Film? Was sind die Ursachen für den Abschwung?

Gründe für den Besucherrückgang sind, so die FFA „die außergewöhnliche Wetterlage mit dem Jahrhundertssommer, das weitaus schwächere Filmangebot als im vorigen Halbjahr, die allgemeine wirtschaftliche Situation mit ihren rezessiven Auswirkungen, sowie die digitale Piraterie mit den Spielfilm-Vervielfältigungen auf CD und neuerdings insbesondere auf DVD“.

(Quelle: Presseerklärung vom 19. August) Lässt man einmal den Jahrhundertssommer und die Piraterie bei Seite, bleibt die allgemeine wirtschaftliche Situation und das „weitaus schwächere Filmangebot.“

Zur Bewältigung der wirtschaftlichen Situation glaubt film20, mit der umtriebigen Generalsekretärin Georgia Tornow an der Spitze, den Stein der Weisen gefunden zu haben. Für ihre „Mittelstandsinitiative“ will sie „vagabundierende“ internationale Produktionen nach Deutschland locken. Der Zauberstab für „die Wunschträume

deutscher Produzenten“: Sale-and-Leaseback-Systeme, Steueranreizsysteme. Mehr Geld war schon die erste Hauptforderung im film20-Positionspapier zur Novellierung des Filmförderungsgesetzes (FFG). Mehr Markt die zweite und Stärkung der Produzentenverantwortung die dritte.

Mehr Geld, warum nicht, ist man geneigt zu sagen. Beim Glauben an die Allheilkräfte des Marktes sind schon mehr Zweifel angebracht. Sind es doch gerade seine Mechanismen, die den Konzentrationsprozess befördert und den Zusammenbruch von Firmen und Kinos wesentlich verursacht haben. Was bleibt, ist die Frage des „schwächeren Filmangebotes“.

Film als Kulturgut

Was befördert den Film wirklich, was macht seine Qualität aus, was treibt die Menschen ins Kino? Es sind immer noch und immer wieder die Geschichten, die erzählt werden. Entscheidender Faktor ist die Leistung der Kreativen, der Urheberinnen und Urheber. Seien es die Drehbuchautoren, Regisseurinnen, Schauspieler, Kameraleute; Komponisten, Kostüm-/Szenenbildner und nicht zuletzt die Cutterinnen. Sie müssen in eine stärkere Position gebracht werden. Das muss zentrales Anliegen der Filmförderung sein.

Hier gibt es im Entwurf des vierten Gesetzes zur Änderung des FFG einige Ansatzpunkte. Sie reichen allerdings nicht aus. ver.di als größte Organisation der Filmschaffenden in allen Sektoren der Branche hat wie auch andere Organisationen der Kreativen hierzu dezidierte Vorschläge gemacht.

Grundsätzlich ist am Gesetzentwurf der Kultur-Staatsministerin zu kritisieren, dass entgegen einschlägigen Ausführungen in der Begründung, die Stärkung des Films als Kulturgut keinen ausreichenden Niederschlag in den gesetzlichen Regelungen findet. Dies kommt insbesondere darin zum Ausdruck, dass die Position der Kreativen, im Vergleich zu denen der Wirtschaft, nur äußerst unzureichend verankert ist. Die künstlerischen Urheberinnen und Urheber werden in ihrem Stellenwert für den Film geradezu mißachtet. Es geht jedoch

gerade darum, sie angemessen an Entscheidungsprozessen und am materiellen Erfolg zu beteiligen.

Die Fortschreibung eines Mangels aus dem gültigen FFG besteht darin, dass wiederum keine gesetzliche Fixierung der Zahlungsverpflichtungen für die Rundfunkanstalten vorgesehen ist. Selbstverständlich ist die Zusage der Öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten, ihre Mittel zu verdoppeln, zu begrüßen. Dies mit einer Rückkehr zur Zweckbindung zu koppeln, ist allerdings eine Forderung, die die Entscheidungen der Vergabekommission unzulässig einschränkt. Eine Aufstockung des Eigenkapitals über Fördermittel, die weiteren Konzentrationen Vorschub leisten könnte, kann durch entsprechende Regelungen ausgeschlossen werden.

Auf jeden Fall muß die Finanzregelung mit den Rundfunkanstalten, auch den Privat-Kommerziellen, vor der Verabschiedung des Gesetzes erfolgen, ansonsten kann der veränderten Aufteilung der Mittel, wie sie im § 68 vorgesehen ist, nicht zugestimmt werden.

Die deutlich verbesserte Neufassung des Paragraphen 1, der die FFA und ihre Aufgaben beschreibt, hebt zwar die bisher bestehende Trennung zwischen Kultur und Wirtschaft auf, stellt aber die Qualität des Films als Kulturgut immer noch nicht klar genug heraus.

Weitere der geforderten Verbesserungen im einzelnen sollen hier nicht noch einmal aufgeführt werden. Sie sind der Stellungnahme auf der ver.di-hompage zu entnehmen. Abschließend noch ein kurzer Kommentar zur Idee eines Filmrates.

Grundsätzlich ist zu fragen, ob der Filmrat mit seiner skizzierten Aufgabenstellung ins FFG gehört. Letztere überschneidet sich mit den Aufgaben, die in der geltenden Fassung dem Verwaltungsrat des FFG zugewiesen sind. Die Schiefelage schlägt sich auch in der Zusammensetzung nieder. Will man zur Stärkung des Films als Kulturgut etwas wirklich Neues, muss der Filmrat mit mindestens 50 Prozent Kreativen, d.h. den Urheberinnen und Urhebern des Filmschaffens, besetzt sein. Ein solcher „brain-trust“ wäre dann eher geeignet, die Entwicklung des Films zu fördern.

Heinrich Bleicher-Nagelsmann ■



Foto: www.BilderBox.com

Yahoo gegen Google

Zwei große Suchdienste befinden sich im harten Wettstreit um die Nutzer

Journalisten nutzen im World Wide Web Suchmaschinen, um zu finden. Doch immer weniger Suchmaschinen durchwühlen das World Wide Web nach nützlichen Informationen. Nach einer ganzen Reihe von Pleiten, Fusionen und Übernahmen stehen sich nur noch zwei große Suchdienste gegenüber: Google und Yahoo.

Noch im vergangenen Jahr deutete nichts auf diese dramatische Entwicklung hin. Google und Yahoo arbeiteten einträchtig Hand in Hand: Google ergänzte den Yahoo-Katalog mit der Websuche und verdiente sein Geld allein mit seinem Suchdienst. Die Gegner der beiden hießen Altavista und Alltheweb. Google profitierte von der Kooperation mit Yahoo, verbesserte seine Techniken laufend und wurde immer beliebter: Etwa 80 Prozent der Suchmaschinenanfragen wickelt Google inzwischen ab, täglich führen Nutzer mehr als 200 Millionen Suchanfragen durch. Bei der Suche in Newsgroups hat Google sogar das Monopol.

Einstieg in den Werbemarkt ließ Alarmglocken läuten

Doch der Erfolg weckt Begehrlichkeiten: Webseiten, die Google aus seinem Index nimmt oder erst gar nicht erfasst, sind damit im Internet so gut wie tot. Gerade deshalb wird Google auch zum Hauptziel von Rechtsanwälten und Regierungsbehörden, die unliebliche Seiten sperren wollen. Dass Google länderbezogen unterschiedliche Suchergebnisse zeigt, belegt eine Studie der Harvard Law School. In den USA musste Google beispielsweise Seiten von Scientology-Gegnern aus dem Index nehmen. Die Church of Scientology hatte sich wegen eines angeblichen Copyright-Verstoßes erfolgreich auf den Digital Millennium Copyright Act (DMCA) berufen.

Allerdings läuteten erst mit dem Googles Einstieg in den Werbemarkt bei Yahoo die Alarmglocken. Zum Jahreswechsel stellte Google eine eigene, englischsprachige Produktsuchmaschine namens Froogle vor, die alle Suchergebnisse mit Bild, Preis sowie einer kurzen Pro-

duktbeschreibung nach verschiedenen Kategorien präsentiert. Als Google im März ein neues Werbeprogramm vorstellte, das Anzeigen kontextbezogen in extra ausgezeichneten Kästen auf Kunden-Websites einblendet, war die Trennung bei Yahoo bereits beschlossene Sache.

Für den Absprung rüstete sich Yahoo bereits zum Jahresende mit dem Kauf von Inktomi, einem der größten Lizenzgeber für Suchtechnologien. Inktomi leistet die Suche für MSN, Amazon.com, eBay, Hot-Bot, aber auch für die Bezahlsuchmaschine Overture. Inktomi war Yahoo allerdings schon länger mehr als ein Begriff: Bevor Google für Yahoo suchte, lieferte Inktomi für Yahoo Suchergebnisse aus dem Web.

Overture mit größtem Partnernetz der Welt

Yahoo bereitete aber nicht nur die Entwicklung auf dem Werbemarkt Sorgen: Sein wichtigster Werbepartner, die Bezahlsuchmaschine Overture, schnappte sich nach einem sehr erfolgreichen Geschäftsjahr den angeschlagenen Suchmaschinenklassiker Altavista sowie Googles größten Konkurrenten Fast, der unter anderem die Suchmaschine Alltheweb betreibt. Die Frage für Yahoo war: Würde die erfolgreichste Marketingfirma im Netz nun Yahoo auch als Suchdienst Konkurrenz machen?

Wie wichtig Overture für Yahoo ist, zeigen allein die Zahlen: Die Kooperation brachte Yahoo im ersten Quartal 54 Millionen US-Dollar ein – ohne sie hätte Yahoo 7 Millionen Verluste verbuchen müssen. In Deutschland erzielt Overture über sein Partnernetz mit fast 40 großen Websites bereits eine Reichweite von mehr als 85 Prozent. Zu den Partnern zählen neben Yahoo auch die Suchdienste Lycos, Fireball und Hotbot. Weltweit bindet Overture über 88.000 Werbekunden an sich und verfügt damit über das größte Partnernetzwerk der Welt. Mit den bezahlten Links erzielte Overture im vergangenen Jahr mehr als doppelt so viel Umsatz wie Google.

Warum ist Overture kommerziell so erfolgreich? Das Geschäfts-



Foto: Blickwinkel / W. Wisniewski

**Kampf der Giganten
– bis jeder sein Revier
abgesteckt hat**

modell von Overture beruht allein auf Marketing: Jeder Link, den ein Nutzer bei Overture anklickt, wird von Werbekunden bezahlt. Die Preise in Deutschland rangieren derzeit zwischen 10 Euro-Cent und 25 Euro pro Klick. Overture betreibt damit das seltene Geschäftsmodell, bei dem Partner nicht investieren, sondern abkassieren. Yahoo trat Anfang Juli die Flucht nach vorn an: Es erwarb Overture für 1,6 Milliarden US-Dollar. So gestärkt, könnte nun der technologische Vorsprung von Google bald schmelzen. Denn Yahoo verfügt jetzt nicht nur über die Inktomi-Suchtechnologie, sondern auch noch über 58 Altavista-Patente, drei Fast-Patente und zwei Overture-Patente. Fast glänzt bislang mit seiner hohen Sprachfähigkeit. Altavista kann besonders gut mit Bildern und Tönen umgehen, während Inktomi auf eine gute Vorschlagwortung zurückgreift. Nun will Yahoo diese Stärke in einem Suchprodukt bündeln. Eine einzige Supersuchmaschine wird es jedoch nicht geben. Yahoo will die einzelnen Portale von Overture, Altavista und Alltheweb/Fast weiterführen. Und Altavista und Alltheweb haben von Google bereits gelernt: Ihre Startseite ist inzwischen genau so puristisch gehalten wie die von Google.

Mehr Wind durch Konkurrenz

Die so gestärkte Google-Konkurrenz wird wieder etwas mehr Wind in die Suchlandschaft bringen. Man wird sehen, ob die Nutzer von Google abwandern werden. Man darf gespannt sein, welche Suchmaschine nun im Wettstreit um die Nutzer die besten Ergebnisse präsentieren wird.

Christiane Schulzki-Haddouti ■

Vor dem High Court in London, wo der Kelly-Untersuchungsausschuss tagt, wurde der britische Premier Blair mit Pfiffen von Antikriegsdemonstranten empfangen.



Foto: dpa

Ego-Streit mit Todesfolge

Wie die BBC um Unabhängigkeit und die britische Regierung verbissen um Glaubwürdigkeit kämpfen – Blair bestreitet Manipulationsvorwürfe

Chronologie

29. Mai: BBC-Reporter Andrew Gilligan beschuldigt die Regierung, den Irak-Bericht gefälscht zu haben.

8. Juli: UN-Waffeninspektor Dr. David Kelly musste sich vor einem Untersuchungsausschuss des Unterhauses rechtfertigen.

18. Juli: Kelly wurde tot aufgefunden. Noch am gleichen Tag setzte Blair einen Untersuchungsausschuss ein unter Vorsitz von Lord Hutton.

28. August: Toni Blair sagt vor dem Untersuchungsausschuss aus.

29. August: Kommunikations- und Strategiedirektor Alastair Campbell kündigte seinen Rücktritt an.

Schlimmer kann es eigentlich kaum kommen, denn irgendwie ist nun auch intern das britische Empire ins Wanken geraten. Zwei Institutionen sind über den Irak-Krieg aneinandergeraten, die weltweit wie kaum jemand anderes die britische Seele darstellen: die BBC und Ihre Majestät die britische Regierung.

Der 28. August ist in der verbissen geführten Auseinandersetzung zwischen dem öffentlich-rechtlichen-Rundfunkunternehmen (25 000 Mitarbeiter) und der britischen Regierung ein ganz besonderer Tag. Premier Tony Blair gestand vor dem Londoner Untersuchungsausschuss, der nach dem Tod des Wissenschaftlers und Waffenexperten Dr. David Kelly installiert worden war, dem Vorsitzenden Lord Hutton: „Wenn das alles wahr sein sollte, dann wäre ich gezwungen, zurückzutreten!“ Überraschend gab er zudem an, bereits am 7. Juli ein Vier-Augen-Gespräch mit Gwyn Davis, Chef des BBC Board of Governors (vergleichbar Rundfunkrat), geführt zu haben. Davis schilderte in seiner Anhörung (gleich nach Blair!), dass in diesem Gespräch vor allem die Möglichkeiten diskutiert wurden, die Auseinandersetzung ohne großen Gesichtverlust für beide Seiten zu beenden. Blair schlug vor, die BBC solle eingestehen, dass ihr Radiobericht die journalistischen BBC-Regeln nicht so ganz hundertprozentig befolgt

habe, dieser damit genau genommen falsch gewesen sei. Geschehe dies, sei er im Gegenzug bereit, der BBC öffentlich das Recht zu einem solchen Bericht zuzugestehen. Blair-Zitat aus der Anhörung: „Davis meinte, das könne er nicht tun. Er könne auf gar keinen Fall den Bericht desavouieren. Dies würde die Unabhängigkeit der BBC kompromittieren!“ Viele Beobachter sehen darin einen weiteren Beleg dafür, wie nahe die BBC vielleicht doch an der Wirklichkeit war und welche Ängste im intimsten Blair-Beratergremium in Zusammenhang mit dem von ihnen absegneten Irak Dossier herrschten bzw. herrschen. Vor Lord Hutton hat Blair alle Dossier-Manipulations-Vorwürfe gegen ihn zurückgewiesen. Das Irak-Dossier der britischen Regierung war die grundlegende Basis für Blairs Rede vor dem britischen Unterhaus, mit der er Großbritannien vom angeblich dringend notwendigen Eintritt in den Irak Krieg überzeugte.

Rette sich wer kann

Noch nie sind die weltweit als journalistische Speerspitze geltende British Broadcasting Corporation BBC und die britische Regierung so aneinander geraten wie in den letzten Wochen. Es knallt unaufhörlich mit voller Lautstärke auf allerhöchster Ebene wie ein aktuelles Zitat von BBC-Generaldirektor Greg Dyke vor 1 500 Medienleuten beim

Edinburgher TV Festival belegt: „Ich bin nicht im Job, um ein Freund der Regierung zu sein. Ich habe diesen Job, um die Unabhängigkeit der BBC zu schützen!“

Ausgangspunkt der Auseinandersetzung – mit immer mehr gerade bei den politisch Verantwortlichen „Rette sich wer kann“-Begleiterscheinungen – ist ein Radio-Bericht. BBC-Reporter Andrew Gilligan wurde 1999 als Verteidigungsexperte für BBC Radio 4 (DAS politische Radioprogramm überhaupt im UK) von einer Zeitung abgeworben. Er sollte dem traditionellen Radioprogramm unter anderem durch peppigere Beitragspräsentation einen neuen Drive geben. Gilligan berichtete exklusiv am 29. Mai 2003 live: „A senior British official has told the BBC the Government's Iraq dossier published last September (2002, der Autor) was sexed up against the wishes of the intelligence services“. Der Bericht, den Tony Blair in Sachen Irak Krieg vor dem Londoner Unterhaus im September 2003 abgab, um die Abgeordneten von diesem Krieg zu überzeugen, ist entgegen den Wünschen der britischen Geheimdienste „sexed up“, also ein bisschen „verkaufsfreundlicher“ oder deutlicher: wider besseres Wissen eingefälscht worden. In einem Zeitungsartikel legte Gilligan nach. Darin prangerte er Tony Blairs „Intimfreund“, engsten Berater, obersten „Spin Doctor“, den Kommunikations- und Strategiedirektor

Alastair Campbell, an, er habe dem Irak Dossier wider besseren Wissens beigefügt, „that Saddam could launch weapons of mass destruction within 45 minutes“, Saddam könne innerhalb von 45 Minuten seine vorhandenen Massenvernichtungswaffen einsetzen. Die Folge: Ein Parlaments-Untersuchungsausschuss wurde eiligst installiert. Alistair Campbell nutzte seinen Auftritt vor dem Gremium zu einer vehementen Anti-BBC Attacke. Er beschuldigte Gilligan, er habe in seinem Bericht alle BBC Richtlinien für ausgewogene Berichterstattung missachtet, habe vorsätzlich falsche Informationen geliefert, um die öffentliche Meinung gegen den Irak Kriegseinsatz im UK anzuheizen.

Das Opfer des Verrats

Dafür müsse sich die BBC öffentlich entschuldigen. Gilligan und zeitgleich BBC Generaldirektor Greg Dyke wiesen das entrüstet und ungewohnt unbritisch-deutlich zurück. Sie waren auch keinesfalls bereit, wie Campbell weiter gefordert hatte, die BBC-Informationsquelle für die Gilligan-Behauptungen preiszugeben. Der daraufhin einsetzende öffentliche wie schonungslose Schlagabtausch zwischen BBC und britischer Regierung eskalierte schließlich ... tödlich! Am 18. Juli 2003 fand die Polizei morgens um 9.30 Uhr auf einem Feld einen Toten. Es war der hoch angesehene ehemalige britische UN-Waffeninspektor und hochrangige Wissenschaftler des britischen Verteidigungsministeriums, Dr. David Kelly. Er hatte sich die Pulsadern aufgeschnitten. Beobachter sind überzeugt, dass der BBC-Regierungsstreit Dr. Kelly in den Tod getrieben hat. Am 8. Juli 2003 war Dr. Kelly vor den Unterhaus-Untersuchungsausschuss zu einer öffentlichen Anhörung zitiert worden. Man wollte herausfinden, ob er die Quelle alles Unbills war. Dr. Kelly bestritt das eindringlich. Bei der unaufhörlichen Regierungs-Suche nach dem BBC-Informanten in Sachen Massenvernichtungswaffen und Sexed Up -Vorwurf war man auf Dr. Kelly gestoßen. Britische Zeitungen hatten recherchiert und Mitarbeiter verschiedener Ministerien hatten dabei ohne irgendwelche Beweise Dr. Kellys Namen ins Spiel gebracht. Der Rufmord des Wissenschaftlers wurde zum Skandal, als erstmals in ihrer mehr als 80-jährigen Geschichte ausgerechnet die BBC ihn als Info-Quelle bestätigte. Mit Dr. Kelly hatte sich BBC Verteidigungsexperte Gilligan am 22. Mai 2003 in einem Hotel nahe des Londoner Bahnhofs Charing Cross getroffen. Mit ihm sprachen später zwei weitere BBC Journalisten über

seine „regierungsinterne“ Sicht der Dinge. Die BBC-Producers Guidelines lesen sich vor diesem Hintergrund wie Hohn und machen das Entsetzen vieler BBC Redakteure verständlich. Unter dem Stichwort „Vertraulichkeit“ ist da zu lesen: „Promises of confidentiality given to a source or contributor must be honoured. The BBC's journalism will suffer if people who give us information on condition that they remain anonymous are subsequently identified“ (Versprechen der Vertraulichkeit für Quellen oder Informanten müssen unbedingt eingehalten werden. Der BBC Journalismus wird leiden, wenn Leute, die uns Informationen mit der Bedingung der Vertraulichkeit oder Anonymität liefern, nachträglich identifiziert werden.)

Der knallharte Kampf um Reputation und die Egos vieler Betroffenen wird weitergehen. Beide Seiten fürchten um ihre Reputation und sind doch voneinander abhängig. Tony Blair will für eine 3. Amtszeit kandidieren und braucht dafür die BBC dringend als wichtigsten britischen Informationslieferanten. Die BBC wiederum braucht Blair und seine Labour-Mehrheit im Parlament. Ab November 2003 wird die Royal Charter der BBC neu ausgehandelt: Sie liefert ab 2006 der BBC die Sendeberechtigung und legt zudem die Höhe der Rundfunkgebühr (derzeit 164 Euro pro Seher/Hörer/Jahr) fest. Der Gesamt-Etat der BBC beläuft sich für 2003 auf immerhin mehr als 3,6 Milliarden Euro.

Flucht aus der Downing Street

Zur Überraschung aller Medien erreichte die britischen newsdesks am Tag, nachdem Blair vor dem Londoner Untersuchungsausschuss aussagte, aus der 10 Downing Street, dem Sitz der britischen Regierung, die Mitteilung, dass Alistair Campbell nach 9 Jahren an Tony Blairs Seite zurücktreten werde. Campbell folgte damit seiner Lebensgefährtin Fiona Miller nach, die es als persönliche Presse-Beraterin von Mrs. Blair nicht mehr ausgehalten hatte und gemeinsam mit Mr. Campbell nun den Regierungssitz verlassen hat. Campbells Nachfolger, der ehemalige Labour-Partei-Pressechef David Hill passt bestens ins Bild. Seine Lebensgefährtin Hilary Coffman arbeitet bereits als Politik-Beraterin in 10 Downing Street.

BBC Reporter Andrew Gilligan wurde bis auf weiteres von allen Berichterstattungspflichten entbunden. Das allerdings habe, so ein BBC Sprecher, nichts mit dem aktuellen Streit zu tun. Nicht nur viele BBC Mitarbeiter sind auch ob dieser Ankündigung rat- und sprachlos ...

Udo Seiwert-Fauti ■

September in Chile

Chiles Journalisten erinnern an José „Pepe“ Carrasco Tapia

Am 11. September 2003 jährt sich „ein anderer 11. September“ zum 30. Mal: An diesem Tag begann in Chile der Putsch mit der Bombardierung des Regierungspalastes, von wo aus sich der demokratisch gewählte Präsident Salvador Allende verteidigte. Die Folge waren die Ermordung tausender Chilenen und Chileninnen, Konzentrationslager, Exil und Folter. Sicher wird dieser Jahrestag in der Flut von Berichten, die dieses Jahr um den 11. September von New York zu erwarten sind, so gut wie unbemerkt verstreichen. Gleiche Daten, doch völlig unterschiedliche Auswirkungen. In den USA verursachte ein Attentäter im Bruchteil von Sekunden Tod und Schrecken, in Chile etablierte sich mit dem Putsch und dem Tod Allendes ein Schreckensregime, dass 17 Jahre lang ein ganzes Volk unterdrückte.

Während der Zeit der Diktatur spielte die dju in der IG Medien und die SPD eine wichtige Rolle in der Solidarität mit den Chilenen und Chileninnen. Ein herausragender Moment war die posthume Verleihung des Fritz-Sänger-Preises der SPD für mutigen Journalismus an den chilenischen Redakteur José „Pepe“ Carrasco Tapia in Bonn, wo seine Lebensgefährtin Sylvia Vera den Preis entgegennahm. Carrasco wurde an einer Friedhofsmauer in Santiago de Chile von einem Todeskommando ermordet, nachdem er im Morgengrauen des 8. September 1986 aus seinem Haus verschleppt worden war. Der Journalist war Leiter des Auslandsressorts der Zeitschrift „Análisis“, die sich mit ihrer Berichterstattung der Diktatur Pinochets widersetzte. Er war auch Vorsitzender des Journalistenverbandes in Chile.

Am 8. September 2003 fand in Santiago de Chile eine von eben diesem Verband organisierte Veranstaltung statt zum Gedenken an Pepe Carrasco und all jene Journalistinnen und Journalisten, die unter der Diktatur ermordet, gefoltert und ins Exil geschickt worden sind. Während dieser Gedenkveranstaltung wurde auch eine Solidaritätsadresse der dju verlesen. Guillermo Torres Gaona, der Vorsitzende des chilenischen Journalistenverbandes, erklärte dazu: „Es ist sehr wichtig für uns zu wissen, dass wir aus dem Ausland Unterstützung erfahren. Unser Kampf in Chile ist langwierig und schwer. Um so mehr motiviert uns diese ideelle Unterstützung und hilft uns, weiterzumachen. Die deutschen Journalistinnen und Journalisten waren in den schwierigen Zeiten solidarisch mit uns, und auch heute brauchen wir diese Solidarität dringend.“

Alvaro Rojas ■

Aus dem Spanischen übersetzt von Elke Kienzle

Sylvia Vera bei der Preisverleihung in Bonn neben (links) Alvaro Rojas



Foto: Anna Petersen

Frei in Europa

Schwierige Arbeitsbedingungen freier Journalisten sind überall zunehmend Thema für Gewerkschaften – Lobbyarbeit in Brüssel gewinnt an Bedeutung

Überall in Europa sind die Arbeitsbedingungen freier Journalistinnen und Journalisten schwierig, ihre soziale Absicherung variiert stark. Dieses Ergebnis einer aktuellen Studie des Instituts für Medienforschung und Urbanistik (IMU) in München überrascht nicht. Das meint selbst einer der Projektleiter, Gerd Nies.

Aber: Die Journalisten-Gewerkschaften sind offenbar aufgewacht und „nehmen das Thema Freie inzwischen sehr viel ernster als noch vor fünf Jahren“, lautet die entscheidende und neue Erkenntnis der Untersuchung.

Die Organisationsbereitschaft der freien Journalistinnen und Journalisten sei durchaus hoch, so Gerd Nies. Das zeige die Studie, die das IMU in den Mitgliedsländern der Europäischen Union im Auftrag der Europäischen Journalisten Föderation (European Federation of Journalists EFJ) erarbeitet und Mitte September in Brüssel erstmals vorgestellt hat. Gewerkschaften, die die Berufsgruppe der Journalisten vertreten, gibt es mittlerweile – mit Ausnahme von Spanien – in allen Mitgliedsländern. Alle Verbände steuerten, so Nies, auch Kollektiv-

vereinbarungen für freiberuflich erbrachte Leistungen an.

Dass dies dringend geboten ist, belegt die Studie ebenfalls: „Überall in Europa zeigt sich, dass die Vertragsmacht des einzelnen Journalisten oder der Journalistin nicht ausreicht, um faire Bedingungen auszuhandeln,“ sagt Nies. Nur im öffentlich-rechtlichen Rundfunk sei die Lage in der Regel etwas besser. Dies gelte für Deutschland genauso wie für Schweden und die Schweiz, für Portugal ebenso wie für Spanien – trotz aller Unterschiede.

„Es ist auch kein wirklicher Trost, wenn wir wissen, dass es uns besser geht als den Kolleginnen und Kollegen in Süd- und Osteuropa“, meint Arne König, Freien-Sprecher des schwedischen Journalistenverbandes und einer der Sprecher der europäischen Experten-Gruppe für Freien Journalismus (Freelance Expert Group freg) in der EFJ.

Versichert in Schweden

Immerhin: In Schweden sind auch die freien Journalistinnen und Journalisten über die allgemeine Volksversicherung krankenversichert. Die Arbeitslosenversicherung ist historisch gesehen sogar eine Gründung der Gewerkschaften. Bezahlt wird sie mit dem Gewerkschaftsbeitrag – auch bei Freien. „Deshalb ist der Organisationsgrad bei uns sehr hoch“, so Arne König. Einen Nachteil, etwa im Vergleich zu Dänemark, sieht er darin, dass freie Journalisten sich grundsätzlich entscheiden müssen, ob sie von der Arbeitslosenversicherung oder von kleinen Aufträgen leben wollen. In Dänemark dagegen sei es möglich, sich im Nachhinein für zehn Tage im Vormonat arbeitslos zu melden und eine Ausgleichszahlung zu erhalten.

Ein teilweise ähnliches Modell hat das Nicht-EU-Land Schweiz. Auch dort werden schreibende Freie zwar steuerlich als Unternehmer, von der Sozialversicherung aber als unselbstständig betrachtet. Für sie gelten deshalb sogar gesetzliche Kündigungsfristen, Mutterschutz, und sie erhalten Arbeitslosengeld.

Im Print-Journalismus gibt es darüber hinaus in der Deutsch-Schweiz einen für Feste und Freie gültigen „Gesamtarbeitsvertrag“, der Mindestentgelte nach Aufwand,



Foto: Björn Richter

Europa – ein süßer Gewinn für alle gleichermaßen?

nicht nach Zeile, festschreibt. Derzeit liegt der Mindest-Tagessatz nach Regionen zwischen 481 Franken in den Großstädten Bern, Basel und Zürich und 413 Franken im Tessin. Darin enthalten seien, so der Hinweis von Serge Gnos, Sprecher der Mediengewerkschaft comedia, auch der Ferienanteil und ein 13. Gehalt.

Auf die Frage, ob die Verlage angesichts solcher Bedingungen überhaupt viele Freie einsetzen, kommt von Serge Gnos ein eindeutiges „Ja, natürlich“. Auf ein Drittel schätzt er den Anteil der Freien an den Print-Journalisten in der Schweiz mit ihrer vergleichsweise hohen Zeitungsdichte. Trotz aller Vorteile für Freie – etwa im Vergleich zu Deutschland – dienen freie Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter den Verlagen als Manövriermasse, deren Auftragslage schwanke.

Mindeststandards häufig unterschritten

Hinzu kommt, dass auch in Schweden und der Schweiz der Druck auf die Freien groß ist und die Mindeststandards häufig genug unterschritten würden. Wer sein Recht einklage, sei hinterher weg vom Fenster, weiß Serge Gnos um die schwierige Situation und das Problem, dass sich einmal errungene Rechte nur schwer durchsetzen ließen. Dennoch böten diese Ver-

Mehr Infos?

... aus Brüssel

Journalistinnen und Journalisten werden auf Europäischer Ebene vertreten durch die European Federation of Journalists (EFJ). Die EFJ ist wiederum Teil der International Federation of Journalists (IFJ). Europadirektorin in Brüssel ist Renate Schröder. Sie versucht, im EU-Dschungel den Überblick zu behalten und knüpft Kontakte zu Mitgliedern des Europa-Parlaments genauso wie zu Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern der Europäischen Kommission und internationalen Verbänden vor Ort. Mehr Infos, auch zur Freelance Expert Group der EFJ mit ihren zwölf Mitgliedern aus Deutschland, Frankreich, Griechenland, Großbritannien, Irland, Italien, Österreich, Portugal, Schweden und der Schweiz gibt's unter www.ifj-europe.org.

... aus Berlin

Wer in Deutschland Fragen zum Thema Freiberuflichkeit hat, wendet sich an das ver.di-Referat Selbstständige mit den Referenten Veronika Mirschel, Gunter Haake und Wolfgang Schimmel, Tel. 030/6956-1451, oder schaut ins Internet unter www.mediafon.net. 30.000 Selbstständige sind ver.di-Mitglied. Auch in Berlin fand im September eine Fachtagung „zur sozialen Sicherung neuer Selbstständiger“ statt, auch hier mit einem Blick über die Grenzen. Veranstalter ver.di will damit die Politik dafür sensibilisieren, dass wer Existenzgründerinnen und -gründer fördert, auch über deren soziale Sicherung nachdenken muss.

einbarungen eine wichtige Orientierung, die in Südeuropa und den osteuropäischen EU-Beitrittsländern noch völlig fehle. Arne König weiß in seiner Funktion als freg-Sprecher von spanischen Kollegen, die ohne Bezahlung Hintergrund-Dossiers für Medien zusammenstellen, „nur, um sich einen Namen zu machen und in der Hoffnung, so einen Fuß in die Tür zu den Aufträgen zu bekommen“. Ohne gewerkschaftliche Struktur zerstörten sich die Freien dort gegenseitig die berufliche Lebensgrundlage.

Blick nach Deutschland

Mit der Künstlersozialkasse, finanziert von Freien, Verwertern und Staat, bringt Deutschland einen Baustein in den vielfältigen Modellbaukasten Europas ein. Ein weiterer ist der Tarifvertrag für arbeitnehmerähnliche Freie, an dem sich inzwischen die „pigistes“ in Frankreich ein Beispiel nehmen. Ihnen haben – so die Berichte an die freg – in den vergangenen Monaten viele Gerichtsurteile zu Gunsten der Freien Hoffnung gemacht. Auch sie erwerben sich mittlerweile Pensionsansprüche, haben Urlaubsanspruch und sind sozialversichert.

Mit Spannung werden in der europäischen Freelance Expert Group die mittelfristigen Auswirkungen des novellierten Urheberrechts in Deutschland mit seiner „angemessenen Vergütung“ erwartet. Der Schutz der Urheberrechte ist für alle ein Thema. Von „Angriffen auf die Urheberrechte“ berichteten, so Arne König, alle freg-Mitglieder von Skandinavien bis Griechenland. Überall in Europa versuchten die Verlage, sich einerseits exklusive und andererseits allumfassende Nutzungsrechte zu sichern – auf Kosten der Urheberinnen und Urheber, sprich der freien Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter.

Für Kollektivvereinbarungen

Besserung ist nicht in Sicht. Im Gegenteil, der Druck auf Freie steigt: Überall in Europa wächst die Konkurrenz, überall wird festangestelltes Personal in den Redaktionen abgebaut, überall wird versucht, Urheberrechte zu Gunsten der Auftraggeber auszuhebeln. Auf europäischer Ebene seien denn auch Änderungen im Wettbewerbsrecht ein wichtiges Ziel, erläutert Veronika Mirschel aus dem ver.di-Referat Selbstständige.

Noch verbietet die europäische Gesetzgebung aus kartellrechtlichen Gründen Kollektivvereinbarungen für die Bezahlung freier Journalistinnen und Journalisten. Zu der Tagung „Free, False, Forced? Dilemmas and Opportunities for

Freelance Journalists in the Media“ Mitte September in Brüssel waren denn auch EU-Parlamentarier und Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter der Europäischen Kommission eingeladen. Ihnen will die EFJ klar machen, wie wichtig Kollektivvereinbarungen in der Medienbranche sind und, dass sie ganz und gar nichts gemein haben mit der Kartellbildung und Marktmanipulation von Konzernen.

„Freie Journalistinnen und Journalisten sind im Grunde Vorreiter für viele freie Berufe, die jetzt im Zuge der neuen Medien erst entstehen“, schätzt IMU-Studienleiter Gerd Nies ein. Die wirtschaftliche Abhängigkeit von Großunternehmen und die fehlende Vertragsmacht – im Unterschied zu „Kammerberufen“ wie Ärztin und Rechtsanwalt – machten deutlich: „Es müssen Regeln zu ihrem Schutz entwickelt werden.“

Für Sicherungssysteme

Dies gelte umso mehr, als sich zeige, dass die Festangestellten längst nicht mehr in allen Sektoren und gerade bei fragwürdigen Neugründungen von Publikationen die Mehrzahl der journalistisch Tätigen ausmachten. Diesen Strukturwandel gelte es mit neuen Sicherungssystemen zu begleiten. Denn es wachse die Zahl derer, die zwar frei, aber dennoch abhängig tätig seien – abhängig von einem Verlag oder gar von einer Publikation. Nies spricht von einer Art „unregulierter und ungeschützter Beschäftigung“, die weder unternehmerischen Freiraum noch soziale Sicherung biete.

Dazu trägt aus Sicht der EFJ-Europadirektorin Renate Schröder besonders die Medienkonzentration in Europa bei. Verlagskonzerne, auch aus Deutschland, kauften Zeitungen im Ausland und versuchten von vornherein, die Bedingungen zu Lasten der Beschäftigten flexibel und renditefördernd zu gestalten, sprich mit möglichst geringen Ausgaben.

Die Aufklärungsarbeit des Brüsseler Büros der europäischen Journalisten-Gewerkschaften bei EU-Kommission und -Parlament sei, so Gerd Nies, ein wichtiger Baustein, um dieser Entwicklung entgegenzuwirken, der Einsatz auf nationaler Ebene unverzichtbar.

Im Engagement der Gewerkschaften in den einzelnen europäischen Ländern, verknüpft mit dem Austausch in der freg auf europäischer Ebene, sieht auch Gunter Haake, im ver.di-Selbstständigen-Referat und Mitglied in der Freelance Expert Group freg, eine große Chance, etwas zu bewegen: „Da sind wir als Gewerkschaft gefordert.“

Doris Banzhaf ■

Schweizer Verleger kündigen Vertrag mit fadenscheiniger Begründung

Der Verband Schweizer Presse (VSP) hat den Gesamtarbeitsvertrag 2000 für Journalisten und das technische Redaktionspersonal unter Einhaltung der 12-monatigen Kündigungsfrist gekündigt. Der Vertrag wirkt demzufolge noch bis Juli 2004. Als Begründung wurden Terminprobleme bei den laufenden Verhandlungen vorgeschoben. Der Schweizer Verband der Journalisten (SVJ) würde „auf Zeit spielen“, hieß es aus Verlegerkreisen. Ob diese „fadenscheinige Begründung“ nach altrömischem Motto einen Keil zwischen die Sozialpartner treiben sollte, könne nur vermutet werden. Habe doch das SVJ-Sekretariat nach Absprache mit comedia und im Namen beider Arbeitnehmer-Organisationen auf die Terminvorschläge des VSP, die ungünstigerweise in die Sommerpause gelegt worden seien, reagiert und Gegenanschläge unterbreitet, heißt es in einem Kommuniké von comedia. Das Vorgehen des VSP zeuge davon, wie unerfahren die eingesetzte Verhandlungsdelegation unter der Leitung von Südostschweiz-Verleger Hanspeter Lebrument sei. In Einzelgesprächen ließen Verlagsvertretern erkennen, dass sie mit dem GAV gut hätten weiter leben können. Was der Verlegerverband am derzeitigen Vertrag kritisiert, sei den Sozialpartnern nie mitgeteilt worden. Gerade in wirtschaftlich schwierigen Zeiten würde man meinen, die Verleger hätten anderes zu tun, als die gesamte Branche mit Auseinandersetzungen über die Arbeitsbedingungen in Unruhe zu versetzen. comedia und SVJ werden sich in den nun anstehenden Verhandlungen jedenfalls mit allen Mitteln für die Beibehaltung der branchenüblichen Standards einsetzen, versichert comedia-Sekretär Serge Gnos.

Website der EFJ neu gestaltet

Die Europäische Journalisten-Föderation (EJF) hat ihr Internet-Angebot aufpoliert. Unter der neuen Adresse <<http://www.ifj-europe.org>> findet man ihre aktuellen Pressemitteilungen und den Rundbrief „Euronews“ – dazu jede Menge Informationen unter anderem zu gewerkschaftlichen Themen, zu Freien-Fragen, zum Quellenschutz und zum Rundfunk. Das Informationsangebot zum Urheberrecht ist direkt erreichbar unter <<http://www.authorsrights.org>>

Katalog zur Sicherung der Pressefreiheit in Osteuropa

Für einen Fünf-Punkte-Katalog zur Sicherung der Pressefreiheit in Osteuropa plädiert Freimut Duve, der OSZE-Beauftragte für Medienfreiheit. Darin fordert Duve von deutschen und anderen internationalen Verlagen, die in Osteuropa aktiv sind, dass sie sich auf fünf Grundsätze verpflichten, die härter sind als die Pressegesetze in Deutschland.

Das OSZE-Papier sieht vor:

1. Die Eigentümerstruktur aller journalistischen Medien muss öffentlich bekannt sein.
2. Zur Sicherung redaktioneller Unabhängigkeit wird ein gemeinsamer Code of Conduct der journalistischen Medien zwischen Mitarbeitern und Unternehmensführung vereinbart.
3. Jede politische Bindung eines journalistischen Mediums wird klar und öffentlich festgestellt.
4. Sollte die Entlassung eines Chefredakteurs kontrovers sein, kann der OSZE-Medienbeauftragte auf Bitten der Betroffenen als Schiedsrichter auftreten.
5. Wo ein Unternehmen mehr als einen Titel hält, verpflichtet es sich zur Wahrung der journalistischen Unabhängigkeit und Pluralität als Beitrag zur Demokratisierung und Stärkung der Medienfreiheit.

Beraterstatus bei der UNO entzogen

New York. Der Wirtschafts- und Sozialrat der Vereinten Nationen hat der Organisation „Reporter ohne Grenzen“ den Beraterstatus für ein Jahr entzogen. Anlass dazu gab eine Aktion während der Jahrestagung der UNO-Menschenrechtskommission im März. Damals hatten Mitglieder der Organisation auf Flugblättern dagegen protestiert, dass ausgerechnet das als Menschenrechtsverletzer bekannte Libyen den Vorsitz des UNO-Gremiums übertragen bekommen hatte. Den Antrag zum Ausschluss der „Reporter ohne Grenzen“ hatte Kuba gestellt, das ebenfalls immer wieder für seine Missachtung der Pressefreiheit in der Kritik steht. Die Initiative wurde mit 27 gegen 23 Stimmen angenommen. Als UNO-Beobachter können Nichtregierungsorganisationen an Konferenzen teilnehmen, Stellungnahmen und Berichte einreichen und Themen für die Tagesordnung vorschlagen. Die „Reporter ohne Grenzen“ kritisierten ihre Ausbootung und regten eine grundlegende Reform der Menschenrechtskommission an. So sollte ein unabhängiger Experte und kein Ländervertreter den Vorsitz innehaben. hg ■

Erneut Reuters-Journalist getötet

Bagdad. Im Irak ist am 17. August ein Kameramann der Agentur Reuters von US-Soldaten erschossen worden. Der 41-jährige Palästinenser Mazen Dana filmte gerade ein US-Gefängnis in der Nähe von Bagdad, als Soldaten das Feuer eröffneten. Das Pentagon sprach von einem „bedauerlichen Unfall“ und kündigte eine Untersuchung an. Die Schützen sollen die Kamera des Getöteten mit einem Granatwerfer verwechselt haben. Der Tontechniker, der Dana begleitete, bezweifelte die Unfall-These und betonte, ihre Anwesenheit sei den US-Militärs bekannt gewesen. Bereits am 8. April war eine Kameramann von Reuters beim Beschuss des „Hotel Palestine“ in Bagdad ums Leben gekommen. Dana ist der 17. Journalist, der seit Beginn des Irak-Kriegs ums Leben kam. In den vergangenen Wochen sind zudem mehrfach ausländische Korrespondenten von amerikanischen Besatzungstruppen festgenommen worden. Auf der anderen Seite beginnt seit dem Sturz des Regimes von Saddam Hussein der Aufbau einer neuen Medienlandschaft. Knapp hundert neue irakische Zeitungen und Zeitschriften sind gegründet worden. Der früher

verbotene Verkauf von Satellitenschüsseln boomt im ganzen Land. hg ■

Todesurteile gegen zwei Journalisten

Kabul. Die afghanischen Journalisten Sayeed Mahdawi und Ali Reza Payam von der Wochenzeitschrift „Aftab“ sind Anfang August wegen angeblicher Gotteslästerung zum Tode verurteilt worden. Sie hatten in Artikeln den politischen Missbrauch des Islam durch konservative Politiker kritisiert. Nach Recherchen der „Reporter ohne Grenzen“ bestätigte das Oberste Gericht die Urteile. Die Organisation forderte den Präsidenten auf, die Sicherheit der Journalisten zu garantieren und das Gericht zu reformieren. Sayeed Mahdawi und Ali Reza Payam sollen sich versteckt halten. Am 11. Juni war in „Aftab“ ein Artikel mit dem Titel „Heiliger Faschismus“ erschienen. Darin warfen die beiden Journalisten die folgende Frage auf: „Wenn der Islam die einzige und vollendetste Offenbarungsreligion der Welt ist, warum liegen die muslimischen Länder dann hinter der modernen Welt zurück?“. Das Blatt wurde nach der Veröffentlichung geschlossen, die Autoren des Textes angeklagt. hg ■

Radiojournalisten erschossen

Auf den Philippinen sind im August erneut zwei Journalisten erschossen worden. Der Radioreporter Noel Villarante wurde vor seinem Haus in Santa Cruz von zwei bewaffneten Männern erwartet und aus nächster Nähe erschossen, berichtet die Organisation „Reporter ohne Grenzen“, der Verdacht läge nahe, dass Villarante wegen seiner kritischen Recherche erschossen wurde. Er hatte wiederholt über Korruption in öffentlichen Behörden und illegales Glücksspiel berichtet. Damit erhöhte sich die Zahl der Journalisten, die im Laufe dieses Jahres auf den Philippinen erschossen wurden auf fünf. Seit 1986 sind dort einvierzig Journalisten bei der Ausübung ihres Berufes getötet worden. In einem Brief an den philippinischen Innenminister José D. Lina fordert „Reporter ohne Grenzen“, dass alles getan werden müsse, die Mörder zu ermitteln und zu bestrafen. Außerdem müssten dringende Vorkehrungen zum Schutz der Journalisten im Land getroffen werden. Bislang kämen Mörder von Journalisten in der Regel ungestraft davon. Das sei ein Anreiz für Auftragskiller und deren Auftraggeber, Journalisten aus dem Weg zu räumen. til ■

Schreiben Sie in gutem Spanisch, Englisch oder auf Deutsch an:

Ab. Alberto Sanabria
Ministro del Interior
Ministerio del Interior
Plaza 30 de Agosto s/n
Urb. Córpac
San Isidro
Lima 27
PERU
Telefax: 00 51 -1- 224 2405

Schicken Sie eine Kopie Ihres Schreibens an:

Kanzlei der Botschaft der Republik Peru
S. E. Herrn
Oscar Alfredo Novoa Peña
Mohrenstraße 4244
10117 Berlin

Telefax: (030) 20 64 10 51
E-Mail: gabinete@embaperu.de

Aktion für Luis Mamami und Andrés Béjar Torreblanca

Peruanische Rundfunk-Journalisten erhalten Morddrohungen

Am Abend des 3. Juli klingelte bei Luis Mamami das Telefon. Als die Mutter des Radioreporters den Hörer abnahm, wurde der anonyme Anrufer ausfallend und drohte unverhohlen, Mamami solle vorsichtig sein. Danach legte er auf. Für Mamami, der für Regionalsender „Radio Sicuani“ arbeitet, gibt es einen Zusammenhang zu seinen kritischen Berichten über den Bürgermeister des Verwaltungsbezirks Canchis. Diesem ist Mamami schon lange ein Dorn im Auge. Im Februar dieses Jahres soll er den Journalisten persönlich beschimpft, bedroht und tätlich angegriffen haben. Übergriffe gegen Journalisten sind in dieser Region nicht un-

gewöhnlich. Am 15. Mai wurde in das Gebäude des Radiosenders „Constelación“ eingebrochen. Dabei entwendeten die Täter die technische Ausstattung, so dass weder Sendungen produziert noch ausgestrahlt werden konnten. Der Sender brachte den Diebstahl zur Anzeige. Wenig später kritisierte Andrés Béjar Torreblanca, einer der Inhaber der Station, den Einbruch öffentlich in einer Sendung eines anderen Lokalradios. Am darauffolgenden Tag fand Béjar eine schriftliche Morddrohung in seinem Haus vor. Das Schreiben enthielt auch das Foto einer Leiche. Die Drohungen sind bei der Polizei von Sicuani zur Anzeige gebracht worden.



Seitdem ist offenbar nichts weiter unternommen worden.

Was können Sie tun?

Schreiben Sie an den peruanischen Innenminister und fordern Sie Schutzmaßnahmen für die Journalisten Luis Mamami und Andrés Béjar Torreblanca sowie Garantien, dass sie ihrer Tätigkeit ungehindert nachgehen können.



Seminare/Tagungen

Journalismus aktuell

ABZV, Bonn. 7. Oktober: PR und Journalismus – Wieviel PR vertragen unsere Leser?
19./20. November in Schwerin: Journalistische Sorgfalt und Haltung.

Journalistische Themen

ABZV, Bonn. 20. bis 24. Oktober in Kronberg/Taunus: Kommunalrecht. 22./23. Oktober in Stuttgart: Kommunale Planung. 10./11. November: Lokale Sportberichterstattung. 17./18. November: Wirtschaft im Lokalen. 24./25. November in Blaubeuren: Gerichtsberichte in der Tageszeitung.

AFP, Hamburg. 6. bis 10. Oktober: Reportagewerkstatt für Nachwuchsjournalisten „Deutsch-türkisches Leben in Hamburg“ (zusammen mit der Körberstiftung). 13./14. November: Fakten, Daten, Nutzwert – Service für die Leser.

APB, Tutzing. 3. bis 7. November: Glaube, Kirche, Religionen – Neue Wege zu alten Themen/Journalistenseminar in Zusammenarbeit mit dem Institut für Journalistenausbildung und Kommunikationsforschung der Uni Passau. 10. bis 12. November in Passau: Probleme der EU-Erweiterung und der Verfassung für Europa/Journalistenseminar in Zusammenarbeit mit der EU-Kommission und dem Institut für Journalistenausbildung der Uni Passau.

28./29. November: Kleine Schritte gegen rechte Tritte? – Konzepte gegen Rechtsextremismus; in Zusammenarbeit mit der Petra Kelly Stiftung. 24. bis 26. November: Aktuelle Probleme der Verbraucherpolitik/Tagung mit dem Verbraucherservice Bayern.

GI, München. 17. bis 19. Oktober: Fachtagung Medien & Wissenschaft „Strategien der Annäherung – Darstellung des Fremden im Deutschen Fernsehen“ /für Filmemacher, Redakteure, Auslandskorrespondenten, Medien- und Kulturwissenschaftler.

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 neurechte Einflüsse auf studentische Verbindungen.

JHB, Hagen. 6. bis 8. Oktober: Kommunalhaushalt. 6. bis 8. Oktober: Themenwerkstatt Print. 3. bis 5. November: Architekturkritik. 20./21. November: Die Kinderseite.

JSR, Essen. 7. Oktober: Der neue Bürgermeister – Probleme und Chancen der Einheitsspitze. 20. November in Erfurt: Kirchenlatein – Geschichte, Strukturen, Personen der Kirchen in Thüringen. 24./25. November in Erfurt: Reform der Gemeindefinanzen.

KLARA, Berlin. 6./7. Oktober: Reise-Reportage. 9./10. Oktober: Überschrift und Bildtext. 30. Oktober bis 1. November: Redigieren.

MMD, Mainz. 4. November: Mainzer Medien Disput „Auf dem Boulevard der Öffentlichkeit – Was kostet uns die Meinungsfreiheit“.

Journalistische Formen

ABZV, Bonn. 15./16. Oktober in Stuttgart: Sportjournalismus. 29. bis 31. Oktober: Effektiv recherchieren. 4./5. November in Bonn: Überschriften kreativ.

20./21. November: Kommentar und Glosse. 26./27. November in Blaubeuren: Kreatives Schreiben.

AFP, Hamburg. 17. Oktober: Die Kunst der kleinen Texte – Schlagzeile, Vorspann, Bildunterschrift. 20. bis 22. Oktober: Texte in Fachzeitschriften. 10./11. November: Kreatives Schreiben.

EMA, Berlin. 10. bis 12. Oktober: Der Nachruf. 27./28. November: Professionelle Blattkritik.

FES, Bonn. 27. bis 30. Oktober in Würzburg: Journalistisches Schreiben für Anfänger.

FFFZ, Düsseldorf. 14./15. November: Kreatives Schreiben – Über die Lust am Formulieren und die Feinarbeit des Handwerklichen.

ifp, München. 17. bis 19. Oktober in Ludwigshafen: Kurzseminar Glosse

JA, München. 27./28. Oktober: Das Interview – Planung, Fragetechnik, Bearbeitung.

JHB, Hagen. 27. bis 31. Oktober: Wirtschafts-Journalismus. 17. bis 19. November: Spannend schreiben. 24. bis 27. November: Kommentar und Glosse.

JSR, Essen. 23. bis 24. Oktober in Erfurt: Kommentar im Lokalteil. 19./20. November: Das Alltagsporträt. 26. bis 28. November in Erfurt: Interview-Training.

MH, Hamburg. 17. bis 19. Oktober: Feature. 20. bis 24. Oktober: Einführung in den Zeitungsjournalismus.

3. bis 5. November: Nachrichten kurz, knapp, kompakt. 7. bis 9. November: Das Porträt. 14. bis 16. November: Die Reportage. 21. bis 23. November: Einführung in den Reisejournalismus. 28. bis 30. November: Aufbaukurs Reisejournalismus.

Journalismus online

AFP, Hamburg. 31. Oktober: Online-Journalismus. 30. Oktober: Workshop Computer Assisted Reporting (CAR). Recherche-Seminar in Zusammenarbeit mit dem Danish Institute für Computer Assisted Reporting.

dju/JA, München. 11. November in Nürnberg: Online-Recherche für Journalisten und Pressereferenten.

DHA, Dortmund. MultiMedia-Angebot, das mit den Teilnehmern individuell terminiert wird: 2 Tage: Konzeption fürs Netz. 1 Tag: Nutzerfreundliches Webdesign. 2 Tage: (Radio-)Darstellungsformen im Netz. 2 Tage: Webgrafik – Von GIFs, JPEGs und PNGs. 1 Tag: HTML-Grundlagen. 1 Tag: HTML-Aufbautraining.

FAZ, Frankfurt. 27./28. Oktober: Schreiben und Gestalten im Netz – Marken, Dienstleistungen, Werbung. 23. Oktober: PR online.

HALESMA, Halle. 17. bis 19. Oktober und 24./25. Oktober: Online-Journalismus im Tagesgeschäft.

JA, München. 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. 10. bis 12. November: Storyboarding und Hyperlink-Dramaturgie.

JHB, Hagen. 10. bis 14. November: Aufbau-seminar Online-Journalismus.

MAK, Köln. 9. Oktober: Digitalisierte Werke und Recht. 14. Oktober: Online-Recherche. 15. bis 17. Oktober: Online-Konzeption.

WOMAN, Frankfurt. 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. 13. November: Mit Teasern zum Lesen verführen – Online-Medien II. 25./26. November: Professionelle Recherche im Internet.

Fotografie

ifp, München. 5. bis 7. November in Augsburg: Bildbearbeitung mit Photoshop/für ifp und kma-Absolventen und Redakteure der katholischen Presse.

NA, Hamburg. 20./21. Oktober: Digitale Fotografie – Professionelle Bilder leichtgemacht/Bilder für die interne und externe Unternehmenskommunikation.

Hörfunk

AFP, Hamburg. 6./7. November: Texten fürs Radio.

dju/JA, München. 25. November: Rhetorik/Atem- und Sprechtechnik.

DHA, Dortmund. 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. 9./10. Oktober: Seminare leiten I – Das Grundlagen-Training. 11./12. Oktober: Stimmperformance für Profis – 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. 3./4. November: Coaching II – Feintuning Personality/für Moderatoren mit mehrjähriger Erfahrung. 3. November bis 28. November: 4 Wochen Online-Workshop „Kreatives Schreiben/mit zwei Präsenztagen zu Beginn und am Ende in Dortmund und Feedback zu den Online-Übungen per E-Mail. Zwei Spezialangebote von Frauen für Frauen: 5./6. November: Frauen sprechen anders gut – Stimm-Training für Frauen. 17./18. November: Es darf auch mal weh tun – Moderationstraining für Frauen. 24. bis 26. November: Crash-Kurs Moderation für Anfänger I. 26. November: Die 101 erfolgreichsten Killerpromotions. 27. bis 28. November: Crash-Kurs Moderation für Anfänger II.

EMA, Berlin. 22. bis 24. Oktober: Digitaler Audioschnitt.

FFFZ, Düsseldorf. 10./11. Oktober: Texten für Hörfunk und Fernsehen. 12./13. Oktober: Moderation für Hörfunk und Fernsehen. 6. November: After-Work-Training – Thema: Die Säkularisierung der Sprache. 7./8. November: Hörfunk-Moderation für Fortgeschrittene. 21./22. November: Sprechen vor dem Mikrofon.

ifp, München. 27. bis 29. Oktober in Ludwigsburg: Sprechtraining. 16. bis 19. November: Das Interview in Hörfunk und Fernsehen.

JA, München. 6./7. November: Radio-Beiträge digital und einfach produzieren.

MH, Hamburg. 10. Oktober: Moderationstraining.

NPR, Berlin. 23. und 30. Oktober sowie 6. 13. und 20. November abends: Praxisseminar Hörfunk/Produktion einer Magazinsendung. 4. November abends: Nachrichten. 10. 12. und 17. November abends: Audioschnitt. 18. 19. und 24. November abends:

Seminare/Tagungen

Sprechen und Moderieren. 25./26. November und 5./9./16. Dezember abends: Produktion einer Magazinsendung.

Volontäre

JSR, Essen. 13./14. Oktober: Interview-Training. 3. bis 7. November: Politikberichterstattung.

Selbst- und Medienmanagement

ABZV, Bonn. 9./10. Oktober: Kommunikationstraining für Journalisten. 20. bis 22. Oktober in Leipzig: Optimal zusammenarbeiten.

AFP, Hamburg. 3. bis 5. November: Redaktionelles Management.

Connex, Frankfurt. 18./19. Oktober: Was Freie für ihren Beruf wissen müssen.

COP, Köln. 17./18. Oktober: Erfolg durch mentale Navigation – Coaching in Kommunikation, Selfmanagement und -marketing für Kommunikations- und Medienschaffende. 20./21. Oktober: Orientierung schaffen für neue Perspektiven – Coaching mit Dream Guidance/für Frauen in Veränderung. 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. 4. bis 6. November und 10. bis 12. November: Intensiv-Coaching für einzelne erwerbslose Kommunikations- und Medienschaffende/Förderung durch das Arbeitsamt im Einzelfall möglich.

dju/JA, München. 25. Oktober: Zeitmanagement.

DHA, Dortmund. 20. November: Recht speziell/Haftungsrisiken erkennen und verringern/für Chefredakteure im Lokalfunk. 12. bis 13. November: Redaktionsmanagement.

EMA, Berlin. 19. bis 21. November: Sprechtraining für Fortgeschrittene.

FAZ, Frankfurt. 27./28. Oktober bzw. 18./19. November in Offenbach: Crashkurs Rhetorik. 11./12. November: Dialektik für weibliche Führungskräfte. 14. November: Intensivseminar Zeitmanagement. 25./26. November in Wiesbaden: Aufbaukurs Rhetorik.

FFZ, Düsseldorf. 6./7. November: Präsentation mit PowerPoint – Konzept, Folien, Rhetorik. 21./22. November: Selbstmanagement – Wege zur erfolgreichen Selbststeuerung.

JA, München. 25./26. Oktober Aufbau-seminar: Entwicklung und Leitung von Teams. 11. Oktober:

Einführung ins Konfliktmanagement. 18. Oktober: Zeit gestalten – Zeit gewinnen. 14. bis 16. November: Wo stehe ich, wo will ich hin? 22. bis 23. November: Berufliche Zusammenarbeit erfolgreich gestalten.

JSR, Essen. 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. 12. September: Marketing für Freie.

Film & TV

AFP, Hamburg. 27. bis 29. Oktober: Der Fernsehbeitrag.

DWH, Hamburg. 2. bis 4. Oktober: Exposé 3. 10. bis 12. Oktober: Erfolgsfilme. 7. bis 9. November: Drehbuch-Grundkurs. 28. bis 30. November: Drehbuch-Dialog.

FM, Münster. 24. bis 26. Oktober: Montage im Dokumentarfilm.

1. bis 9. November und 1. bis 6. Dezember: Masterschool Dokumentarfilm in mehreren Workshopmodulen mit dem Filmemacher und Produzenten Horst Herz (Info und Bewerbung unter www.filmsite.de oder www.masterschool-dokumentarfilm.de).

FFZ, Düsseldorf. 7. Oktober: Medientraining Fernsehen – TV-Interviews und Expertengespräche. 16. bis 19. Oktober: TV-Beiträge digital und effizient produzieren.

ifp, München. 20. bis 24. Oktober: Einführung in die Medienarbeit für Theologen, Kurs III Fernsehen. 19./20. November: Casting.

KLARA, Berlin. 28. bis 31. Oktober: Drehbuch schreiben I.

LAG SaAn, Burg. 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. 29. bis 31. Oktober: Seminarreihe „Serie“ Modul 3/ Einblicke ins Genre der Krimi-Serie (für Autoren und Dramaturgen). 5. bis 7. November: Drehbuchanalyse und Stoffentwicklung.

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).

Film- & TV-Technik

BET, Hamburg. 3. bis 6. November in Köln: Videotechnik Operating. 7. bis 9. November in Köln: Videotechnik Spezial. 17. bis 19. November: Digitale Kameracorder. 21. bis 23. November: Available Light.

FM, Münster. 25./26. Oktober: Montage im Dokumentarfilm. 7. bis 9. November: Kamera I. 13. bis 16. November: Kamera II.

Film & TV-Management

BET, Hamburg. 21. Oktober: Leitungen und Satelliten. 28. Oktober: EB-Team Dispo.

FM, Münster. 11. Oktober: Finanzierung von Film- und Fernsehproduktionen. 17. bis 19. Oktober: Produktionsleitung. 31. Oktober bis 2. November: Regieassistenz.

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).

MSD, Berlin. 12. bis 14. November: Seminarreihe Serie – Programmbedarf, Zuschauererwartungen und Marktfähigkeit/für Produzenten und Producer 5. bis 7. November: Seminarreihe Produktionsmanagement – Training der dramaturgischen Kompetenz.

MultiMedia

FM, Münster. Digitale Sommerakademie II für Fortgeschrittenen: 6. bis 10. Oktober: DVD Authoring mit DVD Studio Pro.

Public Relations

AFP, Hamburg. 9. bis 11. Oktober: Die PR-Kampagne. 13./14. Oktober: Die Mitarbeiterzeitschrift.

27. bis 29. November: PR und mehr – Netzwerke, Lobbying und Sponsoring.

AFW, Bad Harzburg. 20. bis 22. November in Berlin: Basics professioneller PR. Grundlagenseminar für PR-Einsteiger (mit Textübungen)

DHA, Dortmund. 27./28. November: Fernseh-Coaching für

Führungskräfte aller Branchen.

EMA, Berlin. 6./7. November: Qualität und Erfolg in der Öffentlichkeitsarbeit.

FAZ, Frankfurt. 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. 4. November: Rechtliche Grundlagen für Öffentlichkeitsarbeiter. 11. November: Mit professionellen Testen überzeugen. 11./12. November: Die Kundenzeitschrift. 12. bis 15. November in Heidelberg: Professionelle Medienarbeit. 18. November in Offenbach: PR-Erfolgskontrolle. 20. bis 23. November: Feature und Reportage für PR-Texter. 25./26. November in Bad Vilbel: Fernsehtraining. 27. November: Das Intranet.

FFZ, Düsseldorf. 7. Oktober: Im Fernsehen zu Gast – Training für Interview und Expertengespräch. 8. November: Von der Information zum Vertrauen. 14./15. November: Kreatives Schreiben. 28. November: Kreative Präsenz – Mit Stil in die Öffentlichkeit.

ifp, München. 19., bis 24. Oktober bzw. 26. bis 31. Oktober in Augsburg: Presse- und Öffentlichkeitsarbeit. 17. bis 20. November: Pressearbeit – Repetitorium.

JA, München. 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. 17. bis 19. November: Nachrichten schreiben/Die Pressemitteilung.

mbw, München. 9./10. Oktober bzw. 6./7. November: Medientraining-Praxisseminar/Rhetorik vor Kamera und Mikrofon.

MH, Hamburg. 28. Oktober bis 1. November: Presse- und Öffentlichkeitsarbeit. 18./19. November: Die Kunst, in der Zeitung aufzutauchen.

NA, Hamburg. 23./24. Oktober in Frankfurt/Main: 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. 6./7. November: Internet-Newsletter – Der schnellste

Seminare

Weg zu Ihren Kunden. 10./11. November in Berlin: Die erfolgreiche Präsentation. 24. November in Hamburg: Die digitale Pressemappe/Presse-CD.

NPR, Berlin. 4. Oktober bzw. 22. Oktober: Einführung in die Medienarbeit. 14. und 16. Oktober abends: PR im Radio.

P1, München. 7. bis 9. Oktober: Textakademie. 29. Oktober in Köln. Pressearbeit für Hightech-Unternehmen.

Bildungsurlaub/ Mitbestimmung

DGB NRW, Düsseldorf. 6. bis 10. Oktober in Aachen: Grenzgänge – 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 – 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. 5. bis 10. Oktober: Den Sozialismus im Lauf hält weder Ochs noch Esel auf: Geschichte, Scheitern und Verklärung der DDR. 5. bis 10. Oktober: Gottesstaat statt Menschenrechte: Konfliktlinien zwischen islamischem Fundamentalismus und westlicher Demokratie.

Etcetera

ADB, München. 14. November: Die Auswertung von Musik in weltweiten Datennetzen – Rechtliche und wirtschaftliche Rahmenbedingungen. 20./21. November: „Leinwandgeschichten – Das wirtschaftliche Potenzial von Literaturverfilmungen/für Entscheider im Bereich Film- und Fernsehproduktion, Literatur- und Filmagenten, Autoren, Lektoren, Mitarbeiter der Lizenzabteilungen von Verlagen.

GMK, Bielefeld. 21. bis 23. November in Babelsberg: 20. GMK-Forum Kommunikationskultur „Künstlerische Impulse für die Medienpädagogik – Media Arts meets Media Education.

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.

ADB: Akademie des Deutschen Buchhandels GbR, Literaturhaus München, Salvatorplatz 1, 80333 München, Telefon 089/29 19 53-0, Telefax 089/29 19 53-69, Internet www.buchakademie.de. E-Mail info@buchakademie.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.

AFW: Wirtschaftsakademie Bad Harzburg GmbH, Eberhard B. Freise, An den Weiden 15, 38667 Bad Harzburg, Telefon 05322/90 20-0, Telefax 05322/90 20-40, Internet www.afwbadharzburg.de, E-Mail bildung@afwbadharzburg.de.

APB: Akademie für politische Bildung, Buchensee 1, 82327 Tutzing, Telefon 08158/256-0, Telefax 08158/256-14 und -51, Internet www.apb-tutzing.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>.

connexx: connexx.av, Die Vertretung für Medienschaffende in privatem Rundfunk, Film, AV-Produktion und Internet, ver.di, Wille Bartz, Rhonestraße 2, 60528 Frankfurt/Main, Telefon 069/66 30 06 41, Telefax 069/66 30 06 59, Internet: www.connexx-av.de, E-Mail wille.batz@connexx-av.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.

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, Internet www.DGB-Bildungswerk-NRW.de.

DHA: Deutsche Hörfunk Akademie, Nollendorferplatz 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, Telefax 040/39 34 79, Internet www.drehbuchwerkstatt-hamburg.de.

EMA: Evangelische Medienakademie/Journalistenschule, Jebensstraße 3, 10623 Berlin, Telefon 030/31 001-417, Telefax 030/21001-440, Internet www.evangelische-medienakademie.de, E-Mail izimmer@ev-medienakademie.de.

FAZ: F.A.Z.-Institut für Management-, Markt- und Medieninformationen, Mainzer Landstraße 195, 60326 Frankfurt/Main, 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, Gartenstraße 123, 48147 Münster, Telefon 0251/230 36 21, Telefax 0251/230 36 09, E-Mail film@muenster.de, Internet www.filmwerkstatt-muenster.de bzw. www.masterschool-dokumentarfilm.de.

GI: Goethe Institut, Dachauer Straße 122, 80637 München, Telefon 089/15 921-370, E-Mail goethe-forum@goethe.de, Internet www.goethe.de

GMK: Gesellschaft für Medienpädagogik und Kommunikationskultur, Körnerstraße 3, 33602 Bielefeld, Telefon 0521/677 88, Telefax 0521/677 27, Internet www.gmk-net.de, E-Mail pr@medienpaed.de.

HALESMA: Hallesche Europäische Journalistenschule für Multimediale Autor-schaft/Alfred Neven DuMont, Rudolf-Breitscheid-Straße 10, 06110 Halle/Saale, Telefon 0345/552 36 28, Telefax 0345/552 70 58, E-Mail kleinwaechter@medienkomm.uni-halle.de, Internet www.medienkomm.uni-halle.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, E-Mail info@ifp-kma.de.

IM NRW: Innenministerium NRW, Abteilung Verfassungsschutz, Postfach 103013, 40021 Düsseldorf,

www.im.nrw.de/sch/142.htm#, E-Mail tagung@im.nrw.de.

JA und dju/JA: Journalistenakademie Dr. Hooffacker & Partner/teils in Zusammenarbeit mit der Deutschen Journalisten Union/ver.di, Postfach 19 04 18, 80604 München, Telefon 089/167 51 06, Telefax 089/13 14 06, Internet www.journalistenakademie.de.

JHB: Journalistenzentrum Haus Busch/Deutsches Institut für publizistische Bildungsarbeit, 58099 Hagen, Telefon 02331/365-6 00, Telefax 02331/365-6 99.

Internet: www.hausbusch.de, E-Mail hausbusch@hausbusch.de. Schriftliche Bewerbungen für Multimedia Publi-sihng: Multimedia Center, Universitätsstraße 11, 58097 Hagen, Telefon 02331/98 47 40, Internet www.mmc-hagen.de.

JSR: Journalistenschule Ruhr, Sche-dershofstraße 55-57, 45145 Essen, Telefon 0201/804-19 61 oder -19 62, Telefax 0201/804-19 63, E-Mail m.jentsch@journalisten-schule-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, Internet www.klaraberlin.de, E-Mail info@klaraberlin.de.

KMA: Katholische Medienakademie, Studio Ludwigshafen, Frankenthaler Straße 229, 67059 Ludwigshafen, Telefon 0621/591 72-0, Telefax 0621/168 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.

mbw: Medienberatung der Wirtschaft GmbH, Max-Joseph-Straße 5, 80333 München, Telefon 089/551 78-386, Telefax 089/551 78-380, E-Mail sonja_wagner.mbw@hbw.de.

MH: medienbüro Ev.-Luth. Kirchenkreisverband Hamburg, Schillerstraße 7, 22767 Hamburg, Telefon 040/30 623 180, Telefax 040/30 623 189 Internet www.medien-

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 Anzeigenpreislste:
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 (RFU) 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): www.verdi.de/m

Redaktionsschluss:
„M“ 10/2003: 14.08.2003
„M“ 11/2003: 15.09.2003
„M“ 12/2003: 15.10.2003
ISSN-Nr.: 09 46 – 11 32

Adressen ...

büro-hamburg.de, E-Mail
info@medienbüro-hamburg.de.
MSD: Master School Drehbuch
GmbH, Linienstraße 155, 10115
Berlin, Telefon 030/30 87 93 15,
Telefax 030/30 87 93 14, Internet
www.masterschool.de, E-Mail
info@masterschool.de.
MUK: Medien und Kulturarbeit e.V.,
Friedensallee 7, 22765 Hamburg,
Telefon 040/39 90 99 31, Telefax
040/390 95 00, Internet www.medienundkultur.hamburg.de,
E-Mail medienundkulturarbeit@t-online.de.
NA: news aktuell GmbH, media-
workshops, Mittelweg 144, 20148
Hamburg, Telefon 040/41 13 - 28
42, Telefax 040/41 13-28 76,
Internet www.newsaktuell.de,
E-Mail [mediaworkshop@newsak-
tuell.de](mailto:mediaworkshop@newsak-
tuell.de).

NPR: Non Profit Radio, Hörfunk-
schule 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, www.press1.de,
E-Mail info@press1.de.
WOMAN: Wom@nticker – Medien-
agentur für Frauen, Hohenstaufen-
straße 8, 60327 Frankfurt/Main,
Telefon 069/74 30 98 63, Telefax
069/74 30 98 64, E-Mail
info@womanticker.de,
Internet www.womanticker.net.

Journalismus

Rechercheise

„Jugend in Israel“

Der Jugendpresseclub e.V., Berufs-
vereinigung von jugendorientierten
Fachjournalisten, lädt interessierte
Kolleginnen und Kollegen zu seiner
diesjährigen Rechercheise „Jugend
in Israel“ vom 14.–20. November
2003 nach Haifa mit Programmp-
unkten in Jerusalem und Tel Aviv
ein.

Die Hoffnungen auf Frieden im Na-
hen Osten waren kurz und trüger-
isch. Es bleibt beim altbekannten
Muster von Gewalt und Gegenge-
walt in Israel und Palästina. Aber
wie sieht es in den Menschen aus,
die tagtäglich mit dieser Situation
leben müssen? Welche Perspektiven
haben junge Israelis, die in einem
Kriegsgebiet zum Militär müssen?
Haben Friedensinitiativen noch eine
Stimme?

Der Jugendpresseclub will auch in
diesem Jahr mit seinem Recherche-

Journalismus

angebot diesen und vielen anderen
Fragen auf den Grund gehen, Poli-
tiker und Jugendarbeiter treffen
und mit Jugendlichen selbst disku-
tieren. Auf dem Programm stehen
Besuche von Redaktionen und
Gespräche mit Journalisten.
Die Recherchereisen werden unter-
stützt durch das Bundesministerium
für Familie, Senioren, Frauen, und
Jugend. Der Reisekosten-Eigen-
anteil beträgt 375 Euro für JPC-
Mitglieder und 425 Euro für Nicht-
Mitglieder.
Anmeldeschluss: 15.10.2003.
Informationen: Jugendpresseclub
e.V. (JPC), Jörg Wild, Lennéstr. 42,
53113 Bonn, Tel: 0228 / 21 77 86,
Fax: 0228/21 39 84, Internet:
www.jugendpresseclub.de, E-Mail:
buer@jugendpresseclub.de

Medizin in den Medien

MÜNCHEN. Jüngere Journalistinnen
und Journalisten, die sich publi-
kumsnah mit medizinischen Themen
befassen, sind zur Teilnahme am
Förderpreis „Medizin in den Medien“
aufgerufen.
Der Preis ist mit 5.000 Euro dotiert.
Das Kollegium der Medizinjour-
nalisten verleiht ihn. Zugelassen
sind Beiträge aller Medien.
Einsendeschluss: 31. Dezember
2003. Altersgrenze der Teilnehmer:
40 Jahre.
Information: Kollegium der Medi-
zinjournalisten, Fürstenackerstraße
20, 81477 München,
Telefon: 089/780 90 50,
Telefax: 089/780 90 20,
Internet [www.kollegium-der-me-
dizinjournalisten.de](http://www.kollegium-der-me-
dizinjournalisten.de).

Europäischer Journalistenpreis

STUTTGART. Dieser Preis soll der
Bedeutung medizinjournalistischer
Berichterstattung über die Grenzen
Deutschlands hinaus Rechnung
tragen. Vorerst sollen Arbeiten aus
dem deutschsprachigen Raum in
die Bewertung einbezogen werden.
Die Zielsetzung ist jedoch, in naher
Zukunft alle europäischen Länder
und Sprachen zu berücksichtigen.
Ausgezeichnet wird eine heraus-
ragende medizinjournalistische
Veröffentlichung/Sendung eines
Jahres. Bewerbungen und Vor-
schläge können durch die Autoren
(mit Sitz in Deutschland oder dem
deutschsprachigen Ausland), die
verantwortliche Redaktion oder ein
Mitglied des VDMJ erfolgen.
Der von der Bayer AG gestiftete
Preis ist mit 7.500 Euro dotiert und
kann geteilt werden. Einreichungs-
schluss: 31. Dezember 2003.
Die Bewerbungsunterlagen für das
Jahr 2003 können ab 1. September
angefordert bei der Geschäftsstelle

des Verbands Deutscher Medizin-
journalisten, Chemnitzer Str. 21,
70597 Stuttgart,
Telefon 0711/ 72 07 12 – 10,
E-Mail: [presse@journalistenverei-
nigung.de](mailto:presse@journalistenverei-
nigung.de), Internet [www.journalis-
tenvereinigung.de](http://www.journalis-
tenvereinigung.de).

„Ostenergie“

POTSDAM. Die aktive Gestaltungs-
kraft der Menschen in Ostdeutsch-
land ist Thema des dritten Journa-
listenpreises des Energieunterneh-
mens Vattenfall Europe Mining &
Generation. Das Motto: „Ostener-
gie“. Gesucht werden Beiträge
über das Leben im Osten, über
Bereiche, bei denen der Osten die
Nase vorn hat.
Der Preis ist mit 7000 Euro dotiert.
Teilnehmen können Journalisten
bis zum 35. Lebensjahr aus den
Bereichen Print und Online. Ein-
sendeschluss: 30. Oktober 2003.
Teilnahmebedingungen im Internet:
www.vattenfall/journalistenpreis.

Fachtagung für Medien und Wissenschaft

MÜNCHEN. Das Goethe-Institut
München lädt am 17./18./19.
Oktober 2003 ein zu einer Fach-
tagung für Medien und Wissen-
schaft „Strategien der Annäherung
– Darstellungen des Fremden im
Deutschen Fernsehen“. Die Veran-
staltung bietet ein gemeinsames
Forum für Filmemacher, Redakteure,
Auslandskorrespondenten, Medien-
und Kulturwissenschaftler, die in
ihrem Arbeitsalltag aus aller Welt
berichten, sich mit interkulturellen
Fragen beschäftigen und Fremdes
der deutschen Öffentlichkeit näher
bringen. Vorträge, praktische Bei-
spiele und Diskussionen über Formen
und Formate, Vorder- und Hinter-
gründiges, Attitüden und Ethik der
Darstellung des so genannten
Anderen füllen das dreitägige Pro-
gramm. Wie sieht der Alltag in einer
aus unserer Sicht ‚exotisch‘ anmu-
tenden Region aus? Was passiert
in Krisenregionen, nachdem sie
nicht mehr im Fokus des internatio-
nalen Medieninteresses stehen?
Wie vertragen sich Qualität und
Quote? Was kann das Fernsehen
als ‚Fenster zur Welt‘ überhaupt
leisten? Diese Suche nach ‚Strategi-
en der Annäherung‘ will Reibungs-
punkte ausloten, neue Perspektiven
eröffnen und Grundsteine künftiger
Zusammenarbeit legen.
Anmeldeschluss: 30. September.
Die Teilnahmegebühr (inkl. Verpfle-
gung) von 100,- € bzw. 75,- €
(ermäßigt) bitte auf folgendes Konto
überweisen: Projektkonto ag.dok;
Kto: 87 16 55 02; BLZ: 701 500 00;
Stadtsparkasse München. Im Ver-

Journalismus

wendungszweck den vollen Namen des Teilnehmers angeben! Den Überweisungsbeleg bitte mitbringen. Registrierung am 17.10.03 ab 12.00 Uhr im Forum des Goethe-Instituts, Dachauer Str. 122, 80637 München.
Kontakt: Andrea Engl,
Tel.: +49 (0)89 159 21 253,
Fax: +49 (0)89 159 21 148,
E-Mail: engl@goethe.de;
www.goethe.de/ins/gf/deindex.htm

Varia

Massenmedien, Migration und Integration

KÖLN. Migrationsberichterstattung als Herausforderung für Journalismus und politische Bildung ist das Thema einer Tagung am 8. November 2003 von 10 bis 17.30 Uhr in der Caritas, Internationaler Sozialdienst, Stolzestr. 1a, 50674 Köln. Veranstalter ist die Forschungsstelle für interkulturelle Studien (FiSt) an der Universität zu Köln in Zusammenarbeit mit der Thomas-Morus-Akademie Bensberg. Vortragsthemen sind unter anderem: „Medien, Migrant(inn)en und multikulturelle Gesellschaft – ein schwieriges Verhältnis“ (Referent: Dr. Gualtiero Zambonini, WDR-Beauftragter für Integration und Vielfalt); „Die mediale Migrationsberichterstattung als Herausforderung für die politische Bildung“ (Referent: Prof. Dr. Christoph Butterwegge, Forschungsstelle für interkulturelle Studien an der Universität zu Köln) und „Wie die Medien und Medienmacher/innen dem Thema „Zuwanderung“ (besser) gerecht werden können (Referent: Günter Piening, Ausländerbeauftragter des Berliner Senats). Außerdem wird es eine Reihe von Diskussionsforen geben. Anmeldungen (spätestens bis zum 24. Oktober 2003) und weitere Informationen unter: Thomas-Morus-Akademie Bensberg, Overather Straße 51–53, 51429 Bergisch Gladbach, Telefon 02204/40 84 72, Telefax 02204/40 84 20, akademie@tma-bensberg.de

auch selbst schicken:
Fax 030 / 69 56 36 76

Multimedia

discover diversity

MARL. Die Initiative „Netd@ys – Neue Medien in Bildung und Kultur“ sucht Projekte, die grenzüberschreitende Erfahrungen beschreiben in Form von Bildern, Texten, Film- und Tonbeiträgen, umgesetzt als Website.

Unter dem Motto „discover diversity“ interessieren Unterschiede zwischen Nationen genauso wie Subkulturen im eigenen Land, Andersartigkeit von Lebensstilen, Verschiedenartigkeit zwischen den Generationen oder die Vielfalt der Mode- und Musikrichtungen. Noch bis zum 24. Oktober 2003 können entsprechende Beiträge angemeldet werden, und zwar unter: www.netdays.de.

Teilnehmen können Jugendliche ebenso wie Senioren oder Medienprofis. Gemeinsamer Termin aller europäischen Netd@ys-Aktivitäten ist die Präsentationswoche vom 17. bis 23. November 2003. Netd@ys wird durchgeführt im Auftrag von Schulen ans Netz e.V.. Kontakt: Europäisches Zentrum für Medienkompetenz GmbH, Bergstraße 8, 45770 Marl, Telefon 02365 / 94 04-0.

Film/TV/Video

Cuts zum MedienDisput

MAINZ / HARDERT. Einen Kurzfilmwettbewerb für Beiträge von bis zu fünf Minuten Länge schreibt die Projektgruppe des Mainzer Medien-Disputs aus.

Das Motto der diesjährigen Tagung am 4. November ist auch gleichzeitig das Thema des Film-Wettbewerbs: „Auf dem Boulevard der Öffentlichkeit – Was kostet uns die Meinungsfreiheit“. Das Preisgeld beträgt 1000 Euro.

Gesucht werden Short cuts – deep thoughts jedweder Gestaltung. Das Thema: Die Sogkraft des Boulevards als journalistische Leitwahrung, Tendenzen des Politainment oder die neue Unterhaltungswelt von Bohlen-Becker-Effenberg, kariert oder collagiert. Wie bedroht ist die demokratische Öffentlichkeit wenn die Suche nach dem Superstars wichtiger wird als die Zukunft von Gesundheit und Sozialversicherung?

Einsendeschluss ist der 17. Oktober 2003 bei: MGS Marketing GmbH, Haus Forst, Mittelstraße 5, 56579 Hardert/Rengsdorf, Telefon 02634/96 88-12
www.MainzerMedienDisput.de.

Leute

Nicole Agudo y Berbel, Justiziarin des Verbands privater Rundfunk und Telekommunikation (VPRT), wird stellvertretende Geschäftsführerin des Verbands.

Nikolaus Albrecht, bisher stellvertretender Chefredakteur von „Glamour“, folgte in der gleichen Position bei „Vogue“ (ebenfalls Condé Nast) auf **Christiane Arp,** die Chefredakteurin des Blatts wurde. Neue stellvertretende Chefredakteure von „Glamour“ sind die Textchefin **Carla Mühlens,** der bisherige Leiter der Kulturredaktion **Eckhard Vollmar** und Art Director **Werner Mink.**

Ernst Bauer gibt sein Amt als Chefredakteur von „ACE Lenkrad“ (ACE Verlag) ab, bleibt aber Redaktionsmitglied.

Gabi Bauer schließt mit ihrer Talkshow die Lücke, die **Michel Friedman** bei der ARD hinterlassen hat.

Christian Bauschke, zuletzt zuständig für die Medienseite der

„Welt am Sonntag“, wurde Textchef des Blatts.

Wolf-Christian Bergmann, Sohn des Verlegers **Aribert Bergmann,** wurde Geschäftsführer der „Landeszeitung für die Lüneburger Heide“.

Uwe Birnstein, bislang als freier Journalist in den Bereichen Kirche und Religion tätig, wurde Chef vom Dienst in der Redaktion der ARD-Talkshow „Fliege“.

Christine Brand, zuletzt Programmleiterin bei Fox Kids, wurde Programmchefin des Spielfilmsenders MGM (München).

Peter Burghold, Chefredakteur der „Nordelbischen Kirchenzeitung“, wurde „aus betrieblichen Gründen“ gekündigt. Dagegen protestierten 18 Kollegen von anderen evangelischen Wochenzeitungen in einem offenen Brief an die Bischöfe der Nordelbischen Kirche.

Robert Danch, zuletzt mit der Abwicklung der Kreativen Medieninno-

Anzeige

Leute

vations GmbH befasst, verließ das Haus M. DuMont Schauberg (Köln).

Ulrike Droll, Chefredakteurin von „Cosmopolitan“, übernahm zusätzlich die Chefredaktion von „Shape“ (beide Marquard Medien, München) von **Benita Cantieni**.

Georg Gafron, ehemaliger Chefredakteur von „B.Z.“ und „B.Z. am Sonntag“, wurde zum Geschäftsführer und Chefredakteur des neu gegründeten Axel Springer Medien Service (Berlin) berufen.

Patrick Ganz, bisher Projektleiter für diverse Zeitschriftenentwicklungen der Burda Media (Offenburg), wurde stellvertretender Chefredakteur der „Hörzu“.

Alex Gernandt löste als Chefredakteur von „Bravo“ (Verlagsgruppe Bauer) **Uli Weissbrod** ab.

Der Medienwissenschaftler Dr. **Detlef Gwosc** (ehemals HFF Potsdam), der ARD-Journalist **Raimund Stündel** und der Medieninformatiker Dr. **Bernd Mäder** (zuvor DEKRA Akademie) wurden zu Vorständen der neu gegründeten medienakademie AG Hamburg-Rostock-Rügen berufen.

als Reisejournalist für den ARD-Hörfunk und deutsche Pressepublikationen tätig ist.

Alrun Jappe schied als Redaktionsleiterin von „Haus & Wohnung“ aus, um sich selbständig zu machen. **Katrin Jurkuhn** (26) ist seit dem 1. September neue Pressesprecherin des Adolf Grimme Institutes. Die studierte Publizistin und Germanistin tritt die Nachfolge von **Beate Corbach** an.

Matthias Kalle, zuletzt Redakteur in der Entwicklungsredaktion von „Neon“ (Ableger des „Stern“), löst als Chefredakteur des Berliner Stadtmagazins „Zitty“ (Verlagsgruppe Georg von Holtzbrinck) **Hans-Joachim Neumann** ab, der eine andere leitende Position übernehmen wird.

Johannes B. Kerner (ZDF) ist laut einer Umfrage von „TV TODAY“ der beste Fußball-Modemodator, gefolgt von **Reinhold Beckmann** (ARD), **Jörg Wontorra**, **Wolf-Dieter Poschmann** und **Gerhard Delling**.

Alexander Kind, zuletzt stellvertretender Programmdirektor beim Berliner Rundfunk 91!4, verlässt den Sender.

auf **Brigitta Nickelsen**, die Leiterin des Standortprojekts in der Intendanz von Radio Bremen wurde.

Stefan Niggemeier, bislang Medienredakteur der „FAS“, scheidet Ende September aus.

Eva Orbanz, Leiterin der Filmabteilung des Berliner Filmmuseums, wurde zur Präsidentin der Internationalen Vereinigung der Filmarchive gewählt.

Ines Plog, Geschäftsführerin der NDR Media, wurde Aufsichtsratsvorsitzende der HMS Hamburg Media School GmbH. Ihr Stellvertreter ist **Jürgen Lühje**, Präsident der Hamburger Universität. Die Medienwirtschaft wird in dem Gremium vertreten durch **Andreas Fritzenkötter**, Leiter des Geschäftsbereichs Kommunikation und Presse der Verlagsgruppe Bauer, **Robin Houcken**, Direktor Portfoliomanagement Buch und Multimedia beim ASV, und **Ulrich Lenze**, Geschäftsführer der Cinecentrum Deutsche Gesellschaft für Film & Fernsehproduktion.

Kathinka von Pupka, Referentin der Verlagsleitung von „TV Spielfilm“, wird überdies Objektleiterin von „Cinema“ (Verlagsgruppe Milchstraße).

Mario Rosendahl, bisher Programmdirektor von Radio Energy Stuttgart, scheidet aus.

Ute Schaeffer, Chefin vom Dienst der Mittel-/Osteuropa-Programme der Deutschen Welle, wurde Leiterin des Ukrainischen Radioprogramms der DW.

Albrecht Schmitt-Fleckenstein löste als Sportchef von SAT.1 **Michael Lion** ab.

Ludwig Siegele, zuletzt Technologie-Korrespondent für „The Economist“ in den USA, löste als Politik-Korrespondent des Nachrichten- und Wirtschaftsmagazins in Berlin **Diana Geddes** ab, die in London die Leitung des Ressorts Politik übernahm.

David Shirreff, bislang Kapitalmarkt-Redakteur in London, folgte als Wirtschafts- und Finanzkorrespondent in Frankfurt/Main auf **Patrick Lane**, der Leiter des Ressorts Wirtschaft und Finanzen in London wurde.

Bernd Stegmaier, bisher stellvertretender Chefredakteur beim G.O.L.F.-TIME Verlag, löste als Chefredakteur **Oskar Brunthaler** ab.

Caroline Vogel, bisher Producerin für Deko- und Modethemen für „Living & More“, wurde stellvertretende Chefredakteurin der alle zwei Monate erscheinenden Zeitschrift.

Rolf Westermann, bisher Chef vom Dienst der dpa in Mainz, löste als Leiter des dpa-Landesbüros in Leipzig **Michael Ludewig** ab, der die Leitung der Landesbüros Frankfurt/M. und Stuttgart übernahm.

Raimund Witkop, früher bei der „Welt am Sonntag“ und „FAZ“ tätig, wurde Textchef von „Tomorrow“ (Verlagsgruppe Milchstraße).

ZDF-Auslandskorrespondenten: **Alexander Freiherr von Sobek-Skal**, der bisher aus Israel berichtete, löst als Leiter des Südwesteuropastudios in Paris **Harald Jung** ab, der in den Ruhestand geht. Nach Tel Aviv wechselt der bisherige Moskau-Korrespondent **Dietmar Schumann**. Im Studio in Rio de Janeiro folgt **Carsten Thureau**, bisher Reporter und Redakteur beim ZDF, auf **Frank Buchwald**. **Ruprecht Eser** folgt Ende des Jahres als Leiter des ZDF-Studios in London auf **Maria von Welser**.

Preise

Das Dritte Welt JournalistInnen Netz e.V. (Frankfurt/M.) initiierte einen Fotografie- und Karikaturwettbewerb zu dem entwicklungspolitischen Thema „Dialog der Kulturen: Kommunikation auf Augenhöhe?“. Fotografie – 1. Preis: der Fotograf **Jörg Boethling** (Hamburg); 2. Preis: der freiberufliche Fotojournalist **Friedrich Stark** (Aachen); 3. Preis: der freie Fotograf und Journalist **Alexander Mirsch** (Aachen). Karikatur – 1. Preis: die Cartoonistin **Maria Sauheitl** (München); 2. Preise: der Cartoonist und Pressezeichner **Walter Hollenstein** (Avenches/Schweiz) und der Cartoonist **Andreas Buser** (Bern).

56. Internationales Filmfestival Locarno – eine Auswahl der Preisträger. Goldener Leopard für den besten Spielfilm und Preis der Ökumenischen Jury: „Khamosh Pani“ („Stilles Wasser“) von **Sabiha Sumar** (Pakistan/Frankreich/Deutschland); Spezialpreis der Jury: „Maria“ von **Calin Netzer** (Rumänien/Frankreich/Deutschland);

Wie erscheint man/frau in der Rubrik Leute/Preise?

Durch **unsere** Auswertung von Pressediensten, Zeitungen, Mitteilungen der Institutionen, Redaktionen, Verbände usw. ...

oder – besser – durch **eigene kurze Mitteilung** an die Redaktion – gerne per Fax: Redaktion M – „Leute/Preise“, Fax 030/69 56 36 76

Martin Haferkorn, bisher schon für Radio/Tele FFH (Bad Vilbel) tätig, ist als Chef vom Dienst für den Aufbau der neuen Welle harmony.fm zuständig.

Michael Heun, zuletzt stellvertretender Chefredakteur der Programmzeitschriften „Fernsehwoche“ und „TV klar“, wurde stellvertretender Chefredakteur beim „Berliner Kurier“.

Tim Holborn, bisher Lokalredakteur bei den „Kieler Nachrichten“, löst als Leiter der Presse- und Öffentlichkeitsarbeit sowie Sprecher der Landeshauptstadt Kiel **Gerd Müller** ab.

Andreas Jacobsen, langjähriger Gehobener FS-Producer und Redakteur beim NDR, lebt nach seiner vorzeitigen Pensionierung in Finnland, von wo aus er gelegentlich

Ingrid Kölle, freie Korrespondentin für den ARD-Hörfunk und diverse Printmedien in San Francisco, wird künftig einen Teil des Jahres in Neuseeland verbringen und von dort auch berichten.

Sascha Matke, bisher Leiter des Frankfurter Wirtschaftsbüros der „Netzzeitung“, wurde geschäftsführender Redakteur beim „Technology Review“.

Dem Medienrat der Medienanstalt Berlin-Brandenburg gehören neu an: **Hansjürgen Rosenbauer**, Ex-Intendant des ORB, die Produzentin **Regina Ziegler** und **Carl Friedrich Wachs**, ehemaliger Leiter der Babelsberg-Studios.

Andreas Neumann, zuletzt Chef vom Dienst bei Radio Bremen Fernsehen, folgt als stellvertretender Abteilungsleiter Fernsehen Aktuell

Preise

Silberner Leopard für den zweitbesten Film: „Gori Vatra“ von **Pjer Zalica** (Bosnien-Herzegowina/Österreich); Silberner Leopard für das beste Erstlings- oder Zweitwerk: „Thirteen“ von **Catherine Hardwicke** (USA); beste Darstellerin: **Kirron Kher** („Khamosh Pani“), **Holly Hunter** („Thirteen“) und **Diana Dumbrava** („Maria“); bester Darsteller: **Serban Ionescu** („Maria“); Publikumspreis: „Das Wunder von Bern“ von **Sönke Wortmann** (Deutschland); FIPRESCI-Preis: „Dependencia Sexual“ von **Rodrigo Bellott-Bolivia** (USA); Ehrenleopard: Regisseur **Ken Loach** (Großbritannien). Im Videowettbewerb erhielt die Produktion „Erkennen und Verfolgen“ (3sat) von **Harun Farocki** (Deutschland) den Spezialpreis der Jury.

Der TV-Regisseur **Jürgen Roland** ist nicht nur Namensgeber, sondern auch erster Preisträger des vom Krimifestival „Tatort Eifel“ in Daun verliehenen „Rolands“, eines „Krimipreises für innovatives Filmschaffen“.

Karlheinz Röthemeier, Geschäftsführungs-Sprecher der Verlagsgruppe Rhein Main sowie Aufsichtsratsvorsitzender der dpa, wurde mit dem Bundesverdienstkreuz ausgezeichnet.

Dr. **Hermann Schueler** (Lübeck) wurde mit dem Felix-Fechenbach-Preis 2003 der gleichnamigen Stiftung (Detmold) ausgezeichnet, weil er entscheidend dazu beigetragen habe, Leben und Werk des von den Nationalsozialisten ermordeten jüdischen Journalisten F. Fechenbach wieder in Erinnerung zu rufen.

Die Verleiherpreise 2003 für besondere Leistungen bei der Verbreitung künstlerisch herausragender Filme gehen an Alamode Film, Salzgeber & Co. Medien GmbH und X Verleih AG (alle Berlin). Die vom Kulturstaaatsministerium vergebenen Verleiherpreise sind mit jeweils 100000 € prämiert.

Und wenn Sie selber schon Abonnent sind, dann empfehlen Sie bitte Ihren Mitlesern einfach ein ABO Ihrer Zeitschrift. Nur 36.- € für Informationen aus erster Hand, das ist doch sicher nicht ... Für Mitglieder der ver.di-Fachgruppe Journalismus (7) und Rundfunk/Film/Audiovisuelle Medien (8) ist die Bezugsgebühr bereits im Mitgliedsbeitrag enthalten. Mitglieder anderer Fachgruppen und Fachbereiche zahlen für das Jahresabonnement 18.- €.

Interessenten füllen den nachstehenden Coupon aus und senden ihn bitte an:

**Verlagsgesellschaft W. E. Weinmann mbH, Postfach 1207, D-70773 Filderstadt
FAX 07 11-7 001 53-10, E-Mail service@verlag-weinmann.com**

BESTELLCOUPON

Hiermit bestelle ich, beginnend mit Monat 2008 Exemplar(e) **M MENSCHEN - MACHEN - MEDIEN**. Der Abonnementpreis beträgt 36.- € jährlich. Ich bin ver.di-Mitglied (Mitglieds-Nr.). Für mich gilt daher der ermäßigte Bezugspreis von 18.- €. Die Zeitschrift erscheint monatlich (mit zwei Doppelausgaben). Sollte ich nicht bis zum 15. November des Bezugjahres schriftlich beim Verlag kündigen, läuft mein Abonnement weiter.

Name, Vorname _____
 Straße, Haus-Nr. _____
 PLZ, Ort _____
 Datum, Unterschrift _____

Rechtlicher Hinweis:
 Ich kann diese Bestellung binnen sieben Tagen widerrufen. Zur Wahrung der Frist genügt die rechtzeitige Absendung (Poststempel) an: Verlagsgesellschaft W. E. Weinmann mbH, Postfach 1207, D- 70773 Filderstadt.

Datum, Unterschrift (für Widerrufrecht) _____