



DEUTSCHER
JOURNALISTEN-
VERBAND E.V.
GEWERKSCHAFT
DER JOURNALISTINNEN
UND JOURNALISTEN
SCHIFFBAUERDAMM 40
10117 BERLIN
TELEFON 030-72627920
TELEFAX 030-726279213
E-MAIL: DJV@DJV.DE
INTERNET: WWW.DJV.DE

Z 20162 E

Nr. II / 2005

Tarife

Privater Rundfunk kehrt in Gewinnzone zurück

Nach einer von der Arbeitsgemeinschaft der Landesmedienanstalten in Auftrag gegebenen Studie hat sich die wirtschaftliche Lage des werbefinanzierten Rundfunks im vergangenen Jahr „wieder deutlich verbessert“. Der Studie zufolge erzielten die privaten Fernsehsender 2004 Einnahmen in Höhe von 6,102 Mrd. Euro, was einer Steigerung von 4,9 Prozent entsprach. Die Einnahmen hätten die Ausgaben um 503 Mio. Euro übertroffen.

Positiv war auch die Entwicklung beim privaten Hörfunk, dieser konnte einen Überschuss von 65 Mio. Euro bei Gesamterträgen in Höhe von 602 Mio. Euro erzielen. Nach den für 2005 bekannt gewordenen Zahlen hat sich die positive Entwicklung für den Hörfunk fortgesetzt, er konnte seine Werbeeinnahmen überdurchschnittlich stark steigern.

Der private Hörfunk wird ausweislich der Studie als besonders gewinnträchtig beschrieben. 2004 erwirtschafteten die landesweiten Sender zusammen gerechnet einen Überschuss von 52 Mio. Euro. Die landesweiten Programme erzielten einen Kostendeckungsgrad von 117 Prozent.

Bei den 143 lokalen Programmen konnte ein Kostendeckungsgrad von durchschnittlich 109 Prozent erzielt werden. Die Sender erzielten zusammen einen Überschuss von 16 Mio. Euro. Etwas anders sieht es derzeit noch bei den elf bundesweiten Programmen aus. Hier konnten nur vier ein positives Ergebnis erzielen. Der Kostendeckungsgrad dieser Sender liegt bei 94 Prozent.

Neben den wirtschaftlichen Daten macht die Studie auch Angaben zur Beschäftigtenlage. Ende 2004 waren in der deutschen Rundfunkwirtschaft 46.004 Erwerbstätige beschäftigt; davon 29.415 im öffentlich-rechtlichen Rundfunk, 12.689 bei den privaten Fernsehsendern und 3.900 bei den privaten Hörfunkunternehmen. Der Zahl der festen Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter im privaten Rundfunk ist damit gegenüber dem Zeitraum 2003 um 2,6 Prozent gestiegen. Um 0,3 Prozent ist die Zahl der freien Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter bei den privaten Sendern auf 5.343 Beschäftigte gestiegen.

Insgesamt waren somit Ende 2004 74.239 Beschäftigte (Feste und Freie) bei den Sendern in Deutschland beschäftigt.

Wir wünschen unseren Lesern eine schöne Vorweihnachtszeit und besinnliche Feiertage sowie ein erfolgreiches Jahr 2006



Inhalt

Tarife	1
Meldungen aus der Rundfunkwelt	2
Landesmedienanstalten	6
Termine	7
Impressum Adressen	11

BADEN-WÜRTTEMBERG

www.djv-bw.de

Den Weg für die Übernahme von **R.TV Radio** durch Radio NRJ hat die Landesanstalt für Kommunikation (LfK) freigemacht. Die vollständige Übernahme des Senders durch die Energy-Gruppe sei medienrechtlich unbedenklich, da Energy das Programm so fortführen will, dass es mit der Lizenzentscheidung im Jahr 2002 übereinstimme.

R.TV ist das Lokalradio für Böblingen, Calw und Freudenstadt und erreicht technisch circa 800.000 Hörer. Radio Energy, die Holding der deutschen Energy-Gesellschaft hatte im vergangenen Jahr bereits das Rems-Murr-Radio zu 100 Prozent übernommen. Die börsennotierte französische Radioholding betreibt Energy-Sender in Berlin, Hamburg, München, Nürnberg, Bremen und Sachsen. Ebenfalls genehmigt hatte die LfK die Übernahme der Fernsehsender R.TV Stuttgart und R.TV Böblingen durch den schwäbischen Verlag in Leuthkirch.

BAYERN

www.bjv.de

Nach eigenen Angaben hat der Pay-TV-Sender **Premiere** zum Stichtag 30. September über 3,4 Mio. Abonnenten gehabt. Alleine im dritten Quartal des Jahres sei die Abonnentenzahl um 96.373 gestiegen. Im Jahresvergleich stieg der Abonnentenbestand um 399.108 Kunden an, was einer Steigerung von 13,3 Prozent entspricht. Premiere rechnet auf Grund der positiven Entwicklung damit, dass bis zum Jahresende eine Abonnentenzahl von 3,6 Mio. erreicht werden kann. Traditionell ist der Zuwachs an Neukunden während des Weihnachtsgeschäftes am größten. 2004 konnte der Sender im letzten Quartal über 200.000 neue Kunden gewinnen. Nachdem im September die Kapitalbeteiligungsfirma Permira einen Großteil ihres Aktienpaketes verkauft hatte, ist Vorstandsvorsitzender Georg Kofler mit seinem Aktienpaket von 13,9 Prozent mittlerweile größter Anteilseigner des Senders.

Zudem erwägt Premiere ernsthaft, einen Free-TV-Sender zu starten. Hintergrund für die Überlegung dürfte einerseits die WM 2006 und andererseits die Übertragungsrechte an der Champions League sein, die Premiere im August erworben hatte und die auch für das frei empfangbare Fernsehen gelten.

Höhere Werbeeinnahmen und die Übernahme des Quiz-Senders 9Live haben der **ProSieben-Sat.1-Media-AG** im dritten Quartal einen **Umsatz- und Gewinnsprung** verschafft. Im Vergleich zum dritten Quartal 2004 stiegen die Erlöse um 15 Prozent auf 416 Mio. Euro. Trotz der stark gestiegenen Werbeeinnahmen rechnet der Sender für das Gesamtjahr mit einem Rückgang der Nettowerbeerlöse in Höhe von zwei Prozent. Nach eigenen Angaben steht der Sender damit allerdings besser dar als die unmittelbare Konkurrenz.

BERLIN

www.berliner-journalisten.de/

www.djv-berlin.de/

Die Bemühungen, die Insolvenz des Berliner Senders **Hundert,6** zu wenden, sind gescheitert. Im September wurde die Lizenz an die Medienanstalt Berlin-Brandenburg (MABB) zurückgegeben, die die Lizenz zur Neuvergabe ausgeschrieben hat. Der Sendebetrieb soll allerdings bis zur Neuvergabe der Lizenz aufrechterhalten werden. Der Sender hatte bereits im April den Antrag auf Eröffnung eines Insolvenzverfahrens gestellt.

Die Übertragung der Lizenz auf ein anderes Unternehmen war im Mai von der MABB untersagt worden. Hundert,6 hatte für erhebliche Schlagzeilen gesorgt, als in einer Nacht- und Nebelaktion die technischen Anlagen ausgebaut und an einen anderen Standort verlagert wurden, von dem aus der Sender mit einer Rumpfmannschaft ein Notprogramm senden wollte. Hintergrund für die Insolvenz des Unternehmens dürften aufgelaufene Mietforderungen in Höhe von circa 2,8 Mio. Euro sein.

Neben der Frequenz Hundert,6 hat die MABB noch über die Neuvergabe von zwei weiteren UKW-Frequenzen zu entscheiden. So will die MABB die bislang von verschiedenen Veranstaltungsradios ge-

nutzte Frequenz 104,1 an einen festen Anbieter vergeben. Auf der Frequenz 89,7 möchte der US-Sender *Voice of America* sich die Sendezeit nicht mehr mit dem Musikprogramm Star FM teilen. Im Rahmen der Ausschreibungsfrist hatten sich insgesamt 24 Veranstalter für beide Frequenzen beworben. Darunter auch Antenne Bayern, die mit dem Tochterprogramm Rockantenne Berlin auf dem heftig umkämpften Berliner Radiomarkt aktiv werden möchte.

Die beabsichtigte **Übernahme der Pro Sieben-Sat. 1-Media AG** durch den Springer Verlag ist nach einer ersten Stellungnahme des Bundeskartellamtes gefährdet. Das Kartellamt befürchtet, auf drei Märkten die Verstärkung einer marktbeherrschenden Position durch den Springer Verlag: der Markt für Fernsehwerbespots, Lesermarkt für Boulevardzeitungen und das Anzeigengeschäft von Zeitungen. Der Springer Verlag hat nun bis Anfang Dezember Zeit, die Bedenken des Kartellamtes auszuräumen. Für Anfang Dezember wird auch eine Entscheidung der Kommission zur Ermittlung der Konzentration im Medienbereich (KEK) erwartet.

BREMEN

www.djv-bremen.de

Anfang 2006 könnte in Bremen neben Radio Energy Bremen ein **zweites kommerzielles Programm** über UKW **auf Sendung** gehen. Die Bremer Staatskanzlei hatte im Juli eine neue Frequenz ausgeschrieben. Möglicherweise erhält die Bremische Landesmedienanstalt den Zuschlag für die 300 Watt starke Frequenz, die dann einem privaten Hörfunkanbieter zugeteilt werden könnte.

Mit der neuen Frequenz können 700.000 Haushalte in Bremen und Delmenhorst versorgt werden. Ob dann allerdings ein eigenständiges Privatprogramm lizenziert werden wird, erscheint fraglich. Möglich ist, dass eines der bereits in Niedersachsen verbreiteten Privatradios sich um die Frequenzen bewerben und nach der Vergabe der Lizenz ein tägliches Bremer Lokalfenster in das Programm einbauen wird.

HAMBURG

www.djv-hamburg.de

Radio Hamburg wird beim Bundesverfassungsgericht Beschwerde gegen das jüngste Urteil des Bundesgerichtshofes (BGH) zu der Frage der Hörfunkrechte einlegen. Der BGH hatte am 8. November in einem Grundsatzurteil entschieden, dass Fußballvereine von Rundfunkanbietern Gebühren verlangen können, wenn diese im Radio Live-Berichte aus den Stadien senden.

Das Hausrecht der Vereine bilde eine ausreichende Grundlage dafür, den Zutritt von Hörfunkveranstaltern von der Entrichtung von Entgelten für die Hörfunkberichterstattung aus den Stadien abhängig zu machen, führte der BGH in der Urteilsbegründung aus.

Radio Hamburg hatte bereits 2001 stellvertretend für die privaten Sender gegen die Deutsche Fußball Liga (DFL) und die Hamburger Vereine HSV und FC St. Pauli prozessiert. Seit dem Jahr 2000 müssen private Hörfunksender je nach Reichweite und Dauer der Live-Einblendung zwischen 2.500 und 30.000 Euro pro Saison an die DFL zahlen, um aus den Stadien berichten zu können. Die Zahlungen wurden allerdings nur unter Vorbehalt geleistet. Radio Hamburg argumentierte, dass Live-Berichterstattung im Hörfunk eine schützerische Leistung des Reporters sei und daher keine Lizenzgebühren fällig wären.

MECKLENBURG-VORPOMMERN

www.djv-mv.de

Eine **Novelle des Landesrundfunkgesetzes** steht erneut in Mecklenburg-Vorpommern an.

Ein entsprechender Referentenentwurf aus der Schweriner Staatskanzlei liegt bereits seit dem Sommer vor und konnte auch schon von interessierter Seite kommentiert werden. Nach Verabschiedung der Vorlage durch die Landesregierung soll nun ein Gesetzentwurf in den Landtag eingebracht werden. Die wichtigsten Änderungen des Entwurfes beziehen sich auf die Vorschriften über die Zulassung von lokalen und regionalen Rundfunkveranstaltern. Während das derzeit geltende Gesetz lokale Rundfunkprogramme nur in einem örtlich begrenzten Gebiet, etwa einer Stadt, zulassen, sollen diese Vorschriften nun aufgegeben werden. Damit können die Sender künftig größere Verbreitungsgebiete erhalten. Die Neuregelung zielt darauf ab, insbesondere lokale Fernsehveranstalter in die Lage zu versetzen, ein größeres Publikum und damit verbunden höhere Werbeeinnahmen zu erzielen. Zudem können die Veranstalter in Programmfragen künftig zusammen arbeiten. Die Novelle dient auch dazu, das Rundfunkgesetz an europäische Normen anzupassen.

Der Referentenentwurf sieht weiterhin vor, dass die Landesrundfunkzentrale von Radio- und Fernsehveranstaltern, die in Mecklenburg-Vorpommern ihren Sitz haben, jährlich eine Rundfunkabgabe erheben kann, wenn sie Gewinne erwirtschaften. Mit den erzielten Geldern werden Projekte zur Förderung der Medienkompetenz im Lande unterstützt. Gegen diese Abgabe klagt seit 2003 Antenne Mecklenburg-Vorpommern vor dem Verwaltungsgericht Schwerin. Eine Entscheidung liegt allerdings noch nicht vor.

Für den 6. Dezember d. ist in Mecklenburg-Vorpommern der **Start von DVB-T** vorgesehen. Die entsprechenden Verträge wurden Ende September 2005 in Schwerin abgeschlossen. Nach dem derzeitigen Stand der Planung beteiligen sich private TV-Sender nicht an der Digitalisierung der Antenne in Mecklenburg-Vorpommern, sodass zunächst nur öffentlich-rechtliche Programme über DVB-T zu empfangen sein werden. Die LRZ will bis zum Starttermin aber noch Überzeugungsarbeit bei den privaten Anbietern leisten.

NIEDERSACHSEN

www.djv-niedersachsen.de

Der Niedersächsische Staatsgerichtshof hat **Teile des Mediengesetzes** der CDU/FDP-Koalition **für verfassungswidrig erklärt** und damit einer Klage der SPD teilweise stattgegeben.

Die 2003 beschlossene Regelung zur Beschränkung des Einflusses von Parteien auf den Rundfunk schränke die auch für die Parteien geltende Rundfunkfreiheit in unzulässigem Maße ein. Nach dem im Februar 2004 in Kraft getretenen niedersächsischen Mediengesetz durften sich Parteien nur mit bis zu zehn Prozent an privaten Rundfunksendern beteiligen. In Niedersachsen war davon nur die SPD betroffen, die über ihre Medienholding DDVG an der Verlagsgesellschaft Madsack in Hannover gut 20 Prozent hält. Madsack selbst ist in Niedersachsen an den Radiosendern FFN, HitRadio Antenne und Rockradio 21 beteiligt.

Nach dem Urteil des Gerichtshofes darf der Landesgesetzgeber die Parteienbeteiligung im Privatrundfunk beschränken. Im konkreten Fall habe er dies in so engen Grenzen getan, dass die Rundfunkfreiheit nach Art. 5 Abs. 1 Satz 1 des Grundgesetzes, an der grundsätzlich auch Parteien teilhaben dürfen, betroffen sei. Nach den Interpretationen der Landesregierung und der Regierungsfractionen führe die 10-Prozent-Grenze dazu, dass selbst eine Parteienbeteiligung von 0,1 Prozent ausgeschlossen sei. Dies sei wegen der zu engen Begrenzung unzulässig. Die Niedersächsische Staatskanzlei will nun prüfen, wie das Urteil des Staatsgerichtshofes umgesetzt werden kann.

DVBT

Die **Subventionierung** des Digitalen Antennenfernsehens (DVBT) in Berlin und Brandenburg **verstößt** nach einer Mitteilung der Europäischen Kommission vom 9. November **gegen Europäisches Wettbewerbsrecht**. Die Sender müssen nun einen Teil der Subventionen an die MABB, die die Zuschüsse gewährt hat, zurück zahlen.

Das Verfahren war durch eine Beschwerde des Verbandes Privater Kabelnetzbetreiber (ANGA) ausgelöst worden, der beanstandet hatte, dass die MABB private Fernsehveranstalter bezuschusst, die sich an der digitalen terrestrischen Ausstrahlung in Berlin/Brandenburg beteiligen. Dazu zählen u.a. die Kanäle der Pro Sieben-Sat.1-Media AG und der RTL Group.

Mit der Bezuschussung sollten die Kosten, die den Veranstaltern entstehen, gesenkt werden. Betreiber der Sendeanlagen ist unter anderen die Telekom-Tochter T-Systems. Der Verband der Kabelnetzbetreiber sah in der Förderung eine mittelbare Begünstigung von T-Systems und damit eine Wettbewerbsverzerrung zu Lasten der Kabelnetzbetreiber.

Die EU-Kommission führt in ihrem Beschluss aus, dass die Förderung erst beschlossen worden sei, als der Umstieg auf DVBT bereits vereinbart war und dass verschiedene Zahlungen ohne objektive Begründung an Rundfunkanbieter geleistet worden waren, die bereits Anbieter digitaler Lizenzen gewesen seien. Damit sei das DVBT-Netz zum Nachteil konkurrierender TV-Plattformen wie Kabel und Satellit begünstigt worden.

LANDESMEDIENANSTALTEN

HAM und ULR verstärken Zusammenarbeit

Der Medienrat für Unabhängigen Rundfunk und Neue Medien (ULR) und der Vorstand der Hamburgischen Anstalt für Neue Medien (HAM) haben eine verstärkte Zusammenarbeit vereinbart.

HAM und ULR wollen damit der Tatsache Rechnung tragen, dass Hamburg und Schleswig-Holstein zunehmend als einheitlicher Kommunikationsraum wahrgenommen werden. Im Vordergrund der verstärkten Zusammenarbeit steht die Verbesserung der Rahmenbedingungen für den Rundfunk. Zudem wollen sich die beiden Medienanstalten in Fragen von deutschlandweiter Bedeutung stärker als bisher abstimmen und die Positionen gegenüber Veranstaltern, Kabelnetzbetreibern und sonstigen Akteuren im Medienbereich gemeinsam einbringen und vertreten. Dies gilt auch für die Mitarbeit in den Gremien der Landesmedienanstalten. Ein Schwerpunkt soll bei der Einführung neuer digitaler Rundfunktechnologien gesetzt werden.

Auch auf politischer Ebene wird der Ausbau der Zusammenarbeit zwischen Schleswig-Holstein und Hamburg verstärkt. So hat der Landtag in Schleswig-Holstein Ende September einstimmig einen Antrag beschlossen, demzufolge in den kommenden Jahren aus der ULR und der HAM per Staatsvertrag eine gemeinsame Medienanstalt Nord entwickelt werden soll. Die Schleswig-Holsteinische Landesregierung möchte mit der Fusion der beiden Landesmedienanstalten den Medienstandort Norddeutschland weiter voranbringen. ULR und HAM haben sich zu den entsprechenden politischen Überlegungen positiv geäußert.

Die norddeutschen Landesmedienanstalten treiben die **Einführung von Handy-TV** voran. In einer Absichtserklärung der fünf deutschen Landesmedienanstalten mit den vier deutschen Mobilfunknetzbetrei-

bern wurde vereinbart, die für die Einführung von Handy-TV notwendigen Voraussetzungen zu schaffen und die Erprobung der neuen Techniken und ihrer wirtschaftlichen Nutzung voranzutreiben.

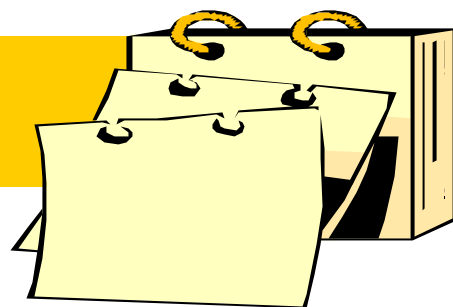
Ziel ist es, die Möglichkeit zu schaffen, das ab 2007 bundesweite Fernsehprogramme und andere audiovisuelle Angebote mit der neuen DVB-H (Digital Video Broadcasting Handheld) Übertragungstechnik im Regelbetrieb von Mobilfunkgeräten und kleinen mobilen Empfangsgeräten empfangen werden können. Landesbezogene Angebote sollen bei der Entwicklung berücksichtigt werden. Bereits zur Fußballweltmeisterschaft 2006 soll in den WM-Städten Handy-TV in einer Erprobungsphase getestet werden.

Die Direktorenkonferenz der Landesmedienanstalten (DLM) erarbeitet derzeit ein Eckpunktepapier für die Frequenzausschreibung. In Vorbereitung ist derzeit eine bundesweite Frequenzplanung für den neuen Standard, um nach dem Projektstart 2006 weitere Ballungsräume für Handy-TV zu erschließen. Die norddeutschen Landesmedienanstalten werden technologie-neutral auch Pilotprojekte im DMB-Standard (Digital Multimedia Broadcasting) ermöglichen.

Die Landesmedienanstalten haben für ihre Aufsichtsarbeit **einheitliche und klare Kriterien für die Bewertung von Gewinnspielen definiert**. Mit den neuen Regeln wollen die Aufsichtsbehörden die gestiegene Zahl von Beschwerden über nicht nachvollziehbare oder unlautere Spielmethoden der TV-Sender in den Griff bekommen.

Die Anfang November verabschiedeten Regeln können unter folgendem Link abgerufen werden:
www.landesmedienanstalten.de/fileadmin/Download/Gesetze/GewinnSpielRegeln.pdf.

TERMINE



DEZEMBER

5.12.

„**Vom Umgang mit Einnahmen und Kosten**“: Private und betriebliche Kalkulation ist zum Überleben eines jeden Einzelunternehmers erforderlich. Gerade für kleine Unternehmen und gerade in der jetzigen Wirtschaftssituation kann ein richtiger und rechtzeitiger Überblick das finanzielle Überleben fördern oder die Expansion eines kleinen Unternehmens/kleinen Freiberuflers leicht ermöglichen. Zielsetzung: Die Teilnehmer können Ihre privaten Ausgaben ohne große Datenbanken im betrieblichen und privaten Bereich erkennen und die erforderlichen Einnahmen beziffern und planen. *DJV-Bildungswerk*, Mainz

5.-6.

„**Betriebsratswahlen – ein Thema für jeden**“: Stellen Sie sich vor, es ist Betriebsratswahl und es gibt keine Kandidaten! Die Bereitschaft, sich in diesem Gremium zu engagieren, nimmt immer mehr ab; die Bedeutung dieses Gremiums nimmt - nicht zuletzt durch vermehrte Verbandsaustritte der Verleger aus dem Arbeitgeberverband und damit verbundene Rückzüge aus den Verpflichtungen des Flächentarifvertrages - immer mehr zu. Im Vorfeld der Betriebsratswahlen sind deshalb die Betriebsräte gefordert, zusätzliche Kolleginnen und Kollegen für dieses Amt zu interessieren und als Kandidaten zu gewinnen. Betriebsratswahlen gehen jeden Mitarbeiter und jede Mitarbeiterin etwas an: Als Kandidat, als Wahlvorstand oder zumindest als Wähler ist jede und jeder davon betroffen. Wie bei anderen Wahlen gibt es auch bei der Betriebsratswahl strenge Formalien, die eingehalten werden müssen, damit später keine Anfechtung nötig wird. Diese sollen ausführlich dargestellt werden, damit eventuelle Hemmungen, sich als Wahlvorstand zur Verfügung zu stellen, wegfallen. *DJV-Bildungswerk*, Leipzig

5.-9.

„**Journalistischer Kompaktkurs**“: Was ist ein journalistisches Thema, wie grenze ich es ein? Wie bestimme ich die dazugehörige Darstellungsform? Nach einer theoretischen Einführung in die verschiedenen Darstellungsformen werden diese praktisch erprobt: Unter fachkundiger Anleitung verfassen Sie Nachrichten, Berichte, Reportagen und Features. Kursinhalte: Nachricht – Bericht – Reportage – Feature Textbearbeitung – Tipps und Tricks für den journalistischen Alltag. *Medienbüro Hamburg*

6.12.

„**Steuerseminar für Freie**“: Freie Journalistinnen und Journalisten sind selten begnadete Buchhalter. Oft besteht Unklarheit darüber, welche ihrer Tätigkeiten freiberuflich und welche gewerblich sind; oder über die Absetzbarkeit von Arbeitsräumen, Pkw oder Geschenken. Das Seminar informiert über alles, was Journalistinnen und Journalisten über ihre Steuern wissen müssen und bietet die Möglichkeit, individuelle Steuerprobleme mit den Referenten zu klären. Darüber hinaus werden die aktuellen Regelungen und Problemfelder im Rahmen von Scheinselbstständigkeit diskutiert. Schwerpunkte des Seminars: Gewerbliche/freiberufliche Einkünfte, Umsatzsteuer, Von der Finanzbuchhaltung zum Jahresabschluss, Kalkulation, Scheinselbstständigkeit. *DJV-Bildungswerk*, Fulda

6.12.

„**Der Start ins Ungewisse – Existenzgründung für Freie**“: Themen, Tipps und Trends zur Existenzgründung: Das Seminar richtet sich nicht nur an Freie ohne längere Berufserfahrung, sondern vor allem auch an Journalisten, die ihre Festanstellung verloren oder bewusst die Redakteursstelle verlassen haben. Der Start in den freiberuflichen Journalismus führt zu einer Vielzahl von Fragen, auf die in diesem Seminar Antworten gegeben werden sollen u.a. rechtliche Anforderungen beim Beginn, Zuschüsse, Darlehen, Kosten; Steuern, Vertragsabschlüsse, Verwertung der Beiträge, Urheberrecht. *Journalisten-Akademie Baden-Württemberg*, Stuttgart

7.-9.

"Jetzt zu etwas ganz Anderem ..." Gesprächsführung und Moderation für Führungskräfte. Räumen Sie auf mit dem Klischee, dass der Moderator nur der ist, der für die Schnittchen zu sorgen hat und ansonsten kopflos ist. Sie sagen, was Sache ist, Sie leiten die Diskussionsrunde, Sie bestimmen den Weg der Argumentation. Weil Sie die Strategien dafür besitzen. Und die bekommen Sie von uns. Großer Rat für kleines Geld bei kleiner Gruppe. Das Leben ist zu kurz, um etwas dem Zufall zu überlassen. ABP, München

9.-18.

„Kurzfilm: Einen Film drehen—von A bis Z“: Dieser Workshop befähigt die Teilnehmer eigenständig einen Kurzfilm zu realisieren. Sie werden mit der Unterstützung kompetenter Dozenten selbstständig und eigenverantwortlich auf 16mm-Material drehen. Für den 9-tägigen Intensiv-Workshop steht professionelles Kamera-, Licht-, und Ton- Equipment zur Verfügung. Durch die praktische Umsetzung des Kurzfilms soll der gesamte Ablauf einer Film-Produktion von der Planung bis zur Endbearbeitung am 16mm Schnitt-Tisch nachvollzogen werden. Der Kurs bietet eine umfassende Einführung in alle Arbeitsbereiche einer Filmproduktion. Kölner Filmhaus

12.-13.

„Betriebsratswahlen – ein Thema für jeden“: Stellen Sie sich vor, es ist Betriebsratswahl und es gibt keine Kandidaten! Die Bereitschaft, sich in diesem Gremium zu engagieren, nimmt immer mehr ab; die Bedeutung dieses Gremiums nimmt - nicht zuletzt durch vermehrte Verbandsaustritte der Verleger aus dem Arbeitgeberverband und damit verbundene Rückzüge aus den Verpflichtungen des Flächentarifvertrages - immer mehr zu. Im Vorfeld der Betriebsratswahlen sind deshalb die Betriebsräte gefordert, zusätzliche Kolleginnen und Kollegen für dieses Amt zu interessieren und als Kandidaten zu gewinnen. Betriebsratswahlen gehen jeden Mitarbeiter und jede Mitarbeiterin etwas an: Als Kandidat, als Wahlvorstand oder zumindest als Wähler ist jede und jeder davon betroffen. Wie bei anderen Wahlen gibt es auch bei der Betriebsratswahl strenge Formalien, die eingehalten werden müssen, damit später keine Anfechtung nötig wird. Diese sollen ausführlich dargestellt werden, damit eventuelle Hemmungen, sich als Wahlvorstand zur Verfügung zu stellen, wegfallen.
DJV-Bildungswerk, Fulda

12.-14.

"Ja, is' denn heut scho' Weihnachten?": Freie Rede und Präsentation für Führungskräfte. Im illustren Kreis der höheren Sphären kommt es, will man sich durchsetzen, auf rhetorische Finesse, Überzeugungskraft des Argumentes und lupenreines Auftreten an. Wie das geht, zeigen wir Ihnen. Mit Videokontrolle, kleiner Gruppe und größtem Nutzen. Das definitive Beratungsgespräch in drei Tagen. Sie sind Führungskraft—wir machen Sie zur Verführungskraft. Rhein rhetorisch natürlich. ABP, München

15./16.

„Schreiben auf den Punkt“: In der Kürze liegt die Würze - schön und gut. Aber wie geht das, sich kurz fassen? Dieses Praxisseminar übt, kurz und verständlich zu formulieren. Die Teilnehmerinnen und Teilnehmer trainieren bei Textanalysen, in Schreibübungen mit gemeinsamer Auswertung und beim Redigieren, aus langatmigen Phrasen und umständlichen Sätzen knappe und direkte Aussagen zu machen, Fachchinesisch allgemein verständlich zu übersetzen, kurz und knackig zu formulieren. Geübt werden treffsichere Vorspanne und TextEinstiege sowie das sinnvolle Kürzen von Texten. Dabei geht es um journalistische Sach- und Fachtexte aus verschiedenen Ressorts. Das Seminar richtet sich an Journalisten - Anfänger oder Quereinsteiger - aber auch an Mitarbeiter von Verbandszeitschriften oder der Öffentlichkeitsarbeit. Berliner Journalisten-Schule

17./18.

„Sprechtraining“: Ob Sie einen Vortrag halten, Diskussionsrunden leiten, ob Sie fürs Radio oder Fernsehen arbeiten, ohne Stimme geht nichts. Wer also mit seiner Stimme arbeiten will, der muss an seiner Stimme arbeiten: Sprechtechniken sind erlernbar. Medienbüro Hamburg

19.-21.

„Etzad kimma de Nochrichn“: Sprechtraining für Journalisten / Aufbauseminar: Sie kommen aus Witzkirchen und fragen sich, warum Sie den Moderatorenjob beim Nachjournal nicht bekommen haben? Vielleicht liegt es am Akzent. In unserem Seminar für Sprechtraining erfahren Sie, woran Sie persönlich arbeiten müssen, wie Atemtechniken funktionieren und Satzmelodien wirken. Außerdem wird hier richtig viel gesprochen. Der vorherige Besuch des regulären Rhetorik-Seminars wird dringend empfohlen. ABP, München

JANUAR

13.-17.

„Frauen hinter der Filmkamera“: Das Seminar soll Frauen einen qualifizierten Zugang zur Kameraarbeit ermöglichen, ohne sich durch männliche Konkurrenz unter »Druck« gesetzt zu fühlen. Es bietet den Teilnehmerinnen die Möglichkeit sich intensiv mit der 16 mm-Kameratechnik, Kameraführung und Beleuchtung auseinander zu setzen und das Handling zu üben.

Schwerpunkte: Bildkomposition, Lichtgestaltung, Auflösungsübung, Training am 16 mm Filmequipment und Licht, Konzeption und Dreh einer Filmszene. Kölner Filmhaus

18.-20.

„Coaching: Neue Wege gehen – müssen“: Journalistinnen und Journalisten, die neue berufliche Herausforderungen suchen oder aufgrund von Arbeitslosigkeit suchen müssen, werden in diesem Coaching bei der Neuorientierung begleitet. In dem dreitägigen Seminar können sich die Teilnehmer über ihre persönlichen Stärken und Zielvorstellungen klar werden. Daraus werden persönliche Strategiekonzepte entwickelt. Weitere Themen: Kreativitätsförderung, Umgang mit Blockaden, Konfliktbewältigung und Zeitmanagement. DJV-Bildungswerk in Kooperation mit der ABZV; Bonn

21.-22.

„Meister des Lichts und der Bewegung“: Judith Kaufmann wurde 2003 mit dem Deutschen Kamerapreis für die Bildgestaltung in der Kinokoproduktion Scherbentanz ausgezeichnet. Dem außergewöhnlichen Erstlingsfilm von Chris Kraus gab sie Bilder, die die Jury mit folgenden Worten auszeichnete: »Mit spontaner und intuitiver Handkamera, aber auch mit sensibler Zurückhaltung und Ironie, mit einer Licht- und Farbgestaltung, die jeden vordergründigen Realismus vermeidet, führt die Bildgestaltung von Judith Kaufmann zärtlich und poesievoll, aber auch mit emotionaler Wucht in das Zentrum einer tragischen Familiengeschichte.« In dem zweitägigen Seminar wird Judith Kaufmann Ausschnitte aus ihren Filmen zeigen, mit den Teilnehmern über ihre Kameraarbeit und ihre Zusammenarbeit mit Regisseuren und Schauspielern sprechen. Kölner Filmhaus

23.-28.

„Inszenierung & Kameraarbeit“: Das Kölner Filmhaus freut sich, mit Slawomir Idziak auch in diesem Jahr wieder einen der weltweit renommiertesten Kameramänner als Seminarleiter im Kölner Filmhaus präsentieren zu können. Während des Seminars wird Slawomir Idziak in gemeinsamen Diskussionen und Übungen den Drehprozess eines Spielfilms anhand eines von ihm fotografierten Films nachvollziehen.

Schwerpunkte: dramaturgische Verantwortung des Kameramanns, Bild und Dramaturgie, Bildgestaltung, Kameraarbeit und Inszenierung. In praktischen Übungen werden exemplarische Szenen des Drehbuchs in Gruppenarbeit aufgelöst und mit professionellen Schauspielern inszeniert. Dabei steht die Suche nach dem Stil der Kameraarbeit und die Inszenierung im Mittelpunkt, Köln

25./26.

„TV-Interview-Training für Journalist(inn)en“: Kurz und prägnant fragen. Den Interviewten für sich gewinnen. Nervosität nehmen. Körpersprache beim Fragen. Charmant unterbrechen. Freundlich bestimmen. Das sind einige Dinge die ein Interviewer speziell fürs Fernsehen beachten sollte. Und dazu noch einiges mehr. Entscheidend ist letztlich wie es beim Zuschauer ankommt und ob dieser noch Fragen hat. Deshalb werden im Seminar Grundlagen aufgefrischt, die non-verbale Psychologie beachtet und vor allem viel geübt und nach der Aufzeichnung analysiert. Berliner Journalisten-Schule

27.1.

„Steuerseminar für Freie“: Freie Journalistinnen und Journalisten sind selten begnadete Buchhalter. Oft besteht Unklarheit darüber, welche ihrer Tätigkeiten freiberuflich und welche gewerblich sind; oder über die Absetzbarkeit von Arbeitsräumen, Pkw oder Geschenken. Das Seminar informiert über alles, was Journalistinnen und Journalisten über ihre Steuern wissen müssen und bietet die Möglichkeit, individuelle Steuerprobleme mit den Referenten zu klären. Darüber hinaus werden die aktuellen Regelungen und Problemfelder im Rahmen von Scheinselbstständigkeit diskutiert. Schwerpunkte des Seminars: Gewerbliche/freiberufliche Einkünfte Umsatzsteuer, von der Finanzbuchhaltung zum Jahresabschluss, Kalkulation, Scheinselbstständigkeit. DJV-Bildungswerk, Mainz



FEBRUAR

2./3.2.

„Live Kick – Moderation vor Publikum 1“: Off-Air-Moderation gehört heute zum Alltag der Radio- und auch TV-Moderatoren/-innen. Sender-Events, Off-Air-Veranstaltungen, Talksendungen und Außenübertragungen vom Ü-Wagen müssen von Moderatoren/-innen präsentiert werden, denen die Live-Situation draußen oft fremd ist. Wie kann ich mein On-Air-Profil auch zu einem guten Off-Air-Profil verwandeln? Wie komme ich auch vor Publikum gut und authentisch rüber? Referent und Seminarleiterin werden mit Ihnen die ersten wichtigen Schritte auf dem Weg zum "brillanten" Außenmoderator gehen. Sie wollen Ihnen zeigen, welche Fehler Sie machen können und wie Sie sie vermeiden. Das Folgeseminar "Live Kick - Moderation vor Publikum II - Praxis" ist für den Sommer geplant. Dann werden die Teilnehmer/-innen unter Anleitung eine reale Veranstaltung moderieren. Deutsche Hörfunkakademie, Oberhausen

6./7.

„Sprechen am Mikrofon“: In zahlreichen Übungen, Mikrofonaufnahmen und Gesprächen werden die Voraussetzungen für eine gute Mikrofon-Stimme erarbeitet: Anatomie und Physiologie der Sprechorgane, Sprechgestaltungsmittel, die Bedeutung verschiedener Haltungen für Atmung, Stimme und Artikulation, typische Merkmale verschiedener Sprechhaltungen, Sprechdenken und Textgestaltungsmittel. Durch die Gruppenarbeit wird das differenzielle Hören trainiert, das Voraussetzung für spätere eigenständige Arbeit an der eigenen "Spreche" ist. Berliner Journalisten-Schule

6./7.

„Kurzbeiträge und O-Ton-Moderationen“: Die kurze, schnelle und kompakte Form ist ein wichtiger Bestandteil in erfolgreichen Radioprogrammen. Von der Nachrichtenminute, über den (Live-)Aufsager und die O-Ton-Moderation bis hin zum kurzen Kollegengespräch mit oder ohne O-Ton: Was auch immer das Wort im Radio schneller und besser hörbar macht, kommt beim Hörer gut an. Aber wie fasse ich ein Thema in 40 bis 90 Sekunden zusammen? Welchen

O-Ton nehme ich für das Kollegengespräch? Wie moderiere ich O-Töne sinnvoll und gut verständlich an und ab? Wie schreibe ich einen aussagekräftigen Text in der Hektik des Redaktionsalltags? Antworten auf diese und andere Fragen inklusive vieler praktischer Übungen bietet dieses Seminar. Deutsche Hörfunkakademie, Oberhausen

7.2.

„Handy-TV“: Perspektiven einer neuen Fähigkeit der mobilen Telefone - DVB-H, DMB und/oder UMTS als Basis für kleine bewegte Bilder?. Seminar. Deutsche Medienakademie, Köln

20./21.

„AHA! – Wirkungsvoll sprechen“: In einem kurzen Statement, die wichtigsten Inhalte auf den Punkt zu bringen, das wäre oft eine große Erleichterung in vielen Zusammenkünften und Sitzungen. Strukturiertes, interessantes und mitreißendes Sprechen kann man lernen. In diesem Seminar geht es um den Auftritt vor Publikum ohne andere Hilfsmittel als die eigene Stimme und die eigene Sprache. Auf dem Programm stehen Übungen zur Körpersprache, zu Betonung und Sprechausdruck, zum planvollen Sprechen und gewandten Argumentieren. Die Teilnehmer gewinnen Sicherheit im Umgang mit Stimme und Sprache, lernen, strukturiert zu sprechen, lernen, vor Gruppen überzeugend aufzutreten und sicher und souverän vorzutragen, können Techniken zum Umgang mit Stress und Nervosität anwenden, kennen rhetorische Stilmittel und können diese zielorientiert einsetzen, kennen die Wechselwirkung von Körperspannung, Haltung, Atmung, Stimme und Stimmung und können sie verbessern. DJV-Bildungswerk, Berlin

20./21.

„Schreibtraining 1 – Grundlagen des praktischen Journalismus“: Das Schreibtraining I baut die Grundlagen für journalistisches Arbeiten auf. Grundsätze publizistischer Tätigkeit sowie Eigenarten der „Journaille“ werden ebenso besprochen wie die häufig von Medien verwendeten Darstellungsformen: Nachricht, Bericht, Reportage, Feature, Interview. Die Teilnehmer lernen, wie Texte entstehen. Das Seminar liefert Tipps und Kniffe zu Recherche, Sprache, Überschriften, Bildunterschriften und zum Redigieren. Praktische Übungen und Diskussionen vertiefen beständig das Erlernte. Deutsche Medienakademie, Köln

Redaktion:
Michael Klehm
E-Mail: kle@djv.de

Layout/Termine:
Bettina von der Heyden
E-Mail: hey@djv.de

Adresse:
Bennauerstraße 60
53115 Bonn
Tel.: 0228-201 72 16
Fax: 0228-201 72 32
Internet: www.djv.de

Herausgeber:
Deutscher Journalisten-
Verband e.V.
- Gewerkschaft der
Journalistinnen und
Journalisten -,
Schiffbauerdamm 40
10117 Berlin
Tel.: 030-72 62 79 20
Fax: 030-72 62 213
Internet: www.djv.de

Vertrieb:
DJV-Verlags- & Service GmbH,
Adresse s.o.

V.i.S.d.P.:
Hubert Engeroff,
Adresse s.o.

Druck:
in puncto druck + medien gmbh
Baunscheidtstr. 11
53113 Bonn
Tel.: 0228-91 781-0

Bezugspreis:
im Mitgliedsbeitrag enthalten

Auflage:
1.000 Exemplare

Presse- und Öffentlichkeitsarbeit:
DJV-Hauptstadtbüro
Schiffbauerdamm 40
10117 Berlin
Tel.: 030-72 62 79 20
Fax: 030-72 62 79 213
E-Mail: djv@djv.de

ABP

Akademie der Bayerischen Presse
Tel.: 089-49 99 22-0
Fax: 089-49 99 92 22
E-Mail: abp-muenchen@t-online.de
Internet: www.akademie-bayerische-presse.de

ABZV

Akademie Berufliche Bildung der Deutschen
Zeitungsverlage e.V.
Tel.: 0228-25 900-0 oder -25
Fax: 0228-25 900-26
E-Mail: info@abzv.de
Internet: www.abzv.de

AfP

Akademie für Publizistik
Tel.: 040-41 47 960
Fax: 040-41 47 96 90
E-Mail: info@akademie-fuer-publizistik.de
Internet: www.akademie-fuer-publizistik.de

AkadeMedia (früher: FFFZ)

Medienverband der Ev. Kirche im Rheinland
Tel.: 0211/43690-150
Fax: 0211/43690-100
E-Mail: info@medienverband.de
Internet: www.medienverband.de

Akademie für Neue Medien Kulmbach

Tel.: 0 92 21/13 16
Fax: 0 92 21/12 33
E-Mail: anm@bayerische-medienakademie.de
Internet: www.bayerische-medienakademie.de

Berliner Journalisten-Schule

Tel.: 030-23 27 60 02
Fax: 030-23 27 60 03
E-Mail: bjs@ipn.de
Internet: www.berliner-journalisten-schule.de

DJV-Bildungswerk

Tel.: 0228-2 42 78 20
Fax: 0228-2 42 78 22
E-Mail: bildwerk@djv.de
Internet: www.djv.de/bildung

DHA

Deutsche Hörfunkakademie
Tel.: 0208-62 13 5-20
Fax: 0208-62 13 5-55
E-Mail: dha@hoerfunkakademie.de
Internet: www.hoerfunkakademie.de

ems

Electronic Media School
Tel.: 0331-731 32 00
Fax: 0331-731 32 10
E-Mail: Antonia.Saubier@ems-babelsberg.de
Internet: www.ems-babelsberg.de

Evangelische Medienakademie

Tel.: 030-3 10 01-415
Fax: 030-3 10 01-450
E-Mail: iz@ev-medienakademie.de
Internet: www.evangelische-medienakademie.de

Henri-Nannen-Journalistenschule

Tel.: 040-37 03 23 76
Fax: 040-37 03 56 98
E-Mail: hns@guj.de
Internet: www.journalistenschule.de

Journalisten-Akademie (DJV)

Tel.: 0711-222 49 54-0
Fax: 0711-222 49 54-44
E-Mail: akademie.djv.bw@t-online.de
Internet: www.djv-bw.de

Journalisten-Zentrum Haus Busch

Tel.: 02331-365-600
Fax: 02331-365-699
E-Mail: info@hausbusch.de
Internet: www.hausbusch.de

Journalistenschule Ruhr

Tel.: 0201- 804 19 60-62
Fax: 0201-804 19 63
E-Mail: m.jentsch@waz.de
Internet: www.journalistenschule-ruhr.de

Kölner Filmhaus

Tel.: 0221-22 27 10-0
Fax: 0221-22 27 10-99
E-Mail: seminare@koelner-filmhaus.de
Internet: www.koelner-filmhaus.de

medienbüro Hamburg

Tel.: 040-30620-1140
Fax: 040-30620-1149
E-Mail: info@medienbuero-hamburg.de
Internet: www.medienbuero-hamburg.de

Medienausbildungszentrum (MAZ)

Tel.: +41 (0)41 226 33 33
Fax: +41 (0)41 226 33 34
Internet: www.maz.ch

