E 2814

MENSCHEN MACHEN MEDIEN

Medienpolitische ver.di-Zeitschrift

Nr. 11 November 2003 Jahrgang 52

ver.di

MEDIENVIELFALT AUF HOHEM NIVEAU

KRISE UND GEIZ:

QUALITÄT IST GEIL!

JOURNALISTEN MIT VERLEGERN- UND RUNDFUNKMANAGERN IN EINEM BOOT

Wo der Kanzler irrt

Tarifrunde für Redakteure auch ein Kampf um die Tarifautonomie

Qualität Kompetenz Perspektiven | Manteltarif für Tageszeitungen

dju. ver.di

Die Tarifrunde für Redakteurinnen und Redakteure an Tageszeitungen beginnt im Herbst und es gehört wenig Phantasie dazu, sich vorzustellen, dass sie auch im Winter noch zu hitzigen Diskussionen in den Verlagen führen wird. Denn in diesem Jahr geht es um mehr als um Gehaltserhöhungen.

Die dju in ver.di hat eine bescheidene, aber bestimmte Forderung. Die Gehälter in Redaktionen sollen sich im Branchentrend erhöhen. So sind für die Druckkollegen und Verlagsangestellten Abschlüsse um 1,5 % zu verzeichnen gewesen. Mehr erwarten auch die Journalistinnen und Journalisten nicht, aber auch nicht weniger. Doch der dicke Brocken ist vom Verlegerverband BDZV zum Ende letzten Jahres hingeworfen worden. Der Manteltarifvertrag für die etwa 15.000 Tageszeitungsredakteure ist seitdem gekündigt. Veränderungen wollen die Verleger bei Arbeitszeiten, Urlaubsdauer und -geld sowie Gehaltsstruktur durchsetzen. Veränderungen bedeuten für die Tageszeitungsjournalisten dann Verschlechterungen. Und verschlechtert haben sich die Bedingungen, unter denen in den Redaktionen gearbeitet wird, im Verlauf der letzten Jahre bereits erheblich. Denn die schwache Werbeeinnahmen haben viele Verleger zu drastischen Einsparungen im Personal- und Honorarbereich veranlasst.

Lautstark Gehör verschafft – keine Demo mehr ohne Trillerpfeife

Foto: Christian v. Polentz / transit

Falsche Erwartungen

„Ich erwarte also, dass sich die Tarifvertragsparteien entlang dessen, was es bereits gibt – aber in weit größerem Umfang – auf betriebliche Bündnisse einigen, wie dies in vielen Branchen bereits der Fall ist. Geschieht dies nicht, wird der Gesetzgeber zu handeln haben.“ Dies fordert Gerhard Schröder am 14. März 2003 im Bundestag. Diese Drohung und die begleitenden Gesetzentwürfe von CDU und FDP werden auch in der zukünftigen Tarifpolitik zu spüren sein.

Unheilige Entwicklung

Was es bereits gibt: In der Chemieindustrie existieren Tarifregelungen, die sich der Kanzler als Vorbild wünscht. Dort können betrieblich je nach wirtschaftlicher Lage des Unternehmens sowohl Gehälter, Arbeitszeit als auch Weihnachts- und Urlaubsgeld variabel geregelt werden.

Doch umgesetzt in die Tariflandschaft der Verlage würde dies – besonders unter den Bedingungen des Tendenzschutzes – eine unheilige Entwicklung auslösen. Am Beispiel der WAZ-Gruppe, die ihre Redaktionen in eigenständigen Betrieben führt, die betriebswirtschaftlich nur Kosten erzeugen, aber Gewinne an anderer Stelle im Konzern bewirken, wird dies deutlich. Nach den Maßstäben eines betrieblichen Bündnisses würde dann in den Redaktionen über Gehaltsreduzierungen zu verhandeln sein, während die WAZ-Gruppe, mit einem soliden Finanzpolster ausgestattet, eine ehrgeizige europäische Expansionspolitik betreibt. Und diese Trennung der Verlagsbereiche ist anscheinend ein Modell, das vom Konzern Holtzbrinck auch in Berlin für den „Tagesspiegel“ propagiert wurde.

Qualität gefährdert

Denkt man ein solches Modell ein paar Jahre weiter, dann wird eine Einkommenskluft zwischen den Journalisten an den meisten regionalen und den wenigen überregionalen Tageszeitungen entstehen. Unter solchen Bedingungen ist die Vielfältigkeit und Qualität der deutschen Tagespresse gefährdet.

Der Kanzler irrt also, wenn er tarifpolitische Konzepte, die in der Chemieindustrie funktionieren mögen, auch allen anderen Wirtschaftsbereichen diktieren will. Denn die Tarifpolitik in den Verlagen ist eng gekoppelt an die Bedingungen und Besonderheiten von Pressefreiheit und die besondere Bedeutung von Medien in einer modernen Demokratie. Matthias von Fintel ■

Kein Silberstreif am Horizont

Tarifeinigung bei n-tv scheint in weiter Ferne

Die dritte Runde der Haustarifverhandlungen für die Beschäftigten von n-tv ist in Berlin ergebnislos unterbrochen worden. Die Geschäftsführung machte das „Angebot“, für die Jahre 2004 und 2005 die Einkommen der Mitarbeiter von jetzt 13,7 Monatsgehältern auf 12 Monatsgehälter zu verringern. Besserverdienende waren schon für das laufende Jahr zu freiwilligem Gehaltsverzicht aufgefordert worden. Der dann generelle Einkommensverzicht ab dem kommenden Jahr sollte zudem nur an die Versicherung des Managements gekoppelt werden, im Jahresdurchschnitt 2004 noch 70 Prozent der jetzt 240 Vollzeitstellen zu erhalten. Auch eine Standortgarantie für den Sender in Berlin wurde nicht gegeben.

Es regt sich Widerstand gegen Sanierungstaktik

Die ver.di-Verhandlungskommission forderte zumindest 100-prozentige Beschäftigungsgarantie und bemängelte, dass noch immer kein tragfähiges Sanierungskonzept für den Nachrichtensender vorgelegt worden sei. Die Arbeitgeberseite passte. Seit seiner Gründung vor elf Jahren schreibt n-tv regelmäßig Verluste. Bisher wurde immer Geld nachgeschossen. Der als harter Sanierer angekündigte jetzige Geschäftsführer Johannes Züll will die Personalkosten im laufenden Jahr um 15 bis 20 Prozent senken und ab 2004 schwarze Zahlen schreiben. Ansonsten könnten die Gesellschafter CNN und RTL-Group die Geduld verlieren und den Geldhahn abdrehen.

Auf einer Betriebsversammlung am 30. September informierte ver.di über den unbefriedigenden Stand der Tarifverhandlungen und die Hintergründe. Die einhellige Reaktion: ein weiterer Verzicht kommt nicht in Frage und mit weniger Personal droht dem Sender ein Ende auf Raten. neh ■

Titelthema: Medienvielfalt auf hohem Niveau

Krise und Geiz: Qualität ist geil!
Journalisten mit Verlegern und Rundfunkmanagern in einem Boot
Von Günter Herkel

Aktuell

2 **Wo der Kanzler irrt**
Tarifrunde für Redakteure auch ein Kampf um die Tarifautonomie
2 **Kein Silberstreif**
n-tv-Tarifeinigung scheint in weiter Ferne
24 **Unsittliches Angebot**
„Handelsblatt": Versuch von Honorardumping und Umsatzrabatten
24 **Keine Rezensions-CDs**
25 **Wunder gibt es immer wieder**
Verband kommunaler Unternehmen straft kritischen Journalisten ab
25 **connexx.av Arbeiten und Verdienen in den Neuen Medien**
25 **Rückzug: Reuters vernichtet Arbeitsplätze**
25 **FR in neuem Layout**

Buchrezension

13 **Aber denken sie mehr …**
Der gesamte Journalismus in einem neuen Hand- und Lehrbuch

Medienpolitik

7 **Am Geldhahn gezielt dosieren**
Presseförderung zugunsten kleiner Zeitungen ändern – Vielfalt erhalten
7 **Journalistentag 2003**
Perspektive Pressevielfalt „Vor den Journalisten sterben die Verleger" Anmeldeformular
8 **Subventionen für Pressevielfalt**
9 **Bürgerrecht – kein Gnadenakt**
Informationsfreiheitsgesetz längst überfällig – Deutschland Schlusslicht in Europa
10 **Griff in die Mottenkiste**
Wie anti-gewerkschaftliche Berichterstattung zur Meinungsmode wurde
12 **Wenn der Porsche mit der Rolex …**
Erwartung an steigende Werbegelder nach der Krise ein Trugschluss?
16 **Ein Freund, ein guter Freund**
Ein Intimus hilft Stefan von Holtzbrinck aus der Tagesspiegel-Bredouille – Kartellrecht im Visier
17 **Durchbruch bei elektronischen Pressespiegeln**

Freie

18 **Kontakthof Journalisten-Netzwerk**
Ein „Daten-Lagerfeuer" als Gravitationszentrum für die Pressefreiheit

Agenturen

19 **Urteil mit Signalwirkung**
Niederlage für DPA – Auslagerung als Betriebsübergang definiert

Verlage

20 **Drohender Gedächtnisverlust**
In den Archiven der Zeitungsverlage wird an der Kostenschraube gedreht

Presserat

21 **Dokument der Zeitgeschichte**
Foto mit abgetrenntem Kopf zulässig

Recht

22 **Hauptrolle im falschen Film**
Filmproduzent geriet zwischen die Mühlsteine des neuen Insolvenzrechts
22 **Lesen wem die Zeitung gehört**
22 **Urheber profitieren von verkauften DVD-Brennern**
22 **Internet und Intranet für Betriebsrat**
23 **Suchdienst Deep-Link auf Presseartikel zulässig**
23 **Panoramafreiheit nur für Fotos von der Straße aus**

Film

26 **Schema F in der Kritik**
Den Formatierungswahn bei Dokumentarfilmen subversiv unterwandern
27 **Notwendiger Renovierungsbedarf**
Verhandlungen über ein einheitliches Vertragswerk für alle kreativen Filmschaffenden
27 **Filmrezension: Lilya 4-ever**

Medien International

28 **Alarmierende Signale**
Nordirland: Mordermittlungen ins Stocken geraten, Täter vom Staat gedeckt?
28 **Rettung für Ruf der BBC**
28 **Gericht blockierte Konzentrationsregeln**
28 **Schlammschlacht um die „Krone"**
29 **Aktion für Mohsen Sazegara**
Iranischer Journalist nach Regierungskritik inhaftiert
30 **Mit Satire und spitzem Bleistift**
Algeriens Presse zwischen den Fronten im Kampf der Cliquen um die Macht

Rubriken

14 Briefe an M
31 Service/Seminare
34 Impressum
35 Leute/Preise

Anzeige

Foto: Stefanie Sudek / STOCK4B

Krise und Geiz: Qualität ist geil!

Journalisten mit Verlegern und Rundfunkmanagern in einem Boot

Von Günter Herkel

Medienkrise und kein Ende: Nach wie vor entlassen Verlage und Privatsender Mitarbeiter, regiert der Rotstift bei Honorarbudgets, herrscht Stellenstopp auch in öffentlich-rechtlichen Anstalten. Die von der Bundesregierung angepeilte Lockerung der Pressefusionskontrolle könnte in eine neue Konzentrationswelle münden. Eine Erholung des Werbemarktes ist nicht in Sicht. Gerade angesichts dieser Tendenzen erscheint eine Diskussion über Qualitätssicherung im Journalismus nötiger denn je. Denn die Krise bedroht die berufsethischen Grundlagen der Profession.

„Journalismus braucht gute Arbeitsbedingungen und soziale Sicherheit. Neben einer zeitgemäßen Infrastruktur ist der umfassende Zugang zu allen Informationsquellen zu gewährleisten. Tarifverträge müssen verbessert, die zusätzliche Altersversorgung gesichert werden (...) Diese Standards tragen zu Unabhängigkeit der Journalistinnen und Journalisten bei.“ Ein rührend anmutender Wunschzettel aus der Boom-Phase der Medienbranche, als Verlage und Sender in Rekordeinnahmen badeten und hinter derlei Anspruchsdenken eine realistische Hoffnung auf Einlösung steckte? Weit gefehlt. Es handelt sich um einen Auszug aus der „Charta zur Sicherung von Qualität im Journalismus“, verabschiedet von der Bundesfachgruppenkonferenz der Deutschen Journalistinnen- und Journalisten-Union (dju) Anfang März dieses Jahres in Halle.

Vision und Realität

Gemessen an der darin ausgebreiteten Vision sieht die Realität der Profession eher krude aus: Redaktionsetats werden zusammengestrichen, an die 10.000 Journalisten sind ohne Job. Das von den Mediengewerkschaften seit Jahr und Tag geforderte Informationsfreiheitsgesetz wird von der rot-grünen Bundesregierung nach wie vor verweigert. Tarifverträge werden nicht verbessert, sondern ausgehöhlt. Der Flächentarif ist in Gefahr. Tausenden von freien Journalisten droht die Altersarmut. Lauter Entwicklungen, die nicht gerade zur „Unabhängigkeit“ der Journalisten beitragen. Eine Umkehrung dieser Tendenzen ist vorerst nicht zu erwarten. Eher droht die Gefahr einer weiteren Verschärfung. Ein Katastrophenszenario? Mal sehen. „Der Wettbewerb zwischen Zeitungen und Verlagen ist eine zentrale Voraussetzung für den Erhalt der Meinungsvielfalt.“ Ein schöner und wahrer Satz, geäußert von Präsidenten des Bundesverbandes deutscher Zeitungsverleger (BDZV) Helmut Heinen zum Auftakt des letzten Verlegerkongresses Ende September in Berlin. Schade nur, dass Heinen sich von dieser Erkenntnis sofort wieder abwandte, als er im gleichen Atemzug die Abschaffung der pressespezifischen Fusionskontrolle forderte. Und damit beim „Medienkanzler“ Schröder durchaus Gehör fand. Die Großverleger wittern ihre historische Chance, die seit 1976 existierenden kartellrechtlichen Fesseln endlich abzustreifen, um in der Region zu expandieren. Sollte ihrem Drängen nachgegeben werden, prognostizieren Branchenexperten bereits eine neue Welle der Pressekonzentration. Dass einzelne Verlage gelegentlich auch das noch geltende Kartellrecht geschickt auszuhebeln verstehen, belegt die Farce um den Verkauf des „Tagesspiegel“ in Berlin (siehe Beitrag Seite 16/17). „Synergien nutzen“ – dieser sprachliche Euphemismus läuft in der Verlagsbranche mehr denn je auf massive Einsparungen, folglich auf Konzentration hinaus. Den Anfang machte Springer im

vergangenen Jahr, als er die Redaktionen von „Welt“ und „Berliner Morgenpost“ fusionierte. Die konkreten Folgen bemerken – abgesehen von den entlassenen Kollegen – nur die Leser beider Blätter: Doppelungen, Redundanz, auf jeden Fall Verminderung von Vielfalt. Der „Tabubruch“ hat inzwischen in bei den „Aachener Nachrichten“ und der „Aachener Volkszeitung“ Nachahmer gefunden. Ein Blatt wie der „Nordkurier“ in Neubrandenburg warf auf der einen Seite einen Teil der Redaktion heraus und versorgt sich andererseits lieber mit Lieferungen kompletter Seiten durch die Agentur ddp. Qualitätsverlust statt Vielfalt.

Quote, Quote, Quote

In den elektronischen Medien das nämliche Bild. Der Privatfunk dominiert vom Duopol zweier Senderfamilien, die ihre jeweiligen Stars gegenseitig in endlose Cross-Promotion-Schleifen schicken. ARD und ZDF zwar als nach wie vor wichtige Alternativen zum Kommerzfunk, aber mit zunehmender Tendenz zur Anpassung. „Die Quote“, so Norbert Schneider, der frühere Vorsitzende der Direktorenkonferenz der Landesmedienanstalten, unlängst auf einem Forum der „Initiative Qualität im Journalismus“ der Journalistengewerkschaften, „ist inzwischen für das gesamte duale System die einzig verbindliche Währung“. Die „Instrumentalisierung des Publikums“ als Quotenvieh nivelliere nicht nur Menschen und Sachen, sondern sei auch der „Aufbruch in die Deprofessionalisierung“. Denn in der „Abgabe von Sendekompetenz an die Empfängerkompetenz“ vollziehe sich ein „partieller Verzicht auf Berufsausübung“. Der Verweis auf den Willen des Zuschauer ist nach Auffassung Schneiders aber nichts anderes als ein „Mangel an öffentlich wahrgenommener …, also auch kritisierbarer Verantwortung“. In die gleiche Kerbe hieb der Vorsitzende des Verbandes der Schriftsteller und Drehbuchautor Fred Breinersdorfer auf der (seit Jahren) ersten medienpolitischen Konferenz des DGB am 30. September in Berlin, als er ein dramatisches Bild der Produktionsbedingungen im öffentlich-rechtlichen Fernsehen zeichnete. Die Programmmacher würden immer mehr von der Quotenfixierung der Programmverantwortlichen unter Druck gesetzt. Die Qualität von TV-Fiktionsprogrammen könne aber nicht ausschließlich über quantitative Aspekte definiert werden.
„Quote ist nicht automatisch Qualität“, sagte Breinersdorfer. Der öffentlich-rechtliche Programmauftrag schließe auch Innovation und Experimente ein. Das Risiko eines Scheitern von Experimenten werde aber wegen der Gefahr eines „Quotenknicks“ von den Verantwortlichen kaum noch in Kauf genommen. Die immer unverhohlenere Quotenjagd werde mit wohlklingenden Begriffen wie „zuschauerzentriertes Fernsehen“ beschönigt. Politische Zeitthemen wie Arbeitslosigkeit oder gewerkschaftliche Themen hätten kaum noch eine Chance. „Wenn die Quotenmessung einmal ausfallen sollte, wären die Redaktionen hilflos, da sie kaum mehr über echte Qualitätskriterien verfügen“, polemisierte Breinersdorfer. Auch wenn die Situation in Verlagen und Anstalten nur schwer vergleichbar ist: Der Trend zum Abbau journalistischer Standards ist in den meisten Medien unübersehbar.

Papier ist geduldig

Noch ein Blick in die eingangs zitierte dju-„Charta“: „Journalismus lebt von Unabhängigkeit.

Hunderte „freigesetzte“ Redakteure

Einer aktuellen Erhebung der dju in ver.di zufolge fielen seit 2001 bundesweit nahezu 2000 Stellen in Verlagen und Redaktionen weg, davon waren nahezu 420 Redakteure betroffen. Geht man vom angekündigten Stellenabbau aus, der nicht in jedem Einzelfall bestätigt wurde, dennoch weitgehend erfolgt ist, dann beträgt die Zahl der freigesetzten Redaktions- und Verlagsmitarbeiter und der ernsthaft bedrohten Arbeitsplätze sogar mehr als 4300, worunter circa 630 Redakteure fallen. In die Untersuchung, die keinerlei Anspruch auf Vollständigkeit erhebt, sind Informationen aus sieben Verlagen und Verlagsgruppen und von 55 Zeitungstiteln eingeflossen.

Anzeige

Foto: Rudi Meisel / Visum

Springer erlässt „Leitlinien zur Sicherung der journalistischen Unabhängigkeit“: Die Journalisten „entziehen sich inhaltlichen Einflussversuchen von Anzeigenkunden oder interessierter Seite und treffen keine Absprachen, die ihre journalistische Unabhängigkeit beeinträchtigen“, heißt es da unter anderem.

Der Kampf um den Markt und die Marktanteile darf weder die Grenzen von Information und Werbung verwischen noch durch Sponsoring oder Public Relations die journalistische Arbeit beeinträchtigen.“ Natürlich ist auch dieser kategorische Imperativ korrekt. Aber er erinnert ein wenig an das Grundgesetz: Die Menschenwürde ist unantastbar, heißt es darin. Und doch wird sie bekanntlich tagtäglich tausendfach verletzt.

König Anzeigenkunde

So verhält es sich auch mit den publizistischen Grundsätzen des Deutschen Presserates. Als Verlagsmanager, so bekannte unlängst WAZ-Geschäftsführer Bodo Hombach auf einem Forum der „Initiative Qualität im Journalismus“, habe er nicht zur definieren, was Qualitätsjournalismus sei. Seine Aufgabe sei es, „diesen möglich zu machen“. Sein Wort in das Ohr der Verleger, die derzeit vielerorts eher nach dem Motto „Geiz ist geil“ agieren. Und en passant immer häufiger einer schleichenden Übernahme des Journalismus durch die PR den Boden bereiten. Das gilt längst auch für die Marketing-Strategen in den Rundfunkanstalten: Auch bei ARD und ZDF höhlt eine von Mal zu Mal unverschämtere Sponsoring-Politik die Grenzen zwischen Produktwerbung und Redaktionellem immer mehr aus. Die Möglichkeiten von Journalisten, sich solchen Praktiken entgegenzustemmen, sind gerade in Krisenzeiten durchaus begrenzt. Doch wenn ein Holtzbrinck-Manager wie Michael Grabner öffentlich äußert, er halte die Grenze zwischen Redaktion und Werbung für nicht mehr zeitgemäß, so sollte er ebenfalls öffentlichkeitswirksam auf Ziffer 7 des Pressekodex hingewiesen werden: „Verleger und Redakteure wehren derartige Versuche ab und achten auf eine klare Trennung zwischen redaktionellem Text und Veröffentlichungen zu werblichen Zwecken.“ Auch die anhaltende Rezession legitimiert keinen Ausverkauf journalistischer Leistungen an die Interessen von Anzeigenkunden. Nicht immer geschieht dies unter verlegerischem Druck. Kleine und größere Geschenke an Journalisten erhalten Freundschaften und sorgen – vom Publikum meist unbemerkt – für positive publizistische Begleitmusik. Dass Bereiche wie Tourismus, Auto und Sport zu den besonders korruptionsanfälligen Bereichen gehören, ist auch den Mediengewerkschaften bekannt.

Die Botschaft hört man …

Umso erfreulicher, wenn ein Großverlag wie Axel Springer mit gutem Beispiel vorangeht und – wie unlängst geschehen – seinen Mitarbeitern „Leitlinien zur Sicherung der journalistischen Unabhängigkeit“ verpasst. „Die Journalisten bei Axel Springer“, heißt es da unter anderem, „tragen dafür Sorgen, dass alle Kosten (Reisekosten, Bewirtungen), die im Zusammenhang mit Recherchen entstehen, grundsätzlich durch die Redaktion übernommen werden“. Sie „entziehen sich inhaltlichen Einflussversuchen von Anzeigenkunden oder interessierter Seite und treffen keine Absprachen, die ihre journalistische Unabhängigkeit beeinträchtigen. Merchandising-Aktionen und Medien-Partnerschaften sind erforderlichenfalls als solche zu kennzeichnen.“ Geradezu eine „Magna Charta für Qualitätsjournalismus“, merkte die „Süddeutsche Zeitung“ nicht ohne Skepsis an. Die erscheint auch angebracht. Noch im Frühjahr beim Hamburger Dialog hatte Springers Zeitschriften-Vorstand Andreas Wiele ganz andere Töne angeschlagen: „In Frauen- und Jugendzeitschriften ist kaum die redaktionelle Unabhängigkeit gefährdet, wenn Kosmetikfirmen und Redaktionen enger kooperieren.“ Man könne die „intelligente Zusammenarbeit“ zwischen den Redaktionen von „Glamour“ oder „Vogue“ und der Werbeindustrie fördern, das sei längst gängige Praxis, „alles andere wäre weltfremd“.

Gegen den Trend

Man wird also darauf achten müssen, inwieweit die Kluft zwischen Theorie und Praxis bei Springer künftig geschlossen wird. Als „Investition in unsere Glaubwürdigkeit“ und „antizyklisches Signal“ bezeichnete Verlagssprecherin Edda Fels die Initiative Springers. Klingt gut. Wir Journalisten sollten jetzt bundesweit in die Offensive gehen und unter Hinweis auf das Vorgehen Springers in den Verlagen und Sendern ähnliche Richtlinien zur Wahrung unserer journalistischen Unabhängigkeit einfordern. Welcher Verlag möchte schon weniger glaubwürdig sein als Springer? ■

Foto: Chr. v. Polentz / transit

Am Geldhahn gezielt dosieren

Presseförderung zugunsten kleiner Zeitungen ändern – Vielfalt fördern und erhalten

Die „Welt" überlebt nur durch die Ehe mit der „Berliner Morgenpost", der Süddeutsche Verlag musste einen neuen Gesellschafter aufnehmen, die „Frankfurter Allgemeine Zeitung" kämpft gegen die roten Zahlen und der „Frankfurter Rundschau" hilft eine Landesbürgschaft vor dem Untergang. Noch viel dramatischer sieht die wirtschaftliche Situation bei vielen kleinen Zeitungen aus. Ein Weg aus der Misere könnte staatliche Förderung sein.

Trotz der anhaltend schlechten konjunkturellen Bedingungen lehnen die Zeitungsverlage staatliche Subventionen, wie sie gelegentlich angeregt oder gar gefordert wurden, konsequent ab, versicherte Dr. Volker Schulze, Hauptgeschäftsführer des Bundesverbands Deutscher Zeitungsverleger (BDZV) anlässlich der Jahrespressekonferenz seines Verbandes im Juli. Dabei lässt er allerdings unter den Tisch fallen, dass es in Deutschland seit 1968 eine indirekte staatliche Presseförderung gibt, durch den verminderten Steuersatz von sieben, statt der üblichen 16 Prozent. Davon profitieren Buch- aber auch Presseprodukte. „Die Mindereinnahmen durch diese reduzierten Mehrwertsteuersätze belaufen sich auf eine Milliarde Euro pro Jahr", erklärte Stefan Giffeler, Pressesprecher des Bundesfinanzministeriums. Doch auch durch den verbilligten Postvertrieb sparen die Verlage nicht unerheblich. Bereits 1989 stellte das Bundesverfassungsgericht fest, dass es sich der Sache nach „um eine staatliche Subventionierung" handelt, „weil der Postzeitungsdienst einen erheblichen Mehraufwand an Kosten verursacht. Die Unterdeckung liegt bei etwa 50 vom Hundert der Kosten und beträgt derzeit rund 500 Millionen DM".

Ganz direkt durfte die „Frankfurter Rundschau" mit ihrer Landesbürgschaft erfahren, wie wohltuend die Rettung durch den Staat in größter finanzieller Not sein kann. Ihr Chefredakteur Wolfgang Storz forderte im April folgerichtig in einem Interview mit epd medien, die Qualitätspresse durch Subventionen zu erhalten. Auch Michael Rutz, Chefredakteur des „Rheinischen Merkur" plädierte im Gespräch mit epd medien für staatliche Unterstützung. Ein genaues Modell habe er noch nicht ausgearbeitet. Denkbar seien aber Druckkosten- oder Vertriebskostenzuschüsse, wie sie auch in anderen europäischen Ländern üblich seien. Die Situation der vier nationalen Tageszeitungen „Welt", „Süddeutsche Zeitung", „Frankfurter Allgemeine Zeitung" und „Frankfurter Rundschau" sei bedrohlich. „Warum gibt es einen öffentlich-rechtlichen Rundfunk und keine öffentlich-rechtliche Presse?", fragte Rutz. Er könne sich eine staatsfern organisierte Pressestiftung vorstellen, die nicht politisch beeinflusst werde. Während Michael Rutz, aber auch Wolfgang Stolz vor allem die großen Zeitungen am Herzen liegen, brach Frank Werneke, stellvertretender Bundesvorsitzender von ver.di, eine Lanze für die Kleinen: „Förderung und Unterstützung der Presse sind möglich, ohne das Gebot der Staatsferne zu verletzen. Das zeigen zahlreiche ausländische Modelle, etwa in Norwegen, Frankreich oder Schweden. Dort bestehen Fondsmodelle, die zum Teil als eine Art Umlagefinanzierung organisiert sind, um insbesondere regionalen Verlagen den Markteintritt zu erleichtern."

Nach harten Kriterien

Im Gespräch mit Bundespräsident Johannes Rau forderte die Deutsche Journalistinnen und Journalisten Union (dju) in ver.di endlich eine Abkehr vom „Gießkannenprinzip" in der Presseförderung zugunsten der kleinen Zeitungen. Auch der Medienwissenschaftler Horst Röper plädiert für staatliche Hilfen: „Wer Pressevielfalt will, braucht eine aktive Medienpolitik, er muss den Markt steuern und zwar nicht nur über das Kartellrecht." Da die öffentlichen Kassen bekanntermaßen leer sind, müsste die staatliche Unterstützung, die jetzt alle Verlage genießen, umgeschichtet werden. Dafür müsste die Mehrwertsteuer für alle auf 16 Prozent erhöht werden. Röpers Idee: Die so erzielten Einnahmen über eine Stiftung nach harten Kriterien zu verteilen. „Bedürftige" Verlage, die aus diesem Topf Geld bekommen wollen, müssten ihre Bilanzen

Journalistentag 2003
Berlin, 29.11.2003, 10 bis 16 Uhr

Köthener Str. 38 (gegenüber vom ver.di- Büro!)
vorauss. Meistersaal, Berlin

Perspektive Pressevielfalt „Vor den Journalisten sterben die Verleger"

10:00 Uhr Begrüßung: Inez Kühn
10:15 Uhr Martin Dieckmann, ver.di
Krisenumbruch in den Printmedien
Konzernstrategien und Unternehmensleitbilder
Reizthema Subvention
11:00 Uhr **Ein Fiasko für die Pressefreiheit? – Die geplante Kartellrechtsnovelle**
Referent: Prof. Franz-Jürgen Säcker
11:15 Uhr **Vorschläge zur Zukunft unabhängiger Tageszeitungen und Vielfaltsicherung von Unternehmerseite**
Referent: Bodo Hombach, Verlagsmanagement WAZ
12:30 Uhr Mittagspause mit Bufett
13:30 Uhr **Was hat der Staat mit der Presse zu tun?**
Presseförderung als Instrument der Vielfaltssicherung – Staatsaufgabe vs. Staatsferne
Referent: Detlef Hensche (angefragt)
Presseförderung im internationalen Vergleich
Referentin: Prof. Christine Holtz-Bacha
Der Verleger als Qualitätsgarant – Regionalisierung als Qualitätsvorsprung
Referent: Hermann Neusser, („Bonner General-Anzeiger")
14:45 Uhr Kaffeepause
15:00 Uhr **Podiumsrunde: Presseförderung und Qualitätsdebatte – ein Widerspruch?**
mit: Martin Dieckmann, Hermann Neusser, Malte Hinz
Christina Holtz-Bacha, Moderation: Holger Wenk
16:00 Uhr Schlusswort: Manfred Protze

Anmeldeformular

Der Journalistinnen- und Journalistentag beginnt am 29. November 2003 um 10.00 Uhr und endet gegen 16.00 Uhr.
Am Vorabend, 28. November 2003, treffen sich die Teilnehmerinnen und Teilnehmer zu einem gemütlichen Beisammensein.

Für Übernachtung in Einzel- oder Doppelzimmer ist gesorgt. Wir geben nach Anmeldung die Hoteladresse und Buchungsnummer bekannt, die Buchung erfolgt dann in Eigenregie. Die dju in ver.di gibt Mitgliedern einen **Hotelkostenzuschuss** von 20 Euro (Eigenanteil: € 29,–). Die Auszahlung erfolgt gegen Nachweis der Hotelrechnung auf dem Journalistentag.
Ferner wird ein **Fahrtkostenzuschuss** von € 0,10 pro km Entfernung einfache Fahrt übernommen (unabhängig vom gewählten Verkehrsmittel).

Verbindliche Anmeldung bis 7. November 2003
Deutsche Journalistinnen- und Journalisten-Union (dju) in ver.di
Bundesgeschäftsstelle, Potsdamer Platz 10, 10785 Berlin
Fax 030 / 69 56 36 57
Ich melde mich verbindlich zum 17. Journalistinnen- und Journalistentag am 29. November 2003 in Berlin an:

Name: _____

Adresse: _____

Telefon: _____

Ich benötige eine Übernachtungsmöglichkeit
( ) ja ( ) nein

Datum / Unterschrift: _____

vorlegen und konzernunabhängig sein. Diese Vorgaben könnten noch erweitert werden. Um die Einnahmen zu erhöhen, ist auch eine Abgabenpflicht an den Fonds nach Werbeerlösen denkbar. Und die Entnahmekriterien könnten noch enger gefasst werden, indem nur Zeitungen bis zu einer bestimmten Auflagenhöhe gefördert werden und sie einen festgelegten Werbeanteil nicht überschreiten dürfen. Dass diese Vorschläge zu einem Aufschrei der „zahlenden“ Verlage führen werden, ist vorhersehbar. Allerdings hat das Bundesverfassungsgericht 1989 festgestellt, dass es „dem Staat nicht von vornherein verwehrt (ist), bei der Subventionierung der Presse nach meinungsneutralen Kriterien zu differenzieren“.

Ein Blick in andere europäische Länder zeigt, wie staatliche Presseförderung funktionieren könnte und wo die Fallstricke liegen. In mehreren Staaten, darunter Luxemburg, Italien, Spanien und Österreich, gilt für Presseerzeugnisse ebenfalls ein verminderter Steuersatz. Besonders großzügig sind Norwegen und Schweden. In Norwegen sind Zeitungen und Bücher von der Mehrwertsteuer befreit, rund eine Million Kronen entgehen dem Staat dadurch jährlich, schrieb Professor Helge Østbye in einer Arbeit zum Verhältnis von Staat und Presse in Norwegen. Zusätzlich erhalten Zeitungen, gestaffelt nach Auflage und Erscheinung, einen Produktionskostenzuschuss. Damit sollen fehlende Werbeeinnahmen kompensiert werden. Østbye untersuchte auch die Frage nach dem Erfolg der Subventionen. Es sei nicht gelungen, das Zeitungssterben an den Orten zu verhindern, an denen noch Wettbewerb stattfand. „Gleichwohl lässt sich sagen, dass die Subventionierung der Presse den Monopolisierungsprozess wesentlich verzögert hat“, stellte er fest. Außerdem seien die Chancen für Neulinge an Orten, die bisher keine Zeitung hatten, wesentlich erhöht worden, seitdem der Staat den Hahn aufgedreht habe. Dies wäre auch in Deutschland bitter nötig. Denn in den vergangenen Jahren haben sich die Strukturen der Presselandschaft dramatisch gewandelt. In mehr als der Hälfte aller Orte gibt es nur noch eine regionale Tageszeitung. Und in den groß angelegten Konzernstrategien geht der „klassische Verleger“ unter. „Kommt es zu einer Ausweitung durch Kooperationen und Fusionen“, so Martin Dieckmann, ver.di-Fachgruppenleiter Verlage und Agenturen, „gibt es nur noch große ökonomische Plattformen, die zunehmend der ‚Shareholder‘-Logik unterliegen. Aus verlegerisch-publizistischen Gründen auch mal eine defizitäre Qualitätszeitung zu subventionieren, gehört dann der Vergangenheit an.“

Silke Leuckfeld ■

Subventionen für Pressevielfalt

In zahlreichen europäischen Ländern wird Presseförderung zum Erhalt der presserechtlichen Meinungsvielfalt seit langem praktiziert. Die Formen sind vielfältig – ein kurzer Überblick.

Belgien Nur französisch sprachige Titel erhalten eine Unterstützung. Seit 1977 bekommen die flämischen Blätter keine Hilfen mehr, da sie wirtschaftlich besser dastehen, als die in der Wallonie. Hier wiederum wird der mit 5 Millionen Euro gefüllte Topf nach einem komplizierten Schlüssel verteilt. Als in diesem Jahr eine Zeitung vor dem Aus stand, wurde flexibel reagiert und das Geld zugunsten der Betroffenen umverteilt.

Dänemark Staatliche Vergünstigungen gibt es lediglich bei der Umsatzsteuer und den Postzustellungsgebühren. Außerdem hält die Staatskasse einen jährlichen Fond von 2 Millionen Euro bereit, der für spezielle Projekte/Investitionen, zum Beispiel für die Anschaffung einer Druckmaschine, verwendet werden kann. Der Bedarf muss mit einem detaillierten Gutachten begründet werden.

Finnland Seit 1971 werden Zeitungen direkt gefördert. Der jährliche Subventionstopf umfasst etwa 12 Millionen Euro. 40 Prozent davon gehen an die Parteizeitungen, der überwiegende Teil an Zeitungen mit geringer Auflage.

Frankreich Zeitungen werden, verankert im Haushaltsgesetz, seit Jahren subventioniert – im vorigen Jahr mit 68 Millionen Euro. Weitere Fonds dienen unter anderem dem Vertrieb von Tageszeitungen. Ein Multimediafonds unterstützt Zeitungshäuser bei der Anpassung an neue Informationstechnologien. Kredite müssen nur teilweise zurückgezahlt werden. Mit dem Modernisierungsfonds für Tageszeitungen sollen Arbeitsplätze gesichert und die wirtschaftliche Lage der Verlage verbessert werden. Dieser Fonds wird durch eine Ein-Prozent-Abgabe auf alle Werbeausgaben für gedruckte Medien gefüllt.

Griechenland Neben Steuervergünstigungen für alle, werden lediglich kleine Verlage in Ausnahmefällen über das für die Presse zuständige Ministerium gefördert.

Italien Der öffentliche Pressefonds in Höhe von rund 57 Mio Euro geht ausschließlich an Zeitungen von politischen Parteien und Vereinigungen. Seit 2001 gibt es dafür ein Fünf-Jahres-Förderprogramm, wonach Verlage zinsgünstige Kredite für besondere Investitionen beantragen können, die bis 516 000 Euro auf zwei Jahre ohne bestimmte Voraussetzungen vergeben werden. Für höhere Summen muss ein zu prüfender Investitionsplan vorgelegt werden.

Österreich Auf der Grundlage des Presseförderungsgesetzes gibt es sowohl eine allgemeine als auch eine besondere Presseförderung. Dazu kommen Instrumente indirekter Förderung einschließlich steuerlicher Begünstigung. Jährlich wird eine Summe von rund 5,5 Millionen Euro zur Verfügung gestellt, von der alle profitieren können. Ein weiterer besonderer Fonds der Presseförderung in Höhe von bis 7 Millionen Euro im Jahr kann nur nach bestimmten Kriterien in Anspruch genommen werden. So darf der Seitenumfang der jeweiligen Zeitung nicht zu mehr als 22 Prozent aus Anzeigen bestehen.

Luxemburg Es gibt ein Programm, wonach 2 Millionen Euro unter den elf Tageszeitungen verteilt werden. Ein Drittel wird gleichmäßig aufgesplittet, zwei Drittel nach Seitenumfang.

Niederlande Ein Mediengesetz bestimmt einen Pressefonds, der von einem unabhängigen Vorstand verwaltet wird. Gespeist wird dieser Fonds im Wesentlichen durch abgezweigte Gebühren- und Werbeeinnahmen des Rundfunks. Unterstützt werden daraus neue Projekte kleinerer und mittlerer Verlage sowie die Journalistenausbildung.

Norwegen Zeitungen werden bezuschusst, wenn sie mehr als einmal in der Woche mit einer Auflage unter 6000 Exemplaren erscheinen oder solche, die mehr als dreimal je Woche raus kommen und die in ihrem Vertriebsgebiet mit einem marktbeherrschenden Wettbewerber konfrontiert sind. Verlage mit einem Jahresgewinn von über 250 000 Euro werden nicht gefördert. Für die Höhe der Fördersumme aus dem mit 31 Millionen Euro gefüllten Topf sind Auflage, Erscheinungsweise und Wettbewerbssituation entscheidend.

Schweden Rund 50 Mio Euro verteilt das Parlament jährlich an förderungswürdige meist auflagenschwache Titel. Oft sind das ehemalige Parteizeitungen. 85 Prozent der Mittel werden für die Produktion und 15 Prozent für den Vertrieb verwendet. Insgesamt deckt die direkte Presseförderung etwa 3 Prozent der Kosten der schwedischen Zeitungswirtschaft.

Schweiz Im Bereich des Steuerrechts sowie bei der Beförderung und Zustellung von Presseerzeugnissen werden jährlich Hilfen von insgesamt 100 Millionen Franken direkt ausbezahlt. Das soll 2007 mit einer Novelle des Postgesetzes abgeschafft werden. Der Verband Schweizer Presse plädiert nunmehr für einen Subventionsersatz in Form einer staatlich geförderten Stiftung. Sie soll jährlich mit 150 Mio Franken ausgestattet werden. Die Diskussion dieses Modells hat Ende September im Parlament begonnen.

Bürgerrecht – kein Gnadenakt

Informationsfreiheitsgesetz längst überfällig – Deutschland Schlusslicht in Europa

Bei der Betrachtung der Informationsfreiheit in Europa kann sich Deutschland nicht mit Ruhm bekleckern. Im Gegenteil, es bildet gemeinsam mit dem kleinen Luxemburg das Schlusslicht. Alle anderen Länder haben ein Informationsfreiheitsgesetz. Und auch der Blick über europäische Grenzen zeigt, dass der offene Umgang mit Behördeninformationen längst zum internationalen Standard gehört.

Foto: Caro / Claudia Hechtenberg

In Deutschland verkümmert ein entsprechender Entwurf in den Amtsstuben der rot-grünen Koalition, die sich die Verabschiedung des Gesetzes jedoch mit ihrem Machtantritt auf die Fahnen geschrieben hatte. Die Journalistenorganisationen Netzwerk Recherche, Deutscher Journalistenverband (DJV) und die Deutsche Journalistinnen und Journalisten-Union (dju) in ver.di fordern seit Monaten den Vollzug dieses Versprechens aus dem Koalitionspapier. Denn es handele sich in der Tat nicht um eine „mutige Reform“, sondern lediglich um den Anschluss an eben jenen weltweiten Standard, so Manfred Redelfs, Leiter der Recherche-Abteilung von Greenpeace und Mitglied von Netzwerk Recherche bei den 5. Berliner Mediengesprächen der Evangelischen Medienakademie in Berlin. Redelfs plädierte für ein Informationsfreiheitsgesetz, das ein „Jedermannsrecht“ sein wird. Das heißt, jeder Bürger kann ohne Begründung und ohne persönliche Betroffenheit seine Frage an ein Amt richten. Grundsätzlich alle Informationen der Verwaltung sind öffentlich, bei Ausnahmen liegt die Beweispflicht, das dies berechtig ist, bei der Behörde. Es handele sich um ein „Bürgerrecht“, nicht um einen „Gnadenakt“, argumentiert Redelfs. Die Distanz zwischen Bürger und Staat werde abgebaut – weg von der obrigkeitsstaatlichen Tradition hin zum „aktiven Bürger“. Ein solches Gesetz sei eine „heilsame Zumutung“ für die Verwaltung, denn es beuge unter anderem der Korruption vor.

Allgemeines Klima der Offenheit gefördert

Auch für Journalisten liegen die Vorteile auf der Hand. Die Einsicht in Originalakten ersetzt die Information über Dritte, die Pressesprecher. Die Frage nach dem Warum einer erwünschten Auskunft muss unterbleiben, verdeckte Recherche ist leichter möglich. Der beliebte Abblocker für eine Antwort: Das stehe unter Datenschutz, entfällt weitgehend. Insgesamt werde ein „allgemeines Klima der Offenheit gefördert“ so Redelfs, wenn Journalisten ihrer Verpflichtung folgen, Informationen aktiv öffentlich zu machen.

Welchen Stellenwert die Informationsfreiheit – Informationen aus erster Hand – für die Pressefreiheit hat, stellten die ZDF-Reporter Beate Thorn und Udo Frank bei den Berliner Mediengesprächen sehr anschaulich dar. Sie wurden während ihrer Recherchen im Fall des Immobilienlöwen Schneider im Jahr 1995/96 umfassend – sowohl privat als auch in der Redaktion des ZDF-Politmagazins frontal – abgehört. Nachdem Schneider in den USA verhaftet worden war, erlangten die Journalisten aufgrund des „Freedom of Information Act“ in den USA Einblick in die gesamten Ermittlungsakten und somit auch in die Abhörpraxis und Observationspraxis deutscher Behörden. 6000 Informationen, die aufgrund dieses Gesetzes erlangt wurden, fanden innerhalb von 12 Monaten Eingang in amerikanische Medien (Redelfs). In Deutschland gibt es erst in vier Ländern, in Brandenburg, Berlin, Schleswig-Holstein und Nordrhein-Westfalen, ein Informationsfreiheitsgesetz. Es ist also auch in dieser Beziehung höchste Zeit für ein bundesweites Gesetz.

Journalisten genießen im Umgang mit vertraulichen Informationen zwar ein Zeugnisverweigerungsrecht. Das jedoch wird zunehmend durch die Abhörpraxis in Deutschland ausgehöhlt. Erst im März diesen Jahres erklärte das Bundesverfassungsgericht das Abhören von Telefonen von Journalisten für zulässig, wenn dies der Aufklärung besonders schwerer Straftaten dient. Kläger war unter anderem das ZDF im genannten Fall.

Die Zahl der genehmigten Telefonüberwachungen hat sich innerhalb eines Jahres mehr als verdoppelt. Waren es 2001 noch 9 122, wurden es 2002 nahezu 22 000. Dabei wurden etwa 20 Millionen Gespräche abgehört.

Vorbeugendes Abhören

Ginge es nach dem vorliegenden bayerischen Gesetzentwurf, wird auch vorbeugendes Abhören künftig erlaubt sein, auch von Journalisten. Wo aber ist die Grenze? Wo setzt Willkür ein oder wann nutzt ein Ermittler einfach die besonderen Recherchemöglichkeiten von Journalisten aus? Wie erfüllen die Behörden die gesetzliche Auflage, dass Abgehörte im Nachhinein informiert werden müssen? Schlecht! So beantwortet eine Studie des Max-Planck-Instituts diese Frage. Nur in 70 bis 80 Prozent der Fälle wurde dies getan. Gäbe es diese Studie nicht, immerhin vom Bundesjustizministerium der Justiz in Auftrag gegeben, gäbe es keine Grundlage, diese Information ohne weiteres zu erlangen. Wird die Öffentlichkeit nun erfahren, welche Schlussfolgerungen die Justiz aus diesen Ergebnissen zieht? Ein lapidares: ja, hier bestehe Verbesserungsbedarf, von Staatssekretär Hansjörg Geiger in der Evangelischen Akademie an einem sonnigen Septembertag darf hier nicht ausreichen.

Karin Wenk ■

Griff in die Mottenkiste

Wie anti-gewerkschaftliche Berichterstattung zur Meinungsmode wurde

Schon in der Debatte um die „Agenda 2010" gaben sie das Feindbild ab: Als „Blockierer" und „Bremser" bevölkerten Gewerkschafter die Medienlandschaft. Der öffentliche Machtkampf um die Führungsspitze der IG Metall war willkommener Anlass für eine Fortsetzung des neuen Journalistensports Gewerkschaftsschelte.

Sabine Rosenbladt begab sich in „Parallelwelten, von deren Existenz der gemeine Zeitungsleser vermutlich keine Ahnung hat". Auf der Medienseite des Berliner „Tagesspiegel" warf sie am 26. August „einen Blick in die deutsche Gewerkschaftspresse" – und entdeckte prompt „Parolen aus der Mottenkiste". Die Sommerausgabe der Zeitschrift „metall" löste bei Rosenbladt einen „leicht surrealen Eindruck" aus. „Europa streikt" hatte die Doppelnummer Juli/August des gewerkschaftlichen Monatsblattes getitelt – und über Demonstrationen gegen Sozialabbau in den Nachbarländern und den Arbeitskampf für die 35-Stunden-Woche in Ostdeutschland berichtet. Einige Wochen nach Drucklegung des Heftes scheiterte der Streik und löste eine schwere Führungskrise in der IG Metall aus – die „metall"-Redaktion hatte das nicht vorausgeahnt, geschweige denn vorab darüber berichtet. „Dass das Ansehen der einst mächtigsten Gewerkschaft der Welt nach den dort öffentlich ausgetragenen Hahnenkämpfen rapide geschwunden ist – davon kein Wort", monierte der „Tagesspiegel" streng.

Verlautbarungsstil

Man kann Machart und Verlautbarungsstil einiger Gewerkschaftsblätter zu Recht kritisieren. Was aber ist von dem Vorwurf zu halten, dass sich die viel geschmähten „Mitteilungsorgane" Mitte Juni noch nicht kritisch zu den Ereignissen von Mitte August geäußert haben? Sabine Rosenbladt, einst Autorin der eingestellten „Woche", ist jetzt Chefredakteurin der „Internationale Politik" – einer Fachzeitschrift, deren Existenz dem gemeinen Zeitungsleser bislang verborgen geblieben ist. Nicht verborgen bleiben konnte diesem in den vergangenen Monaten, was deutsche Journalisten von Gewerkschaften halten: gar nichts. Der „Zirkus" an der Spitze der IG Metall, wahlweise auch „Erbfolgekrieg" oder „Nachfolgegeschacher" genannt, hat es ihnen wahrlich leicht gemacht. Einen „Neuanfang nach altem Muster" vermutete der „Focus" nach dem unrühmlichen Rücktritt des „abgehalfterten Gewerkschaftsbosses Klaus Zwickel". Der interne Streit zwischen den plakativ so genannten „Reformern" und „Traditionalisten" füllte das Sommerloch. Die Beobachter in „Zeit", „Handelsblatt" und „taz" waren sich einig: Der „Scharfmacher" Jürgen Peters als neuer Chef der IG Metall mache die Gewerkschaft endgültig zur „Lobby des Stillstands".

Juckreiz

Der überwiegend selbst verschuldete PR-Gau um die Zwickel-Nachfolge bildete den vorläufigen Höhepunkt einer Berichterstattung, die die Arbeitnehmerorganisationen nicht als Initiator, sondern als Bremser gesellschaftlicher Veränderung charakterisierte. Eine regelrechte Kampagne gegen die „gewerkschaftlichen Traditionsbataillone" hatte der „Spiegel" bereits mit einer Titelgeschichte Anfang Mai losgetreten. „Die Welt" legte wenig später nach und malte selbstreferenziell" das Bild, das mittlerweile in der Öffentlichkeit vorherrscht". Die Gewerkschaften, so das Springer-Blatt, „werden mehrheitlich als letzte Bastion der Reformblockierer wahrgenommen, mit rivalisierenden, interessenegoistischen Betonköpfen an der Spitze". Das war selbst dem Christdemokraten Norbert Blüm zu viel. „Meine Widerborstigkeit gegen Meinungsmoden treibt mich wieder an die Seite der Gewerkschaften", notierte der Ex-Arbeitsminister, der sich während seiner Amtszeit mit dem DGB ständig herumstritt, in der „Süddeutschen Zeitung": „Wie das Wild sich einen Reibebaum sucht, an dem es seinen Juckreiz bekämpft, so suchen sich alle, die als Modernisierer gelten wollen, die Gewerkschaften als Betonwand aus, an der sie ihr Beinchen heben können."

In der Debatte um die „Agenda 2010" war es Bundeskanzler Gerhard Schröder gelungen, ein

Den Teufel an die Wand gemalt …

Karikatur: Rainer Hachfeld

Meinungsklima zu etablieren, das scheinbar keine Alternativen zu den von ihm vorgeschlagenen „Reformen“ ließ. Zu den Skandalgeschichten des Boulevards über angebliche Schmarotzer wie „Florida-Rolf“ oder „Yacht-Hans“ lieferten die etwas seriöseren Blätter mit Gewerkschaftsschelte die passende Begleitmusik. Von „erpresserischen Streikdrohungen“ und einem „wild wuchernden Sozialstaat“ war da die Rede; selbst vor persönlichen Beleidigungen schreckten Autoren nicht zurück. Stern-Kolumnist Hans-Ulrich Jörges etwa fühlt sich wie im „Engelen-Kefer-Land“; die stellvertretende DGB-Chefin ist für ihn die „Modell-Sirene des Verbändestaats“, die „tagtäglich heult“.

Angesichts von so viel publizistischer Einmütigkeit hielten sich die Kommentatoren der bürgerlichen „Frankfurter Allgemeine“ höflich zurück. Auch sie wühlen schon mal in der „Mottenkiste aktiver Arbeitsmarktpolitik“, mussten sich aber gar nicht sonderlich anstrengen, weil sich der Tenor von wenigen Ausnahmen abgesehen ohnehin ähnelte: Das Anspruchsniveau sei zu hoch, der Sozialstaat „zu teuer“, „harte Einschnitte“ seien unumgänglich; endlich müsse Schluss sein mit der Diskussion, eine Entscheidung her! Wer die Kommentare verfolge, formulierte Roderich Reifenrath in einer Themenausgabe der „Frankfurter Rundschau“ zum Sozialstaat ironisch, „wird den Verdacht nicht los, dass sich tonangebende Chefredakteure allmorgendlich bei einer geheimen Konferenzschaltung der Printmedien in die Hand versprechen, auch heute wieder im Meinungsteil keinen Millimeter vom Pfad marktwirtschaftlicher, liberaler, neoliberaler Tugenden abzuweichen“.

Wiederkäuer

Heimliche Abstimmungsprozesse waren in der Tat vollkommen unnötig. Die meisten Journalisten spielten auch ohne Verabredung eine wie instruiert wirkende Einheitsmelodie. Im Feuilleton der „Süddeutschen“ durfte der Kulturwissenschaftler Ivan Nagel die „unaufrichtige“ und „agitatorisch irreführende“ Wortwahl in der sozialpolitischen Debatte anprangern. „Von ARD bis RTL, vom Wirtschaftsteil der „SZ“ und „FAZ“ bis zur „Bild“-Zeitung“, so Nagel, würden „die immergleichen Dogmen vorausgesetzt und uns eingehämmert“. Sein nestbeschmutzendes „Falschwörterbuch der Sozialreformen“ provozierte die angegriffene Redaktion im eigenen Hause unter der Überschrift „Lügen und Denkverbote“ prompt zu einer Replik: Es gehöre „zu den schlechteren Traditionen der deutschen Intellektuellen, ‚die Wirtschaft‘ als ein der Gesellschaft fremden, wenn nicht gar feindlichen Bereich zu betrachten“, konterte SZ-Autor Nikolaus Piper.

Das Wiederkäuen von Klischees – etwa das vom Kampf der „Reformer“ gegen die „Traditionalisten“ – hat teilweise banale Ursachen. Nicht immer fehlt der Wille, doch fast immer die Zeit und das Budget für aufwändige Recherchen. Die Details der deutschen Sozialversicherung zum Beispiel sind schon für Fachleute schwer zu durchschauen. Als Folge bewegt sich die Mediendebatte meist an der Oberfläche oder beschäftigt sich mit Nebensächlichkeiten. In den Politik-Talkshows des Fernsehens werden keine Zusammenhänge hergestellt, sondern die Schlagworte der kommenden Woche ausgetauscht. Die hauptstädtische Parlamentsberichterstattung lässt immer wieder dieselben Protagonisten zu Wort kommen, die außer Statements und Worthülsen wenig zum Thema beizutragen haben. Alternative Vorstellungen oder Konzepte tauchen kaum auf; im Dunstkreis von Bundespressekonferenz und Verlautbarungsjournalismus entsteht jene Stimmung, als deren publizistisches Ergebnis dann fast alle Kommentatoren freiwillig einer Meinung sind.

Erschwerend kommt hinzu, dass den Berichten über Arbeitswelt und Gewerkschaft ein klar zugeordnetes Ressort fehlt. Eigentlich könnten und müssten sie im Wirtschaftsteil der Zeitungen erscheinen, dort aber werden sie meist ausgegrenzt. In einem Umfeld, das sich als Hilfs- und Informationsangebot für Unternehmer und Kapitalanleger versteht und sich deshalb vorrangig um steigende Zinssätze oder sinkende Aktienrenditen sorgt, fällt der Blick selten auf Arbeitnehmer, Arbeitslose und sozial Ausgegrenzte. Nur „was unseren Lesern nutzt, um Geld zu verdienen“ habe Platz im Blatt, formulierte die „Financial Times“ bei ihrem Deutschland-Start in entwaffnender Offenheit. „Die FT akzeptiert, dass sie in manchen nicht ökonomischen Gebieten nicht mit der übrigen Presse konkurrieren kann“, heißt es in einer offiziellen Darstellung des redaktionellen Selbstverständnisses.

Sozialklimbim

Nach dem Ende der „New Economy“ landeten nicht nur die Börsenkurse im Keller, auch viele der frisch gegründeten Anlage- und Business-Titel verschwanden wieder vom Markt. Die Wirtschaftsteile der Tageszeitungen, einst ausgeweitet, mussten in Sachen Seitenumfang und Stellenbudget wieder abspecken. Doch mitnichten konzentriert sich der Serviceanspruch, der früher dem euphorischen Parkettspekulanten galt, in Krisenzeiten auf die despektierlich so bezeichneten „Elendsthemen“. Für die sozialen Konsequenzen dessen, was auf Messen oder Bilanzpressekonferenzen verlautbart wird, sind nach wie vor die Kollegen aus anderen Abteilungen zuständig. Selbst das Thema Arbeitslosigkeit landet auf diese Weise eher in der Politik als in der Wirtschaft. Der in vielen Redaktionen mit geringem Prestige ausgestattete „Sozialklimbim“ findet auch im Lokalen oder im bunten Panorama seinen Platz. Manchmal, besonders wenn „Utopien“ oder gar philosophische Aspekte ins Spiel kommen, findet er, wie Nagels „Falschwörterbuch“, seinen Weg ins Feuilleton.

Handfestes

Nicht nur wegen der IG Metall-Krise sind Gewerkschaften in jüngster Zeit wieder zum Thema geworden. In gedruckten wie in elektronischen Medien lässt sich eine stärkere Präsenz von Sozialpolitik im weiteren Sinne feststellen. Dauerbrenner wie „Rente“ oder „Gesundheitsreform“ werden auf der Titelseite oder in den Kommentarspalten vielleicht stromlinienförmig abgehandelt. Doch auch jede beißende Kritik dokumentiert die offensichtlich gewachsene Bedeutung des Themenfeldes – und wirkt ein auf andere Ressorts. Stramm konservative Wirtschaftsberichte und kritische Reportagen über gesellschaftlich Gestrandete schließen sich keineswegs aus. Gerade die Regionalpresse bemüht sich, bundespolitisch umstrittene Sozialthemen mit lokalen Bezügen „herunterzubrechen“ und anhand von Beispielen verständlich zu schildern. Aus abstrakten Floskeln wird so etwas Handfestes und journalistisch Brisantes, das viele Leser angeht und interessiert. Das Ergebnis ist widersprüchlich: Während der Chefredakteur im Mantelteil gegen Gewerkschaften Stimmung macht und für „notwendige Einschnitte“ im Haushalt plädiert, schreibt sein Lokalreporter einen Text gegen den Abbau sozialer Dienstleistungen auf kommunaler Ebene, zitiert dabei vielleicht sogar einen engagierten ver.di-Vertreter. So kann im günstigen Fall ein journalistisches Selbstverständnis wachsen, das Ansprüche an die Kompetenz der eigenen Arbeit stellt – und sich der Pflege des gängigen Feindbildes Gewerkschaft verweigert.

Thomas Gesterkamp ■
Autor in Köln,
spezialisiert auf sozial- und gewerkschaftspolitische Themen.

Neues Bundesbüro der Jugendpresse eröffnet

Gemeinsam mit mehr als 60 Aktiven der Jugendpresse sowie Vertretern aus Politik und Medien, darunter der dju in ver.di, wurde am 12. September das neue Bundesbüro der Jugendpresse Deutschland in Berlin feierlich eröffnet. Jörg Tauss (SPD), Bundestagsabgeordneter im Ausschuss für „Kultur und Medien“, bot der Jugendpresse dabei eine enge parlamentarische Zusammenarbeit an und hob die Bedeutung der jungen Journalisten hervor. Das hauptamtliche Bundesbüro der Jugendpresse ist telefonisch unter 030/450 86 53 50 sowie unter buero@jugendpresse.de zu erreichen.

Foto: Thomas Willemsen

Wenn die Rolex mit dem Porsche ...

Erwartung an steigende Werbegelder nach der Krise ein Trugschluss?

Vor allem Post- oder E-Mail-Anschreiben an ausgewählte Kunden werden immer beliebter. Kaum anzunehmen, dass dieser Trend in Zeiten üppigeren Geldes wieder dreht.

Buchhinweis:
Lothar Rolke:
„Produkt- und Unternehmenskommunikation im Umbruch“.
F.A.Z. – Institut Frankfurt 2003, 100 Euro.

In vielen Medienunternehmen rechnet man bereits wieder mit steigenden Einnahmen, wenn sich die Wirtschaft erholt. Doch das könnte diesmal ein Trugschluss sein. In der Krise verändern sich auch Werbegewohnheiten der Wirtschaft.

Die „Mainzer Tage der Fernsehkritik“ sind eines von zwei, drei wichtigen Medienforen in Deutschland. Um so überraschender, dass bei der alljährlich im Frühjahr stattfindenden Tagung diesmal kaum ein anwesender Medienmanager aufmerkte, als mit Lothar Leonhard von Ogilvy & Mather Frankfurt (deutsche Tochter des Weltmarktführers WPP) ein führender Werbemann ihnen einen womöglich weitreichenden Umbruch prophezeite. Selbst zum vermeintlichen Höhepunkt der Krise glaube er, dass noch auf längere Zeit weniger Werbegeld zu verteilen sein werde. Nicht zuletzt, da die Wirtschaft einen grundlegenden Wandel vollziehe und mehr darauf achte, ihr Geld effektiver auszugeben.

Vielleicht ging dieser bemerkenswerte Warnschuss deshalb etwas unter, weil Leonhard den mehrheitlich anwesenden TV-Leuten ihr Medium noch immer als ein Leitmedium auch in diesen schwierigen Zeiten darstellte. Vielleicht aber auch, weil in der Branche noch immer zwei in Jahrzehnten des Auf und Ab bewährte Mechanismen wie von Gott gegeben betrachtet werden. Der eine: Geht es der Wirtschaft schlecht, leidet die Werbe- und mit ihr die Medienwirtschaft. Der zweite ist der scheinbar logische Umkehrschluss: Geht es der Wirtschaft wieder gut, fliesst wieder mehr Geld in die Werbung und in die Medien. Dies hat sich in den letzten Jahrzehnten noch durch jede Krise hindurch immer wieder bestätigt.

Wandel zum Direktmarketing

Diesmal jedoch könnte manches anders kommen. Mag man Leonhards Meinung als Einzelaussage abtun, ist dies mit jener des Marketingprofessors Lothar Rolke von der FH Mainz schwieriger. „Die Werbelandschaft verändert sich nachhaltig“, sagt er und begründet es mit einer Studie unter 388 PR- und Marketingexperten umsatzstarker deutscher Firmen (Buchhinweis). Der Trend: Weg von Spot- und Anzeigen-Werbung in den Medien, hin zu allen Formen von Direktmarketing. Gerade in Zeiten knappen Geldes versuche man, die Streuverluste der Massenmedien durch ein Umsteuern in eine direkte Ansprache der Kunden zu verringern. Vor allem Mailings – Post- oder E-Mail-Anschreiben an ausgewählte Kunden – werden immer beliebter. Und Rolke glaubt nicht, dass dieser Trend in Zeiten üppigeren Geldes wieder drehe.

Allerdings finde der Wandel nicht abrupt statt. Nicht unbedingt müsse auch die eine Form die andere ersetzen. Oft wird eine Mischform bevorzugt. „Verzahnung“ ist für Rolke das neue Schlagwort. Als Beispiel nennt er den Lotterieanbieter Faber. Er wirbt im Fernsehen mit dem Spot: Morgen finden Sie in Ihrem Briefkasten Post von uns. Auf diese Weise werde die einmalige Aufmerksamkeit des Spots gezielt und schnell genutzt. Verringert man in diesem Fall erst einmal Streuverluste, so geht die derzeit sehr erfolgreiche Allgemeine Deutsche Direktbank (DiBa) weiter. Die Tochter der niederländischen ING wirbt großflächig in Spots und Anzeigen mit einem einfachen Hochzinskonto um Aufmerksamkeit und eine Art „Kundendatenbank“ (nach eigenen Angaben erhält sie täglich über 5000 umfangreich ausgefüllte Anmeldeformulare) – um diese Kunden später gezielt mit anderen Angeboten direkt weiter zu versorgen.

Im zweiten Fall wird der Anteil von TV und Presse am Geschehen automatisch geringer. Nämlich in dem Maße, in dem die Kundendatenbank wächst. Da das klassische Medium allerdings auch weiter gebraucht werde, um Aufmerksamkeit zu erzielen (für gerade nicht so gefragte Marken, aber auch für neue Firmen und Produkte), sieht Rolke noch keine dramatischen Folgen für die Medien. Trotzdem schätzt er, dass sich in der Aufteilung von Werbung zu Direktmarketing (inklusive Events und andere nichtklassische Werbeformen) von 50 zu 50 in den kommenden fünf, sechs Jahren eine Verschiebung von etwa fünf Prozentpunkten vollziehen wird. Das aber würde bedeuten, dass Medienfirmen in ihren Etats zehn Prozent weniger Geld hätten. Sehr gering nämlich stuft Rolke deren Chancen ein, selbst den Mehrwert Interaktivität zu schaffen. Weder Fernsehen noch Zeitungen bieten bisher ausreichend Möglichkeiten, potentielle Kunden direkt reagieren zu lassen. Aber in immer schnellebigeren Zeiten sei genau das der Königsweg der Werbung.

Und mit der Veränderung von Werbeformen ist das Problem der Medien nicht erledigt. Das Internet gewinnt an Bedeutung. „Wenn es tatsächlich wieder zu einer Werbebelebung kommt, kann davon in erster Linie das Internet profitieren“, glauben mittlerweile auch Macher klassischer Medien wie der Chefredakteur des „Focus“, Helmut Markwort. Allerdings geht es dabei nicht um klassische Werbung wie Banner. Ihnen attestiert Profi Leonhard den Charme routierender Banden in Sportstadien. Gravierender ist, dass im Internet neue Dienstleister entstehen, welche Teile klassischer Werbung einfach

übernehmen. So wandern die für Tageszeitungen wichtigen Immobilien-, Stellen- und Autoanzeigen ab. Anders als die Zeitung bietet das Netz bessere Darstellungs- und Selektionsformen (Innenansichten von Häusern, Jobs nach Stichworten). Nach einer Studie des Centers Automotive Research hat das Internet beispielsweise im Gebrauchtwagenhandel in Deutschland längst eine „dominante Stellung" erreicht. Demnach werden bereits 80 Prozent aller Fahrzeuge von Händlern online angeboten.

Netzbörsen ersetzen Teile des Anzeigenmarktes. Und dabei verlieren Medienfirmen an Boden. Zwar können auch sie ihre Angebote parallel ins Netz stellen. Doch im besten Falle verteilen sie damit eigene Einnahmen um. Im ungünstigen Fall schaffen sie Rivalitäten zwischen Print- und Onlinepart. Das etwa war ein Grund, warum versum, der bisher ambitionierteste Onlinemarkt von 88 deutschen Zeitungen, Ende 2002 eingestellt wurde. Hinzu kommt, dass Medienfirmen im Netz nur noch ein Anbieter von vielen sind. Und genau das ist das vielleicht größte Problem, das sich ihnen in einer veränderten Konsum- und Werbelandschaft stellt. Waren sie früher Hauptträger von Werbung und konnten sich durch die Wirtschaft (mit-)finanzieren lassen, so erwachsen ihnen heute Konkurrenten. Rolke hält es nicht für ausgeschlossen, dass mit der Zeit auch Industriefirmen selbst zu Werbeträgern werden. Ein Beispiel wäre eine Zusammenarbeit der Nobelmarken Rolex und Porsche. Hätte der Sportwagenhersteller im Internet einen eigenen Porsche-Club, so wäre dort für Rolex sogar eine so langweilige Form wie der Banner attraktiv, weil Porsche- zu einem hohen Anteil auch potentielle Rolex-Kunden sind.

Kaufhauskonzern künftig mit eigenem Kanal

Und der Rolex/Porsche-Deal ließe sich noch weiter denken: Hätte Rolex ein eigenes Clubangebot, wäre im Gegengeschäft dort ein Porsche-Banner möglich. Der Vorteil solcher „Gegengeschäfte": Keine Kosten für beide Werbetreibende – ein Angebot, mit dem keine werbefinanzierte Firma mithalten kann. Dass man in Teilen der Wirtschaft ohnehin schon in ganz neue Richtungen denkt, belegen einige Randnotizen aus diesem Jahr. Der Kaufhauskonzern Karstadt Quelle scheint sich wenig Gedanken zu machen, auf welchem der vielen Sender er werben soll. Er kauft sich mit dem Deutschen Sportfernsehen gleich einen eigenen Kanal. Der soll als großer Werbeträger für dessen Sportkaufhäuser „Sportarena" dienen. Und Ende letzten Jahres bereits hatte die Landesmedienanstalt Berlin-Brandenburg gar einen Marken-Sender lizensiert. Er soll Ende dieses Jahres per Satellit starten und spezielle Spielshows und Daily Soaps von Markenherstellern senden. Etwa die tägliche Soap aus dem Baumarkt. Auch eine Form von Direktmarketing. Und die Medien? Womöglich werden sich deren Manager bald Gedanken darüber machen müssen, ob sie nicht das eigene Produkt als „Ware" werden verkaufen müssen, meint Rolke. Nicht von ungefähr machen sich auf Tagungen wie in Mainz immer mehr Manager Gedanken, was jene Produkte eigentlich wirklich wert sind. „Paid content" ist längst kein Fremdwort mehr …

Volker S. Stahr ■

Aber denken Sie mehr ...

Der gesamte Journalismus in einem neuen Hand- und Lehrbuch

Das ist doch was: Da es an „praxisnahen Einführungen in den Journalismus" hierzulande nicht mangelt, listet Stephan Ruß-Mohl dafür, weshalb sein neu erschienenes Hand- und Lehrbuch biete, was bisher gefehlt hat, gleich in der Einleitung sieben gute Gründe auf. Sie mögen alle zutreffen. Angefangen beim grundsätzlichen Herangehen – sich vorrangig der journalistischen Praxis zuzuwenden und Erkenntnisse der Publizistik- und Kommunikationswissenschaft dort einfließen zu lassen, wo das den Horizont erweitert. Über die „appetitanregende" Darstellung mit überschaubarer Gliederung, zahlreichen Infografiken und Karikaturen. Bis hin zur besonderen Wichtung und Wertung von Inhalten oder dem umfangreichen aktuellen Quellenmaterial.

Der Wert eines solchen Handbuches, das erklärtermaßen „nach dem Vorbild amerikanischer Lehrbücher konzipiert ist" misst sich dennoch nicht nur im Vergleich, sondern muss auch grundsätzlich erfragt werden dürfen. Der Wunsch, den „ganzen Journalismus" in ein Handbuch zu fassen, ist sicher legitim. Doch damit ist Beschränkung programmiert, notgedrungen wird Auswahl zum Gütekriterium. Wer von den Funktionen des Journalismus in der modernen Gesellschaft über Textgattungen (Genres), journalistische Sprache und Arbeitsprozesse, Redaktionsstrukturen und Ressorts, Redaktionsmanagement bis hin zu juristischen, ethischen sowie Qualitätsfragen alles Wesentliche locker und illustriert auf knapp 400 Seiten darstellen will, läuft selbst bei größtem Bemühen Gefahr, stark zu verknappen oder komplexe Zusammenhänge zu vereinfachen. Mehr als ein – wenn auch fundierter – Crashkurs kann dabei nicht herauskommen.
Zunächst: Die gebotenen Inhalte, die gefundene Gliederung und vor allem die inhaltliche Gewichtung halten der Kritik stand. Nicht nur hier merkt man dem Buch die 20-jährige Lehrerfahrung des Verfassers an. Doch trägt das Beschriebene auch den Bedürfnissen der angestrebten homogenen Leserschaft Rechnung, die von Volontären über Journalistenschüler und Studierende bis hin zu gestandenen Profis reichen soll? Da sind Zweifel angebracht. Anfänger, die überwiegend Neues erfahren, werden Defizite weniger schmerzlich empfinden als gestandene Medienmacher, denen zu Sätzen wie „In Demokratien sind die Medien ‚frei' – und das heißt zunächst erst einmal frei von unmittelbarer Kontrolle durch die Regierung" aus eigener Erfahrung viel Relativierendes einfallen dürfte. Dass „Medienprodukte in der Regel zweimal verkauft werden: das Produkt selbst an das Medienpublikum, das Publikum an die werbetreibende Wirtschaft" steht zehn Seiten weiter, auch von Kommerzialisierung, Wettbewerb und Konzentration ist die Rede. Dass das Spannungsfeld Medien und Gesellschaft damit tiefgründig ausgelotet würde, diese Überzeugung stellt sich auch nach systematischem Lesen schwer ein. Freilich, auch hier gilt der Rat des Publizisten Harry Pross, den Ruß-Mohl seinen Lesern ans Herz legt: „Lesen Sie viel, denken Sie viel, aber denken Sie mehr als Sie lesen." Ausführliche Literaturhinweise hinter jedem Abschnitt befördern zumindest das Weiterlesen. Das fehlende Sachwortverzeichnis dürfte jedoch jeden behindern, der den Paperbackband zum wiederholten Nachschlagen oder gar als Redaktionshandbuch nutzen will.
Dass Ruß-Mohl redaktionelles Marketing und Redaktionsmanagement als „Eckpfeiler journalistischer Arbeit" sieht und darstellt, ist zeitgemäß und sicher nicht nur dem Verlag geschuldet. Hervorhebenswert sind auch die Abschnitte zur externen Einflussnahme auf die Medien und zur Eigenverantwortung der Macher. Speziell die Ausführung zum „Kräfte-Parallelogramm" zwischen Journalismus und PR sind realitätsnah und brisant, zumal „bisher eine öffentliche Diskussion über Public Relations kaum stattgefunden hat". Auf ein ähnlich unbeackertes Feld fallen die Anregungen, die am Ende zu Qualität und Fehlentwicklungen im Journalismus gegeben werden. Ob ein vorgeschlagenes Kriterien-Ranking oder Qualitätsmanagement praktisch weiterhelfen können, bleibt abzuwarten. Apropos: Das journalistische Metier ist durchdrungen von Fachbegriffen und Anglizismen. Ruß-Mohl hat an einer wohltuend-verständlichen Darstellung ganz ohne erhobenen Zeigefinger gefeilt. Lediglich einige Watchdog-Funktionen, Over- oder Underreportings und Take-offs sind ihm zu viel durchgerutscht. Entschädigt wird der Leser durch viele treffende Praxisbeispiele und Zeitungsausrisse, die auch heurige Medien-Hasen zur Selbstreflexion anregen dürften. Fazit: Lernen kann jeder noch etwas, umfassend oder partiell. Wozu sonst gibt es das Lehrbuch.

Helma Nehrlich ■

Stephan Ruß-Mohl:
Journalismus. Das Hand- und Lehrbuch
F.A.Z.– Institut für Management-, Markt- und Medieninformationen
Frankfurt/Main 2003
ISBN 3-934191-62-2; 392 Seiten – 29,90 Euro.

Briefe an M

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

Qualität ist nicht zu halten

„Die neue Macht in Unterföhring" in «M» 10/2003

In Ergänzung zu dem Artikel „Die neue Macht in Unterföhring" weise ich auf folgenden Tatbestand hin: Karstadt-Quelle und EM.TV haben nicht nur das Deutsche Sportfernsehen (DSF), sondern auch den Branchenführer Sport1 erworben. Dort wurde genau das vollzogen, was der Autor Gert Hautsch, prophezeite: Nicht vom journalistischen Standpunkt, sondern vom rein marktwirtschaftlichen Interesse her wurde innerhalb weniger Wochen gehandelt. Weit über ein Drittel der Belegschaft erhielt die betriebsbedingte Kündigung.
Kurzfristig kann man den deutschen Branchenführer Sport1 sicherlich durch solche „Personalplanungen" kostendeckend machen und möglicherweise auch in die Gewinnzone führen. Doch längerfristig ist wohl die Premium Qualität mit dem dezimierten Personal wohl kaum zu halten. Die Folge: Kunden kürzen den Finanzrahmen der Verträge oder steigen ganz aus. Die Kosten werden zwar gesenkt, die Einnahmen mit einer gewissen Zeitverzögerung auch. Was bleibt: Das Verhältnis zwischen Ausgaben und Einnahmen schraubt sich auf den Stand vor den einschneidenden Personalmaßnahmen zurück, Journalisten-Kollegen aber sind rausgeflogen.

Hans Gärtner,
per E-Mail

Private gegen öffentlich-rechtliche Übermacht

„Gebührendebatte missbraucht für medienpolitische Kuhhändel" in «M» 10/2003

Sehr geehrte Damen und Herren, ... Sind Sie über die Schieflage des dualen Systems z. B. in Nordrhein-Westfalen überhaupt ausreichend informiert? Hier spielen mit bisher großer auch politischer Unterstützung und natürlich auf der Basis von Gebühren der GEZ und Werbung (in Fernsehen und 3 – 4 Hörfunkprogrammen) die Kanäle des WDR eine übermächtige Rolle: Ausgestattet mit der verbrieften Hoheit der besten und stärksten Frequenzen sendet der öffentlich-rechtliche Rundfunk auf fünf Hörfunkwellen plus Europaradio plus den überregionalen Deutschlandradio und Deutschlandfunk, von Deutsche Welle mal hier nicht zu reden. In Siegen beispielsweise strahlen von zwei öffentlich-rechtlichen Anstalten (SWR und HR) ebenfalls Informations-, Kultur- und Jugendprogramme neben den auch auf große Zielgruppe und Werbepublikum angelegten Servicewellen deutlich empfangbar ein. Dagegen steht ein lokales Programm des NRW-Lokalfunksystems mit vier Redakteuren, zwei Redakteuren, einem Chef und Assistentin, unterstützt von 20 freien Gelegenheits-Mitarbeitern, das dazu noch laut Gesetz eine Stunde nicht-kommerziellen Bürgerfunk ausstrahlen muss. Wenn der Autor des Gebührendebatte-Artikels von Wettbewerbsverzerrung spricht, dann sollte er den Zerrspiegel von der richtigen Seite anlegen. 46 lokale private Radios kämpfen gegen die Übermacht der gebührenversorgten öffentlich-rechtlichen WDR-Hoheit mit immer noch hohen journalistischen Ansprüchen und Überstunden bis zum Umfallen, deutlich unter Zeitungstarifen, mit Jobs, die viel unsicherer sind als bei öffentlich-rechtlichen Arbeitgebern. ... Die ARD vermarktet Fernsehwerbung und bietet den Kunden gleich Werbespots im Hörfunk für lau im Umfeld der Sportberichte an – ein System, wie geschaffen für Rabatte. Auf der Servicewelle WDR 2 werden Unternehmen mit Werbespots geködert nach dem Prinzip „einmal bezahlen, zweimal senden", auch im Verbund mit anderen Wellen gibt's verlockende Angebote. Das nenne ich Wettbewerbsverzerrung bei allem Respekt vor Grundversorgung und den zahlreichen öffentlichen-rechtlichen Mitarbeitern! ...

Christian Pflug,
Siegen

Missachtung der ETA-Opfer

„Beweise bis heute schuldig geblieben" in «M» 9/2003

Ich bin wieder einmal ausgesprochen erstaunt über die Berichterstattung meiner Gewerkschaftszeitung zur Zensur. Unter der Überschrift „Andauernde Angriffe auf die Pressefreiheit im Baskenland" wird mit keinem Wort die Tatsache erwähnt, dass die baskische Terrorbande ETA eine in Europa beispiellose Bedrohung der Presse ausübt. Stattdessen beklagt der Autor wortreich die Probleme von Zeitungen, die mehr oder minder unverhohlen die ETA unterstützen.
Der Kollege, der den Text geschrieben hat, sollte sich vor Augen führen, dass Journalisten im Baskenland und in ganz Spanien immer wieder von der ETA erschossen oder mit Bomben attackiert werden. Ich erinnere nur an José Luis López de Lacalle, der vor drei Jahren regelrecht hingerichtet wurde, oder Santiago Oleaga Elejabarrieta, der vor zwei Jahren erschossen wurde. Und ich zitiere „Reporter ohne Grenzen": „Etwa 50 Journalisten und Redakteure leben unter Polizeischutz in der baskischen Provinz und Madrid. Insgesamt rund 100 Journalisten bekommen entweder offiziellen oder privaten Schutz. Etwa zehn Journalisten aus dem Baskenland leben im „Exil" in Spanien, weil sie sich ebenfalls Todesdrohungen ausgesetzt sahen."
Spanische Kollegen, die ihre Arbeit ganz normal so verrichten, wie es die meisten in ver.di organisierten Journalisten tun, müssen um ihre Gesundheit und ihr Leben fürchten. Wenn eine deutsche Gewerkschaftszeitung vor diesem Hintergrund zum Thema „Pressefreiheit" lediglich die wirtschaftlichen und politischen Repressalien beklagt, unter denen nationalistisch-chauvinistische Zeitungen wie „Egin" oder „Gara" zu leiden haben, muss das in den Augen der meisten spanischen Kollegen wie purer Zynismus erscheinen.

Nikolaus Nützel,
München

Nichts totschweigen

„Beweise bis heute schuldig geblieben" in «M» 9/2003

Anlass meines Unmuts ist mal wieder ein Beitrag von Ralf Streck, der es gerade aufgrund seiner tiefgreifenden Erfahrungen zum Thema Pressearbeit und Baskenland eigentlich besser wissen müsste. Ist es so schwer, in einem Beitrag über Pressefreiheit im Baskenland die Tatsache, dass zahlreiche Kollegen im Fadenkreuz von ETA und ihren Anhängern stehen, wenigstens anzumerken? Darf bei „M" von den ermordeten Kollegen, den ständigen Drohungen von ETA und ihrem Umfeld gegen Autoren nicht mehr geschrieben werden? Im Baskenland wird eine brutale Kampagne geführt, in der jeder verjagt oder eliminiert wird, der nicht ins harmonische Bild vom durch ein brutales Spanien unterdrücktes Baskenland passt. ...
Das bedeutet nicht, dass man einer Debatte über die Grenzen von Pressefreiheit und die Rechtsstaatlichkeit von Zeitungsschließungen ausweichen sollte. Wie wir ebenso über Sinn und Unsinn des Verbots der NPD oder des Verbots von rechtsradikalen Schriften oder ausländerfeindlicher Rockmusik diskutieren. Diesen Zusammenhang müsste man freilich zunächst mal anerkennen.

Hans-Günter Kellner,
Madrid

Ein Rechtsstaat keine Bananenrepublik

„Beweise bis heute schuldig geblieben" in «M» 9/2003

... „Egin", „Gara", die verbotene „Herri Batasuna" und ETA sind keine Opfer einer Repressionspolitik aus Madrid, sondern Täter. Spanien ist keine Bananenrepublik, wie der Autor glauben machen will, sondern ein Rechtsstaat mitten in der EU. ... Richter Baltazar Garzón ist Spaniens wohl mutigster und bekanntester Jurist. Es sei nur an den Fall Pinochet und an die argentinische Militärjunta erinnert. ...

Informationen dazu auch unter:
www.igmedien.de/publikationen/m/2001/04/46;
www.rsf.fr;
www.reporter-ohne-grenzen.de/archiv/news/27102000.

Reiner Wandler,
Madrid

Anzeige

Und womit schließen Sie Ihre Versorgungs ?

Ab dem 1. Januar 2004 sinkt der Garantiezins für Rentenversicherungen von 3,25 % auf 2,75 %. Wer sich in 2003 noch rentenversichert, kann sich die aktuellen Vorteile für die gesamte Laufzeit sichern!

Ich berate Sie bundesweit und kostenfrei:

- zu allen Fragen der Altersvorsorge für Angestellte und Selbständige in der Medienbranche
- über die besonders günstigen Konditionen des Versorgungswerks der Presse und der Künstlersozialkasse

Michael Weber
Versicherungsfachbüro für Kommunikationsberufe
Kardinal-Wendel-Str. 55
67346 Speyer

Tel. 0 62 32 / 7 84 56
Fax 0 62 32 / 7 29 70
Mail: Weber.VDP@t-online.de

Rufen Sie mich gerne unverbindlich an oder schicken Sie mir einfach diese Faxantwort an: 0 62 32 / 7 29 70

☐ Bitte errechnen Sie für mich eine Beispielrechnung über eine monatliche Rente von:
☐ 500 € ☐ 1000 € ☐ 2000 € ☐ _____ €

☐ Ich interessiere mich für eine Berufsunfähigkeitsrente von:
☐ 500 € ☐ 1000 € ☐ 1500 € ☐ 2000 €

☐ Mein(e) Ehepartner(in)/mein(e) Lebensgefährte/Lebensgefährtin möchte – unabhängig vom Beruf – auch in die Presseversorgung.

☐ Informieren Sie mich über Zuschüsse zur Altersversorgung für freie Mitarbeiter/innen bei öffentlich-rechtlichen Rundfunk- und Fernsehanstalten.

☐ Ich wünsche eine persönliche Beratung in: _____

Vorname/Name _____

Geburtsdatum _____

Straße/Hausnummer _____

PLZ/Ort _____

Tel. (gesch./priv./mobil) _____

Fax _____

Mail _____

Ein Freund, ein guter Freund ...

Ein Intimus hilft Stefan von Holtzbrinck aus der Tagesspiegel-Bredouille – Kartellrecht im Visier

Foto: dpa

In froher Erwartung? Pierre Gerckens, Vizepräsident des Bundesverbandes Deutscher Zeitungsverleger, kauft den „Tagesspiegel".

Um Pressefusionen zu erleichtern, wollen Bundesregierung und Verleger das Kartellrecht ändern. Dabei zeigt gerade das Kaufgerangel um „Tagesspiegel" und „Berliner Zeitung", wie wichtig die Kontrolle der Wettbewerbshüter ist.

Die Qualitäten eines guten Freundes besangen bereits 1930 Heinz Rühmann, Willy Fritsch und Oskar Karlweiss in dem Film „Die drei von der Tankstelle". Eine schnöde Zapfanlage für Kraftstoffe hat das Dreigestirn Gerckens und die Brüder Holtzbrinck zwar nicht geleitet, dafür aber den gleichnamigen Verlag. Bereits seit 1968 ist Pierre Gerckens für das Haus tätig, er gilt als Intimus von Dieter von Holtzbrinck, dem Halbbruder und Vorgänger des jetzigen Konzernlenkers Stefan von Holtzbrinck. Als der junge Unternehmenschef sich in größter Not befand, sprang Pierre Gerckens als wahrer Freund ein und kaufte den „Tagesspiegel". Gerckens legte mit sofortiger Wirkung seine Ämter im Aufsichtsrat der Verlagsgruppe sowie in allen anderen Verlagsgruppen-Gremien nieder. Über den Kaufpreis wurde Stillschweigen vereinbart. Eine Bestandsgarantie sei bei diesem Geschäft nicht notwendig und Gerckens habe ganz andere Möglichkeiten, um das Blatt in die Gewinnzone zu bringen, verlautete aus dem Konzern.

Für Stefan von Holtzbrinck war dies der Befreiungsschlag aus einer misslichen Situation, in die er sich selbst durch den Kauf des Berliner Verlags („Berliner Zeitung", „tip", „Berliner Kurier", BerlinOnline) manövriert hatte. Vor dem Kartellamt war er damit auf die Nase gefallen. Sein Versuch, per Ministererlaubnis doch noch zum Ziel zu gelangen, stand unter keinem guten Stern. Dabei hatte er alles so schön geplant: Sein chronisch defizitärer „Tagesspiegel" sollte durch Synergien mit der „Berliner Zeitung" endlich in die schwarzen Zahlen geführt werden. Nach der zweiten öffentlichen Anhörung im Ministerium setzte sich bei ihm wohl die Erkenntnis durch, dass die Sondererlaubnis ein Wunschtraum bleiben wird. Verkaufen wollte von Holtzbrinck aber nicht. Der Berliner Verlag war bereits bezahlt und er trug allein das Kartellrisiko. Aus dieser Situation rettete ihn Gerckens. Dass er mit diesem Coup seine eigene Behauptungen, der „Tagesspiegel" sei ohne die Synergien mit der „Berliner Zeitung" nicht überlebensfähig und ein Käufer nicht in Sicht, ins Absurde geführt hatte, war offensichtlich zweitrangig.

Rolle als Platzhalter vehement bestritten

Clement schien erleichtert: Es sei gut, dass in dem Verfahren eine unternehmerische Lösung gefunden wurde. Der jetzt eingeschlagene Weg sei auch gut für den Berliner Zeitungsmarkt. Dieser Meinung wollten sich aber nur wenige anschließen. Als pikant wird von Beobachtern nicht nur die Nähe des Käufers zum Holtzbrinck-Verlag empfunden, sondern auch die Ankündigung des Konzernchefs „Kooperationen zwischen ‚Tagesspiegel' und ‚Berliner Zeitung' " künftig nicht auszuschließen. Der Medienwissenschaftler Horst Röper wertete den Verkauf an Gerckens gar als „Umgehungssachverhalt zum geltenden Kartellrecht".

Holtzbrinck-Sprecher Rolf Aschermann bestritt vehement die Vorwürfe, Gerckens sei lediglich der „Platzhalter", bis das Kartellrecht geändert ist. Er beeilte sich zu versichern: „Herr Gerckens kauft auf eigene Rechnung und auf eigenes Risiko. Das ist seine eigene Beteiligung." Das Angebot des bis vor kurzem ehemaligen leitenden Holtzbrinck-Angestellten sei „das Zweitbeste nach dem Bauer-Angebot gewesen". Zwischen einem Euro, der angeblich von anderen Verlagen geboten wurde, bis zu den 20 Millionen, die der Verleger Heinz Heinrich Bauer auf den Tisch legen wollte, ist die Spanne aber beträchtlich. Ob der Vertrag zwischen Holtzbrinck und Gerckens noch geprüft werden muss, sei noch nicht geklärt, aber wahrscheinlich, sagte Kartellamtssprecherin Anja Scheidgen. Die Wettbewerbshüter könnten Holtzbrinck unter Umständen einen Strich durch die Rechnung machen. Freilich müssten sie dann nachweisen, dass Gerkens als Strohmann fungiert.

Ob die Wettbewerbshüter auch künftig so genau überall hinschauen und manch schönes Geschäft einfach verbieten dürfen, wird bald entschieden. Bereits am 1. Mai kommenden Jahres soll das novellierte Gesetz gegen Wettbewerbsbeschränkungen (GWB) in Kraft treten. Es muss in einigen Teilbereichen an das europäische Recht angeglichen werden. Obwohl die Pressefusionskontrolle davon nicht berührt ist, wird die Bundesregierung von Verlegern bedrängt, das Kartellrecht auch für diese Branche zu lockern. Bisher gilt, dass Fusionen von Zeitungen und Zeitschriften bereits ab einem gemeinsamen Umsatz aller beteiligten Unternehmen von 25 Millionen Euro beim Kartellamt angemeldet werden müssen. Diese Sonderregelung wird als Presserechenklausel bezeichnet. Andere Branchen müssen Fusionen erst ab einem gemeinsamen Konzernumsatz von 500 Millionen Euro anmelden. Unberührt davon darf eine Fusion nicht zu einer marktbeherrschenden Stellung führen. Die Änderung des Kartellrechts stand unter anderem auch

Ein Schelm, der Arges dabei denkt: Vorsitzender der Geschäftsführung Stefan von Holtzbrinck war guter Dinge in der zweiten öffentlichen Anhörung des Bundeswirtschaftsministers zur Übernahme des Berliner Verlages (Gruner und Jahr) durch die Holtzbrinck Verlagsgruppe. Links von ihm sein Vize Michael Grabner.

Foto: Chr. v. Polentz / transit

bei dem Kongress des Bundesverbandes der Deutschen Zeitungsverleger (BDZV) auf der Agenda. Während die ersten Agenturen die Neuigkeit aus dem Hause Holtzbrinck vermeldeten, saßen die Spitzen der deutschen Verlage gemütlich im Berliner Hotel Maritim. Unter den rund 500 Tagungs-Teilnehmern schlug die Neuigkeit wie eine Bombe ein. BDZV-Präsident Helmut Heinen soll sich, um das Getuschel in den Reihen zu beenden, sogar genötigt gesehen haben, eine kurze dpa-Meldung zu verlesen, berichtete die „FAZ" am folgenden Tag. In seiner Rede ging der Verbandschef auf das Kartellrecht ein: „Die so genannte Presserechenklausel sollte kleine Verlage vor den Übernahmeabsichten größerer und großer Verlage schützen – das war plausibel. Damals. Der zugespitzte Wettbewerb der Medien hat es mit sich gebracht, dass gerade diese Zeitungshäuser heute darauf angewiesen sind, verstärkt zu kooperieren oder zu wirtschaftlich funktionsfähigen Einheiten zu fusionieren.

Für Angebotsvielfalt

Das aber wird ihnen durch die unverändert gebliebenen Parameter der Pressefusionskontrolle erschwert oder unmöglich gemacht." Nicht erwärmen konnte Heinen sich offenbar für eine gesetzlich vorgeschriebene Stiftungslösung. Holtzbrinck hatte diese Variante vorgeschlagen und wollte damit die publizistische Unabhängigkeit des „Tagesspiegels" von der „Berliner Zeitung" garantieren. Heinen erteilte solchen Gedankenspielen eine Absage: „Modelle, die auf eine Trennung von verlegerischer und publizistischer Verantwortung beziehungsweise auf Kontrolle durch externe Kräfte hinauslaufen, wären für uns inakzeptabel." Bundeskanzler Gerhard Schröder versicherte, dass er eine „einvernehmliche Lösung" mit den deutschen Zeitungsverlagen anstrebe. Voraussetzung sei aber, dass Unternehmen aller Größenordnungen die Novelle unterstützen. „Wir wollen und können erst handeln, wenn das wirklich eine gemeinsame Position ist", betonte Schröder. Und dafür drängt die Zeit. Denn, wie Kartellamtssprecherin Anja Scheidgen bestätigte, die anderen geplanten Änderungen am GWB seien längst in Arbeit. Und die Mühlen der Gesetzgebung mahlen langsam. So werden die Verleger sich sputen müssen, um ihre Interessen unter einen Hut und noch rechtzeitig auf den Weg zu bringen. Nicht nur die Verleger, sondern auch die Beschäftigten und ihre Gewerkschaften an der Meinungsfindung zu beteiligen, forderte Frank Werneke, stellvertretender ver.di-Bundesvorsitzender: „Die Interessen der Medienschaffenden dürfen dabei ebenso wenig unter die Räder kommen wie die Interessen der Leser an einer funktionierenden öffentlichen Kontrolle der Politik." Das Kartellrecht habe in seiner jetzigen Form nicht verhindern können, dass in mehr als der Hälfte der Städte und Landkreise nur noch eine Tageszeitung erscheint. Damit hätten die Menschen keine Wahlmöglichkeit mehr. „Angebotsvielfalt setzt Anbietervielfalt voraus", warnte Werneke.

Silke Leuckfeld ■

Durchbruch bei elektronischen Pressespiegeln

Die Verwertungsgesellschaft Wort (VG WORT) in München und die Presse-Monitor Deutschland GmbH & Co. KG (PMG) in Berlin haben eine umfassende Zusammenarbeit für die Bereitstellung elektronischer Pressespiegel vereinbart. Danach wird künftig die PMG nicht nur die Artikel der mit ihr vertraglich verbundenen Verlage vermarkten, sondern auch solche elektronischen Pressespiegel, die unter die Einschränkungen des § 49 Urheberrechtsgesetz (UrhG) fallen. Die VG WORT wird im Gegenzug an den Erlösen der PMG aus dem Geschäft mit elektronischen Pressespiegeln beteiligt, so dass künftig auch die Journalisten, die bei der VG WORT gemeldet sind, von dieser Umlage profitieren werden. Der Vorstand der VG WORT, Prof. Dr. Ferdinand Melichar, und die Geschäftsführer der PMG, Klaus Rohr und Dr. Peter Horvath, würdigten die Vereinbarung als einen „Durchbruch". Die Zusammenarbeit bedeute Rechtssicherheit für alle Behörden, Institutionen und Unternehmen, die elektronische Pressespiegel für ihre Mitarbeiter erstellen. Mit diesem One-Stop-Shop sei eindeutig geklärt, dass jeder elektronische Pressespiegel auf Bezieherseite vergütet werden müsse.

red ■

Anzeige

Foto: Bernd Lauter

Kontakthof Journalisten-Netzwerk

Ein „Daten-Lagerfeuer“ als Gravitationszentrum für die Profession

Plug and Play:
www.JoNet.org
www.JungeJournalisten.de
www.Journalistenlinks.de
www.Journalists-network.org
www.netzwerkrecherche.de
www.Mediafon.net

Für Journalisten sind Kontakte unentbehrlich. Ob beim Recherchieren oder beim Vermarkten von Beiträgen, stets ist es hilfreich, die richtigen Leute zu kennen. Längst spielt das Internet dabei eine bedeutende Rolle. Und so verwundert es nicht, wenn Journalisten in web-basierten Netzwerken vornehmlich in Internet-Foren und über Mailing-Listen neue Kontakte knüpfen. Honorarempfehlungen, Recherchetipps oder Informationen über offene Stellen runden das Angebot solcher virtuellen Netzwerke ab.

Die Voraussetzungen für einen Erfahrungsaustausch via Internet sind heute wesentlich besser als noch vor zehn Jahren. Damals war der Weg ins Internet nur etwas für die Computer-Freaks unter den Journalisten. Eine E-Mail-Adresse auf der Visitenkarte im Jahre 1993 lieferte selbst in Journalistenkreisen genug Stoff für eine abendfüllende Diskussion über das Wieso und Warum. Und so zählte das erste deutsche Journalisten-Netzwerk namens JoNet vor zehn Jahren gerade einmal 30 Mitglieder. Heute gehört der E-Mail-Account zur Standardausstattung von Journalisten und www.JoNet.org ist auf über 2.200 Mitglieder angewachsen. JoNet-Gründungsmitglied Jochen Wegner spricht von einem „Daten-Lagerfeuer“, das sich zu einem Gravitationszentrum für die Profession entwickelt habe. Insbesondere freie Journalisten lernten das JoNet schätzen. Denn anders als die festangestellten Kollegen können Freie nicht mal eben den Kollegen im anderen Büro um Rat fragen, wenn sie selbst nicht mehr so recht weiterkommen. Eine Mail ans JoNet reicht aus, um dieses Manko wettzumachen. Und der Kommunikationsbedarf ist enorm. Ein Archiv hält die täglich mehr als 50 Mails der Mitglieder an das Netzwerk fest und ist für die registrierten Nutzer der kostenlos erhältlichen Mailingliste unbegrenzt einsehbar. Der Netzwerk-Öffentlichkeit verborgen bleiben lediglich die unter den Mitgliedern ausgetauschten privaten Mails. So braucht niemand zu befürchten, dass sein Lebenslauf öffentlich wird, wenn er auf ein im JoNet verbreitetes Stellenangebot reagiert.

Mitmachen lohnt sich

Vertraulichkeit ist auch anderen Journalisten-Netzwerken wichtig. Ein eigens für Nachwuchsjournalisten konzipiertes Netzwerk namens www.JungeJournalisten.de unterscheidet ebenfalls zwischen einem öffentlichen und einem lediglich Mitgliedern vorbehaltenen internen Bereich. Für Studenten, Praktikanten und Hospitierende bei den verschiedensten Medien ist der interne Bereich ein Muss, werden doch hier im Forum wertvolle Insidertipps zu den Themen Aus- und Weiterbildung sowie Recherche gegeben. Um in dem ebenfalls kostenfreien Netzwerk mitmachen zu können, muss lediglich der Nachweis journalistischen Arbeitens erbracht werden, was am besten durch Einsendung einer Arbeitsprobe erfolgt. Dies ist deshalb nötig, weil Netzwerke von der Mitarbeit ihrer Mitglieder leben. Ohne jeglichen Bezug zur Medienszene ist das aber nur schwer möglich.

Davon sollte sich aber niemand abschrecken lassen, denn Mitmachen kann sich lohnen. Die Journalisten Alexander Häntzschel und Thomas Rebbe führen ihre derzeit gute Auftragslage maßgeblich darauf zurück, dass sie neben dem Netzwerk „JungeJournalisten“ auch die Webseite www.Journalistenlinks.de gebaut und so ihr Engagement bewiesen haben. Auch in Sachen Auslandsrecherche kann sich ein aktives Netzwerker-Dasein lohnen. Schließlich gibt es mit www.Journalists-network.org ein international ausgerichtetes Netzwerk, das regelmäßig Recherche-Reisen zu günstigen Konditionen anbietet. Carsten Wieland ist Vorsitzender dieses Netzwerks und macht keinen Hehl daraus, wie wichtig ihm aktive Mitglieder sind. „Wer bei uns mitmacht, wird auch eher auf Recherche-Reisen mitgenommen“, schildert Wieland die Vergabepraxis bei den begehrten Auslandsreisen nach Israel, die Türkei oder Ost-Europa. Möglichkeiten zum Mitmachen dürften geneigte Journalisten zuhauf finden. Denn neben den Reisen organisiert das Netzwerk verschiedene Vortragsveranstaltungen, die von im Hintergrund wirkenden Projektgruppen vorbereitet werden.

Für mehr Recherche

Auf aktives Tun setzt auch die Journalistenvereinigung Netzwerk Recherche. Unter www.netzwerkrecherche.de ist zu erfahren, dass dieses Netzwerk sich als Lobby für den in Deutschland vernachlässigten investigativen Journalismus versteht. So organisiert dieses Netzwerk ebenfalls eine Reihe von Veranstaltungen, Seminaren und ein jährlich stattfindendes Jahrestreffen. „Da finden sich genügend Baustellen, um mitzumachen“, betont Thomas Leif vom Netzwerk Recherche. Mit einem Recherchestipendium richtet sich das Netzwerk an alle Journalisten mit einem guten Thema, dessen Umsetzung bislang nur daran gescheitert ist, das die Recherche zu kostspielig ist. Das Stipendium wird indes unabhängig von einer Mitgliedschaft im Netzwerk Recherche vergeben. Insbe-

sondere Berufskollegen ohne Kontakte zu namhaften Medien können von diesem Programm profitieren. So konnte Lutz Mükke als Empfänger des ersten Recherche-Stipendiums seinen Beitrag gleich als Dossier in der Wochenzeitung „Die Zeit“ unterbringen.

Die Zahl der Journalisten-Netzwerke wird immer größer. JourWeb.de, Journalismus.com oder european-journalists.net als die jüngste Gründung eines solchen Netzwerks sind alle einen Blick wert. Das weiß auch Gunter Haake von www.Mediafon.net. Der Leiter des von ver.di aufgelegten Projekts zur Beratung von Selbständigen erzählt, dass die Mediafon-Berater regelmäßig die verschiedenen Netzwerke im Internet besuchen, um zu sehen, wo der Schuh drückt. Schließlich werden neben allen handwerklichen Fragen immer wieder auch berufs- oder arbeitsrechtliche Fragen in den verschiedenen Foren diskutiert. Themen, die zur ureigensten Materie einer Gewerkschaft gehören. Deshalb kündigt Veronika Mirschel, Bundessekretärin für Selbstständige bei ver.di, noch für diesen Herbst ein Selbstständigen-Netzwerk an.

Wenn es so weit ist, werden die Journalisten-Netzwerke wohl mit als erste davon erfahren. Denn über gute Neuigkeiten reden auch Netzwerker immer noch am liebsten.

Andreas Skowronek ■

Urteil mit Signalwirkung

Niederlage für DPA – Auslagerung als Betriebsübergang definiert

In einem Arbeitsgerichtsprozess gegen die Deutsche Presse Agentur (DPA) hat der Engländer John Purdy einen wichtigen Sieg erstritten: Das Landesarbeitsgericht Hamburg erkennt die Ausgliederung der englischsprachigen Redaktion nach Irland letztinstanzlich als Betriebsübergang an – jetzt muss der DPA-Redakteur wieder angestellt werden. Das Urteil hat auch für andere Betriebsauslagerungen Signalwirkung.

Aktenzeichen des Urteils: Landesarbeitsgericht Hamburg, 8 Sa 29/03 (9 Ca 552/01)

Als John Purdy 1992 von seinem Korrespondentenjob in London nach Hamburg zu DPA wechselte, kam er als einer der jüngsten Redakteure in ein gewachsenes Team, in dem die meisten Kollegen schon seit vielen Jahren arbeiteten. Und die DPA-Geschäftsleitung wurde nicht müde zu bekunden, wie erfolgreich der englischsprachige Auslandsdienst, der Kunden in den USA, Skandinavien, Osteuropa, Naher Osten und Afrika belieferte, doch sei. „Noch Anfang 2001 hieß es, es würden jetzt 20 neue Stellen geschaffen“, erinnert sich der heute 45-Jährige. Zu Halloween des Jahres, am 31. Oktober, hörte sich das dann ganz anders aus: „Wir überlegen zu schließen“. Einen Monat später wurde der Hauptbelegschaft, etwa 20 Redakteuren und Sekretärinnen, gekündigt.

Purdy, mit damals zehn Jahren Betriebszugehörigkeit immer noch einer der Neuesten in dem Team, setzte sich mit dem Betriebsrat und den Kollegen zusammen und entwickelte ein Konzept, wie bis zu eine Million DM jährlich erspart werden könnten. Doch das interessierte die DPA-Geschäftsführung anscheinend schon lange nicht mehr: „Wir machen eine neue Redaktion in Irland auf, unter der Schirmherrschaft einer Tochtergesellschaft“, hieß es nun. Dort seien die steuerlichen Vorteile für den Betrieb immens und die Mitarbeiter würden aufgrund niedrigerer Lebenshaltungskosten auch einen besseren Schnitt machen. Dem, so hat sich jetzt herausgestellt, ist nicht so. „Die Kollegen sagen, dass sie dort über ihre Verhältnisse leben müssten“, sagt Purdy.

Aus dem vorherigen gemeinsamen Suchen nach Lösungen wurde ein individuelles. Einige sollten in Hamburg mit den schlechteren irischen Verträgen weiterarbeiten, andere wechselten übergangslos zum 1. Juli 2002 nach Cork in Irland, wo die neu gegründete DPA News International (DPA-NI) jetzt so ziemlich das gleiche Produkt für die gleichen Kunden herstellte, das die englische Redaktion vorher in Hamburg gemacht hatte.

Kündigung unrechtmäßig

Diese und weitere Gründe hat das Landesarbeitsgericht jetzt in seiner letztinstanzlichen Entscheidung dazu bewogen, John Purdys Klage gegen die Kündigung und auf Weiterbeschäftigung, die er seit Ende 2001 betrieben hat, positiv zu bescheiden. So sei über die Funktionsnachfolge hinaus die „Führungsstruktur des ehemaligen Betriebsteils des Beklagten im wesentlichen von der DPA-NI übernommen“ und auch die „Anbindung der den englischen Dienst erstellenden Einheit“ an den Auslandschef unverändert geblieben. Ergo: die Kündigung wegen Stilllegung ist unrechtmäßig, da es sich um einen Betriebsübergang gehandelt hat. Die Beschäftigten hätten allesamt zu den Bedingungen ihres alten Arbeitsvertrages übernommen werden müssen.

Für Reino Gevers, den DPA-Betriebsratsvorsitzenden, hat das Urteil Signalcharakter, auch für andere Redaktionen und die betroffenen Mitarbeiter. „Nach diesem Urteil ist es eben nicht mehr egal, wo der Standort eines Betriebes ist.“ Die Strategie von DPA und Verlagen, die betrieblichen Standards mithilfe von Standortverlegung erheblich zu unterlaufen, sei damit zum ersten Mal durchbrochen. „DPA hat aber vorher auch schon die spanische Redaktion aus Deutschland verlegt, um auf Kosten der Mitarbeiter erhebliche Lohnsenkungen durchzusetzen.“ Das Gleiche passiere mit Pauschalisten, die im Ausland arbeiten. „Wo früher deutsche Korrespondenten zu unseren Tarifen arbeiteten, sitzen heute immer mehr Kollegen aus den Ländern mit frei ausgehandelten, weit schlechteren Bedingungen.“

DPA-Personalchef Matthias Mahn hat sich im Gespräch mit „M“ weitgehend geweigert, auf Fragen zu den Vorgängen um die englische Redaktion zu antworten. Das irische Outsourcing von DPA, der man unterstellen kann, die Verlagerung vor allem auch betrieben zu haben, um die Redakteure im Tausch gegen nicht so gute Konditionen aus ihren deutschen Tarifverträgen herauszukicken, wird sich für DPA erheblich ausgezahlt haben: John Purdy ist der Einzige, den die Nachrichtenagentur jetzt zu den alten Bedingungen weiterbeschäftigen muss.

Jörn Breiholz ■

Foto: vario-press / Hans-Guenther Oed

Drohender Gedächtnisverlust

In den Archiven der Zeitungsverlage wird an der Kostenschraube gedreht

Von der grassierende Rotstiftpolitik der Verlage bleiben auch die Archive der Zeitungen nicht verschont. Die Einsparungen gehen nicht nur zu Lasten der Beschäftigten, beim Axel Springer Verlag steht sogar das komplette „Gedächtnis" des Hauses zur Disposition.

Seit Jahrzehnten gilt das Archiv des „Spiegel" als Nonplusultra bei Journalisten. Nicht nur der Umfang, auch die Qualität der Dokumentation ist legendär. Nach Verlagsangaben sind dort mehr als 50 Jahre politisches Zeitgeschehen in 35 Millionen Textdokumenten und fünf Millionen Bildern dokumentiert. Eine Datenbank, die allein auf die Bedürfnisse des „Spiegel" zugeschnitten ist, enthält derzeit 17 Millionen Dokumente. Jährlich wächst sie um zwei Millionen. In dem „Digitalen Archivsystem", DIGAS genannt, sind sämtliche Dokumente als strukturierte Volltexte erfasst. Gespeichert werden auch Dossiers zu bestimmten Stichwörtern oder Themen. Stolz verkündet „Der Spiegel" auf seiner Internetseite, dass jeder Redakteur online von seinem Arbeitsplatz – egal ob in Hamburg oder Peking – auf das gesamte Archiv zugreifen kann. Zudem werden alle „Spiegel"-Artikel vor Drucklegung von den rund 70 Dokumentationsjournalisten auf Plausibilität geprüft, Fakten, Daten, Namen, Bilder und Grafiken verifiziert.

Mit diesen Arbeitsverhältnissen kann der Axel Springer Verlag (ASV) nicht aufwarten. Springer dreht im eigenen Haus an der Kostenschraube, der Betriebsrat befürchtet, dass der Infopool Text, also die Dokumentation, verkauft wird. Dem widersprach der Vorstand in einer Mitarbeiterinformation vehement. Es sei der Auftrag erteilt worden, „sämtliche Prozesse und Leistungen auf den Prüfstand zu stellen. Ziel ist, eine weitere qualitative Verbesserung der Archivleistungen für die Redaktion zu realisieren und gleichzeitig die Kosten zu senken." Mit den Redaktionen werde jetzt eine Bedarfsanalyse vorgenommen. Doch in welche Richtung die Reise geht, ist noch nicht absehbar. Von Kooperationen und Partnerschaften bis zur teilweisen Auslagerung von Aufgaben an Dienstleister reichen die Überlegungen. Gedacht ist auch an die Integration von Dokumentaren in die Redaktionen. Sie könnten dort die Redakteure bei der Recherche unterstützen. Der Betriebsrat befürchtet als Resultat der Gedankenspiele den Verlust von 85 Arbeitsplätzen, davon 18 in Berlin.

Im Trend: Digitalisierung und Partnersuche

Während im hohen Norden noch über Lösungen gegrübelt wird, hatten sich im Süden der Republik bereits zwei Partner gefunden. Der Süddeutsche Verlag und der Bayerische Rundfunk gründeten 1998 die Firma Dokumentations- und Informations-Zentrum München GmbH, DIZ abgekürzt. Doch in der Ehe kriselt es, die Scheidung ist beschlossen. „Der Bayerische Rundfunk steigt zum Jahresende beim DIZ aus", sagt Helmuth Poll, stellvertretender Betriebsratsvorsitzender der DIZ-München GmbH. Der Süddeutsche Verlag wird ab 2004 das DIZ-München GmbH als einhundertprozentige Tochter weiterführen. Ob der Bayerische Rundfunk künftig für sein Zeitungsarchiv eine Kooperation mit den anderen ARD-Anstalten eingeht oder eine Partnerschaft mit dem ZDF anstrebt, ist bisher noch nicht bekannt. Von den noch verbliebenen knapp 60 Mitarbeitern des DIZ arbeiten zur Zeit neun im Zeitungsarchiv des Bayerischen Rundfunks, die übrigen Mitarbeiter am Standort des Süddeutschen Verlages. „Bisher gibt es kein Übernahmeangebot vom Bayerischen Rundfunk für diese neun Beschäftigten", erzählt Helmuth Poll. Stellt der Sender sich weiter stur, bedeutet dies rechtlich eine Teilbetriebsschließung und Kündigungen.

Einen nicht unerheblichen Stellenabbau haben die Mitarbeiter in der Dokumentation bei Gruner + Jahr (G+J) bereits erfahren müssen. „Noch im vergangenen Jahr arbeiteten bei uns 60 Beschäftigte in der Textdokumentation" , sagt Peter

Zeitungsarchiv des Berliner Verlages: Dokumentarin Sandra Tcherniak bei der Materialrecherche

Foto: Chr. v. Polentz / transit

Reuter, Betriebsratsvorsitzender des G+J Verlages Hamburg. Fünfzehn von ihnen sind seitdem im Rahmen von Vorruhestandregelungen bzw. anderen einzelvertraglichen Vereinbarungen gegangen oder werden in den kommenden Monaten ausscheiden. Die Dokumentation entstand 1968 aus den Archiven des „Stern“, der „Zeit“ und der „Brigitte“. Seit 1972 wird eine Pressedatenbank geführt, die rund sieben Millionen Artikel umfasst, zwei Millionen aus der Zeit von 1949 bis 1972 lagern im historischen Archiv. Durch den technischen Fortschritt erlebte auch das „Gedächtnis“ von G+J einen starken Wandel. Bereits seit 1984 wurde das Papierarchiv digitalisiert, seit 1998 ist der Zugriff online möglich. „Einfache Recherchen erledigen die Redakteurinnen und Redakteure selbst“, erklärt Peter Reuter. Die Folge ist ein Rückgang der Offline-Anfragen an die Dokumentation. Recherchen im Internet oder anderen Datenbanken tragen zu einem Rückgang des gesamten Anfragevolumens bei. Eine verbesserte Technik, mit der die Texte erfasst werden, hat den Arbeitsaufwand ebenfalls wesentlich reduziert. Die Dokumentation bietet ihre Dienstleistung auch Verlagsfremden an. Zu den externen Kunden zählen zum Beispiel „Die Zeit“ und das RTL Nachtjournal, zu den internen unter anderem „Stern“, „GEO“, „Brigitte“ und „Gala“.

Spezialisten für die Yellowpress

Einen eigenen Weg geht der Heinrich Bauer Verlag, er trennte sich im März von einem externen Dienstleister. „Bauer hat gegen den Trend Aufgaben ins eigene Haus zurückgeholt“, stellt Silke Dornbusch vom Betriebsrat der BRT Reprotechnik KG fest. Doch für die Beschäftigten kein Grund zum Jubeln: Die 16 Angestellten bekamen neue Arbeitsverträge, der Haustarifvertrag gilt für sie nicht mehr, dafür arbeiten sie jetzt statt 35 wieder 40 Stunden in der Woche – ohne finanziellen Ausgleich. Dass die Dokumentation bei Bauer eine Zukunft hat, davon ist Silke Dornbusch fest überzeugt. „Wir sind Spezialisten für Yellowpress“, betont sie. Von den 120 Zeitschriften, die Bauer weltweit verlegt, ist vieles dieser Sparte zuzurechnen. Auch bei Bauer sind jedoch die Anfragen an die Dokumentation geringer, aber die Technik der automatischen Indizierung besser geworden. Etliche der Zeitschriften bieten sich für die Dokumentation allerdings nicht an. Bauers Sexpostillen haben traditionell einen eher geringen Textanteil. Silke Leuckfeld ■

Dokument der Zeitgeschichte

Foto mit abgetrenntem Kopf zulässig

Der abgetrennte, noch blutende Kopf in den Händen eines liberianischen Soldaten hatte insgesamt 17 Leser zu einer Beschwerde beim Deutschen Presserat gegen die „Bild“-Zeitung veranlasst. Das Farbfoto, das am 23. Juli veröffentlicht wurde, war nach Auffassung des Beschwerdeausschusses in erster Linie Informationsträger und authentisches Dokument der Zeitgeschichte.

Der schockierende Inhalt kann aus Sicht des Ausschusses bei Lesern erhöhte Aufmerksamkeit für Krieg und Gräuel wecken. Es gehöre zu den zentralen Aufgaben der Presse über tatsächliche Geschehnisse in der Welt zu berichten. Dazu zählten auch reale Schrecken eines grausamen Krieges, heißt es in der Pressemitteilung des Gremiums. Der Beschwerdeausschuss erkannte daher keinen Verstoß gegen die Ziffer 11 des Kodex, wonach die Presse „auf eine unangemessen sensationelle Darstellung von Gewalt und Brutalität“ verzichten sollte. Unangemessen sensationell war hingegen der Beitrag „Der Kannibale“ in einer großen Wochenzeitschrift. Die detaillierte Schilderung der Zubereitung und des Essens von Körperteilen geht über ein begründbares Informationsinteresse der Öffentlichkeit deutlich hinaus und wurde deshalb missbilligt.

Sieben Rügen erteilt

Der Beschwerdeausschuss sprach in seiner fünften Sitzung diesen Jahres insgesamt sieben Rügen aus. Zwei Zeitungen wurden wegen der Berichterstattung über den Suizid eines Mannes in der Münchener Innenstadt öffentlich gerügt, da sie gegen die Ziffer 8 des Pressekodex verstoßen hatten, der „besondere Zurückhaltung bei Berichten über Selbsttötungen“ gebietet. Sowohl die „Bild“-Zeitung als auch die „Abendzeitung“ München hatten neben den Fotos des jungen Mannes auf dem Dach der Maximilians-Kirche auch dessen Vornamen, den abgekürzten Nachnamen sowie weitere Details zur Person veröffentlicht.

Die „Chemnitzer Morgenpost“ wurde öffentlich gerügt, da sie über den Tod eines Mannes in einem Sexshop in identifizierender Art und Weise berichtet hatte. Die „Hersfelder Zeitung“ erhielt eine nicht-öffentliche Rüge, da sie in einem Bericht über das Schicksal einer syrischen Flüchtlingsfamilie Name und Foto der Familie bekannt gegeben hatte. Genau dies hatte die Familie verhindern wollen, um nicht nach ihrer Abschiebung in ihrer Heimat Repressalien ausgesetzt zu werden. Damit hat das Blatt gegen Ziffer 8 des Kodex verstoßen, der die Achtung des „Privatlebens und die Intimsphäre des Menschen“ einfordert.

Sorgfaltspflicht verletzt

Eine öffentliche Rüge wegen Diskriminierung nach Ziffer 12 des Pressekodex erhielt die „Offenbach-Post“. Sie hatte in einem Artikel über Schwierigkeiten mit einem von Sinti und Roma frequentierten Gasthof die Unterzeile „Wo kein ‚Zigeuner-Gulasch‘ auf der Karte steht, gibt’s Krach um Parkplätze und abendlichen Lärm“ veröffentlicht. Nach Meinung des Ausschusses ist der Begriff „Zigeuner-Gulasch“, eine Anspielung mit diskriminierendem Charakter.

Die „Sächsische Zeitung“ erhielt eine öffentliche Rüge für einen Kommentar, in dem sie einen Generalkonsul mit angeblichen öffentlichen Äußerungen zitierte, die er nachweislich nicht öffentlich gemacht hatte. Der Ausschuss hielt den Verstoß gegen die „journalistische Sorgfaltspflicht“ (Ziffer 2 des Kodex) für so schwerwiegend, dass er eine Rüge für angemessen hielt.

Die „Bild“-Zeitung erhielt eine öffentliche Rüge für einen Bericht über einen Zoobetreiber, der angeblich im Verdacht stand, bei der Auflösung seines Zoos die dort gehaltenen Tiere verspeist zu haben. Zwar hatte der Betroffene vier Jahre zuvor ein Hängebauchschwein ohne amtsärztliche Genehmigung geschlachtet und dafür ein Bußgeld bezahlen müssen. Für den jüngsten Verdacht gab es jedoch keinen tatsächlichen Anhaltspunkt. Die Veröffentlichung des Fotos und des vollen Namens des Betroffenen wertete der Ausschuss als schweren Verstoß gegen Ziffer 9 des Kodex, wonach es dem „journalistischen Anstand“ widerspricht, „unbegründete Behauptungen und Beschuldigungen, insbesondere ehrverletzender Natur, zu veröffentlichen“.

Der Beschwerdeausschuss sprach außerdem acht Missbilligungen und einen Hinweis aus. ■

Deutscher Presserat

info@presserat.de
www.presserat.de

Lesen, wem die Zeitung gehört

Schleswig-Holsteins Zeitungsleser sollen künftig unmittelbar aus ihrer Zeitung erfahren, wem sie gehört und wer sie finanziert. Tageszeitungen im nördlichsten Bundesland müssen dies in der ersten Nummer jedes Kalendervierteljahres offen legen, andere Periodika in der ersten Nummer jedes Kalenderjahres.
Dies sieht der Entwurf zur Novellierung des Landespressegesetzes vor, den die schleswig-holsteinische Landesregierung am 12. August beschlossen hat. Außerdem müssen Zeitungen, die regelmäßig ganze Seiten des redaktionellen Teils von anderen fertig übernehmen, im Impressum den Verleger und verantwortlichen Redakteur des übernommenen Teils angeben.
Die Offenlegungspflicht der Inhaber- und Beteiligungsverhältnisse und der Zwang zu einem erweiterten Impressum soll dafür sorgen, dass bei zunehmender Presseverflechtung die notwendige Transparenz erhalten bleibt, begründete die Landesregierung ihre Initiative im Zusammenhang mit der durch das geänderte Bundesdatenschutzgesetz ohnehin notwendigen Anpassung des Landespressegesetzes.
Erfüllt wird mit der Offenlegungspflicht eine Forderung, die bereits seit vielen Jahren von der Mediengewerkschaft erhoben wird. Ähnliche Vorschriften mit unterschiedlicher Ausgestaltung gibt es außer in Bayern und Hessen in den Pressegesetzen aller neuen Bundesländer. Eine besondere Aktualität gewinnt die Bekanntmachung der Übernahme redaktioneller Teile angesichts der anvisierten Kooperation zwischen den mit dem Axel Springer Verlag verbandelten Tageszeitungen „Kieler Nachrichten", „Lübecker Nachrichten" und „Ostsee-Zeitung" (Rostock). lü ■

Urheber profitieren von verkauften DVD-Brennern

Die in der Zentralstelle für private Überspielungsrechte (ZPÜ) zusammengeschlossenen Verwertungsgesellschaften haben sich mit dem Bundesverband der IT-Industrie BITKOM über die Zahlung von Urhebervergütungen für DVD-Brenner und CD-DVD-Kombi-Brenner geeinigt. Rückwirkend ab 1. Januar 2003 müssen Hersteller oder Importeure 9,21 Euro pro verkauftem Gerät zahlen. BITKOM-Mitglieder erhalten 20 Prozent Gesamtvertragsrabatt.
Der Vertrag ist bis zum Jahresende 2004 befristet und verlängert sich bei Nichtkündigung jeweils um ein Jahr. Als Ausgleich für die erlaubten Privatkopien wurden zugunsten der Urheber in letzter Zeit bereits Verträge über Abgaben auf CD-Brenner sowie CD- und DVD-Rohlinge abgeschlossen. lü ■

Internet und Intranet für Betriebsrat

Ein Internetzugang und eigene unzensierte Seiten im betrieblichen Intranet sind für die Tätigkeit eines Betriebsrats erforderlich. Das hat das Bundesarbeitsgericht in zwei Beschlüssen am 3. September 2003 festgestellt (Az.: 7 ABR 8/03 und 7 ABR 12/03). Beides gehöre zu den Sachmitteln sowie zur Informations- und Kommunikationstechnik, die der Arbeitgeber dem Betriebsrat nach § 40 Absatz 2 Betriebsverfassungsgesetz für die laufende Geschäftsführung in erforderlichem Umfang zur Verfügung zu stellen hat - jedenfalls dann, wenn auf Grund der technischen Ausstattung des Betriebes keine zusätzlichen Kosten entstehen und der Arbeitgeber andere entgegenstehende Interessen nicht geltend macht.
Mit dieser höchstrichterlichen Entscheidung wurden die Rechtsbeschwerden eines Elektronik-Unternehmens gegen zwei Beschlüsse des Landesarbeitsgerichts Schleswig-Holstein vom VII. BAG-Senat zurückgewiesen. In dem Betrieb sind die meisten Arbeitsplätze mit PCs und Intranetzugang ausgestattet, mehr als 90 haben auch Zugang zum Internet. Dies forderte der Betriebsrat auch für sich. Außerdem wollte er - wie vor einer Sperrung durch den Arbeitgeber - wieder BR-Informationen in das Intranet einstellen. Bereits die Vorinstanzen hatten den Anträgen des Betriebsrats in beiden Verfahren stattgegeben. lü ■

Hauptrolle im falschen Film

Filmproduzent geriet zwischen die Mühlsteine des neuen Insolvenzrechts

Schreckensszenarien hat der Berliner Filmproduzent Sven Derken* schon gedreht. Dass er selbst in einem solchen eine Hauptrolle spielen würde, hätte er sich nie träumen lassen. Die vor dem Hintergrund des neuen Insolvenzrechts handelnde Story hat ein vertracktes Script …

Wenn Derken am Set arbeitet, hat er einen 16-Stunden-Tag. Zeit, sich um Abrechnungen, Verträge oder anderes zu kümmern, bleibt kaum. Mit tausenden Mark für Flüge, Hotelunterkünfte, Telefonate und andere dienstliche Nebenausgaben ging der auch im amerikanischen Filmgeschäft erfahrene Mittvierziger für seinen Arbeitgeber, eine Münchner Filmproduktionsfirma, langfristig in Vorleistung. Zu blauäugig, wie er heute weiß. Auch sein mündlich ausgehandelter fester Arbeitsvertrag wurde nie endgültig unterzeichnet, jedoch „gelebt". Man bot ihm mit Blick aufs große Geschäft sogar einen unbefristete Anstellung an. Doch die Spielfilme der mit Werbefilmen und Dokumentationen bekannt gewordenen Medienfirma floppten. Dass sich die wirtschaftliche Situation Mitte 2001 zuspitzte, registrierte Derken zwar, ließ sich aber wie alle in der Crew einlullen: Der Boss werde es auch diesmal in den Griff kriegen. Erst als Derken seine Auslagen endlich in Rechnung stellte und ausbleibende Gehaltszahlungen einforderte, wurde er richtig wach. Denn ohne weiteren Vermerk – und zunächst ohne reguläre Kündigung, mit der er beim Arbeitsamt hätte Leistungen beantragen können – bekam Derken seine Unterlagen einschließlich der Steuerkarte zurück. Der gut dotierte und spannende Job war futsch.

„Leider kommt es vor, dass Arbeitnehmer auf guten Glauben hin arbeiten, weil der Chef kollegial ist und man sich einem gemeinsamen Projekt verbunden fühlt," schätzt Miriam Alex von der Rechtsabteilung der ver.di-Bundesverwaltung ein. „Immer – und so sieht es das zwei Jahre alte Nachweisgesetz auch vor – sollte man auf einem schriftlichen Arbeitsvertrag bestehen. Darauf hat man Anspruch."

Da es keinen Betriebsrat gab, der dem Kollegen helfen konnte, ging Derken mit einer Kündigungsschutzklage vor Gericht. Das Verfahren endete in einem Vergleich. Statt einem Jahr Gehaltsnachzahlung laut – mündlichem – Vertrag wurden ihm noch drei Monate zugebilligt, wovon einer als Abfindung gelten sollte. Die Auslagen wurden mit 15 000 DM auf ein Drittel heruntergerechnet, der Arbeitgeber zu einer Abschlagzahlung verurteilt – die er schuldig blieb. Das eingeleitete Mahnverfahren brachte einen vollstreckbaren Titel. Nach erneuter Verschleppung der Zahlung beantragte Derken schließlich, das Firmenkonto zu sperren und die Summe zu pfänden. Es zog sich nochmals Wochen hin, bis er den Geldeingang auf seinem Konto verzeichnen konnte.

Inzwischen kümmerte sich der Filmproduzent um andere Projekte, hatte Reserven aufgezehrt, um seine Familie mit drei Kindern über Wasser halten und die Anwaltskosten bezahlen zu können. Denn leider hatte er keine Rechtsschutzversicherung abgeschlossen und war – obwohl im Regieverband organisiert – kein ver.di-Mitglied, das Arbeitsrechtsschutz genießt. „Warum war ich nicht konsequenter," wirft er sich heute vor. Weniger Vertrauensseligkeit hätte ihm weitere leidvolle Erfahrungen erspart.

Spielraum nicht genutzt

„Wenn Gehaltszahlungen ausbleiben oder Auslagen nicht erstattet werden", rät Miriam Alex, „sollten Arbeitnehmer nicht weiter arbeiten und rechtliche Beratung suchen. Solch mehrfache Verzögerungen können Signal für drohende Insolvenz sein."

Genau dadurch geschah Derken Arges. „Kurz nachdem ich mein Geld bekommen hatte, meldete die Firma Insolvenz an. Der Insolvenzverwalter forderte umgehend den gesamten mir vom Gericht zugesprochenen Betrag zurück." Das passierte offensichtlich buchstabengetreu nach dem neuen Insolvenzrecht, das – anders als in der früheren Konkursverordnung – Arbeitnehmer auf eine Stufe mit allen anderen Gläubigern stellt. „Da sie mit Insolvenzausfallgeld vom Arbeits-

* Name geändert

amt rechnen können, werden ihre Forderungen nicht mehr privilegiert behandelt. Alle innerhalb des Vormonats vor Insolvenzeröffnung geleisteten Zahlungen kann der Insolvenzverwalter zurückholen. Der Gesetzgeber will damit verhindern, dass im Wissen um die bevorstehende Insolvenz einzelne nahe stehende Gläubiger bevorzugt oder Mittel umverteilt werden", schätzt Derkens Rechtsbeistand Jörg-Klaus Baumgart ein. Zwar sei der spezielle Schutzmechanismus für Arbeitnehmer weggefallen, gleichwohl sieht der Fachanwalt für Arbeits- und Insolvenzrecht bei der Rückforderung einen Ermessensspielraum. Auch Meike Jäger vom ver.di Projekt für Medienschaffende connexx.av hält es für wahrscheinlich, dass der Insolvenzverwalter einen „Spielraum für die Beurteilung der von Kollegen Derken eingeklagten Summe" gehabt hätte. Sie weist auch auf das Versäumnis Derkens hin. Statt sofort den Gerichtsvollzieher zu schicken und pfänden zu lassen, habe der Kollege zu lange abgewartet. Letztlich es handelte es sich um „einen Tag, den das Geld dann zu spät kam", rechnet Derken nach.

Doch kein Musterfall

Da er nicht glauben konnte, sein Arbeitsentgelt aus fester Anstellung in die Insolvenzmasse einspeisen zu müssen – „mein Lohn ist mir rechtens zugesprochen worden!" – ging er erneut vor Gericht. Und verlor. In zweiter Instanz entschied das Arbeitsgericht Berlin im Juni dieses Jahres, dass Derken 20 000 Euro zurückzuzahlen habe, einschließlich Zinsen, Gerichtskosten und Honorare für den gegnerischen Anwalt. Auf ein Abstottern ließ dieser sich nicht ein, konfrontierte Derken sofort mit dem Gerichtsvollzieher. Die Nerven des Filmemachers liegen blank, er ist bis heute konsterniert, dass ein Arbeitsgericht so „eklatant gegen die Interessen von Arbeitnehmern" entscheiden kann.

Anwalt Baumgart ging in Berufung und bemühte sich parallel um einen Vergleich. Eine „Alternative", der so genannte „Offenbarungseid", hätte Derken um seinen mühsamen Neubeginn als Selbstständiger gebracht. Er hätte all seine Vermögensverhältnisse offen legen und sich bei der Schufa registrieren lassen müssen. „Ich wäre auf absehbare Zeit nicht geschäftsfähig, meine Existenz endgültig erledigt. Und meine Familie würde noch tiefer in diesen Strudel der größten Medienkrise der Nachkriegszeit gezogen." Obwohl Derken sich „als schwächstes Glied in der Kette" unverschuldet zwischen die Mühlsteine geraten fühlt, wird er wohl dem nun ausgehandelten Vergleich folgen. Danach wird er circa ein Drittel der ursprünglich verlangten Summe von 20 000 Euro zahlen, um „endlich Ruhe zu haben und mich der Zukunft zuzuwenden."

Anwalt Baumgart sieht anhand dieses Falls rechtliche Defizite. „Arbeitnehmer sind mit dem neuen Insolvenzrecht offensichtlich doch benachteiligt, weil ihr Arbeitsentgelt zur Finanzierung des Insolvenzverfahrens herangezogen wird. Somit finanziert jeder Arbeitnehmer, der mit seinem Lohn einen Beitrag zur Insolvenzversicherung zahlt, letztlich das Insolvenzverfahren seines Arbeitgebers. Hier müsste nachgebessert werden", kommentiert Baumgart. „Denn eine höchstrichterliche Rechtsprechung durch das Bundesarbeitsgericht existiert noch nicht." Für den Anwalt wäre Derkens Fall ein Musterfall für das Bundesarbeitsgericht gewesen. Aber Derken weiß, dass er dieses Procedere nicht mehr durchsteht.

Bettina Erdmann ■

Wenn das Wasser bis zum Hals steht!

Foto: Wodicka / bilderbox.com

Suchdienst: Deep-Links auf Presseartikel zulässig

Deep-Links auf Presseartikel verletzen weder das Urheberrecht noch sind sie wettbewerbswidrig. Das hat der I. Zivilsenat des Bundesgerichtshofs in einem Urteil vom 17. Juli 2003 (Az.: I ZR 259/00) entschieden. Eine Unterlassungsklage der Verlagsgruppe Holtzbrinck gegen die Betreiber des Internet-Suchdienstes „Paperboy" wurde – wie schon in der Vorinstanz – abgewiesen. Der mittlerweile eingestellte Suchdienst (online sind derzeit noch „Paperball" und „paperazzi.de") hatte eine Vielzahl von im Internet verfügbaren Zeitungen und Zeitschriften auf tagesaktuelle Informationen ausgewertet. Internetnutzer erhielten auf Anfrage kostenlos Auflistungen der Veröffentlichungen, die ihren Suchworten entsprachen, auf der „Paperboy"-Homepage oder per E-Mail zugeschickt. Sie bestanden jeweils aus Stichworten, Satzteilen und einzelne Sätzen aus den Veröffentlichungen sowie so genannten Deep-Links, also Hyperlinks, die nicht auf die Internet-Startseite (Homepage) des Informationsanbieters, sondern unmittelbar auf die betreffende Webseite mit der Veröffentlichung führen.

Nach Ansicht des Bundesgerichtshofs verletzt der Suchdienst damit keine Rechte des klagenden Verlages. Mit den Hyperlinks, die den unmittelbaren Aufruf von Artikeln ermöglichen, hätte „Paperboy" keine Nutzungshandlungen im Sinne des Urheberrechts vorgenommen, sondern nur den Zugriff auf öffentlich im Internet zugängliche Dateien erleichtert, die jeder Nutzer auch ohne Hyperlink unmittelbar durch Eingabe der genauen Internetadresse (URL - Uniform Resource Locator), aufrufen könne. Dadurch würden die Leistungen des Websitebetreibers auch nicht unlauter ausgebeutet, auch wenn ihm dadurch Einnahmen für die Werbung auf den Startseiten entgingen. lü ■

Panoramafreiheit nur für Fotos von der Straße aus

Fotografen wohl bekannt, erlaubt § 59 Urheberrechtsgesetz, dass Aufnahmen von urheberrechtlich geschützten Werken (wie Gebäuden oder Denkmälern), „die sich bleibend an öffentlichen Wegen, Straßen oder Plätzen befinden", auch ohne Zustimmung des Urhebers hergestellt und beispielsweise auf Postkarten oder in Bildbänden vertrieben werden dürfen.

Eine Grundsatzentscheidung zur Auslegung dieser so genannten Panoramafreiheit hat der I. Zivilsenat des Bundesgerichtshofs in einem Urteil vom 5. Juni 2003 getroffen (Az.: I ZR 192/00). Der BGH hat entschieden, dass das deutsche Großhandelsunternehmen Metro für den Vertrieb eines Posters mit der Aufnahme des Wiener Hundertwasser-Hauses die Zustimmung der Hundertwasser-Stiftung benötigt. Die Erbin des vor drei Jahren verstorbenen Maler Friedensreich Hundertwasser hatte die Metro auf Unterlassung, Auskunft und Schadensersatz verklagt.

Auf die Panoramafreiheit könne Metro sich nicht berufen, urteilte das höchste Zivilgericht. Denn diese gesetzliche Regelung solle es der Allgemeinheit ermöglichen, das, was die Passanten von der Straße aus mit eigenen Augen sehen können, als Gemälde, Zeichnung, Fotografie oder im Film zu betrachten. Im Einzelfall könne eine Wiedergabe der Aufnahme eines Bauwerkes auch durch das Zitatrecht gedeckt sein.

Dieser Zweck sei aber nicht mehr gedeckt, wenn der Blick von einem für das allgemeine Publikum unzugänglichen Ort aus fixiert werden soll – wie im strittigen Fall. Um das Hundertwasser-Haus für den „Kunstdruck im Unikatrahmen" aus einer erhöhten Perspektive aufnehmen zu können, hatte sich der Fotograf Zugang zu einer im gegenüberliegenden Haus befindlichen Wohnung verschafft.

Die enge Auslegung dieser Schrankenbestimmung des Urheberrechts sei geboten, weil der Urheber möglichst umfassend an der wirtschaftlichen Nutzung seines Werkes zu beteiligen sei, erklärten die Karlsruher Richter. Zulässig sei es hingegen, ein urheberrechtlich geschütztes Bauwerk zu privaten Zwecken zu fotografieren. lü ■

Unsittliches Angebot

„Handelsblatt“: Versuch von Honorardumping und Umsatzrabatten

Foto: R. Oberhaeuser / Das Fotoarchiv

Das „Handelsblatt“ hat seine verkaufte Auflage im ersten Quartal 2003 auf 144.911 Exemplare gesteigert. Gemäß der IVW-Meldung I/2003 sind das 2.310 Exemplare mehr als im vierten Quartal des Vorjahres.
Die Auflage stieg, verglichen mit III/2002, um ganze 5,7 Prozent. Insbesondere der Einzelverkauf verzeichnet damit bereits im zweiten Quartal hintereinander eine stark ansteigende Tendenz. Die Zahl der Abonnements hat sich leicht erhöht auf 103.370 Exemplare.

Was da im September ins Haus von Fotografen flatterte, die für die führende Wirtschaftszeitung „Handelsblatt“ arbeiten, kann als ein unsittliches Angebot gewertet werden. In jedem Fall widerspricht es in eklatanter Weise jeglichen Honorarempfehlungen für Pressefotografen, von andernorts doch noch vorhandenen kollegialen Umgangsformen mit freien Mitarbeitern ganz zu schweigen.

Leidvoll wendet sich der neue Redaktionsdirektor des „Handelsblattes“ Albrecht Prinz von Croy in einem Brief an seine Fotografen und weist sie auf „die schwierige wirtschaftliche Entwicklung in der Medienbranche“ hin, die auch „an unserem Hause nicht spurlos vorbei gegangen“ sei. Um die Wettbewerbsfähigkeit zu halten, sei die Bildredaktion des „Handelsblattes“ zu entscheidenden Maßnahmen gezwungen. „Um die erfolgreiche Zusammenarbeit mit ihnen als freien Fotografen auch weiterhin gewährleisten zu können, sehen wir uns veranlasst, das Abdruckhonorar ab sofort auf 51,– Euro zuzüglich der gesetzlichen Mehrwertsteuer zu reduzieren“, heißt es in dem Schreiben. „Darüber hinaus würden wir uns freuen, wenn wir uns mit ihnen darauf verständigen könnten, uns rückwirkend zum 1. Januar 2003 einen Rabatt in Höhe von 15 % bezüglich des jeweiligen Monatsumsatzes zu gewähren. Diese Rabattstufe erscheint uns angemessen, da Sie zu den bevorzugten Fotografen unseres Hauses gehören und einen überdurchschnittlichen Umsatz verbucht haben. Wir bitten Sie, uns ihr Einverständnis … auf der dafür vorgesehenen Abschrift … zurück zu senden“, so von Croy „mit freundlichen Grüßen“.

Forderungen abgelehnt

Die Empörung unter den Betroffenen war groß, obwohl offenbar nicht alle Fotografen einen solchen Brief erhalten hatten. Fast alle Angesprochenen lehnten diese Forderungen kategorisch ab. Vor allem die rückwirkende Rabattierung wurde als „Unsinn“ und „als noch nie dagewesen“ zurückgewiesen. Wie soll das auch gehen, einen bereits erzielten Umsatz zu verringern? Und wie soll der künftige nicht gesicherte Umsatz darauf bezogen berechnet werden?

Bis heute zahlt das Handelsblatt 69,02 Euro pro Bild, unabhängig vom Abbildungsformat. Damit sollte das Honorar um 17,77 % gesenkt werden. Die Mittelstandsgemeinschaft Fotomarketing (MFM) 2003 empfiehlt, für Tageszeitungen mit einer Auflage von 100.000 bis 250.000 für bis zu 2spaltige Fotos 70,00 Euro, für bis zu 4spaltige 90,00 Euro zu zahlen. „Die bisher vom Handelsblatt gezahlten Bildhonorare orientieren sich damit bereits am unteren Limit der MFM-Empfehlungen. Eine so deutliche Absenkung des Honorars wie das Handelsblatt sie plant, verläßt den Rahmen dessen, was bislang offenbar zur Zufriedenheit beider Seiten beigetragen hat. Dies ist für die Fotografen um so schmerzlicher, zumal gerade sie in Zeiten, in denen es dem Handelsblatt wirtschaftlich ausgezeichnet ging und daher durchaus höhere Honorare hätten verlangt werden können, nicht vom wirtschaftlichen Boom profitieren konnten, sondern die finanziellen Lasten der Bild-Digitalisierung einseitig zu schultern hatten. Damit haben sie in nicht unbedeutendem Maße zu Einsparungen beim Verlag beigetragen“, heißt es in einem Schreiben der Deutschen Journalistinnen- und Journalisten-Union in ver.di (dju) an von Croy. Die hohen Investitionen der Fotografen würden auf angemessenen Bildhonoraren basieren, die bei guten Umsätzen angemessene Gewinne ermöglichen. Zu niedrige Honorare würden dagegen auch bei guten Umsätzen zu unzureichenden Gewinnen führen. „Eine solche Situation ist für keinen Fotografen hinnehmbar, führt sie doch in kurzer Zeit in wirtschaftliche Schwierigkeiten. Diesen Prozess zu begünstigen, kann nicht im Sinne des „Handesblattes“ sein, das bei gleichbleibender journalistischer Qualität – und dazu gehört hochwertiges, aktuelles Bildmaterial – auch in Zukunft auf eine gedeihliche Zusammenarbeit mit den Fotografen angewiesen sein wird. Die Wettbewerbsfähigkeit der Fotografen durch Dumping-Honorare zu untergraben, heißt nichts anderes, als der eigenen Wettbewerbsfähigkeit, vor allem unter journalistischen Aspekten, einen Bärendienst zu erweisen“, so die dju. wen ■

Keine Rezensions-CDs

Der unerlaubte Handel mit Werbe-CDs auf eBay ist für die Bertelsmann Music Group (BMG) zu einem ernsten Problem geworden. Deshalb kämpft die Musiksparte von Bertelsmann vor allem gegen Journalisten mit harten Bandagen. Ab kommendem Jahr stellt die BMG den Versand von Rezensions-CDs komplett ein. Journalisten und Sender sollen dann statt Werbeexemplaren Zugriff auf den Online-Download im Music Promotion Network (MPN) erhalten. „Es geht einfach nicht mehr. Die jetzige Situation torpediert unsere Verkaufs- und Marketingstrategie“, sagt BMG-Marketingexperte Oliver Opitz. Zu viele Journalisten würden derzeit die Promotion-CDs im Internet vor Veröffentlichung zum Kauf anbieten.
Deswegen droht BMG Journalisten in ihren Rund-Mails mit harten Strafen. „Jeder enttarnte Medienpartner, der solche Ware bei eBay verkauft, wird sofort aus der Bemusterung genommen, sein Arbeitgeber wird informiert, sowie mit einer Rund-Mail den anderen Plattenfirmen gemeldet.“ Wie „werben & verkaufen“ berichtet, hat der Axel-Springer-Verlag jüngst Konsequenzen gezogen. Er entließ zwei Redakteure, die Promotion-CDs über das Web verkauft hatten. ■

Wunder gibt es immer wieder

Verband kommunaler Unternehmen straft kritischen Journalisten ab

In der Rubrik Öffentlichkeitsarbeit seiner Webseite zitiert der Verband kommunaler Unternehmen (VKU) den ehemaligen Regierungssprecher Konrad Ahlers: „Das stärkste PR-Mittel ist ein Wunder, aber es muss wirklich geschehen".

Wunderlicher als ein Wunder waren Vorgänge rund um den vom VKU ausgeschriebenen Journalistenpreis 2003, der am 1. Oktober verliehen wurde. In der Sparte Hörfunk sollte eigentlich Werner Rügemer für ein Feature über Cross-Border-Leasing-Verträge ausgezeichnet werden, das im Januar im Deutschlandfunk gesendet worden war. Bei diesen Verträgen verleasen Kommunen oder Stadtwerke öffentliche Infrastruktur an einen US-Trust und mieten sie zurück. Dabei entsteht ein Steuervorteil, an dem die Kommune beteiligt wird. Kritiker warnen vor möglichen Schadenersatzforderungen bis zum Verlust der kommunalen Einrichtungen. Die Jury des Journalistenpreises unter Vorsitz von WDR-Hörfunk-Redakteur Hagen Beinhauer war besetzt mit fünf Medienvertretern und vier Abgesandten der kommunalen Wirtschaft, die zusammen 12.000 Euro Preisgeld in den vier Sparten werden vom VKU gestellt. Beinhauer sagte bei der Preisverleihung, der Hörfunkpreis werde nicht vergeben, obwohl man zunächst einen Beitrag ausgewählt hatte. Ohne Nennung des Autoren fuhr er fort, Rügemers Beitrag habe „ein aktuelles und schwieriges, weil komplexes und kontrovers diskutiertes Thema journalistisch mit den Mitteln des Hörfunks gut bewältigt" und „wenngleich eine Tendenz gegen das Cross-Border-Leasing heraus zu hören war, so war der Beitrag keineswegs einseitig". Allerdings sei nachträglich das Engagement des Autors gegen CBL bekannt geworden, weshalb die Jury die Auszeichnung einstimmig zurückgezogen habe – „nicht jedoch ihre Bewertung der Arbeit".

In Anlehnung an Hanns-Joachim Friedrichs wurde Rügemer unterstellt, er habe sich mit seinem Thema gemein gemacht und als Beleg dafür ein offener Brief gegen ein CBL-Geschäft angeführt, den der Journalist mitgetragen habe. An diesem Vorhaben ist die GEW RheinEnergie AG aus Köln beteiligt, das fünftgrößte Versorgungsunternehmen Deutschlands. Dessen Pressesprecher Christoph Preuß war Mitglied der Jury – Zufall oder Wunder? Auf Nachfrage betonte Beinhauer aber, es habe keinerlei Einflussnahme von irgendeiner Seite gegen die Auszeichnung Rügemers gegeben, die Initiative dazu sei von ihm, dem Juryvorsitzenden, ausgegangen. Martin Brust ■

FR in neuem Layout

Die „Frankfurter Rundschau" hat am 30. September die Flucht nach vorn angetreten. Abgestützt durch eine hessische (CDU) Landesbürgschaft und durch eine hartes Verlagssanierungsprogramm präsentiert sich die „alte Tante" FR in verändertem Layout und mit den zwei neuen Inhaltsangeboten „plan.F" und „FRplus". Während ersteres ein Regionalmagazin als hessischer Veranstaltungskalender ist, verbirgt sich hinter dem sechsseitigen „Frplus" so etwas wie die „tazzwei" – ein tägliches Zeitungsbuch mit Themenschwerpunkten zur Einordung des Aktuellen. Nach tagelangem Bauzaun auf der Seite 1 ist nun auch das neue FR-Layout enthüllt: Siebenspaltig nur auf der Frontseite, sechspaltig im Inneren kommt die neue Grundschrift auf weißerem Papier elegant daher. Mehr Fotos und Infografiken lockern auf, kleine Erklärkästen erleichtern das Verständnis. Leserbriefe und Expertenmeinungen bieten nun Nachdenkenswertes bereits geballt im ersten Buch, wie ein Scharnier zwischen Türrahmen und -blatt wirkt die neue Seite „Wirtschaft & Politik". Mehr Regionalberichte aus den Frankfurter Stadtteilen, aus Darmstadt und Wiesbaden sollen das regionale Standbein Rhein-Main-Neckar besser bedienen. how ■

connexx.av-Untersuchung: Arbeiten und Verdienen in den Neuen Medien

Es wird viel und lang gearbeitet in den Neuen Medien, und Frauen sind auch in der noch jungen Multimediabranche wieder mal die Benachteiligten. Dies sind nur einige der Erkenntnisse, die sich aus der im September von connexx.av präsentierten Studie „Junge Branche, alte Muster – Vom Arbeiten und Verdienen in den Neuen Medien" über die Arbeitsbedingungen der Mitarbeiter ziehen lassen.
Unterstützt von der „Arbeitsgemeinschaft Befragung im Betrieb" und der Hans-Böckler-Stiftung werteten die Mitarbeiter von connexx.av fast 700 Rückmeldungen von Internetnetagenturen, Onlineredaktionen, Contentprovidern und anderen Betrieben der Neuen Medien aus. Die Teilnehmer hatten Fragen zu beruflichen und betrieblichen Strukturen, zu Arbeits- und Urlaubsregelungen und der Einkommenssituation in der Branche beantwortet. Nach der Rolle von Betriebsräten und Gewerkschaften wurde dabei ebenso gefragt wie nach den Arbeits- und Lebensbedingungen der Beschäftigten.
Ein besonderes Augenmerk der Studie liegt auf den Arbeitsverhältnissen von Frauen. Weil die Multimediabranche im Allgemeinen als besonders jung und innovativ gilt, wollte connexx.av wissen, ob hier andere Rollenverteilungen und Verdienstmuster als in anderen Unternehmen vorherrschen. Die Erkenntnis: Frauen verdienen oft schlechter bei gleicher Qualifikation und haben insgesamt die niedriger bezahlten Stellen. Auch die Stimmung unter den Beschäftigten in punkto Chancen und Entwicklungsaussichten der Branche war von besonderem Interesse. Denn nachdem Multimedia und Internet gerade für viele Berufseinsteiger besonders attraktiv waren, hat sich diese Wahrnehmung offensichtlich gewandelt. Wo noch vor kurzem buchstäblich alles möglich schien, herrscht nun Skepsis und der Wunsch nach kollektiven Regelungen wie Tarifverträgen und Betriebsvereinbarungen. Ralf Steinle ■

Kurzversion der Studie unter www.connexx-av.de. Eine ausführliche Broschüre kann bei connexx.av angefordert werden.

Rückzug: Reuters verärgert Kunden und vernichtet Arbeitsplätze

Die deutsche Reuters AG (Frankfurt am Main) zieht sich aus der Fläche zurück. Das wird von ver.di als „schwer wiegender Fehler" bewertet. Die geplante Schließung von Niederlassungen in Köln und Hannover hat nach Informationen der Gewerkschaft bei wichtigen Kunden bereits zu erheblichem Unmut geführt. Vor allem Banken und andere Finanzdienstleister, die von Reuters Wirtschaftsinformationen beziehen, erwarteten Verschlechterungen beim Service, heißt es in einer Pressemitteilung. Bisher wurden die Kunden ortsnah von Reuters-Mitarbeitern betreut. „Diese Umstellung könnte manche Bank außerhalb Frankfurts zum Anlass nehmen, sich nach anderen Anbietern umzusehen", befürchtet der für die Reuters AG zuständige ver.di-Sekretär Manfred Moos. Leidtragende der Entwicklung seien schon jetzt die Arbeitnehmerinnen und Arbeitnehmer. In diesem Jahr habe die Reuters AG bereits 81 Arbeitsplätze abgebaut, darunter erstmals auch 15 durch betriebsbedingte Kündigungen.
Mit der Zentralisierung folgt der deutsche Reuters-Vorstand nach Ansicht von ver.di den Vorgaben der englischen Konzernmutter, um jeden Preis Personal abzubauen. Hintergrund für diese Politik ist die Ankündigung von Konzernchef Tom Glocer (London) an die Großaktionäre des Unternehmens, den Aktienwert von Reuters deutlich zu steigern. „Kurzfristige Aktionärsinteressen sind offenbar mehr wert als eine intakte Infrastruktur und das Know-How der überwiegend hochqualifizierten Beschäftigten", konstatiert Moos. Auch der Betriebsrat der Reuters AG hat in einem offenen Brief an den deutschen Vorstand und an Konzernchef Tom Glocer die Fehlentwicklungen beklagt. Er befürchtet den Verlust von Kunden und einen radikalen Personalabbau, wenn es keinen Kurswechsel gibt. Reuters beschäftigt in Deutschland noch 650 Menschen, weltweit circa 13.000. ■

Schema F in der Kritik

Den Formatierungswahn bei Dokumentarfilmen subversiv unterwandern

Wo ringen Redakteure, Fernsehproduzenten und Autoren schon noch um politische Inhalte und Qualität in Fernsehsendern? Ist der Marktanteil an Zuschauern zufriedenstellend, lehnt man sich in Redaktionen bisweilen erleichtert zurück. Was allerdings die Quote nicht erfasst: Jugendliche nutzen das Fernsehen meist nur noch als Hintergrundkulisse, gefrustete Hausfrauen und Arbeitslose lassen die Glotze als Dauerbeschallung nebenher laufen, gestresste Workaholics lassen sich sanft in den Schlaf wiegen.

Die Quote ist keineswegs Qualitätsmerkmal für den Bildungs- und Informationsgehalt, gemäß öffentlich-rechtlichem Auftrag. In den Sendern gibt es zwar, wie etwa bei den „Mainzer Tagen der Fernsehkritik“ im ZDF, lebhafte Programmdebatten. Doch meist gilt dort: Eine Krähe hackt der anderen kein Auge aus. Insofern gut, dass es vom Land geförderte neutrale Veranstalter wie die Dokumentarfilminitiative (dfi) im Filmbüro Nordrhein-Westfalen gibt, die auf ihren Symposien den filmpolitischen Diskurs anstrebt. Fraglich ist, wieso das Landeskabinett an dieser Stelle den Rotstift ansetzen will, schlimmstenfalls bis zu 40 Prozent könnten gestrichen werden.

Bisweilen schonungslose Kritik wurde bei der Tagung „Schema F? Dokumentarische Formate im Fernsehen“ Ende September geäußert. „Wir wollen den Dokumentarfilm ins Gespräch bringen. Redakteure sitzen hier auch schon einmal unter Rechtfertigungsdruck. Doch sie wissen, dass dies für ihre Arbeit wichtig ist“, so Petra Schmitz (dfi). In der Tat handelte es sich bei dem „Branchentreff“ mit rund 240 Teilnehmern im Mediapark Köln um keine Alibi-Veranstaltung.

Kinderklinik im ZDF Die kleine Emily kommt mit einem Loch im Zwerchfell zur Welt. Ihre Lunge ist verkümmert. Doch die Kinderchirurgen in der Mannheimer Uniklink vollbringen ein kleines Wunder.

Foto: Sven Powalla, ZDF

Hölzern und trivial

Kritik einstecken musste etwa Peter Arens, ZDF-Redaktionsleiter Geschichte und Gesellschaft, der stolz seine von Tandram Film für rund zwei Millionen produzierte vierteilige Hochglanzdokureihe „Metropolis“ präsentierte, die am 5. Oktober um 19.30 Uhr angelaufen ist. Er musste sich sagen lassen, dass das im Film modisch verankerte „Reenactment“, eine von Schauspielern nachgestellte Inszenierung einer historisch überlieferten Szene „hölzern, trivial in der Textführung und überästhetisiert“ sei. Die künstlich aufbereitete Szene führt in kurzen Sequenzen wie ein Running Gag durch den Film. Junge Zuschauer sollen mit einer vom Römer Plinius überlieferten Anekdote über eine Medizinerin, die sich als Mann verkleidete, um studieren zu können, vor dem Fernseher gehalten werden.

Die Episode soll wohl über die staubtrockene, dröge Ausgrabungsgeschichte der antiken Metropole Alexandria hinwegtrösten: Mit langen schwarzen Wimpern blinkert den Fernsehzuschauer eine Frau an, die so gar nicht revolutionär anmutet. Mit geheimnisvollen Andeutungen aus dem Off anmoderiert, verschwindet sie stets in der Versenkung, um wenig später ebenso verheißungsvoll wie nichtssagend wieder aufzutauchen. Das Wimpernklimpern wirkt wie als Anreiz inszeniert, eine folgende Werbepause zu überstehen. „Spartakus für Arme“, wie der Produzent Christian Bauer warb? In Pausengesprächen, wo bekanntermaßen mitunter das eigentlich Wichtige zur Sprache kommt, wurde diese Darstellung sogar als „frauenfeindlich“ gewertet.

Thomas Schadt (Filmhochschule Ludwigsburg) differenzierte verschiedene Sendeplätze als „harte“ und „weiche“ Formate. Hart bedeute, dass „dem Autor alles vorgegeben wird“, weich, dass es noch Spielräume gebe. Schadt ist der Meinung, dass ein Dokumentarfilm, der die Handschrift der Autoren trägt, vom Fernsehen bald nicht mehr gebraucht werde. Als „hartes Format“ wurde im Auditorium etwa die ARD-Reihe „Legenden“ gewertet, die montags um 21.45 Uhr läuft. Auf Unmut stieß, dass Zeitzeugen im Film „Che Guevara“ im Dschungel Boliviens gleichgeschaltet vor blitzblauem Hintergrund abgebildet wurden.

Es ging jedoch auch um zunehmende Trivialisierung von Inhalten, um von Redaktionen gesetzte starre Auflagen, die Filmautoren kaum mehr Freiheiten lassen. „Je ängstlicher die Redakteure, desto formatbesessener“, so die Analyse Schadts. Die am 15. Oktober im ZDF gestartete Serie „Kinderklinik“, die ein blauangelaufenes Neugeborenes mit verkümmerter Lunge sowie blutige Schnitte eines Chirurgen an einem Kind auf dem OP-Tisch in Nahaufnahme zeigt, erntete einmütige Kollegenschelte. Bedenkt man, dass ein verantwortlich handelndes Klinikpersonal selbst enge Verwandte bei Untersuchungen aus dem Zimmer schickt, um die Patientenwürde zu wahren, so lässt diese Darstellung journalistische Sorgfaltspflicht und Ethik missen. Die Argumentation der verantwortlichen Redakteurin Ulrike Angermann, mit der Kamera Garant sein zu wollen, dass Kinder eine fairere Behandlung durch die Ärzte erführen, wurde als zynisch gewertet.

Betroffenheitsjournalismus

Im Anschluss an diese Debatte hatte es die arte-Redaktionsleiterin Kornelia Theune schwer, jene 40 Doku-Soaps zu rechtfertigen, die ab Januar nächsten Jahres um 20.15 Uhr Reportagen verdrängen. Theune beruhigte, Soaps sollten ihrer Ansicht nach auf leichte Unterhaltung setzen. „Samba für Singles“, der Nachfolger von „Abnehmen in Essen“, produziert von Carl-Ludwig Rettinger, zum Beispiel. Diesmal suchen weibliche Frohnaturen nicht die schlanke Linie, sondern einen halbwegs passablen Mann. Einige geplante sensible Themen wie „Die Totenwäscherin“ bildeten hingegen eher die Ausnahme.

Kai Henkel (Projektleiter „betrifft“, SWR) erkundigte sich trotzdem genervt, wo die Grenzen des Genres seien. Und wandte sich an Angermann: „Was machen Sie, wenn das lungenkranke Baby, das Sie in der ‚Kinderklinik‘ zeigen, stirbt?

Rettung für Ruf der BBC

BBC-Reporter Andrew Gilligan, der bislang nach der Dr. Kelly-Affäre von seinem Radio4-Job und jeglicher Berichterstattung mit freigestellt war, wird wohl nach bisherigen Infos das BBC-Radio4-Programm Today verlassen. Er wird aber nicht entlassen, sondern erhält innerhalb der BBC neue Aufgaben.
BBC-intern plant Generaldirektor Greg Dyke knallharte neue Richtlinien, die sich mit Beschwerden von Hörern, dem Eingestehen von Fehlern in der BBC-Berichterstattung und den internen Beschwerderichtlinien (Stichwort Producer´s Guidelines) befassen. So soll es zum Beispiel auf der BBC-Webseite eine ständige Beschwerdeseite für Hörer wie Seher geben. Alle Beschwerden werden umgehend beantwortet.
Erstmals wird damit in einem elektronischen Medium in Groß Britannien in den BBC-Radioprogrammen wie eben Today eine Beschwerde- und Fehlerecke eingerichtet. Also, hat ein Reporter oder eine Sendung Details falsch berichtet, wird das an dieser Stelle veröffentlicht und klargestellt. Damit soll die Recherchegenauigkeit wieder zunehmen und der Ruf der BBC-Integrität wiederhergestellt werden. Bei Zeitungen ist diese Klarstellungs- und Beschwerdeecke auf der Insel bereits tägliche Übung. Fauti ■

Gericht blockiert Konzentrationsregeln

Zukäufe der großen amerikanischen Medienkonzerne auf dem US-Markt bleiben vorerst begrenzt. Ein Berufungsgericht in Philadelphia hat die neuen Aufsichtsregeln zur Liberalisierung des Medienmarktes in letzter Sekunde mit einer Anordnung blockiert. Das Gericht untersagte, neue stark gelockerte Besitzregeln der zuständigen Aufsichtsbehörde FCC (Federal Communications Commission) umzusetzen. Das berichtete die „New York Times“. Die FCC-Regeln hätten es den Medienkonzernen ermöglicht, mehr Zeitungen sowie Fernseh- und Radiostationen zu schlucken. Die FCC war dabei von den meisten großen Medienkonzernen unterstützt worden.
Verbraucherschutzgruppen und andere Organisationen sowie Politiker im Kongress hatten dagegen protestiert. Der Kongress könnte nun mit eigenen neuen gesetzlichen Vorschriften für zulässige Konzentrationsobergrenzen im Medienmarkt sorgen. Repräsentantenhaus und Senat wollen vor allem die umstrittenste der neuen FCC-Regeln rückgängig machen. Sie würde es den Fernsehkonzernen ermöglichen, so viele Sender zu kaufen, dass ein einzelnes Unternehmen bis zu 45 Prozent aller US-Zuschauer erreichen könnte. Die bisherige Obergrenze lag bei 35 Prozent. In der Kritik steht ebenso, dass es einem Medienunternehmen erlaubt werden würde, in einer Stadt gleichzeitig Zeitungen und Fernsehstationen zu kontrollieren. dpa ■

Schlammschlacht um die „Krone“

Der Essener Medienkonzern WAZ will den Hauptgeschäftsführer der österreichischen „Kronenzeitung“, den 82jährigen Hans Dichand, mit Hilfe eines Schweizer Schiedsgerichts absetzen lassen. Damit wurde eine neue Runde im monatelangen Machtkampf um die größte Zeitung Österreichs zwischen den beiden Eigentümern eingeläutet, die von den österreichischen Medien als „regelrechte Schlammschlacht“ bezeichnet wurde.
„Die WAZ hat sich monatelang bemüht, von Herrn Dichand Antworten zu wesentlichen Fragen des Unternehmens zu erhalten und ihn zum Tätigwerden in dringenden Angelegenheiten zu bewegen“, hieß es in der Begründung des Verlagshauses. Das Schiedsgericht ist in den Verträgen zwischen der WAZ und Dichand im Falle von unüberbrückbaren Streitigkeiten vorgesehen. Jede Seite benennt einen Schiedsrichter. Die Handelskammer in Zürich bestellt eine dritte Person. Der Schiedsspruch ist bindend. Dichands Sohn Michael hatte die WAZ Mitte September öffentlich beschuldigt, bei ihrem verlegerischen Engagement in Südosteuropa mit der „Balkan-Mafia“ zusammenzuarbeiten. Die WAZ hatte das als „unglaubliche Verleumdung“ zurückgewiesen, die zu „ruf- und geschäftsschädigenden Irritationen“ führe. dpa ■

Alarmierende Signale

Nordirland: Mordermittlungen ins Stocken geraten, Täter vom Staat gedeckt?

Die Ermordung des nordirischen Journalisten Martin O'Hagan durch die paramilitärische Gruppe „Loyalist Volunteer Force“ (LVF) jährte sich am 28. September diesen Jahres zum zweiten Mal. Vier Männer waren an der Tat beteiligt, die nicht nur in journalistischem Kreisen mit Namen bekannt sind. Doch bisher nahm die Polizei nur einen Verdächtigen fest. Die Ermittlungen stocken. Freunde und Kollegen vermuten, dass britische Undercoveragenten beteiligt waren, die gedeckt werden sollen.

Die Schüsse fielen in der Nacht und trafen Martin O'Hagan in den Rücken. Der Journalist und Familienvater verblutete auf der Strasse, nur wenige Meter entfernt von seinem Haus in der nordirischen Kleinstadt Lurgan. Innerhalb weniger Stunden entscheiden sich seine Kollegen der größten nordirischen Boulevardzeitung „Sunday World“ in Belfast zu einem Sonderdruck. Die Schlagzeile lautete am nächsten Morgen: „Fearless – our man shot in the back.“ Da hatten sich die „Red Hand Defenders“, ein Tarnname der LVF, bereits bei der BBC zu dem Anschlag bekannt. Über diese Untergrundorganisation hatte O'Hagan jahrelang berichtet, über die illegalen Aktivitäten der Gangleader, ihre Drogen- und Prostituiertengeschäfte, die allzu oft unter dem patriotischen Slogan „For God and Ulster“ liefen.

Erster gezielter Anschlag

Der Mord an einem Journalisten ist eine Zäsur in der Geschichte des Nordirland-Konfliktes. Zwar hat es immer wieder vereinzelt Morddrohungen gegen Berichterstatter gegeben, doch mit einem gezielten Mordanschlag hatte niemand gerechnet. Die Beziehung zwischen den paramilitärischen Organisationen und den Medien sei von jeher sehr zwiespältig gewesen, so Henry McDonald, Nordirland-Korrespondent des englischen „Observer“, der selbst seit 1999 immer wieder Morddrohungen erhält. Einerseits bräuchten sie die Presse, um ihre Botschaft zu verbreiten, andererseits werden investigativ arbeitende Journalisten zu gefährlichen Zeugen.

War auch O'Hagan ein gefährlicher Zeuge? Die hartnäckige Recherche, die Suche nach der Wahrheit, war seine Berufung. Martin habe da angesetzt, wo sich viele nicht mehr getraut haben, weiter zu recherchieren, so eine Kollegin der „Ireland on Sunday“. Das schätzten viele an dem engagierten Mitglied der Journalistenvereinigung „National Union of Journalists“ (NUJ). Die nordirische Ausgabe der Zeitung mit Hauptsitz in Dublin ist eine der wenigen in Nordirland, die immer wieder Schlagzeilen macht über Auftragsmorde, Prostitution, Bandenbosse. „Wir berichten über diejenigen, die unsere Kinder auf den Strassen vergiften“, so Jim McDowell, Chefredakteur des Belfaster Büros der „Sunday World“, der ebenso massive Morddrohungen von der LVF erhielt.

Risiko in Kauf genommen

Der 51jährige O'Hagan wurde von beiden Seiten bedroht. 1989 wurde er von der IRA entführt, weil sie ihn für einen Informanten der Polizei hielt. Nach Recherchen über die LVF Anfang der 90er war er so gefährdet, dass er schließlich für ein Jahr nach Südirland ziehen musste. Aber O'Hagan habe an den Friedensprozess in Nordirland seit dem Karfreitagsabkommen von 1998 geglaubt, wollte neutral sein und auch so darüber berichten, so sein langjähriger Kollege Jim Campbell. Erst kurz vor seiner Ermordung zog der Katholik O'Hagan, der mit einer Protestantin verheiratet war, mit seiner Familie sogar in ein Viertel, das nur unweit der Wohngegend von Anhängern der LVF liegt.

Für Jim Campbell war O'Hagans Art der Recherche keineswegs leichtsinnig, sondern notwendig. „Du wusstest nie, ob du eine Kugel in den Kopf bekommst oder eine Information. Darauf sind wir vorbereitet gewesen. Das war eben das Risiko, was man in Kauf nehmen musste“, so der ehemalige Leiter des „Sunday World“-Büros in Belfast. Seit einem Anschlag der Loyalisten im Jahre 1986 lebt Campbell mit einer Kugel in der Brust, inzwischen in der benachbarten, sicheren irischen Provinz Donegal.

Rettung für Ruf der BBC

BBC-Reporter Andrew Gilligan, der bislang nach der Dr. Kelly-Affäre von seinem Radio4-Job und jeglicher Berichterstattung mit freigestellt war, wird wohl nach bisherigen Infos das BBC-Radio4-Programm Today verlassen. Er wird aber nicht entlassen, sondern erhält innerhalb der BBC neue Aufgaben.
BBC-intern plant Generaldirektor Greg Dyke knallharte neue Richtlinien, die sich mit Beschwerden von Hörern, dem Eingestehen von Fehlern in der BBC-Berichterstattung und den internen Beschwerderichtlinien (Stichwort Producer´s Guidelines) befassen. So soll es zum Beispiel auf der BBC-Webseite eine ständige Beschwerdeseite für Hörer wie Seher geben. Alle Beschwerden werden umgehend beantwortet.
Erstmals wird damit in einem elektronischen Medium in Groß Britannien in den BBC-Radioprogrammen wie eben Today eine Beschwerde- und Fehlerecke eingerichtet. Also, hat ein Reporter oder eine Sendung Details falsch berichtet, wird das an dieser Stelle veröffentlicht und klargestellt. Damit soll die Recherchegenauigkeit wieder zunehmen und der Ruf der BBC-Integrität wiederhergestellt werden. Bei Zeitungen ist diese Klarstellungs- und Beschwerdeecke auf der Insel bereits tägliche Übung. Fauti ■

Gericht blockiert Konzentrationsregeln

Zukäufe der großen amerikanischen Medienkonzerne auf dem US-Markt bleiben vorerst begrenzt. Ein Berufungsgericht in Philadelphia hat die neuen Aufsichtsregeln zur Liberalisierung des Medienmarktes in letzter Sekunde mit einer Anordnung blockiert. Das Gericht untersagte, neue stark gelockerte Besitzregeln der zuständigen Aufsichtsbehörde FCC (Federal Communications Commission) umzusetzen. Das berichtete die „New York Times". Die FCC-Regeln hätten es den Medienkonzernen ermöglicht, mehr Zeitungen sowie Fernseh- und Radiostationen zu schlucken. Die FCC war dabei von den meisten großen Medienkonzernen unterstützt worden.
Verbraucherschutzgruppen und andere Organisationen sowie Politiker im Kongress hatten dagegen protestiert. Der Kongress könnte nun mit eigenen neuen gesetzlichen Vorschriften für zulässige Konzentrationsobergrenzen im Medienmarkt sorgen. Repräsentantenhaus und Senat wollen vor allem die umstrittenste der neuen FCC-Regeln rückgängig machen. Sie würde es den Fernsehkonzernen ermöglichen, so viele Sender zu kaufen, dass ein einzelnes Unternehmen bis zu 45 Prozent aller US-Zuschauer erreichen könnte. Die bisherige Obergrenze lag bei 35 Prozent. In der Kritik steht ebenso, dass es einem Medienunternehmen erlaubt werden würde, in einer Stadt gleichzeitig Zeitungen und Fernsehstationen zu kontrollieren. dpa ■

Schlammschlacht um die „Krone"

Der Essener Medienkonzern WAZ will den Hauptgeschäftsführer der österreichischen „Kronenzeitung", den 82jährigen Hans Dichand, mit Hilfe eines Schweizer Schiedsgerichts absetzen lassen. Damit wurde eine neue Runde im monatelangen Machtkampf um die größte Zeitung Österreichs zwischen den beiden Eigentümern eingeläutet, die von den österreichischen Medien als „regelrechte Schlammschlacht" bezeichnet wurde.
„Die WAZ hat sich monatelang bemüht, von Herrn Dichand Antworten zu wesentlichen Fragen des Unternehmens zu erhalten und ihn zum Tätigwerden in dringenden Angelegenheiten zu bewegen", hieß es in der Begründung des Verlagshauses. Das Schiedsgericht ist in den Verträgen zwischen der WAZ und Dichand im Falle von unüberbrückbaren Streitigkeiten vorgesehen. Jede Seite benennt einen Schiedsrichter. Die Handelskammer in Zürich bestellt eine dritte Person. Der Schiedsspruch ist bindend. Dichands Sohn Michael hatte die WAZ Mitte September öffentlich beschuldigt, bei ihrem verlegerischen Engagement in Südosteuropa mit der „Balkan-Mafia" zusammenzuarbeiten. Die WAZ hatte das als „unglaubliche Verleumdung" zurückgewiesen, die zu „ruf- und geschäftsschädigenden Irritationen" führe. dpa ■

Alarmierende Signale

Nordirland: Mordermittlungen ins Stocken geraten, Täter vom Staat gedeckt?

Die Ermordung des nordirischen Journalisten Martin O'Hagan durch die paramilitärische Gruppe „Loyalist Volunteer Force" (LVF) jährte sich am 28. September diesen Jahres zum zweiten Mal. Vier Männer waren an der Tat beteiligt, die nicht nur in journalistischem Kreisen mit Namen bekannt sind. Doch bisher nahm die Polizei nur einen Verdächtigen fest. Die Ermittlungen stocken. Freunde und Kollegen vermuten, dass britische Undercoveragenten beteiligt waren, die gedeckt werden sollen.

Die Schüsse fielen in der Nacht und trafen Martin O'Hagan in den Rücken. Der Journalist und Familienvater verblutete auf der Strasse, nur wenige Meter entfernt von seinem Haus in der nordirischen Kleinstadt Lurgan. Innerhalb weniger Stunden entscheiden sich seine Kollegen der größten nordirischen Boulevardzeitung „Sunday World" in Belfast zu einem Sonderdruck. Die Schlagzeile lautete am nächsten Morgen: „Fearless – our man shot in the back." Da hatten sich die „Red Hand Defenders", ein Tarnname der LVF, bereits bei der BBC zu dem Anschlag bekannt. Über diese Untergrundorganisation hatte O'Hagan jahrelang berichtet, über die illegalen Aktivitäten der Gangleader, ihre Drogen- und Prostituiertengeschäfte, die allzu oft unter dem patriotischen Slogan „For God and Ulster" liefen.

Erster gezielter Anschlag

Der Mord an einem Journalisten ist eine Zäsur in der Geschichte des Nordirland-Konfliktes. Zwar hat es immer wieder vereinzelt Morddrohungen gegen Berichterstatter gegeben, doch mit einem gezielten Mordanschlag hatte niemand gerechnet. Die Beziehung zwischen den paramilitärischen Organisationen und den Medien sei von jeher sehr zwiespältig gewesen, so Henry McDonald, Nordirland-Korrespondent des englischen „Observer", der selbst seit 1999 immer wieder Morddrohungen erhält. Einerseits bräuchten sie die Presse, um ihre Botschaft zu verbreiten, andererseits werden investigativ arbeitende Journalisten zu gefährlichen Zeugen.

War auch O'Hagan ein gefährlicher Zeuge? Die hartnäckige Recherche, die Suche nach der Wahrheit, war seine Berufung. Martin habe da angesetzt, wo sich viele nicht mehr getraut haben, weiter zu recherchieren, so eine Kollegin der „Ireland on Sunday". Das schätzten viele an dem engagierten Mitglied der Journalistenvereinigung „National Union of Journalists" (NUJ). Die nordirische Ausgabe der Zeitung mit Hauptsitz in Dublin ist eine der wenigen in Nordirland, die immer wieder Schlagzeilen macht über Auftragsmorde, Prostitution, Bandenbosse. „Wir berichten über diejenigen, die unsere Kinder auf den Strassen vergiften", so Jim McDowell, Chefredakteur des Belfaster Büros der „Sunday World", der ebenso massive Morddrohungen von der LVF erhielt.

Risiko in Kauf genommen

Der 51jährige O'Hagan wurde von beiden Seiten bedroht. 1989 wurde er von der IRA entführt, weil sie ihn für einen Informanten der Polizei hielt. Nach Recherchen über die LVF Anfang der 90er war er so gefährdet, dass er schließlich für ein Jahr nach Südirland ziehen musste. Aber O'Hagan habe an den Friedensprozess in Nordirland seit dem Karfreitagsabkommen von 1998 geglaubt, wollte neutral sein und auch so darüber berichten, so sein langjähriger Kollege Jim Campbell. Erst kurz vor seiner Ermordung zog der Katholik O'Hagan, der mit einer Protestantin verheiratet war, mit seiner Familie sogar in ein Viertel, das nur unweit der Wohngegend von Anhängern der LVF liegt.

Für Jim Campbell war O'Hagans Art der Recherche keineswegs leichtsinnig, sondern notwendig. „Du wusstest nie, ob du eine Kugel in den Kopf bekommst oder eine Information. Darauf sind wir vorbereitet gewesen. Das war eben das Risiko, was man in Kauf nehmen musste", so der ehemalige Leiter des „Sunday World"-Büros in Belfast. Seit einem Anschlag der Loyalisten im Jahre 1986 lebt Campbell mit einer Kugel in der Brust, inzwischen in der benachbarten, sicheren irischen Provinz Donegal.

O'Hagans Fall habe keine Fürsprecher, meint Campbell. Denn zu heikel wäre das, was dann ans Licht kommen könnte: von den am Mordanschlag beteiligten vier Tätern sind die Namen bekannt. Journalistenkollegen vermuten, dass einer von ihnen Agent der nordirischen Polizei war. Das wäre nicht das erste Mal. Seit der Veröffentlichung des so genannten Stevens-Reports im Sommer diesen Jahres gab der Ermittler der neutralen Untersuchungskommission, Sir John Stevens, öffentlich zu, dass Agenten in paramilitärische Organisationen eingeschleust wurden – um angeblich Anschläge zu verhindern. Doch genau das Gegenteil war der Fall.

Seamus Dooley, Vorsitzender der NUJ in Irland, warnt angesichts der Umstände vor allzu großer Hysterie. Erstens würden nur die wenigsten Journalisten wie O'Hagan arbeiten und zweitens müsse man „die Art möglicher Bedrohung" unterscheiden. Nicht jeder Drohanruf sei ernst gemeint. Eine Überreaktion schade letztlich dem investigativen Journalismus. Denn wenn die Angst kursiert, schreibe keiner mehr über Hintergründe – Platz für die Schere im Kopf. Seiner Kenntnis zufolge, fühlten sich nur zwei bis drei Journalisten in der Region derzeit massiv bedroht. Doch der Fotograf und NUJ-Vorsitzende in Belfast, Kevin Cooper, teilt diese Meinung nicht. Zusammen mit der Organisation „British Irish Rights Watch" und anderen Verbänden drängt er auf eine weitere Untersuchung des Mordes und verlangt stärkere Sicherheitsmaßnahmen der Arbeitgeber. Derzeit gäbe es nur eine „erhöhte Aufmerksamkeit", berichtet Kevin Cooper.

In Sicherheit investiert

Das Büro der „Sunday World" ist seit diversen Anschlägen und Drohanrufen mit Sicherheitskameras und -türen ausgestattet, Mitarbeiter erhalten eine Schulung, wie man im Falle einer Bombendrohung reagiert. Doch letztlich sei die eigene Vorsicht gefordert, meint Henry McDonald. Auch der Observer hat in die Sicherheit seines Korrespondenten investiert und dessen Wohnhaus gesichert.

Doch können diese Sicherheitsvorkehrungen nicht vor dem Zugriff der Behörden auf Informationen von Journalisten schützen. In der Nacht zum 1. Mai diesen Jahres wurde das Haus von Liam Clarke, Redakteur der englischen „Times", mitten in der Nacht von der nordirischen Polizei, der Police Service of Northern Ireland, durchsucht. Die Polizisten beschlagnahmten Computer und Materialien, Clarke wurde zusammen mit seiner Frau, ebenfalls eine Journalistin, über Nacht festgehalten und verhört – ohne Vorwarnung, ohne Durchsuchungsbefehl. Auch die Büroräume der Redaktion wurden durchsucht. Nach Angaben der NUJ waren die Ermittler an Clarkes Aufzeichnungen vertraulicher Gespräche mit Nordirlandpolitikern, u. a. mit dem Sinn-Fein-Vorsitzenden Gerry Adams, interessiert. Die Behörden rechtfertigten ihre Nacht- und Nebelaktion mit dem so genannten „Official Secrets act", dem Geheimhaltungsgesetz. Unter dem Vorwand der Terrorismusbekämpfung wollten sie so an vertrauliche Informationen gelangen. Doch Clarke und seine Frau gaben ihre Informanten nicht bekannt.

Diese Aktion und seine staatlich „legitime" Vorgehensweise machen der NUJ derzeit schwer zu schaffen. Seamus Dooley äußerte starke Bedenken für die Pressefreiheit. Alarmierende Signale, die nun auch vom Staat ausgehen.

Petra Tabeling ■

Foto: Sunday World

Martin O'Hagan, an seinem Arbeitsplatz bei der „Sunday World" in Belfast

Aktion für Mohsen Sazegara

Iranischer Journalist nach Regierungskritik inhaftiert

Nach der Zahlung einer Kaution erfolgt normalerweise die Haftentlassung. Nicht so bei Mohsen Sazegara: Obwohl seine Familie am 21. August beim Teheraner Revolutionsgericht die Kautionssumme in Höhe von umgerechnet 720.000 Euro hinterließ, blieben die Gefängnistore geschlossen. Die iranischen Justizbehörden verhinderten die Freilassung – angeblich weil eine „Akte" mit nicht näher genannten Anschuldigungen gegen Sazegara aus dem vergangenen Jahr existiere.

Sorge um den Gesundheitszustand

Jetzt besteht Anlass zur Sorge um den Gesundheitszustand des Häftlings. Sazegara teilte seiner Frau mit, dass er sehr geschwächt sei und nur mit großer Mühe gehen könne. Der 48-jährige Journalist müsste nach mehreren Herzoperationen eigentlich regelmäßig Medikamente einnehmen. Es ist zu befürchten, dass ihm diese im berüchtigten Evin-Gefängnis in Teheran nicht zur Verfügung gestellt werden. Außerdem war er aus Protest gegen seine Inhaftierung offenbar für über sieben Wochen in einen Hungerstreik getreten.

Sazegara ist offener Kritiker der iranischen Machthaber. Er war am 15. Juni in Teheran festgenommen genommen worden, nachdem er auf seiner Internetseite „All Iran" einen Artikel veröffentlicht hatte, in dem er eine „grundlegende Änderung der Verfassung" forderte. Sein Sohn Vahid Sazegara wurde mit ihm zusammen inhaftiert, konnte aber Anfang Juli das Gefängnis verlassen.

Im Iran sind zur Zeit mehr als zwanzig Journalisten inhaftiert (M, 9 / 2003). Viele von ihnen kamen während der Studentenproteste im Sommer für mehr Demokratie hinter Gitter.

Was können Sie tun?

Schreiben Sie an den iranischen Justizminister und fordern Sie die sofortige Freilassung von Mohsen Sazagara sowie die Achtung der Pressefreiheit im Iran.

Schreiben Sie in gutem Persisch, Englisch oder auf Deutsch an:
His Excellency Ayatollah
Mahmoud Hashemi
Shahrudi
Head of the Judiciary
Ministry of Justice
Park-e Shahr
Tehran
IRAN
Telefax:
0098 – 21 – 879 66 71
E-Mail:
irjpr@iranjudiciary.org

Senden Sie eine Kopie Ihres Schreibens an:
Kanzlei der Botschaft der Islamischen Republik Iran
S. E. Herrn Seyed
Shamseddin Khareghani
Podbielski Allee 65 – 67
14195 Berlin
Telefax: 030 – 8435 3535
E-Mail: iran.botschaft@
t-online.de

amnesty international
FÜR DIE MENSCHENRECHTE

Mit Satire und spitzem Bleistift

Algeriens Presse zwischen den Fronten im Kampf der Cliquen um die Macht

Karikaturen: Dilem / Liberté

Das Volk ist hinter Bouteflika

Ali Benhadj wird von der Polizei verhört: „Bei welcher Zeitung arbeitest Du?" (Karikatur Mitte oben)

Die Polizei von Zehrouni spioniert die Journalisten aus. Benchicou: Ich habe ein Mikrofon in meinem Büro gefunden!" (Karikatur rechts unten)

Mehr im Archiv von www. liberte-algerie.com

Schon während des Wahlkampfes vor über vier Jahren beschimpfte der heutige algerische Staatschef Abdelaziz Bouteflika die unabhängigen Journalisten als „Waschweiber". Seit er an der Macht ist, bleibt es nicht bei Worten, wenn die schreibende Zunft ihm beweist, dass sie mehr kann, als tratschen.

Der Trick ist ganz einfach: Sobald Algeriens Machthaber die Presse zu unbequem wird, stornieren die staatlichen Druckereien die Aufträge. Als Grund müssen dann die Schulden der privaten, unabhängigen Presse herhalten. So geschah es in diesem Sommer. Sechs Zeitungen, „El Khabar", „Liberté", „Er-Rai", „Le Matin", „Le Soir" und „L'Expression" mussten mangels Druckerei schließen. „Vorgeschobene finanzielle Gründe", beschwerten sich die Verleger in einem gemeinsamen Kommuniqué. Sie glauben vielmehr, dass der Grund für die drastische Maßnahme in einer Serie von Skandalen zu suchen ist, die die unabhängige Presse in den letzten Monaten aufdeckte.

So war zu lesen, dass der heutige Innenminister Yazid Zerhouni 1970 einen Apotheker verhaften und foltern ließ und sich danach dessen Büro unter den Nagel riss.

Für größte Aufregung sorgten mehrere Titelstorys von „El Khabar", „Liberté" und „Le Matin" Mitte August. „Der Präsident greift in die Staatskasse" und „Alles Diebe?" lauteten die Schlagzeilen. Die Zeitungen veröffentlichten eine lange Liste, wer sich was widerrechtlich angeeignet hat. Präsident Abdelaziz Bouteflika soll demnach einige Villen am algerischen Strand und eine 1,5 Millionen Euro teure Wohnung im Zentrum von Paris aus Staatseigentum finanziert haben. „Wir können das Land noch immer vor diesen Dämonen und Gangstern schützen", hieß es im Editorial von „Le Matin".

Anklage wegen Beleidigung und Haft angedroht

Aus dem Präsidentenpalast kam keine Antwort auf diese Anschuldigungen. „Aus Respekt vor der Pressefreiheit", halte man sich zurück, hieß es, während gleichzeitig die Staatsdruckereien angehalten wurden, ihre Schulden einzutreiben. Die Blätter mussten mehr als zwei Wochen auf das allmorgendliche Rendezvous mit ihren Lesern verzichten. Zwei der Zeitungen, „Er-Rai" und „L'Expression" wurden gar für Außenstände längst eingestellter Publikationen aus dem gleichen Verlagshaus verantwortlich gemacht.

Am schlimmsten hat es „Le Matin" und „Liberté" erwischt. Zwar erscheinen auch diese Blätter wieder, doch wurde „Le Matin"-Direktor Mohamed Benchicou Ende August auf dem Flughafen von Algier verhaftet. Zwei Bankbelege über insgesamt 80.000 Euro sollen als Beweis für illegale Devisengeschäfte herhalten. Benchicou muss sich seither allwöchentlich auf dem Polizeirevier melden. Mehrmals wurde er verhört. Bei „Liberté" wurden sieben Redakteure sowie der Hauskarikaturist Dilem zum Verhör vorgeladen. Ihnen allen drohen eine Anklage wegen „Beleidigung des Staatsoberhauptes" und damit bis zu zwölf Monaten Haft oder einer Geldbuße zwischen 50.000 und 250.000 Dinar (500 Euro bis 2.500 Euro). Ein Journalist verdient zwischen 130 und 150 Euro monatlich. „Le Matin"-Herausgeber Benchicou veröffentlicht seit Monaten die wohl beliebteste Kolumne Algeriens. Unter dem Decknamen Ines Chahinez und mit einem „Autorenfoto", das eine junge, bildhübsche Blondine zeigt, nimmt er sich auf satirisch, ironische Weise der algerischen Vetternwirtschaft an. Außer über Bouteflika ist dort auch Süffisantes und Korruptes über seine engsten Mitarbeiter sowie über die Generäle zu lesen.

Der „Liberté"-Karikaturist Dilem steht dem in nichts nach. Er hat den wohl spitzesten Bleistift des nordafrikanischen Landes. Jeden Tag nimmt er die Mächtigen aufs Korn. Lachen oder Weinen ob der dort vorgeführten Zustände? Viele Leser wissen dies nicht zu beantworten. Aber eines ist klar, für Algerien ist Dilem seit über einen Jahrzehnt die beste Therapie im alltäglichen Leiden.

„Bouteflika und sein Clan sind angesichts der bevorstehende Wahlen 2004 in Panik geraten", erklärt sich der Herausgeber von „Le Soir", Fouad Boughanem, die Repressionswelle gegen die freie Presse. Erstmals in der Geschichte des unabhängigen Algeriens kann sich der übermächtige Militärapparat nicht auf einen einzigen Präsidentschaftskandidaten einigen. Neben Bouteflika, der sich zur Wiederwahl stellt, will auch der Vorsitzende der ehemaligen Einheitspartei FLN, Ali Benflis, kandidieren. Dieser hatte bis Mai, als er von Bouteflika entlassen wurde, das Amt des Premiereministers inne. Benflis kann auf die Mehrheit der Parteibasis setzen. Doch nutzen wird ihm das nur dann etwas, wenn er die Armee, oder zumindest die Mehrheit der Generäle hinter sich bekommt.

Und genau dort sind die Mehrheitsverhältnisse alles andere als klar. Ein Machtkampf zwischen den Cliquen ist entbrannt. Deshalb füttern diejenigen, die hinter Benflis stehen, seit geraumer Zeit die freie Presse mit Informationen über Bouteflikas dunkle Seiten. Die Zeitungen sind damit zwischen die Fronten geraten. Sich zum Instrument für einen Clan gemacht zu haben, weisen die Herausgeber der freien Zeitungen dennoch weit von sich. „Wir haben noch nie einen Hehl aus unserer feindlichen Einstellung gegenüber dem Bouteflika-Clan gemacht", erklärt Benchicou stellvertretend für viele seiner Kollegen.

Reiner Wandler ■

Seminare/Tagungen

Journalismus aktuell

ABZV, Bonn. 19./20. November in Schwerin: Journalistische Sorgfalt und Haltung.
APB, Tutzing. 8. bis 12. Dezember: Alles was Recht ist – Medienrecht und Justizberichterstattung.

Journalistische Themen

ABZV, Bonn. 10./11. November: Lokale Sportberichterstattung. 17./18. November: Wirtschaft im Lokalen. 24./25. November in Blaubeuren: Gerichtsberichte in der Tageszeitung. 1./2. Dezember: Der Haushalt der Gemeinde.
AFP, Hamburg. 13./14. November: Fakten, Daten, Nutzwert – Service für die Leser.
APB, Tutzing. 3. bis 7. November: Glaube, Kirche, Religionen – Neue Wege zu alten Themen. 10. bis 12. November in Passau: Probleme der EU-Erweiterung und der Verfassung für Europa. Beide Journalistenseminare finden statt 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. 1. bis 4. Dezember: Klimawandel – Die verdrängte Gefahr. 5./6. Dezember: Die USA – ein fremder Freund?
BZ/dju, Nürnberg. Vortragsreihe Medien und Krieg – 7. November: Techniken der Krisenerzeugung; 14. November: Vietnam – Das Trauma freier Berichterstattung; 28. November: Kosovo – Einführung in das Kriegführen; 12. Dezember: Irak – die neue Ordnung.
JHB, Hagen. 3. bis 5. November: Architekturkritik. 20./21. November: Die Kinderseite.
JSR, Essen. 20. November in Erfurt: Kirchenlatein – Geschichte, Strukturen, Personen der Kirchen in Thüringen. 24./25. November in Erfurt: Reform der Gemeindefinanzen.
Klara, Berlin. 17. bis 19. November: Zeitschriftenjournalismus. 24. bis 26. November: Kreatives Schreiben. 24. bis 28. November: Reportage. 1. bis 3. Dezember: Schreiben und fotografieren. 9. bis 12. Dezember: Wissenschaftsjournalismus.

Journalistische Formen

ABZV, Bonn. 4./5. November: Überschriften kreativ. 20./21. November: Kommentar und Glosse. 26./27. November in Blaubeuren: Kreatives Schreiben. 15./16. Dezember in Stuttgart. Interviewtechnik. 17./18. Dezember in Stuttgart: Nachrichtenauswahl und Kommentar.
AFP, Hamburg. 10./11. November: Kreatives Schreiben. 15. bis 17. Feature-Werkstatt.
BKB, Wolfenbüttel. 21./22. November: Wie aufs Blatt kommt, was im Kopf steckt. Nachrichten vom Kreativen Schreiben aus seinen Provinzen – Tagung für Literaten und andere kreative Schreiber.
EMA, Berlin. 27./28. November: Professionelle Blattkritik.
FFFZ, Düsseldorf. 14./15. November: Kreatives Schreiben.
JHB, Hagen. 17. bis 19. November: Spannend schreiben. 24. bis 27. November: Kommentar und Glosse. 1. bis 5. Dezember: Feature.
JSR, Essen. 19./20. November: Das Alltags-Porträt. 26. bis 28. November in Erfurt: Interview-Training.
MAK, Köln. 17./18. November: Schreibtraining.
MH, Hamburg. 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

dju/JA, München. 11. November in Nürnberg: Online-Recherche für Journalisten und Pressereferenten.
EMA, Berlin. 4./5. Dezember: Online-Recherche für Wissenschaftsjournalisten.
JA, München. 10. bis 12. November: Storyboarding und Hyperlink-Dramaturgie. 1. bis 5. Dezember: Skriptsprachen verstehen, Skriptprogramme gestalten. 10. bis 12. Dezember: Einstieg in die Webgrafik mit GIMP.
JHB, Hagen. 10. bis 14. November: Aufbauseminar Online-Journalismus.
WOMAN, Frankfurt. 13. November: Mit Teasern zum Lesen verführen – Online-Medien II. 25./26. November: Professionelle Recherche im Internet. 3./4. Dezember: Texte webgerecht schreiben und präsentieren (I). 11./12. Dezember: Themen und Specials im Netz (III).

Fotografie

IFP, München. 5. bis 7. November in Augsburg: Bildbearbeitung mit Photoshop/für ifp und kma-Absolventen und Redakteure der katholischen Presse.
Klara, Berlin. 1. bis 5. Dezember: Fortbildung zum Bildredakteur.

Hörfunk

AFP, Hamburg. 6./7. November: Texten fürs Radio.
JA/dju, München. 25. November: Rhetorik/Atem- und Sprechtechnik. 13. Dezember: Das Interview. 16. Dezember: Digitaler Schnitt.
DHA, Dortmund. 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. 1./2. Dezember: Interview-Training/Basis. 4./5. Dezember: Coaching III – Der Schritt zum „Star" (Selbst-Marketing). 7. bis 9. Dezember: Workshop Nachrichten-Training.
FFFZ, Düsseldorf. 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. 16. bis 19. November: Das Interview in Hörfunk und Fernsehen.
JA, München. 6./7. November: Radio-Beiträge digital und einfach produzieren.
MAK, Köln. 12./13. Dezember: Moderationstraining.
MH, Hamburg. 1. bis 5. Dezember: Einwöchige Radio-Feature-Werkstatt (auch für Print-Journalisten). 6./7. Dezember: Sprechtraining-Grundkurs.
NA, Hamburg. 4./5. Dezember: Texten fürs Web – Teasing, Hyperlinking und Website-Usability.
MR, Köln. 6. November in Leverkusen: Bürgerfunkmagazine gestalten. 8./9. November im Erftkreis: Selbstfahrertraining. 14./15. November in Neuss, 28./29. November in Köln: Sprecherziehung. 25. November und 9. Dezember: Interview live. 26. November in Neuss, 11. Dezember in Bergisch-Gladbach: Air Check. 12./13. Dezember in Bergisch-Gladbach: Studiogespräch.
NPR, Berlin. 4. November abends: Nachrichten. 10., 12. und 17. November abends: Audioschnitt. 18., 19. und 24. November abends: Sprechen und Moderieren. 25./26. November und 5., 9. und 16. Dezember abends: Produktion einer Magazinsendung.

Volontäre

JSR, Essen. 3. bis 7. November: Politikberichterstattung. 1. bis 5. Dezember: Grundseminar Reportage. Grundseminar Markt, Mächte, Medienpolitik.

Selbst- und Medienmanagement

AFP, Hamburg. 3. bis 5. November: Redaktionelles Management. 3. bis 5. Dezember: Rhetorik.
BZ, Nürnberg. 29. November: Zusammenarbeit erfolgreich gestalten. 4. Dezember: Als Journalist in die Künstlersozialkasse – Sozialversicherung für Freiberufler.
COP, Köln. 6. bis 8. November: Zwischenbilanz und Neuaufbruch – Neue Perspektiven für Babyboomer. 4. bis 6. November und 10. bis 12. November: Intensiv-Coaching für einzelne erwerbslose Kommunikations- und Medienschaffende/Förderung durch das Arbeitsamt im Einzelfall möglich. 1. Dezember: Selbst-PR durch authentische Souveränit/Coaching mit Dream Guidance.
DHA, Dortmund. 20. November: Recht speziell/Haftungsrisiken erkennen und verringern/für Chefredakteure im Lokalfunk. 12. bis 13. November: Redaktionsmanagement.
EMA, Berlin. 14./15. November: Karriere zwischen Kick und Knick. 19. bis 21. November: Sprechtraining für Fortgeschrittene.
FAZ, Frankfurt. 11./12. November: Dialektik für weibliche Führungskräfte. 14. November: Intensivseminar Zeitmanagement. 25./26. November in Wiesbaden: Aufbaukurs Rhetorik.
FFFZ, Düsseldorf. 21./22. November: Selbstmanagement.
JA, München. 14. bis 16. November: Wo stehe ich, wo will ich hin? 22. bis 23. November: Berufliche Zusammenarbeit erfolgreich gestalten.
Klara, Berlin. 13./14. November: Menschenkenntnis im Beruf. 20./21. November: Ziel- und Zeitmanagement.
MAK, Köln. 10. bis 12. November: Verhandlungstechniken. 20./21. November: Krisenkommunikation. 26. bis 28. November: Zeit- und Selbstmanagement.

Seminare/Tagungen

Film & TV

AFP, Hamburg. 15./16. Dezember: Business TV.
BJF, Frankfurt. Anfang Dezember: Seminar Film-Moderation.
DWH, Hamburg. 7. bis 9. November: Struktur filmischer Erzählungen und Plotentwicklung. 28. bis 30. November: Wie transformiert man die gesetzten Fakten einer Szene in Handlungen und Dialoge.
FHF, Frankfurt. 14. bis 16. November: Von der Idee zum Schreiben in filmischer Form. 28. bis 30. November: Regieassistenz. 12. bis 14. Dezember: Theorie im kreativen Drehbuchschreiben.
FM, Münster. 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).
FFFZ, Düsseldorf. 1. bis 3. Dezember: Film-/Fernseh Doku-Werkstatt II.
IFP, München. 19./20. November: Casting.
Klara, Berlin. 8. bis 10. Dezember: Dramaturgie eines TV-Beitrags. 11./12. Dezember: Von der Idee zum Magazinbeitrag.
LAG SH, Quern. 21. bis 23. November: Video-Film-Fest Schleswig-Holstein. 28. bis 30. November in Scheersberg: Mit fremden Augen sehen (1).
MSD, Berlin. 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 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).
8./9. November: Drehbuch – Basiswissen Produktion für Autoren. 14. bis 16. November: Drehbuch – Einführung. 15./16. November: Musik und Film. 29./30. November: Drehbuch – Exposé. 29./30. November: Drehbuch – Die tägliche Serie.
5. bis 7. Dezember: Drehbuch – Dramaturgie der Stoffe.
MZW, Wiesbaden. 25. November: Forum Junge Filmszene Rhein-Main.
NA, Hamburg. 15./16. Dezember: Rhetorik für Führungskräfte.

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.
FHF, Frankfurt. 21. bis 23. November: Alles Verhandlungssache – Dokumentarfilmproduktionen, planen, kalkulieren, finanzieren, verhandeln.
FM, Münster.
7. bis 9. November: Kamera I.
13. bis 16. November: Kamera II.
5. bis 7. Dezember: Filmschnitt.
12./13. Dezember: Kameraassistenz.
FHF, Frankfurt. 6./7. Dezember: Arbeiten mit Final Cut.

Film & TV-Management

BET, Hamburg. 4. bis 6. Dezember: TV-Produktionsmethoden.
KMA, Ludwigshafen. 2. bis 7. November, 10. bis 14. November, 1. bis 5. Dezember und 4. bis 9. Januar: 4-wöchiger 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.
MUK, Hamburg. 15./16. November: Continuity 2 – Dreharbeiten/Arbeit am Set. 29./30. November: Continuity 3 – Postproduktion. 13./14. Dezember: Continuity 4 – Rechtliche Grundlagen, soziale Absicherung.

Public Relations

AFP, Hamburg. 27. bis 29. November: PR und mehr – Netzwerke, Lobbying und Sponsoring.
AFW, Bad Harzburg. 20. bis 22. November in Berlin: Basics professioneller PR.
AR, Remscheid. 8. bis 12. Dezember: Spenden – Sponsoring – Stiftungen (PR-Workshop).
DHA, Dortmund. 27./28. November: Fernseh-Coaching für Führungskräfte aller Branchen.
EMA, Berlin. 6./7. November: Qualität und Erfolg in der Öffentlichkeitsarbeit.
FAZ, Frankfurt. 4. November: Rechtliche Grundlagen für Öffentlichkeitsarbeiter. 11./12. November: Mit professionellen Tests 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. 1./2. Dezember: Professionell Interviews geben. 2./3. Dezember in Düsseldorf: Der souveräne Medienauftritt in der Krise. 5. bis 9. Dezember: Kommunikatives Verhalten für Öffentlichkeitsarbeiter. 9./10. Dezember in Offenbach: Überzeugend präsentieren. 10. bis 13. Dezember: PR-Textworkshop.
FFFZ, Düsseldorf. 8. November: Von der Information zum Vertrauen. 14./15. November: Kreatives Schreiben. 28. November: Kreative Präsenz – Mit Stil in die Öffentlichkeit. 5./6. Dezember: Stimme und Rhetorik – Training für Präsentation und Rede. 12./13. Dezember: Konflikt-Moderation. Nach Vereinbarung: „Ich stelle mich..." – Medien-VIP-Training.
JHB, Hagen. 17. bis 19. November: Nachrichten schreiben/Die Pressemitteilung. 8. bis 11. Dezember: Gestaltung von PR-Produkten. 15. bis 17. Dezember: Schreibtraining.
Klara, Berlin. 4./5. Dezember: Der Werbetext. 8. bis 12. Dezember: Fortbildung zum Pressesprecher.
mbw, München. 6./7. November: Medientraining-Praxisseminar/Rhetorik vor Kamera und Mikrofon.
MH, Hamburg. 18./19. November: Die Kunst, in der Zeitung aufzutauchen.
NA, Hamburg. 3./4. November: Medientraining und Coaching – Erfolgreiches Auftreten in der Öffentlichkeit. 6./7. November: Internet-Newsletter – Der schnellste Weg zu Ihren Kunden. 10./11. November in Berlin: Die erfolgreiche Präsentation. 24. November in Hamburg: Die digitale Pressemappe/Presse-CD. 9. Dezember in Frankfurt: Die Pressekonferenz – Eine Visitenkarte des Unternehmens.
P1, München. 6. November in München, 13. November in Frankfurt, 27. November in Hamburg: Pressearbeit für High-Tech-Unternehmen. 9. Dezember in Stuttgart, 16. Dezember in Düsseldorf: Messe- und Online-PR optimieren.

Bildungsurlaub/Mitbestimmung

DGB NRW, Düsseldorf. 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. 9. bis 14. November: EuroMobil – Arbeitnehmer und Bürgerrechte in der EU. 30. November bis 5. Dezember: Asyl- und Migrationspolitik in der EU.
DGB, Hattingen. 16. bis 21. November: Globalisierung, Aktienfieber und die Wirtschaft von morgen: sind die Gewerkschaften auf der Höhe der Zeit? 30. November bis 5. Dezember: Ein Staat, zwei Gesellschaften – Warum sich Ossis und Wessis manchmal schwer verstehen. 7. bis 12. Dezember: (Keine) Aussicht auf Frieden in Israel und Palästina? – Geschichte und Aktualität des Nahostkonflikts.

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.
DHA, Dortmund. 4. bis 6. Dezember: Seminare leiten II – Das Feintuning intensiv.
EMA, Berlin. 3. bis 5. Dezember: Bildung online – Motivation in der neuen Lehr- und Lernkultur (für Medienpädagogen).
GMK, Bielefeld. 21. bis 23. November in Babelsberg: 20. GMK-Forum Kommunikationskultur „Künstlerische Impulse für die Medienpädagogik – Media Arts meets Media Education.

Adressen

ABZV: Akademie Berufliche Bildung der deutschen Zeitungsverlage e.V., In der Wehrhecke 1, 53125 Bonn, Telefon 0228/259 00–0, Telefax 0228/259 00–26, Internet www.abzv.de, E-Mail info@abzv.de.
AFP: Akademie für Publizistik, Warburgstraße 8–10, 20354 Hamburg, Telefon 040/41 47 96–0, Telefax 040/41 47 96–90, Internet www.akademie-fuer-publizistik.de, E-Mail: info@akademie-fuer-publistizik.de.
AFW: Wirtschaftsakademie Bad Harzburg GmbH, Eberhard B. Freise, An den Weiden 15, 38667 Bad Harzburg, Telefon 053 22/90 20–0, Telefax 053 22/90 20–40, Internet www.afwbadharzburg.de, E-Mail bildung@afwbadharzburg.de.

Adressen/Seminare

APB: Akademie für politische Bildung, Buchensee 1, 82327 Tutzing, Telefon 081 58/256–0, Telefax 081 58/256–14 und –51, Internet www.apb-tutzing.de.
AR: Akademie Remscheid für musische Bildung und Medienerziehung e.V., Küppelstein 34, 42857 Remscheid, Telefon 021 91/794–0, Telefax 021 91/794–205, www.akademieremscheid.de.
BET: Broadcast Engineering and Training, Michael Mücher, Niendorfer Straße 51, 22529 Hamburg, Telefon 040/42 10 84–0, Telefax 040/42 10 84–10, E-Mail uta.kubisch@bet.de, Internet http://bet.de.
BJF: Bundesverband Jugend und Film e.V., Kennedyallee 105a, 60596 Frankfurt/Main, Telefon 069/631 27 23, Telefax 069/631 29 22, Internet www.werkstatt-fuer-junge-filmer.de und www.jungefilmszene.de.
BKB: Bundesakademie für kulturelle Bildung, Postfach 1140, 38281 Wolfenbüttel, Telefon 053 31/808–418, Telefax 053 31/808–413, E-Mail sabine-oehlmann@bundesakademie.de, Internet www.bundesakademie.de.
BZ: Bildungszentrum Stadt Nürnberg, Fachbereich Massenmedien und Film, Gewerbemuseumsplatz 1, 90403 Nürnberg, Telefon 0911/231–58 41, Telefax 0911/231– 58 20, E-Mail Anne_Bauer-Leinemann@bz.stadt.nuernberg.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 NRW: DGB-Bildungswerk NRW e.V., Friedrich-Ebert-Straße 34–38, 40210 Düsseldorf, Telefon 02 11/36 83–138 oder –143, Internet www.DGB-Bildungswerk-NRW.de.
DHA: Deutsche Hörfunk Akademie, Nollendorfplatz 2, 44339 Dortmund, Telefon 02 31/98 89 00, Telefax 02 31/98 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 030/310 01–417, Telefax 030/210 01–440, Internet www.evangelische-medienakademie.de, E-Mail izimmer@ev-medienakademie.de.
FAZ: F.A.Z. – Institut für Management-, Markt- und Medieninformationen, Mainzer Landstraße 195, 60326 Frankfurt/Main, Telefon 069/75 91–20 76, Telefax 069/75 91–27 64, Internet www.seminare-faz-institut.de, E-Mail seminare@faz-institut.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.
FHF: Filmhaus Frankfurt e.V., Schützenstraße 12, 60311 Frankfurt/Main, Telefon 069/13 37 99–94 und –96, Telefax 069/13 37 99–98, E-Mail Filmhaus-Frankfurt@t-online.de, Internet www.Filmhaus-Frankfurt.de.
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.
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.
JA: Journalistenakademie Dr. Hoffacker & Partner, 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 023 31/365–600, Telefax 023 31/365–699. Internet: www.hausbusch.de, E-Mail hausbusch@hausbusch.de
JSR: Journalistenschule Ruhr, Schederhofstraße 55–57, 45145 Essen, Telefon 02 01/804–19 61 oder –19 62, Telefax 201/804–19 63, E-Mail m.jentsch@journalistenschule-ruhr.de. Internet www. journalistenschule-ruhr.de.
Klara: Klara. Schule für Journalismus und Öffentlichkeitsarbeit GmbH Berlin, Ritterstraße 3, 10969 Berlin, Telefon 030/69 04 15 85, Telefax 030/69 04 15 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 0621/51 68 09.
LAG SH: Landesarbeitsgemeinschaft Jugend und Film Schleswig-Holstein, Jugendhof Scheersberg, Ulrich Ehlers, 24972 Quern, Telefon 046 32/285, Telefax 046 32/15 91.
MAK: Medienakademie Köln GmbH, 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 089/55 17 83–86, Telefax 089/55 17 83–80, E-Mail sonja_wagner.mbw@hbw.de.
MH: medienbüro Ev.-Luth. Kirchenkreisverband Hamburg, Schillerstraße 7, 22767 Hamburg, Telefon 040/30 62 31 80, Telefax 040/30 62 31 89 Internet www.medienbüro-hamburg.de, E-Mail info@medienbüro-hamburg.de.
MR: Medienwerkstatt Radio, Bildungswerk der Erzdiözese Köln, Gereonstraße 16, 50670 Köln, Telefon 0221/642 56 38, Telefax 0221/13 43 69, Internet www. erzbistum-koeln.de/medien/rundfunk
E-Mail radio@erzbistum-koeln.de.
MSD: Master School Drehbuch GmbH, Linienstraße 155, 10115 Berlin, Telefon 030/30 87 93 15, Telefax 030/30 87 93 14, Internet www.masterschool.de, E-Mail info@masterschool.de.
MUK: Medien und Kulturarbeit e.V., Friedensallee 7, 22765 Hamburg, Telefon 040/39 90 99 31, Telefax 040/390 95 00, Internet www.medienundkultur.hamburg.de, E-Mail medienundkulturarbeit@t-online.de.
MZW: Medienzentrum Wiesbaden e.V., Neugasse 15–19, 65183 Wiesbaden, Telefon 0611/166 58 43, Telefax 0611/31 39 29, E-Mail stump@wiesan.de, Internet www.medienzentrum-wiesbaden.de.
NA: news aktuell GmbH, mediaworkshops, Mittelweg 144, 20148 Hamburg, Telefon 040/41 13–28 42, Telefax 040/41 13–28 76, Internet www.newsaktuell.de, mediaworkshop@newsaktuell.de.
NPR: Non Profit Radio, Hörfunkschule Berlin, Axel-Springer-Straße 40/41–A4, 10969 Berlin, Telefon 030/68 30 20 90, Telefax 030/68 30 20 91, www.radiokurse.de.
P1: Press1, Wilhelm Riehl-Straße 13, 80687 München, Telefon 089/678 387–60, Telefax 089/578 387–69, Internet www.press1.de, E-Mail info@press1.de.
WOMAN: Wom@nticker – Medienagentur für Frauen, Hohenstaufenstraße 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.

Neu im Netz

www. peacecounts.org ist online. Berichterstattung über den Frieden, dessen Alltag ein Kampf mit Konflikten und existenziellen Problemen, gegen Terror und Gewalt ist, haben sich die Publizisten des „Peace Counts Projekts" auf die Fahnen geschrieben.

Impressum

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

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

Verlagsanschrift: „M – Menschen Machen Medien", ver.di e.V., Bundesvorstand, Potsdamer Platz 10, 10785 Berlin.

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

Titelbild: Hermann J. Haubrich
Tel. 0711/96 69 76 – 5
Layout: Petra Dreßler, Berlin
Tel. 030/322 18 57
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 Filderstadt, Telefon 07 11/7 00 15 30.
Für Mitglieder der Fachgruppen Rundfunk/Film/Audiovisuelle Medien (RFFU) und Journalismus (dju) im Fachbereich 8 (Medien, Kunst, Industrie) von ver.di ist die Bezugsgebühr im Mitgliedsbeitrag enthalten. Für ver.di-Mitglieder aus anderen Fachgruppen und Fachbereichen ermäßigt sich die jährliche Bezugsgebühr auf 18 € – eine gesonderte Bestellung ist notwendig.

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

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

Redaktionsschluss:
„M" 11/2003: 15.09.2003

ISSN-Nr.: 09 46 – 11 32

Journalismus

Allein oder kollektiv – Wieviel Gewerkschaft braucht der Journalismus?

HAMBURG. Wieviel Gewerkschaft braucht der Journalismus? fragt die dju-Hochschulgruppe Hamburg am 4. November 2003, 18 Uhr, im Institut für Journalistik und Kommunikationswissenschaft (Allende-Platz 1, Raum 250). In der offenen Diskussion geht es vor allem um Aspekte der Journalistenausbildung. Sind dazu Einzelkampf oder kollektives Handeln gefragt? Welche Folgen hat die Privatisierung von Ausbildungseinrichtungen? Welche Vorteile hat ein gemeinsamer Europäischer Hochschulraum mit standardisierten Studienabschlüssen (Bologna-Prozess)? Wie steht es um den Traum von der großen Karriere. Teilnehmer der Diskussion sind Dr. Susanne Stracke-Neumann, Leiterin des dju-Hochschulprojekts in ver.di, Dr. Hans J. Kleinsteuber, Professor am IJK Hamburg, Veronika Mirschel, Referentin für Selbständige in ver.di sowie Uwe-Dieter Stepphuhn von der Abteilung Studienförderung der Hans-Böckler-Stiftung des Deutschen Gewerkschaftsbundes.

Kölner Medienpreis

KÖLN. Einen Medienpreis für Beiträge mit direktem Bezug zur Stadt Köln haben die Gas-, Elektrizitäts- und Wasserwerke Köln AG in Zusammenarbeit mit der Kölner Journalistenschule für Politik und Wirtschaft ausgeschrieben. Der Kölner Medienpreis wird alle zwei Jahre vergeben. Gesucht werden Print-, TV- oder Radiobeiträge aus dem Zeitraum 1. Januar 2002 bis 31. Dezember 2004, die die Stadt Köln zum Thema haben. Fremdsprachige Beiträge sollten übersetzt werden. Neben den drei Hauptpreisen für die Sparten Print/TV/Radio gibt es weitere Sonderpreise für Fotografie und TV-Kameraführung sowie das Thema „Regionale Wirtschaft". Einsendeschluss: 15. Januar 2004. Das Preisgeld beträgt insgesamt 25.000 Euro. Information: Organisationsbüro Kölner Medienpreis, Ingrid Reiche/Helmut Hansmann, Postfach 10 02 63, 50442 Köln, Telefon 0221/473 09 00, Internet www.koelner-medienpreis.de.

Für bessere Ernährung

FRANKFURT. Für besonderes Engagement im Bereich Ernährungsaufklärung vergibt die Deutsche Gesellschaft für Ernährung e.V. (DGE) jährlich einen Preis an Journalisten der Publikumsmedien. Eingesandt werden können Beiträge aus dem Kalenderjahr 2003, die zu gesundheitsförderndem Essverhalten motivieren oder auf ein ernährungsabhängiges Problem aufmerksam machen. Vergeben werden Preise à 2.000 Euro in den Kategorien Tages-/Wochenzeitungen, Publikumszeitschriften, Hörfunk und Fernsehen. Dabei vergibt die DGE erstmals einen zusätzlichen Preis für die beste redaktionelle Leistung. Redaktionen können Arbeiten aus allen vier Medienbereichen und dem Internet einreichen, z. B. Serienbeiträge in allen Kategorien, Internetauftritte/Gesundheitsportale etc.. Einsendeschluss: 1. Februar 2004. Bewerbungen mit Audio- bzw. Video-Kassetten oder den Kopien der Printbeiträge senden an: DGE, Referat Presse- und Öffentlichkeitsarbeit, Godesberger Allee 18, 53175 Bonn. Informationen gibt es auch im Internet unter www.dge.de.

Jenseits der Schlagzeilen

BERLIN. Die Arbeitsgemeinschaft Jugendhilfe sucht für ihren zweiten Hermine-Albers-Medienpreis Beiträge mit jugendrelevanten Themen abseits von schlagzeilenträchtiger und oberflächlicher Vermarktung. Die Arbeiten sollen einfühlsam und mit kritischem Blick die Lebenswelt von Jugendlichen und ihren Familien behandeln. Auch Beiträge über das vielfältige Engagement der Träger und Projekte innerhalb der Jugendhilfe sind willkommen, um damit das ehrenamtliche Engagement einer größeren Öffentlichkeit bekannt zu machen. Teilnahmeberechtigt sind journalistische Beiträge, die im Jahr 2003 von einem Radio- oder Fernsehsender gesendet oder in einer Zeitung oder Zeitschrift abgedruckt wurden. Auch Internet-Präsentationen sind zugelassen. Einsendeschluss: 10. Dezember '03. Der Preis ist mit 4.000 Euro dotiert. Information: Arbeitsgemeinschaft für Jugendhilfe, Mühlendamm 3, 10178 Berlin, Telefon 030/40 04 02 00, Telefax 030/40 04 02 32, E-Mail: agj@agj.de, Internet www.agj.de.

Lokales ist wichtig

BONN. Bereits zum 24. Mal schreibt die Konrad-Adenauer-Stiftung einen Preis für Lokaljournalismus aus und wendet sich damit nicht nur an gut ausgerüstete Großstadtredaktionen. Bei der Preisvergabe werden Unterschiede in der redaktionellen Ausstattung berücksichtigt. Preiswürdig sind Beiträge zu beliebigen lokalen Themen, kontinuierliche Berichterstattung, beispielhafte Initiativen und Aktionen der Redaktion, Konzepte und Serien, Kompositionen von Text und Bild.
In diesem Jahr vergibt die Konrad-Adenauer-Stiftung zusätzlich einen Sonderpreis „Deutsche Einheit/17. Juni". Die Arbeiten müssen in der Zeit vom 1. Januar 2003 bis zum 31. Dezember 2003 im Lokalteil einer in Deutschland erscheinenden Zeitung veröffentlicht worden sein und bis zum 31. Januar 2004 der Konrad-Adenauer-Stiftung vorliegen. Es werden drei Preise von 5.000, 2.500 und 1.000 Euro vergeben, für den Sonderpreis 1.000 Euro und vier Preise à 500 Euro. Kontakt: Konrad-Adenauer-Stiftung e.V., Heike Wolter, Rathausallee 12, 53757 Sankt Augustin, Telefon 022 41/24 65 64, Telefax 022 41/24 65 91, E-Mail: heike.wolter@kas.de, Internet www.kas.de.

Film/TV/Video

Landshut unter Strom

LANDSHUT. Filmische Perlen für die Leinwände des Landshuter Kurzfilmfestivals suchen die Veranstalter für das fünfte Ereignis dieser Art vom 11. bis zum 14. März 2004. Von den „Freunde zeigen Kurzfilme"–Abenden hat sich Festival mittlerweile zu einem Wettbewerb mit Sonderprogrammen und Nebenveranstaltungen gemausert. Filme für die Kurzfilmkonkurrenz mit bis zu 30 Minuten Spielzeit sowie Beiträge für das Sonderprogramm ohne zeitliche Begrenzung können noch bis zum 5. Dezember 2003 eingereicht werden.
Nähere Informationen und Anmeldeformulare im Internet unter www.dynamo-kurzfilm.de oder bei Dynamo Kurzfilm, c/o Michael Orth, Papiererstraße 1b, 84034 Landshut, Telefon 0871/966 28 90, Mobil 0171/489 03 77.

Filme für Georgien

WUPPERTAL. Gert Weidenfeld von der Filminitiative „Die Fähre" stellt ein Film- bzw. Videoprogramm für eine Filmreise nach Osteuropa zusammen. Material und Vorschläge dazu können noch eingereicht werden. Die Reise führt vom 20. Dezember 2003 bis 10. Januar 2004 über Podgorica, Belgrad, Budapest bis nach Georgien. Kurzfilme, Animationen, Experimentelles aus den Filmwerkstätten NRWs oder den Filmhochschulen und Akademien ist denkbar. Kontakt: Gert Weidenfeld, Wolkenburg 50, 42119 Wuppertal, E-Mail: diefaehre2001@yahoo.com.

Leute

Ivo Bachmann, bisher beim Medienunternehmen Ringier (Schweiz) in der Geschäftsleitung des Konzernbereichs Zeitschriften tätig, folgt zum Jahresende als Chefredakteur der „Basler Zeitung" auf **Hans-Peter Platz**, der in den Ruhestand geht.

Helmut G. Bauer trat von seinem Amt als Geschäftsführer der landeseigenen NRW Medien GmbH zurück.

Die Schauspielerin **Senta Berger** und der Produzent **Günter Rohrbach** wurden auf der Gründungsversammlung zu Präsidenten der von dem Produzenten **Bernd Eichinger** und dem Regisseur **Helmut Dietl** initiierten Deutschen Filmakademie (Berlin) gewählt. Mitglieder des Vorstands sind u.a. die Regisseure **Detlev Buck**, **Tom Tykwer** und **Andreas Dresen**, die Schauspieler **Jürgen Vogel** und **Katharina Thalbach**, der Kameramann **Michael Ballhaus**, die Produzenten **Stefan Arndt** und **Ulrich Felsberg** sowie der Filmausstatter **Rolf Zehetbauer**.

Tom Bierl (München), früher Chef des Mountainbike-Magazins „Bike", wurde Redaktionsleiter von „Trekkingbike".

Heiner Bremer gibt die Moderation und Redaktionsleitung des „RTL Nachtjournals" Ende des Jahres ab. Seine Aufgaben teilen sich **Susanne Kronzucker**, derzeit Moderatorin der Wochenendausgabe von „RTL aktuell", die das „Nachtjournal" drei Wochen pro Monat moderieren wird, und **Christof Lang**, bisher Leiter des New Yorker RTL-Studios, der die Redaktionsleitung übernimmt und eine Woche pro Monat moderieren wird. Nachfolger Langs in New York wird **Ulrich Oppold**, bisher stellvertretender Redaktionsleiter der Hauptnachrichten „RTL aktuell". Bremer wird als politischer Kommentator für RTL und als Moderator der Talksendung „Das Duell" bei n-tv wirken.

Jürgen Bruckmeier, zuletzt Chefredakteur der „PC-Welt" (IDG), früher in leitender Funktion bei „Bravo", löste als Chefredakteur der Jugendzeitschrift **Uli Weissbrod** ab. Die kommissarische Leitung der „PC-Welt" übernahm deren stellvertretender Chefredakteur **Roland Bischoff**.

Michael Cramer, zuletzt in der Geschäftsführung von N24, wurde bei der ARD stellvertretender Redaktionsleiter der Sendung „Sabine Christiansen". Außerdem leitet er die Entwicklung und Planung bei der Produktionsfirma TV21 der Polit-Talkerin.

Wolfgang Fellner gibt sein Amt als Herausgeber der österreichischen Verlagsgruppe News („News", „TV Media", „E-Media", „Format", „Woman") zum Jahresende auf, bleibt aber Gesellschafter und Mitglied des Eigentümer-Beirats. Er wird für den Mehrheitsgesellschafter Gruner + Jahr als Berater für internationale Projekte tätig werden.

Oliver Fischer, früher Redakteur bei „Max", wurde Textchef von „Brigitte Young Miss".

Yvonne Frenz, zuvor Pressereferentin beim Bundesverband Druck und Medien (Wiesbaden), löste als Pressesprecherin des Verbands **Peter Klemm** ab, dessen Amt sie schon ein Jahr lang kommissarisch versah.

Kerstin Gruner, bislang Leiterin Marketing und Kommunikation bei enviaM, folgte als Leiterin Öffentlichkeitsarbeit bei Goldstar TV auf **Rebecca Weidenhammer**, die als Nachrichtenredakteurin zum BR wechselte.

Tim Grunert, bisher stellvertretender Programmchef bei Radio PSR, rückte zum Programmchef der PSR-Mediengruppe auf.

Werner Hacker, langjähriger Redakteur bei Transmedia (Mannheim), arbeitet jetzt freiberuflich als Wirtschafts- und Kulturjournalist.

Bernd Hilder, derzeit Chefredakteur des „Göttinger Tageblatts", löst Ende des Jahres als Chefredakteur der „Leipziger Volkszeitung" **Hartwig Hochstein** ab, der sich seinen Aufgaben im Vorstand der Medienstiftung Sparkasse Leipzig widmen wird.

Oliver Hundt wurde Leiter der neu geschaffenen Unit Digital Content bei „TV Movie" (Bauer Verlagsgruppe), wozu die Redaktionsleitung von tvmovie.de und die Leitung des Ressorts Media Aktuell in der Print-Version gehören. Der bisherige Redaktionsleiter **Ulrich Damm** berät künftig die Chefredaktion der „Fernsehwoche".

Michael Inacker, zuletzt Leiter der Berliner Parlamentsredaktion der „Frankfurter Allgemeinen Sonntagszeitung", löst zum Jahresende als Leiter des Bereichs Politik und Außenbeziehungen – mit Ausnahme von Nordamerika – bei DaimlerChrysler **Matthias Kleinert** ab, der in den Ruhestand tritt.

Katrin Jurkuhn wurde nach ihrem Volontariat Pressesprecherin des Adolf Grimme Instituts (Marl).

Klaus Kopka legt sein Amt als Leiter des Medienrats der Bayerischen Landeszentrale für neue Medien (BLM) nach 18 Jahren nieder.

Stefan Kühler, bisher Leiter Presse- und Öffentlichkeitsarbeit des Verbands Privater Rundfunk und Telekommunikation (VPRT), hat den Verband verlassen und macht sich als Marketing- und PR-Berater selbständig. Die Pressearbeit des VPRT übernimmt die Hartmut Schultz Kommunikations GmbH.

Antje Lemtis wurde Redaktionsleiterin von Hit Radio RT.1 in Augsburg.

Marie-Luise Lewicki, Chefredakteurin von „Eltern for Family" und „Flash" (Gruner + Jahr), übernahm zusätzlich die Chefredaktion von „Eltern"; ihre Vorgängerin **Andrea Ketterer** schied aus. Dr. **Bernhard Rosenstihl**, derzeit Chefredakteur der Zeitschrift „Baby und die ersten Lebensjahre" (Wort + Bild Verlag, Baierbrunn), wird stellvertretender Chefredakteur von „Eltern for Family"; Textchefin der Zeitschrift wurde **Claudia Greiner-Zwarg**, zuvor Redakteurin bei „Eltern". Herausgeber der beiden „Eltern"-Titel ist deren früherer Chefredakteur **Norbert Hinze**.

Monica Lierhaus, bisher Moderatorin bei SAT.1 und Premiere, wechselt im Januar 2004 in das Team der ARD-„Sportschau".

Alexander Mannheim, ehemals leitender Regisseur und Redakteur bei Radio Liberty in Prag, berichtet jetzt für Radio Free Europe/Radio Liberty als Deutschland-Korrespondent aus München.

Ilona Marenbach, zuletzt Chefin vom Dienst bei Radio Multikulti, löst als Leiterin des Senders **Friedrich Voß** ab, der in den Ruhestand geht.

Iris Mayerhofer, zuletzt Leiterin der Abteilung Day-Time-Unterhaltung bei Pro Sieben, folgt als Leiterin der Abteilung Unterhaltung bei Kabel 1 auf **Astrid Quentell**, die als Chefin des operativen Geschäfts zu der Produktionsfirma Tresor TV wechselt.

Barbara Mirow, bisher Leiterin der zentralen Hörfunk-Nachrichtenredaktion des NDR, löste als Leiterin des Hörfunkprogramms NDR Kultur **Wolfgang Knauer** ab. **Josef Lipp**, derzeit Leiter der Abteilung Aufzeichnung und Bearbeitung Fernsehen, folgt zum 1. April 2004 als Leiter der NDR-Hauptabteilung Produktion Fernsehen auf **Gerd Grunwald**, der in den Ruhestand tritt.

Bernhard Nellessen, Fernsehdirektor des SWR, löste als ARD-Koordinator für kirchliche Sendungen den früheren ORB-Fernsehdirektor **Volker von der Heydt** ab.

Thomas Niederste-Werbeck, bisher Creative Director und Mitglied der Chefredaktion bei „Architektur & Wohnen" sowie maßgeblich an der Entwicklung von „Country" beteiligt, folgt als Chefredakteur von „Schöner Wohnen decoration" auf **Graziela Preiser**, die in den Ruhestand geht. Herausgeberin des Titels wird **Angelika Jahr**.

Thomas Oldach, bisher Lokalchef der „Harburger Nachrichten und Anzeigen", übernimmt die Chefredaktion des Blatts von **Uwe Heitmann**, der Chefredakteur bei der Zeitungsgruppe Ostfriesland („Ostfriesen-Zeitung") wird.

Ulrike Passoth, die für die Magazine „Homes & Gardens" sowie „Bad und Küche" wirkt, übernahm die Chefredaktion des ebenfalls im ipm magazin-Verlag erscheinenden

Peter Baumöller: 75 Jahre alt

Peter Baumöller, langjähriger Landesbezirksvorsitzender der dju in Nordrhein-Westfalen, hat am 31. August 2003 in seiner Heimatstadt Düsseldorf sein 75. Lebensjahr vollendet. Der Wehrmachtsdeserteur und bekennende Kommunist, der wegen seiner Gesinnung in den fünfziger Jahren zweimal für etliche Monate ins Gefängnis musste, war für Jahrzehnte Redakteur der „Deutschen Volkszeitung", bis seine DKP-Genossen ihn auf schäbigste Art und Weise Anfang der 80er Jahre dort hinausdrängten. 1999 veröffentlichte er unter dem Titel „Es war nicht alles für die Katz" seine Lebenserinnerungen. Seit langem geplagt von allerlei Krankheiten, hat sich die rheinische Frohnatur Heiterkeit und analytischen Verstand bis heute bewahrt. (hem)

Abb: The Encyclopaedia of Illustrations

Leute

neuen Reisemagazins „Holiday & Lifestyle“.

Rolf-Herbert Peters, erst seit Juli diesen Jahres bei RTL Bereichsleiter Kommunikation und Medienpolitik, verlässt das Unternehmen.

Robert Pölzer ist seit 1. Oktober neuer Chefredakteur der aktuellen Illustrierten „Neue Woche“. Er war zuvor stellvertretender Chefredakteur und Chefredaktions-Mitglied von „Bild am Sonntag“ und „Bild“. **Rüdiger Wittner**, bisheriger Chefredakteur der „Neuen Woche“, wird sich künftig verstärkt den Titeln „Freizeit Revue“ und „Frau im Trend“ in seiner Funktion als Chefredakteur widmen.

Armand Presser und **Frank Stängle** – zuletzt Moderatoren bei Radio FFB/106,4 – wechselten zu Rock Antenne (München).

Leonard Prinz, zuletzt freier Autor, folgte als Textchef und stellvertretender Chefredakteur der „Neuen Revue“ (Bauer) auf **Roger Seidel**, der stellvertretender Chefredakteur in der Gemeinschaftsredaktion von „Funk Uhr“, „TVneu“ und „Bildwoche“ (ASV) wurde. Chefredakteur der drei Titel ist **Jan von Frenckell**.

Birgit Richter, bislang Studioleiterin im Funkhaus Aalen von Radio Energy, wird Programmchefin von Energy Region Stuttgart.

Claudius Rosenthal, Leiter der Journalistenakademie der Konrad-Adenauer-Stiftung, übernahm die Chefredaktion des „Staatsanzeiger“ (Olpe/NRW) von **Jens B. Fink**, der in den Ruhestand trat.

Thomas Schulz, bisher Leiter Presse- und Öffentlichkeitsarbeit bei n-tv, verlässt den Sender zum Jahresende. Die Aufgabenbereiche der Pressestelle werden neu strukturiert.

Hannelore Steer, Hörfunkdirektorin beim Rundfunk Berlin-Brandenburg, wird stellvertretende Intendantin des RBB.

Hartmann von der Tann, ARD-Chefredakteur sowie Koordinator für Politik, Gesellschaft und Kultur, löst bei Phoenix **Tina Hassel** vom WDR ab und wird die abendliche Polit-Talksendung „Unter den Linden“ im Wechsel mit Phoenix-Programmgeschäftsführer **Bodo H. Hauser** moderieren.

Die Schauspielerin und Regisseurin **Liv Ullmann** (Norwegen) wurde zur Präsidentin der Vereinigung der europäischen Film- und Fernsehregisseure gewählt.

Alexandra Vacano, zuletzt Reporterin und Chefin vom Dienst beim ARD-„Morgenmagazin“, löst als Moderatorin der Sendung **Michael Bartsch** ab, der zum ZDF-„heute-journal“ wechselt.

Karen Webb, zuletzt Moderatorin der Regionalsendung „17:30“ bei SAT.1, wurde Moderatorin bei „ML Mona Lisa“ (ZDF). Sie wird das Frauenmagazin im Wechsel mit **Marina Ruperti** moderieren.

Birgitta Weber, bisher beim SWR u.a. Redaktionsleiterin und Moderatorin des landespolitischen Magazins „Ländersache“, folgte im SWR-Funkhaus Mainz als Abteilungsleiterin Fernsehen Inland und damit Redaktionsleiterin des Magazins „Report Mainz“ auf **Fritz Frey**, der zum Chefredakteur Fernsehen aufrückte. Beide werden weiterhin „Ländersache“ bzw. „Report“ moderieren.

Rüdiger Ziegler, Pressesprecher von Unilever Deutschland, löste als Vorsitzender des Ausschusses für Öffentlichkeitsarbeit des Markenverbandes **Rolf Mühlmann** ab. Stellvertretende Vorsitzende ist **Birgit Klesper**, Leiterin Unternehmenskommunikation der Wella AG. Der Hauptgeschäftsführer des Verbandes, **Horst Prießnitz**, ist zuständig für die Bereiche Öffentlichkeitsarbeit und PR; er fungiert als Sprecher des Markenverbandes.

Preise

Gisela Böhnke, Musikchefin von SWR4 Baden-Württemberg, erhielt den Medienpreis 2003 der Arbeitsgemeinschaft deutscher Schlager und Volksmusik. Preise in der Kategorie Rundfunk gingen u.a. auch an **Klaus Unger** (MDR1), **Lutz Ackermann** (NDR1), **Gaby Lang** (WDR4), **Ulla Ettgen** (RPR2) und **Thomas Brennicke** (BR1), in der Kategorie Fernsehen an **Birgit Salger** (ORB), **Lutz Daum** (MDR), **Knut Vietze** (MDR) und **Dirk Heihoff** (ZDF).

Eine-Welt-Filmpreis NRW 2003 – 1. Preis (3000 €): **René Schraner** (Schweiz) für „Aufrecht gehen und durchhalten“; 2. Preis (2000 €): zu gleichen Teilen an **Kim Longinotto** (Großbritannien) für „The Day I Will Never Forget“ sowie **Renate Bernhard** und **Sigrid Dethloff** (Deutschland) für „Narben, die keiner sieht“; 3. Preis (1000 €): **Nic Hofmeyer** und **Gabriel Mondlane** (Mozambique/Südafrika) für „Reise zwischen zwei Welten“. Für die Bildungsarbeit empfohlen wurden: „Benjamin and His Brother“ von **Arthur Howes** (Großbritannien); „Das Land der 100000 Witwen“ von **Roberto Sanchez** (Deutschland); „Hab und Gut in aller Welt: Brasilien“ von **Gerlinde Böhm** (Deutschland); „Miguel, der Rennfahrer – Vom Alltag eines kolumbianischen ‚Straßenjungen‘“ von **Heike Fritz** und **Stephan Krause** (Deutschland); „Shatter Hassan“ von **Mahmoud Al-Massad** (Palästina, Niederlande, Jordanien) und „Süßhunger“ von **Christoph Corves** (Deutschland).

Filmfestival von Venedig – die Preisträger. Goldener Löwe für den besten Film: „Woswratschenie“ („Die Rückkehr“) von **Andrey Zvyagintsev**; Großer Preis der Jury: „Le cerf-volant“ („Der Drachen“) von **Randa Chabal Sabbag**; Spezialpreis für die beste Regie: „Zatoichi“ von **Takeshi Kitano**; Preis für einen individuellen Beitrag von besonderer Bedeutung: „Buongiorno, notte“ von **Marco Bellochio**; bester Schauspieler: **Sean Penn** in „21 Grams“ von Alejandro González Iñárritu; beste Schauspielerin: **Katja Riemann** in „Rosenstraße“ von **Margarethe von Trotta**; Marcello-Mastroianni-Preis für die beste schauspielerische Nachwuchsleistung: **Najat Bessalem** in „Raja“ von **Jacques Doillon**; Silberner Löwe für den besten Kurzfilm: „Neft“ („Das Öl“) von **Murad Ibragimbekow**; Laurentiis-Preis für das beste Erstlingswerk: „Woswratschenie“ („Die Rückkehr“) von **Andrey Zvyagintsev**; Wettbewerb Controcorrente – bester Film: „Vodka Lemon“ von **Hiner Saleem**; beste Regie: „Schultze gets the Blues“ von **Michael Schorr**; bester Schauspieler: **Asano Tadanobu** in „Last Life in the Universe“ von **Pen-ek Ratanaruang**; beste Schauspielerin: **Scarlett Johansson** in „Lost in Translation“ von **Sofia Coppola**. Goldener Löwe für ein Lebenswerk: Filmproduzent **Dino De Laurentiis**.

First Steps Awards 2003/Wettbewerb für Abschlussfilme deutschsprachiger Filmhochschulen – die Preisträger im Bereich Regie. Kategorie Kurz- und Animationsfilme bis 25 Minuten (10.000 €): „Tube Swapper“ von **Meike Walcha** (Kunsthochschule für Medien Köln); Kategorie Spielfilme bis 60 Minuten (15.000 €): „Der Typ“ von **Patrick Tauss** (Filmakademie Baden-Württemberg Ludwigsburg); Kategorie Dokumentarfilme (12.000 €): „intimitaeten“ von **Lukas Schmid** (Filmakademie Baden-Württemberg Ludwigsburg); Kategorie Commercial (10.000 €): „Nike/Hertha BSC ‚Heiser 1 – 3‘“ von **Birgit Möller** und **Ulrike von Ribbeck** (Deutsche Film- und Fernsehakademie Berlin); Kategorie Abendfüllende Spielfilme (25.000 €): „Fremder Freund“ von **Elmar Fischer** (Freie Produktion).

Leute Preise
auch selbst schicken:
Fax 030 / 69 56 36 76

Die „Frankfurter Rundschau“ erhält für eine Serie über öffentliche Bibliotheken den Helmut-Sontag-Preis des Deutschen Bibliotheksverbandes. Den mit 2500 Euro dotierten Preis nahmen der Redakteur **Klaus Kühlewind**, die Autorinnen **Eva Wilke** und **Sabine Krischke** sowie die Fotografin **Ilona Surrey** entgegen.

Ralph Giordano wurde für seine Verdienste „als Autor und Journalist, als Mahner gegen Rechtsradikalismus und gegen das Verdrängen des Holocaust und den damit verbundenen Geschichtsrevisionismus“ vom Zentralrat der Juden in Deutschland der mit 10000 € dotierte Leo-Baeck-Preis 2003 verliehen.

Der Wirtschaftsjournalist **Hans K. Herdt**, ehemals Chefredakteur der „Börsen-Zeitung“, wurde mit der Ehrenmedaille des Verbandes der Automobilindustrie (VDA) ausgezeichnet.

Der Journalistenpreis „Packende Wirtschaft“ 2003 wurde zum zweiten Mal vom Informationszentrum Weißblech mit Unterstützung des NRW-Wirtschaftsministeriums und der „VDI Nachrichten“ ausgelobt. 1. Preis (10000 €): **Tillmann Prüfer** („Financial Times Deutschland“); 2. Preis (Sachpreis): **Keno Verseck** („taz“); 3. Preis (Sachpreis): **Ralf Eibl** („Financial Times Deutschland“); 4. Preis:

Preise

Gitti Müller (WDR); Nachwuchsjournalisten-Preis: **Ute Krepler** (Axel-Springer-Schule).

Journalistenpreis des Verbands kommunaler Unternehmer (VKU) – Print: **Johannes Fischer** („Freie Presse Chemnitz"); TV: **Michael Schomers** (ARTE); Nachwuchspreis für Journalistinnen/Journalisten unter 30 Jahren: **Kai Feldhaus** („Hamburger Abendblatt").

Kinoprogrammpreis Berlin-Brandenburg 2003 – Hauptpreis (15.000 €): zu gleichen Teilen an das Filmtheater Friedrichshain und das Freiluftkino Friedrichshain (Berlin); Prämie zu je 7.500 €: Balàsz Kino, Blow Up, filmkunst 66, fsk Kino, Hackesche Höfe, Kino in der Brotfabrik, Thalia, Regenbogen, Xenon (alle Berlin) und Kino Melodie (Potsdam).

Die Literaturkritikerin **Sigrid Löffler** wurde mit dem diesjährigen Journalistenpreis des Deutschen Anglistenverbands ausgezeichnet.

Der Ludwig-Demling-Medienpreis 2003 der Gastro-Liga (Gießen), mit 5000 € dotiert, ging zu gleichen Teilen an die Redaktion „Quarks & Co" des WDR für den Beitrag „Eine Reise durch den Darm" und die Redaktion „SONDE – Wissen im Dritten" (jetzt „WiesoWeshalbWarum ?") des SWR für den Beitrag „Das Hirn im Bauch – Wie der Darm unser Denken und Fühlen beeinflusst".

Der TV-Moderatorin **Sandra Maischberger** wird der Medienpreis für Sprachkultur 2004 der Gesellschaft für deutsche Sprache verliehen.

Die TV-Produzentin **Gisela Marx** (filmpool, Köln) wurde mit dem Verdienstorden des Landes NRW ausgezeichnet.

Medienpreise 2003 der Kindernothilfe-Stiftung/Preis „Kinderrechte in der Einen Welt" (je 2.500 €) – Sparte Fernsehen: **Christel Sperlich** für „Schattenkinder" (RBB); Sparte Print: **Maik Brandenburg** für „Perlenkinder" („mare"); Sparte Hörfunk: **Andreas Boueke** für „Kein Müll, Kinder!" (SWR).

Daniel Alexander Schacht, Autor der „Hannoverschen Allgemeinen Zeitung", wurde für seine Berichterstattung über Israel und Palästina der mit 3.000 € dotierte Preis der „Alexander-Stiftung" des Geschäftsmanns **Alexander Zaleszanski** verliehen. Ein Sonderpreis ging an **Inge Günther**, Nahost-Korrespondentin der „Frankfurter Rundschau".

Die Starter Filmpreise 2003 der Stadt München in Höhe von je 6000 € gingen an **Ralf Westhoff** für „Der Plan des Herrn Thomascheck" und an **Maurus vom Scheidt** (HFF München) für „Cuba". Die mit 5.000 € dotierten Kinoprogramm-Preise wurden den Münchner Kinos Lupe 2, Aircraft Cinema und Arri zugesprochen.

Theodor-Wolff-Preis/Journalistenpreis der deutschen Zeitungen 2003 des Bundesverbands Deutscher Zeitungsverleger (BDZV) – die Preisträger: **Holger Kreitling** für „Der Energie-Dichter" („Die Welt"); **Stefan Ulrich** für „Ein Schiff mit Kurs Gerechtigkeit" („SZ"); **Birgit Walter** für „Hofs Licht" („Berliner Zeitung"); **Michael Ohnewald** für „Die alte Bäuerin von Bernhausen trotzt den Zeitläufen" („Stuttgarter Zeitung") und **Tobias Schuhwerk** für „Der Mensch blieb Mensch" („Allgäuer Zeitung"). Eine Auszeichnung für das journalistische Lebenswerk ging an **Herbert Kremp**, früher Herausgeber und Chefredakteur der „Welt".

Dem ZDF und seinem Intendanten **Markus Schächter** wurde vom Deutschen Nationalkomitee für Denkmalschutz der Karl-Friedrich-Schinkel-Ring 2003, die höchste Stufe des Deutschen Preises für Denkmalschutz, zugesprochen.

Verleiherpreise 2003 für besondere Leistungen bei der Verbreitung künstlerisch herausragender Filme: Alamode Film (München), Salzgeber & Co. Medien GmbH (Berlin) und X Verleih AG (Berlin). Die vom Kulturstaatsministerium vergebenen Verleiherpreise sind mit jeweils 100.000 € ausgestattet. Kinoprogrammpreise 2003 – Hauptpreis (20.000 € und Sonderpreise von insgesamt 5.000 €): LUX/Kino am Zoo (Halle); Preise in Silber (je 15.000 €): Friedrichsbau Lichtspiele (Freiburg) und Casablanca (Ochsenfurt). Die mit 10.000 € dotierten Kinoprogrammpreise in Bronze gingen an 19 Filmtheater; 128 Kinos erhielten Prämien zu je 5.000 €. Die Gesamtsumme der Kinoprogrammpreise für ein Jahresfilmprogramm beläuft sich auf 1.174.000 €.

Olaf Willems, Pressesprecher des Bankhauses Sal. Oppenheim, erhielt im Rahmen der 4. Internationalen Agenda Setting Konferenz in Bonn von dem Institut für Medienforschung Medien Tenor einen Preis für das beste Medienbild der Finanzhäuser. Für „maßgebende Themensetzung" wurde auch „Bild" ausgezeichnet.

Wydawnictwo Bauer, das polnische Tochterunternehmen der Bauer Verlagsgruppe, wurde zum zweiten Mal in Folge von dem Branchenmagazin „Media i Marketing Polska", zum „Verlagshaus des Jahres in Polen" gewählt. Zum „Debüt des Jahres 2003" erkor das Blatt die von Gruner + Jahr Polen herausgegebene Frauenzeitschrift „Glamour".

Presseversorgung - Die sichere Zukunft für Medienfachleute
Jutta Britzius Versicherungsfachfrau (BWV)
Generalagentur der Allianz Lebensversicherungs-AG
Fachberatung für die Presse-Versorgung
Fon: (06781) 33966 info@onlineversorgung.de
Presse-Versorgung Allianz
www.presseversorgung-online.de

TOSCANA
Weingut zwischen Florenz und Pisa bietet Zimmer mit HP, Appartements und Dependancen, großes Schwimmbecken. Ermäßigung für IG Medien-Mitglieder.
Tel. + Fax 0039-0571/408041

Eine private Kleinanzeige dieser Größe kostet € 20,– (Chiffre plus € 10,–) Nur gegen Vorauskasse (Verrechnungsscheck)!

Mehr als Internet-Allerlei
Sie suchen Hintergrundinformationen für Ihr Buch, Ihr Stück, Ihren Artikel? Ich biete gründliche, schnelle und zuverlässige Recherchen zu kulturellen, literarischen und historischen Themen, z.B. in Form von Bibliographien oder Exzerpten.
Heike Baller, M.A., Hochwinkel 82, 51069 Köln, Tel.: 02 21/63 97 33, Fax: 02 21/63 97 44, e-mail: heikeballer@netcologne.de

ROMANTISCHES REETDACHHAUS
Süddänische Westküste, zwei Autostunden von Hamburg, in traumhaft ruhiger Lage, 1–4 Pers. Gute Ausstattung, großer Garten, günstig für IG Medien-Mitglieder.
Tel und Fax 0045-74782749

JOURNALISTENBÜRO MÜNCHEN
hat Platz für nette/n Kollegin/en in 2er-Raum, Miete 150 Euro incl., zentrale Lage.
buero@journalistenbuero-muenchen.de
Tel 089-268275

Titelschutz-Anzeigen
sind keine privaten Kleinanzeigen!

INSTITUT FÜR MEDIEN UND KUNST
URLAUB IM TEUTOBURGER WALD
Inmitten des Teutoburger Waldes liegt unser modernes Haus. Alle Einzel- oder Doppelzimmer sind mit Telefon, Modem- und Fernsehanschluß ausgestattet.

Zu den meisten Zimmern gehört ein Balkon. Ein kleines Schwimmbad mit Sauna sowie eine gemütliche Gaststätte, Tischtennis, Dart, Kicker und eine große Park- und Waldanlage stehen unseren Gästen zur Verfügung.
Bitte fordern Sie unseren Hausprospekt und weitere Informationen an.
HEINRICH-HANSEN-HAUS
Teutoburger-Wald-Str. 105
32791 Lage-Hörste
Telefon 05232/983-0
Fax 05232/983-462

WICHTIG
Private Kleinanzeigen kosten inklusive MWSt:
1spaltig/20 mm hoch € 15,–
1spaltig/30 mm hoch € 20,–
1spaltig/40 mm hoch € 25,–
Zuschlag für Chiffre € 10,–
Nur gegen Vorauskasse!
(Bank-Einzugsermächtigung)
Rechnungen werden für private Kleinanzeigen nicht erstellt.
Ihre Unterlagen richten Sie bitte bis Mitte des Vormonats an:
Anzeigenleitung
Bernd Heußinger
Kornweg 21
21445 Wulfsen
Tel. 04173/509 92-0
Fax 04173/511 912
e-mail: heussinger@verdi-anzeigen.de
Auch Ihre Antworten auf Chiffre-Anzeigen richten Sie bitte an obige Anschrift

Sie suchen den Ansprechpartner für Fragen rund um die Krankenversicherung. Wir sind eine der größten Krankenkassen in Deutschland. Wir bieten Ihnen Antworten und Fakten, Themen und Meinungen.

Presse- und Öffentlichkeitsarbeit
Pressesprecherin:
Dorothee Meusch
Tel. 040 - 69 09 - 17 83
Fax 040 - 69 09 - 13 53

Pressestelle@tk-online.de
www.TK-online.de

TK-Pressestelle
Bramfelder Straße 140
22305 Hamburg

Der direkte Draht

Techniker Krankenkasse
Gesund in die Zukunft.

NRW Stiftung für Umwelt und Entwicklung
Kaiser-Friedrich-Str. 13, 53113 Bonn,
www.sue-nrw.de

Wir fördern bürgerschaftliches Engagement in NRW

Presse- und Öffentlichkeitsarbeit:
Mona Grosche
Tel. 02 28-24 33-5 18
Fax. 02 28-24 33-5 21
E-mail mg@sue-nrw.de

Anzeigenleitung:
heussinger@verdi-anzeigen.de

AOK Die Gesundheitskasse.

Gesundheitspolitik
geht alle an.
Von uns erfahren Sie warum.

Online ... Unter **www.aok-presse.de** finden Sie aktuelle Informationen, Zahlen und Fakten rund um die AOK und die gesetzliche Krankenversicherung, das Lexikon der Gesundheitspolitik, jede Woche neue sendefertige Radiobeiträge und eine große Auswahl an Bildern.
Außerdem kostenlos für Sie:
- der monatliche „Presseservice Gesundheit" mit einer politischen und einer verbraucherorientierten Ausgabe
- G+G Blickpunkt – der aktuelle gesundheitspolitische E-Mail-Newsletter der AOK

Und nach wie vor auch ganz persönlich ...

Udo Barske
02 28/8 43 - 3 09
Udo.Barske@bv.aok.de

Rainer Eikel
02 28/8 43 - 3 03
Rainer.Eikel@bv.aok.de

Dr. Barbara Marnach
0228/8 43 - 312
Barbara.Marnach@bv.aok.de

Die AOK-Pressestelle Ihres Bundeslandes finden Sie im Gesundheitsportal **www.aok.de** oder unter **www.aok-presse.de**.

Mein Sozialverband heißt VdK

Ob Rente, Behinderung, Gesundheit oder Pflege, Fachkompetenz in allen sozialpolitischen Fragen

Michael Pausder Presse, PR, Neue Medien
Schellingstraße 31 • 80799 München • Tel. 089/2117217
Fax 089/2117280 • pausder@vdk.de • www.vdk-bayern.de

Die Kompetenz beim **Patientenschutz** hat einen Namen: **DGHS**

In allen Fragen der Vorsorge, bei Patientenverfügung, Betreuungsverfügung, Organspende, usw.

Deutsche Gesellschaft für Humanes Sterben e.V.
Postfach 11 05 29, 86030 Augsburg
Tel. 0180/5919991 www.dghs.de Fax 0821/5023555

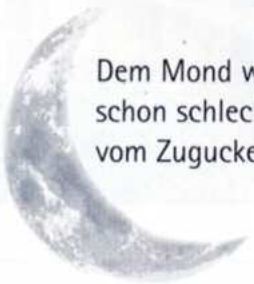
Ihre
Pressestellenanzeige
erreicht mit dieser
Zeitschrift
(Auflage 50.000 Expl.)
allein ca. **30.000**
Journalistinnen und
Journalisten von dju und
SWJV (deutsche
journalisten union und
Südwestdeutscher
Journalisten-Verband)
und darüberhinaus die
Pressestellen von Bund,
Ländern, Kommunen,
Institutionen, Verbänden
und großer Firmen.

Anzeigenleitung:
Tel. 04173-50992-0
e-mail: heussinger@
verdi-anzeigen.de

Bartkowiaks
forum book art
präsentiert zeitgenössische Buchkunst

Handpressendrucke, Künstlerbücher, Malerbücher, Mappenwerke, Einblattdrucke und Buchobjekte aus aller Welt. **20. Ausgabe**: Wieder als Jahrbuch mit einer exklusiven Vorzugsausgabe. Bitte Prospekt anfordern.

forum book art
Heinz Stefan Bartkowiak · 22301 Hamburg
Körnerstr. 24 · Tel. 040-2793674 Fax -2704397
e-mail: forumbookart.bartkowiak@t-online.de
www.forumbookart.com



Dem Mond wird
schon schlecht
vom Zugucken.

Denn von oben sieht die Welt oft trübe aus. Damit das Klima nicht noch schlechter wird, engagieren wir uns für sparsamen Energieverbrauch. Mehr Informationen zum Thema Klimaschutz erhalten Sie kostenlos bei:

**Bund für Umwelt und Naturschutz Deutschland e.V. •
Am Köllnischen Park 1 •
10179 Berlin •
Fax: 030 - 27 58 64 40**

BUND
FREUNDE DER ERDE

Mädchen stärken

Aschenputtel?

Mädchen werden auf Grund ihres Geschlechts gering geschätzt, benachteiligt oder vernachlässigt. Der Zugang zu Bildung, Ernährung und medizinischer Versorgung wird ihnen erschwert. Sie werden als billige Arbeitskräfte ausgebeutet, als Prostituierte verkauft oder gegen ihren Willen verheiratet.

terre des hommes setzt sich weltweit dafür ein, dass die Rechte und Bedürfnisse von Mädchen geachtet werden: Mädchen erhalten Zuflucht und Hilfe, sie gehen zur Schule, machen eine Ausbildung, lernen ihre Rechte kennen und festigen ihr Selbstwertgefühl. Mädchen werden gestärkt, damit sie ihr Leben in die eigenen Hände nehmen können.

Weitere Informationen senden wir Ihnen gerne kostenlos zu. Schicken oder faxen Sie uns diese Anzeige mit Ihrer Anschrift.

terre des hommes

terre des hommes
Hilfe für Kinder in Not
Ruppenkampstraße 11a
49084 Osnabrück

Telefon 0541/7101-0
Telefax 0541/707233
eMail info@tdh.de
Internet www.tdh.de

Spendenkonto
700800700
Volksbank Osnabrück eG
BLZ 26590025

Foto: Jürgen Pohlitz

Presse bitte hier entlang.

www.presse.dak.de bietet aktuelle Nachrichten zu Gesundheit, Krankenversicherung und Gesundheitspolitik sowie Informationen und Hintergrundmaterial für Ihre Recherche.

Außerdem:

- Pressemitteilungen
- Gesundheitsbarometer
- Foto-Download
- Lexikon Gesundheitspolitik
- Basiszahlen Gesundheitswesen
- Newsletter per E-Mail

DAK-Hauptgeschäftsstelle
Pressestelle
Jörg Bodanowitz
Tel.: (040) 23 96 14 09
E-Mail: presse@dak.de
www.presse.dak.de

Öffentlichkeitsarbeit
Thomas Ollrogge
Tel.: (040) 23 96 12 71
E-Mail: thomas.ollrogge@dak.de
www.dak.de

DAK
DEUTSCHE ANGESTELLTEN KRANKENKASSE

DAK tut gut.

MEISTERSAAL
am Potsdamer Platz

Ein historisches Kleinod im Herzen Berlins

Kammermusiksaal Eventlocation Ballraum Theater

Erbaut in den Jahren 1910-1913, erlebte der Saal seine Blütezeit in den 20iger Jahren als Konzert- und Veranstaltungsort. Nach 1961, direkt an der Berliner Mauer, im West-Teil der Stadt gelegen, geriet er in Vergessenheit. In Fachkreisen jedoch kam er in dieser Zeit als Tonstudio „The big hall by the wall" zu legendärem Ruf. Nach dem Mauerfall wurde der Saal detailgetreu restauriert und wieder öffentlich zugänglich gemacht. Mit einem ausgesuchten Theater- und Konzertspielplan, wie der Reihe „Meister ihres Faches" und anderem steht das Haus für seine Gäste bereit, ebenso als Rahmen für private oder geschäftliche Feiern und Veranstaltungen.

Wir freuen uns auf Ihren Besuch.

Meistersaal am Potsdamer Platz
Köthener Strasse 38, 10963 Berlin

Telefon 030-52 000 60, Fax: 030-52 000 6111
www.meistersaal.de/ info@meistersaal.de

Antwortfax an den Meistersaal 030-52 000 6-111

☐ Ich möchte das Programm des Meistersaals unverbindlich, regelmäßig und kostenlos bekommen.

☐ Ich möchte nähere Informationen zur Anmietung.

Name _____

Anschrift _____

Telefon/ Fax _____ E-mail _____