



Tarife

Tarifvertrag für Redaktionsvolontärinnen und Redaktionsvolontäre im Privaten Rundfunk

Zwischen dem
Tarifverband Privater Rundfunk (TPR)
einerseits
und dem Deutschen Journalisten-
Verband e.V.
- Gewerkschaft der Journalistinnen und
Journalisten –
sowie
ver.di Vereinte Dienstleistungsgewerk-
schaft
- Fachbereich Medien, Kunst und Industrie –
andererseits

wird folgender Tarifvertrag für Redaktionsvolontärinnen und Redaktionsvolontäre abgeschlossen:

§ 1 Geltungsbereich

Der Tarifvertrag gilt
Räumlich:
für die Bundesrepublik Deutschland
Fachlich:
für alle Unternehmen, die Rundfunk (Hörfunk und Fernsehen) veranstalten, anbieten, betreiben bzw. verbreiten oder solchen Unternehmen Programme zur Weiterverbreitung zur Verfügung stellen, soweit sie nicht öffentlich-rechtlich organisiert sind.

Persönlich:

Für die bei den o.g. Unternehmen angestellten Redaktionsvolontärinnen und Redaktionsvolontäre. Sie werden im folgenden kurz in der Mehrzahl „Volontäre“ genannt.

Der Tarifvertrag stellt für das Arbeitsverhältnis rechtsverbindliche Mindestbedingungen auf. Für die Volontäre günstigere Einzelvereinbarungen können getroffen werden.

Arbeitgeber und Volontäre haben Anspruch auf einen schriftlichen Ausbildungsvertrag, dem das jeweilige Musterformular zugrunde zu legen ist.

§ 2 Ausbildungszeit und Fristen

Das Volontariat dauert 24 Monate. Es kann in gegenseitigem Einvernehmen verkürzt werden, wenn aufgrund vorangegangener journalistischer Berufserfahrung gewährleistet ist, dass das Ziel der Ausbildung in kürzerer Zeit erreicht werden kann. Im Übrigen kann das Volontariat durch Übernahme in das Redakteursverhältnis abgekürzt werden. Eine Mindestausbildungszeit von 18 Monaten soll nicht unterschritten werden.

Die Vertragsparteien vereinbaren eine Probezeit von drei Monaten. Innerhalb der Probezeit können beide Vertragsparteien die Kündigung unter Einhaltung einer Frist von einem Monat jeweils zum Monatsende erklären.

Inhalt

Tarife	1
Meldungen aus der Rundfunkwelt	4
Termine	9
Impressum Adressen	12

Nach Ablauf der Probezeit ist eine Kündigung nur zulässig: beiderseits aus einem wichtigen Grund (verhaltensbedingt) ohne Einhaltung einer Kündigungsfrist.

Die Kündigung muss schriftlich und in den Fällen des Absatzes 3 unter Angabe der Kündigungsgründe erfolgen.

§ 3 Art der Ausbildung

Das Volontariat ist ein befristetes Beschäftigungsverhältnis mit dem Ziel der Ausbildung für den Redakteursberuf.

Das Volontariat hat das Ziel, die Volontäre zu befähigen, an der Erfüllung der öffentlichen Aufgabe des Rundfunks in einem dualen System mitzuwirken. Die Ausbildung umfasst die Vermittlung aller gängigen journalistischen Aufgaben und Darstellungsformen sowie der rechtlichen Grundlagen in praktischer und theoretischer Hinsicht, die sich bei der Herstellung eines Rundfunkprogramms ergeben. Durch die Ausbildung sollen die Volontäre befähigt werden, die technischen, redaktionellen und gestalterischen Grundlagen der Rundfunkarbeit zu beherrschen sowie eigenverantwortlich Programme/ -teile, Sendungen und Sendebeiträge herstellen zu können, die dem informierenden, unterhaltenden und bildenden Aufgaben des Rundfunk gerecht werden. Sollte „Online“ im Unternehmen oder in verbundenen Unternehmen angeboten werden, sollte auch hier ausgebildet werden.

Ausbildungsplan

- a) Die Ausbildung erfolgt nach einem im Ausbildungsbetrieb besonders festgelegten Ausbildungsplan. Darin sind Art, sachliche und zeitliche Gliederung sowie Ziel und Inhalte der Ausbildung und die Ausbildungsstationen festzulegen. Die Volontäre werden während der Ausbildung von einem Ausbildungsredakteur betreut.
- b) Der Ausbildungsplan wird mit Beginn des Volontariates festgelegt und soll einen möglichst individuellen Ausbildungsablauf ermöglichen. Der Ausbildungsplan wird in Zusammenarbeit

mit den Volontären, dem Ausbildungsredakteur und dem Chefredakteur bzw. Programmverantwortlichen erstellt. Spätere Änderungen der Pläne aus betrieblichen Gründen (z.B. Programmrelaunch), die unter Berücksichtigung des jeweiligen Ausbildungsstandes/Qualifizierungsverlaufs des Volontärs vorgenommen werden sollen, sind kurzfristig durch den Ausbildungsbetrieb möglich. Die Änderungen des Ausbildungsplans werden dem Volontär durch das Ausbildungsunternehmen rechtzeitig schriftlich mitgeteilt. Es ist die Schriftform erforderlich. Aus programmbedingten Gründen kann eine kurzfristige Änderung des Ausbildungsplanes vereinbart werden.

Der Arbeitgeber wird den Volontären die Teilnahme an überbetrieblichen Seminaren und Praktika in anderen Medienbereichen gemäß dem Ausbildungsvertrag beigefügten Ausbildungsplan in anerkannten Ausbildungsstätten ermöglichen. Mindestens acht Wochen der Ausbildungszeit müssen für diese überbetriebliche Ausbildung der Volontäre zur Verfügung stehen. In diesem Zeitraum sollen die Kenntnisse sowohl in theoretischer als auch in praktischer Hinsicht vertieft werden.

Im ersten Jahr der Ausbildung nehmen die Volontäre an überbetrieblichen Seminaren in einer Gesamtdauer bis zu vier Wochen zur theoretischen Untermauerung der praktischen betrieblichen Ausbildung teil (§ 3 Abs. 3). Im ersten Teil des Volontariats sollen die Volontäre mindestens einmal an einem vierwöchigen überbetrieblichen Bildungsseminar teilnehmen.

§ 4 Ausbildungsvergütung

Die Ausbildungsvergütung richtet sich nach § 2 Absatz 2 des Entgelttarifvertrages für den privaten Rundfunk (TPR) in seiner jeweils gültigen Fassung.

Die Vereinbarung dieser Vergütung schließt die Möglichkeit einer Erhöhung aufgrund von betrieblichen Bestimmungen nicht aus.

§ 5 Auslagenersatz

1. Der Arbeitgeber trägt alle Kosten, die im Rahmen der Volontärsausbildung entstehen. Darunter fallen alle betrieblichen und überbetrieblichen Ausbildungsveranstaltungen sowie entstehende Teilnahmegebühren, Fahrt- und Aufenthaltskosten.
2. Der Arbeitgeber ersetzt den Volontären unter Beachtung der steuerlichen Vorschriften die Auslagen, die ausschließlich im Interesse und für die Zwecke des Arbeitgebers gemacht hat (Auslagenersatz), sowie die Beträge, die die Volontäre für den Arbeitgeber auf dessen Veranlassung hin ausgegeben hat (durchlaufende Kosten), soweit die Volontäre dem Arbeitgeber die steuerlich erforderlichen Nachweise liefert. Für die Erstattung der Kosten anlässlich von Dienstreisen gelten die steuerlich anerkannten Sätze.

§ 6 Urheberrecht

1. Die Auswertung der Urheber- und Leistungsschutzrechte ist auf Zweck und Dauer des Ausbildungsvertrages beschränkt. Die Nutzung ist nur frei im Rahmen des Ausbildungsvertrages und seiner Erfüllung. Das bedeutet, nach dem Vertragszweck bestimmen sich der räumliche, der zeitliche und inhaltliche Umfang des Nutzungsrechts, das dem Arbeitgeber eingeräumt wird sowie die jeweils eingeräumte Nutzungsart. Die Urheberpersönlichkeitsrechte der Volontäre bleiben unberührt.

§ 7 Pflichten des Arbeitgebers

Der/dem Volontär/in wird (spätestens) drei Monate vor Beendigung des Volontariats mitgeteilt, ob er/sie übernommen wird. In regelmäßigen Abständen findet ein Mitarbeitergespräch statt.

Den Volontären dürfen nur angemessene Arbeiten übertragen werden, die dem Ausbildungszweck dienen und dem Ausbildungsplan zuzuordnen sind.

Der Arbeitgeber gibt den Volontären die Möglichkeit, die im Rahmen der journalistischen Produktion einer Rundfunksendung anfallenden Aufgaben systematisch zu erlernen und durch eine ständige Mitarbeit Kenntnisse für seine spätere berufliche Tätigkeit zu erwerben.

Den Volontären ist bei einvernehmlicher Auflösung des Ausbildungsvertrages oder nach Abschluss der Ausbildungszeit auf Antrag unverzüglich, spätestens jedoch nach 14 Tagen, ein Zeugnis auszuhändigen. Das Zeugnis muss sich auf seine Leistungen und Führung während der Ausbildung erstrecken.

§ 8 Zeugnis und Personalakte

Den Volontären ist bei einvernehmlicher Auflösung des Ausbildungsvertrages oder nach Abschluss der Ausbildungszeit auf Antrag unverzüglich, spätestens jedoch nach 14 Tagen, ein Zeugnis auszuhändigen. Das Zeugnis muss sich auf seine Leistungen und Führung während der Ausbildung erstrecken.

§ 9 Inkrafttreten und Schlussformulierung

1. Dieser Tarifvertrag tritt rückwirkend zum 1. Januar 2005 in Kraft.
2. Er ist mit einer Frist von sechs Monaten zum Jahresende kündbar, frühestens zum 31. 12. 2008.
3. Die Kündigung hat durch eingeschriebenen Brief zu erfolgen.
4. Bis zum Abschluss eines neuen Tarifvertrages gelten die Bestimmungen dieses Tarifvertrages weiter.

5. Ergänzend zu den Bestimmungen dieses Tarifvertrages gelten die Regelungen aus dem Manteltarifvertrag für Arbeitnehmerinnen und Arbeitnehmer in Unternehmen des privatrechtlichen Rundfunks in der jeweils gültigen Fassung.

Berlin, den 27. April 2005

Tarifverband Privater Rundfunk e.V.
Klaus Schunk

ver.di
Vereinte Dienstleistungsgesellschaft
Frank Werneke
Matthias von Fintel
Deutscher Journalisten-Verband e.V.
Hubert Engeroff
Michael Konken

Nachdem bereits 1994 seitens des DJV ein Entwurf für einen Ausbildungstarifvertrag Privatfunk erarbeitet und der Tarifverband Privater Rundfunk (TPR) regelmäßig zu Verhandlungen über diesen Entwurf aufgefordert worden war, konnte nun endlich ein Durchbruch erzielt werden.

Der Tarifverband Privater Rundfunk hat sich mit DJV und ver.di auf den Inhalt eines Tarifvertrages zur Volontärsausbildung geeinigt. Der Tarifvertrag kann bei Zustimmung durch den DJV-Gesamtvorstand als Große Tarifkommission rückwirkend zum 1. Januar 2005 in Kraft treten.

Mit diesem Tarifvertrag wird die Ausbildung in den Mitgliedsunternehmen des TPR standardisiert. Das heißt, alle Volontärinnen und Volontäre haben einen Anspruch auf eine Ausbildung von insgesamt 24 Monaten. Eine Verkürzungsmöglichkeit besteht bei der Übernahme in das Redakteursverhältnis. Die Mindestausbildungszeit von 18 Monaten soll allerdings auch in diesem Fall nicht unterschritten werden. Zudem haben die Volontärinnen und Volontäre einen Anspruch auf insgesamt acht Wochen überbetrieblicher Ausbildung. Die Ausbildung soll an anerkannten Weiterbildungsorganisationen erfolgen. Im Hinblick auf die materiellen Arbeitsbedingungen verweist der Tarifvertrag sowohl auf den Manteltarifvertrag mit dem TPR, als auch auf den Gehaltstarifvertrag, in dem die Volontärsgehälter bereits geregelt sind.

Mit dem Tarifvertrag wird der Tatsache Rechnung getragen, dass in allen TPR-Mitgliedsunternehmen in einem erheblichen Umfang Volontärinnen und Volontäre ausgebildet werden.

Der Gesamtvorstand als Große Tarifkommission hat dem Tarifvertrag bereits zugestimmt.

LANDESMEDIENANSTALTEN

Vor dem Hintergrund der aktuellen politischen Diskussion über die Zukunft und Struktur der Landesmedienanstalten haben die Direktoren und die Gremiovorsitzenden der LMA am 15. Juni in Kiel eigene Eckpunkte für eine Strukturreform vorgelegt.

Nach eigenen Angaben wird dabei das Ziel verfolgt, die gemeinsamen überregionalen Aufgaben der Landesmedienanstalten in Zukunft noch effektiver zu bündeln. Dabei habe sich die Gesamtkonferenz der

Arbeitsgemeinschaft der Landesmedienanstalten (ALM) von dem Ziel leiten lassen, die Effizienz der Medienaufsicht zu steigern und damit Einsparungspotenziale zu erschließen. So sollen bundesweite Aufgaben, wie Frequenzmanagement, Zulassung von Hörfunk- und TV-Sendern, Aufsicht über nationale Rundfunkprogramme und Medien künftig in noch zu bildenden Kommissionen vorgenommen werden.

... Fortsetzung Landesmedienanstalten ...

Neben der bereits 2003 eingerichteten Kommission für Jugendmedienschutz (KJM) soll eine Kommission für Digitalen Zugang und eine Kommission für Medienrecht, Zulassungsfragen und Aufsicht eingerichtet werden. In letztere Kommission könnte auch die Prüfung der Medienkonzentrationsfragen durch die KEK integriert werden. Im Unterschied zum bisherigen Verfahren in den gemeinsamen Stellen sollen die Kommissionen verbindliche Entscheidungen treffen können, die dann von den jeweils zuständigen Landesmedienanstalten kurzfristig umgesetzt werden müssten.

Eine Beschleunigung der Verfahren könnte hiermit verbunden sein. Die Kommissionen sollen aus den Reihen der Landesmedienanstalten besetzt werden.

Durch die Strukturreform soll auch die Bedeutung der Gremien der Landesmedienanstalten gestärkt werden. Die Gesamtkonferenz der ALM soll künftig für die Beobachtung der Programmentwicklung in den Sendern, die Zustimmung zur Besetzung der Kommissionen und zu Verfahrensrichtlinien und Haushaltsplänen der Kommissionen zuständig sein.

Über die Arbeit der Kommissionen sollen deren Vorsitzende der Gesamtkonferenz regelmäßig Bericht erstatten. Die Gesamtkonferenz hält des Weiteren eine Initiative aufrecht, um ihrerseits auf entstehende Probleme hinweisen zu können.

Mit der jetzt vorgeschlagenen Neuordnung der bundesweiten Zuständigkeiten sollen Synergieeffekte erzielt werden, die zu Einsparungen führen. Weitere Einsparpotenziale werden auch in Teilfusionen gesehen, für die die ALM allerdings keine Zuständigkeit besitzt und die nur auf Ebene der Länder erzielt werden können.

Das Eckpunktepapier wurde bereits der rheinland-pfälzischen Staatskanzlei zugeleitet, die für die Rundfunkkommission der Länder zuständig ist. Für die letzten Änderungen des Rundfunkstaatsvertrages hatten die Bundesländer der ALM den Auftrag erteilt, gemeinsame Vorschläge für eine Rationalisierung ihrer Arbeit zu unterbreiten.

BAYERN

www.bjv.de

Nach den Mitte Juni veröffentlichten Ergebnissen der **Funkanalyse Bayern 2005** haben die Bayerischen Lokalradios ihre **Spitzenposition behauptet**.

Trotz eines leichten Hörerrückgangs erzielten die Sender mit 32,8 Prozent die höchste Reichweite aller in Bayern empfangbaren Radioprogramme. Dies entspricht 2,12 Mio. Bürgerinnen und Bürgern ab 14 Jahren, die an einem durchschnittlichen Werktag (Mo–Fr) mindestens eines der Lokalradioprogramme hörten.

Mit einer Reichweite von 29 Prozent hat das landesweite Programm von **Antenne Bayern** einen Zueginn von über 300.000 Hörern erzielt und erreicht nun 2,75 Mio. Hörer.

Während den Lokalsendern eine herausragende Kompetenz im Hinblick auf lokale und regionale Nachrichten sowie Veranstaltungshinweise bescheinigt wurden, gilt Antenne Bayern unter den Hörern als führendes Radioprogramm in Bezug auf Professionalität und Comedy. Insbesondere bei der werberelevanten Zielgruppe der 14– bis 19-Jährigen hat Antenne Bayern ein sehr positives Image.

... Fortsetzung Bayern ...

Im Herbst wird **Premiere** unter der Marke Premiere International ein Abo-Angebot mit fremdsprachigen TV-Programmen starten. Es sind dann acht türkische, vier italienische und fünf russische Kanäle über Satellit empfangbar. Das Neuangebot des Senders zielt auf die cirka 1,5 Mio. fremdsprachigen Haushalte in Deutschland und Österreich. Der Sender erhofft sich mittelfristig 100 bis 150 Tausend neue Abokunden.

Erheblich reduzieren konnte der Pay-TV-Sender durch den erfolgreichen Börsengang im März auch seine Schuldenlast.

Das erste Quartal 2005 wurde mit einem Nettoverlust von 3,4 Mio. Euro beendet. Im Gleichzeitraum 2004 lag das Defizit noch bei 41,4 Mio. Euro. Sowohl Umsatz als auch die Zahl der Abonnenten konnten im ersten Quartal gesteigert werden. Die Zahl der Abonnenten wuchs von 51.508 auf nun über drei Mio. Kunden.

BERLIN

www.berliner-journalisten.de
www.djv-berlin.de

Mitte Mai hatte der Medienrat der Medienanstalt Berlin-Brandenburg (MABB) auf einer Sondersitzung beschlossen, dass die Lizenz des Senders **Hundert,6** wieder auf die bisherigen Lizenzinhaber zurückübertragen werden muss.

In einer Pressemitteilung erläuterte der Medienrat der MABB, das zwar im März die Übertragung der Sendelizenz von der Hundert,6 Medien GmbH auf die Medialog GmbH genehmigt worden sei, da beide Unternehmen über identische Gesellschafter verfügten. Für den Medienrat war nun aber ausschlaggebend, dass das Programm von Hundert,6 nur mit einem entsprechenden Personaleinsatz gewährleistet werden könne.

Der Geschäftsführer des Senders hatte am 18. April für die Hundert,6 Medien GmbH den Antrag auf Eröffnung eines Insolvenzverfahrens gestellt und in einer Nacht- und Nebelaktion im Vorfeld die Studioanlagen des Senders verlagert und anschließend versucht, mit der Medialog GmbH den Sendebetrieb fortzusetzen.

Die 40 Mitarbeiter des alten Unternehmens standen am 18. April bei Arbeitsbeginn vor verschlossenen Türen. Hintergrund für die Aktion dürften Streitigkeiten über Mietschulden für die alten Räumlichkeiten des Senders gewesen sein.

Der Medienrat der MABB fällte seine Entscheidung, nachdem er sowohl Geschäftsführung als auch den Betriebsrat des Unternehmens angehört hatte. Da in den Lizenzvorgaben von einem informationsorientierten Programm mit einem hohen journalistisch gestalteten Wortanteil und aktuellem Berlinbezug die Rede ist, sah die MABB die Erfüllung der Lizenzvorgaben durch das Unternehmen gefährdet.

Der Geschäftsführer des Unternehmens kündigte nach den Gesprächen mit der MABB an, die Sendelizenz wieder auf die Hundert,6 Medien GmbH zurück zu übertragen. Im Rahmen des Insolvenzverfahrens soll nun geprüft werden, welche Möglichkeiten zur Fortführung des Betriebs bestehen.

HESSEN

www.djvhessen.de

Mit einer neuen Technik geht **Hit Radio FFH** im Sommer an den Start.

Mit Visual Radio soll es möglich sein, auf speziell ausgerüsteten Mobiltelefonen nicht nur das Programm des Senders über UKW zu hören, sondern gleichzeitig auch weitere interaktive Dienste abzurufen; so sind neben Infos zu den Musiktiteln, Fotos der Moderatoren, Wetterprognosen und auch Staumeldungen geplant. Nachteil ist allerdings noch, dass Grundlage für den Empfang nach wie vor die analoge UKW-Technik sein wird.

Der Sender plädiert daher dafür, den Digitalen Fernsehstandard DVB-T auch für das Radio zuzulassen. Dies würde einen erheblichen Schnelligkeitszuwachs bringen. Mit dem neuen Angebot will FFH vor allem neue Hörschichten für das Radio begeistern.

Auf der technischen Seite wollen sich der Handyhersteller Nokia und der IT-Konzern Hewlett Packard beteiligen. Nokia plant, künftig Mobiltelefone mit einer UKW-Empfangsmöglichkeit auszustatten.

HAMBURG

www.djv-hamburg.de

Beim privaten Ballungsraumsender **Hamburg 1** haben drei hamburgische Investoren zehn Prozent der Anteile übernommen.

Unter ihnen befindet sich Frank Otto, der bereits beim Start des Senders 1995 Anteile hielt, sie aber später wieder verkaufte. In Hamburg ist Otto zudem noch als Mehrheitsgesellschafter am Privatrado Oldie95 beteiligt. Seit dem Sendestart hat der Sender nun bereits mehrfach die Eigentümer gewechselt. Ob nun endlich ruhigere Zeiten im Hinblick auf die Gesellschafterstruktur anbrechen, scheint allerdings fraglich.

Die schwache Entwicklung des TV-Werbemarktes bereitet nicht nur den große Vollprogrammen Schwierigkeiten, sondern gerade auch den kleineren Ballungsraumsendern; 2005 möchte das Management des Unternehmens zumindest ein positives Ergebnis erzielen.

Die Hamburgische Anstalt für Neue Medien (HAM) hat Mitte Juni der **beabsichtigten Programmänderung bei m-tv 2 pop die Zulassung erteilt**.

Damit kann voraussichtlich im September aus dem Musiksender das Programm Nick werden, das tagsüber als Kinderprogramm Serien und Cartoons senden möchte. Im Abendprogramm ab 21.15 Uhr sind Programme für Erwachsene geplant.

Nick soll als werbefinanziertes Free-TV-Programm verbreitet werden. Die Entscheidung der HAM steht noch unter dem Vorbehalt der Zustimmung der Landesmedienanstalten.

NORDRHEIN-WESTFALEN

www.djv-nrw.de

Zum 31. Mai hat **tv.nrw** den **Sendebetrieb eingestellt**.

Ausschlaggebend hierfür waren schwierige wirtschaftliche und juristische Rahmenbedingungen. Bereits Ende des Jahres hatte die Landesanstalt für Medien Nordrhein-Westfalen (LfM) den Entzug des Kabelplatzes des Senders angedroht und dies vor allem mit einem zu geringen Anteil regionaler Programmleistung begründet. Der Sender, der am 1. Oktober 2001 auf Sendung ging, hatte sich in den vergangenen zwei Jahren zur Abspielstation der Programme anderer Fernsehsender entwickelt. Zur Refinanzierung des eigenen Programms wurden so Sendungen des Glücksspielkanals NEUN LIVE und des Nachrichtensenders Bloomberg TV ausgestrahlt. Trotz der schwierigen wirtschaftlichen Lage steht bereits ein Nachfolgesender in den Startschuhen. Unter dem Titel tv.nrw plant Karl-Urlich Kuhlo, der einst n-tv gegründet hatte, ein neues Programm. Er ist bei der deutschen Fernsehnachrichtenagentur-Produktionsgesellschaft eingestiegen, die die tv.nrw-Nachrichten zugeliefert hatte. Geplant ist, dass tv.nrw zunächst acht Stunden täglich ein entsprechender Antrag auf Lizenzierung wurde bereits bei der LfM eingereicht.

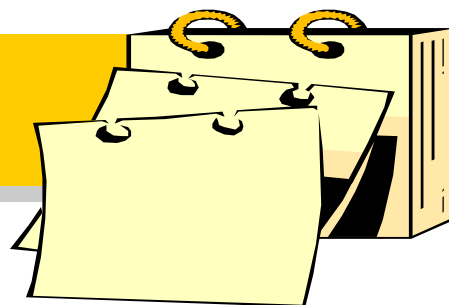
Ein **neues Konzept für den nordrhein-westfälischen Bürgerfunk** will die neue Regierungskoalition in Düsseldorf vorlegen. Nach dem Entwurf der Koalitionsvereinbarung zwischen CDU und FDP „sei es notwendig, eine zweite landesweite Hörfunkkette einzurichten für die Weiterentwicklung von radio NRW„. Bestehende Frequenzengpässe würden mit der Digitalisierung des Rundfunks überwinden; bis dahin wolle man die benötigten Frequenzen „durch Freigabe der derzeit noch BFBS-beanspruchten Frequenzen“ zur Verfügung stellen. Für den nordrhein-westfälischen Bürgerfunk soll zudem ein neues Konzept entwickelt werden. Nach Auffassung der neuen Regierungsparteien habe sich der Bürgerfunk in seiner jetzigen Form überwiegend nicht bewährt. Gemeinsam mit den Beteiligten soll er neu geregelt werden. Nach dem nordrhein-westfälischen Landesmediengesetzen müssen die 46 lokalen Privatradiostationen einen Teil der Sendezeit für den sog. Bürgerfunk zur Verfügung stellen.

Die neue Landesregierung setzt damit eine seit Jahren andauernde medienpolitische Diskussion in Nordrhein-Westfalen fort. Neu ist an dem Vorschlag allerdings, dass die geplante neue zweite Hörfunkkette nun zur Weiterentwicklung von radio NRW genutzt werden soll. Abzuwarten bleibt, ob radio NRW tatsächlich Nutznießer einer solchen neuen Hörfunkkette sein wird oder ob nicht auch andere Bewerber zum Zuge kommen können.

Die **Deutsche Hörfunkakademie wird den Standort Dortmund verlassen**. Die Gesellschafter des Unternehmens, das der Aus- und Weiterbildung von Journalistinnen und Journalisten dient, wollen mit einer Verlagerung des Sitzes die Akademie weiter zukunftsfähig und konferenzfähig halten. Geplant ist nun die Verlagerung nach Oberhausen, in unmittelbare Nähe zum Mitgesellschafter radio NRW. Entscheidend für den Umzugsbeschluss sei, dass die Infrastruktur am derzeitigen Standort für eine deutschlandweit und international agierende Akademie nicht optimal sei.

Wegen einer am 11. Juni ausgestrahlten **Nutella-Geburtstagsshow** muss RTL 2 mit einer Maßnahme der Medienaufsicht rechnen. Zwar sei der Beitrag vom Sender als Dauerwerbesendung angekündigt worden, aber während der Ausstrahlung nicht mehr, wie vorgeschrieben, als Werbung gekennzeichnet gewesen. Die zuständige Aufsichtsbehörde, die Hessische Landesanstalt für Privaten Rundfunk (LPR), wird nach einer weiteren Bewertung des Beitrags möglicherweise einen aufsichtsrechtlichen Hinweis oder eine Beanstandung aussprechen. Die LPR hatte nach eigenen Angaben RTL 2 bereits Anfang Juni auf mögliche Probleme mit dem Werbecharakter des Beitrags hingewiesen. Zudem drohen weitere rechtliche Schritte durch einen Marktkonkurrenten von Nutella. RTL selbst kann die Probleme nicht verstehen, da es nach Auffassung des Senders keine Dauerwerbesendung gewesen sei, sondern sich um ein rein redaktionelles Format gehandelt habe. Seitens des Nutella-Herstellers habe es für die Sendung auch keine Gegenleistung gegeben.

TERMINE



Juli

4.-8. (Teil II)

„Privatfunkseminar für Volontäre und Jungredakteure“: In diesen Seminaren wird die hörfunkgerechte Umsetzung journalistischer Darstellungsformen wie Nachricht, Bericht, Interview., Reportage, Kommentar, Moderation usw. trainiert. Die Referenten sind fachlich und pädagogisch praxiserfahren. Ziel des Seminars ist die Gestaltung einer aktuellen Magazinsendung. Journalisten-Akademie Baden-Württemberg, Stuttgart

12.7. (und 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 Redakteurstelle 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, Versicherungen, Vertragsabschlüsse, Verwertung der Beiträge, Urheberrecht, Bürotechnik. Journalisten-Akademie Baden-Württemberg, Stuttgart

13./14.7.

„Workshop für Planer/innen“: Wenn Wahlberichterstattung mehr sein soll, als ein bloßes Absenden von Politikerstatements, wenn sich ein Sender mit dem Thema profilieren und für Hörer wirklichen Zusatznutzen schaffen möchte, ist vor allem eines gefragt: Kreativität. In diesem Workshop entwickeln die Teilnehmer Ideen für ungewöhnliche und spannende Ansätze, mit denen sie die Berichterstattung auf dem Sender zu

einem Erlebnis machen. Im Schnelldurchlauf frischen wir Ihr Wissen über Kreativ-Techniken auf und stellen Ihnen neue, schnelle Ansätze vor, wie Sie kreativ mit Ihrer Redaktion weiter arbeiten können. Sie nehmen konkrete Vorschläge mit nach Hause - produzieren müssen Sie dann allerdings allein. Deutsche Hörfunkakademie, Dortmund

15.-17.

„Wahlspecial—Workshop für Macher/-innen“: „Kannst Du mal eben schnell ...“, „Geh doch mal da vorbei ...“ und „Wer kann denn ... nur kurz ...“. Ob Wahlkampftour oder Wahlparty, wer als Reporter oder Redakteur, als Moderator oder Praktikant hier unterwegs ist, muss vor allem eines sein: schnell! Gut, wenn man jetzt sein Handwerkszeug beherrscht - kurzer Aufsager - kein Problem. Schnelles Interview - **a b e r b i t t e , g e r n e !** In diesem Intensiv-Workshop systematisieren wir Ihr Vorwissen und greifen Ihnen mit ein paar guten Tipps für Vorbereitung und Durchführung von Aufsamern, Interviews und Kurzbeiträgen unter die Arme. Deutsche Hörfunkakademie, Dortmund

20.-23.7.

„Recherchieren mit Methode“: Quellen ausfindig machen, Kontakte knüpfen und richtig nutzen, einen guten Riecher haben, zur richtigen Zeit am richtigen Ort sein: für eine gute Geschichte braucht es viele Zutaten - und vor allem gründliche Recherche. In unserem Intensivkurs vermitteln wir die grundlegenden Methoden und Strategien der Recherche, von der Rechercheplanung über das gezielte Fragen bis zum Umgang mit Informanten. Wir analysieren Fallbeispiele, erörtern die Stärken und Grenzen der Online-Recherche und üben ihre Techniken. An vorbereiteten Recherche-Aufgaben wird das erworbene Wissen ausprobiert.

Besonderes Gewicht liegt darauf, die Recherche zu systematisieren und damit effektiver zu gestalten. Doch die Hauptsache, der Spaß am Recherchieren, wird dabei nicht zu kurz kommen. Das Seminar richtet sich an Journalistinnen und Journalisten aller Medien, Evangelische Medienakademie, Berlin

21./22.7.

„Interview-Training“: Fragen auf den Punkt gebracht. Viele Politiker, Managerinnen und PR-Profis haben sich für den Umgang mit den Medien fit gemacht. Wie bekomme ich mehr als 0-8-15-Antworten auf kritische Fragen? Andere Gesprächspartner sind den Umgang mit der Presse nicht gewohnt. Wie gehe ich mit ihnen um? Wen man was wie fragt— darum geht es in diesem Seminar. Die Praxis steht im Vordergrund. Verschiedene Fragetechniken werden in Übungen ausprobiert. Zudem geht es um verschiedene Interviewtypen, heikle Situationen und ausführlichen Erfahrungsaustausch — garniert mit vielen Tipps. KSI, Bad Honnef

28.7.-2.8.

AlpenAkademie / Modul 1: „Interview und Porträt“. In diesem Seminar erhalten die Teilnehmer/innen eine theoretische Einführung in die Technik des Interviews sowie in die Kunst des Porträts. Am zweiten und dritten Tag stehen Gäste und Interviewpartner für die Erarbeitung der Dossier-Beiträge zur Verfügung. Die ausformulierten Beiträge werden abschließend analysiert und gemeinsam redigiert. DJV-Bildungswerk, Samedan, Graubünden (Schweiz)

Die AlpenAkademie ist ein neues Weiterbildungskonzept speziell für junge Journalistinnen und Journalisten. Das Bildungswerk des DJV kooperiert dafür mit der Academia Engiadina in Samedan, Graubünden/Schweiz.

Während eines bislang einmaligen, aus drei Modulen bestehenden Kurses wird von Teilnehmer/innen ein monothematisches Dossier erstellt, das als Beilage der Lokalzeitung Engadinerpost gedruckt und verbreitet werden wird. Überdies erhalten die Teilnehmer/innen die Möglichkeit, ihre Text in weiteren Medien zu publizieren.

Eine ideale Weiterbildung, um die Kenntnisse in vier Darstellungsformen zu trainieren und gleichzeitig einen veröffentlichten Text mitzunehmen, um ihn für Bewerbungen oder zur Zweitverwertung zu nutzen.

Das Dossier—Thema der ersten AlpenAkademie ist „Wasser“. Dabei können sämtliche Themen vom Wasserreservoir Alpen über die Heil- und Mineralwasserquellen des Engadin bis hin zu Gletscherrückgang, Wasserkraft, Wellness oder Kunstschneeproduktion recherchiert und realisiert werden.

Die Weiterbildung besteht aus drei Modulen, die einzeln und im Paket zu zwei oder drei Modulen gebucht werden können.



August

1.-12.

„55. Grundkurs praktischer Journalismus“: Das Handwerk trainieren, die eigenen journalistischen Fähigkeiten erproben. In unserem Grundkurs praktischer Journalismus üben wir das journalistische Handwerkszeug unter realistischen Bedingungen ein: Beim Führen von Interviews, bei der Recherche, beim Schreiben von Nachricht, Bericht, Porträt und Reportage. Alle Übungen und Übungstexte werden von der Seminarleitung sorgfältig ausgewertet und in Arbeitsgruppen besprochen. Wir erörtern berufsethische Fragen und aktuelle Entwicklungen im Journalismus. Über die Teilnahme am Kurs wird in einem Auswahlverfahren entschieden. Interessenten fordern daher bitte bis Ende April 2005 die Kursausschreibung an. Der Kurs richtet sich an Berufseinsteigerinnen und Berufseinsteiger. Evang. Medienakademie, Seddiner See

2.-7.

AlpenAkademie / Modul 2: „Reportage und Feature“ In diesem Seminar erhalten die Teilnehmer/innen eine theoretische Einführung in die verwandten Darstellungsformen Reportage und Feature. Ziel ist es, die Unterschiede zu erkennen und beide Formen gezielt und effektiv einzusetzen. Anschlie-

ßend sind zwei Tage für Recherche und Schreiben einer Reportage oder eines Features vorgesehen. Die ausformulierten Beiträge werden abschließend analysiert und redigiert. DJV-Bildungswerk, Samedan, Graubünden (Schweiz)

7.-12.

AlpenAkademie / Modul 3: „Textanalyse und Redigieren“ In diesem Seminar geht es um die Kunst des Redigierens. Dabei erhalten die Teilnehmer/innen theoretische Kenntnisse, die sie bei der druckgerechten Bearbeitung der in den ersten beiden Modulen entstandenen Texte in die Praxis umsetzen.

Im Mittelpunkt stehen sowohl leserfreundliche Zeitungssprache als auch stilgerechtes Kürzen und Verlängern von Artikeln. DJV-Bildungswerk, Samedan, Graubünden (Schweiz)

7.-13.

Grundkurs Hörfunk“: Das Medium Hörfunk stellt seine besonderen Anforderungen an Journalistinnen und Journalisten. In unserem Kompaktkurs erarbeiten wir die grundlegenden Arbeitsweisen und -techniken. Wir trainieren das Schreiben fürs Hören und die unterschiedlichen Genres, vom O-Ton-Bericht bis zum Interview zur Sache oder zur Person. Wir üben den professionellen Umgang mit der Aufnahme- und Studioteknik und führen ein in die Arbeitsweise von Redaktionen. Der Kurs richtet sich an Personen, die schon erste journalistische Erfahrungen haben, aber nicht unbedingt im Hörfunk. Evang. Medienakademie, Berlin

13./14.8.

„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. In diesem Seminar werden wir erarbeiten, wie Sie Ihr ganz persönliches Stimm- und Sprechpotential entdecken und nutzen können, um möglichst gut damit „überzukommen“. Medienbüro Hamburg

22.-26.

„Und nun das Wetter von morgen“ – Fernsehmoderation und –präsentation“: Sie bekommen Hitzewallungen, sobald ein rotes Lämpchen aufleuchtet? Wenn Sie Beiträge vertonen, denkt man an Kartoffelknödel? Sie sind vor der Kamera locker wie ein Stahlträger? Gemach, gemacht, auf Sie haben wir gewartet. Hier ist das Seminar für die Fernsehprofis von morgen. Damit Ihr liebes Gesicht noch ein bisschen lieber und Ihre anmutige Stimme noch ein wenig anmutiger 'überkommt. Hitzewallungen kriegen da nur noch die Zuschauer. ABP, München

29.-30.

„Die Glosse — Wie man Ironie verständlich macht“: Das Radiopublikum will unterhalten sein. Comedy und Niveau statt Sauglattismus“ erfordern Professionalität und ein sicheres Gespür. Im journalistischen Alltag lässt der kreative Geistesblitz auf sich warten. Wir erarbeiten Strategien und kreieren Figuren. Der Kurs lehrt das Know-how von Glosse und Comedy — und am Ende steht die Einsicht: Lustig schreiben kann jeder, auch wenn er es nicht ist. MAZ, die Schweizer Journalistenschule, Luzern (☎ 0041/041/226 33 33, www.maz.ch)

29.-31.

„Regional- und Lokalnachrichten“ - Workshop. Nachrichten: Das sind Themen, NACH denen sich die Menschen RICHTEN. Topthemen, redaktionelle Vorgaben, Anbindung an das Programm, Zielgruppe. Alles Schlagworte, hinter denen große Aufgaben stecken. Aufgaben, die Sie in Ihren Lokalnachrichten mit Bravour bewältigen. Dennoch denken Sie manchmal, dass Ihnen ein neuer, frischer Impuls gut täte? Packen Sie es mit uns gemeinsam an und gehen Sie mit uns an das Feintuning, an den nächsten Schritt: Machen Sie aus guten Nachrichten HERVORRAGENDE Nachrichten. Ihre Airchecks und Arbeitsproben helfen uns dabei natürlich. Am dritten Tag steht die Präsentation der Nachrichten im Vordergrund. Fragen, die hier geklärt werden sollen: Wie verstärke ich meine textliche Botschaft durch die Präsentation? Wann ist welcher Sprech-Stil angebracht? Deutsche Hörfunkakademie, Dortmund

**DEUTSCHER
JOURNALISTEN-
VERBAND E.V.
GEWERKSCHAFT DER
JOURNALISTINNEN
UND JOURNALISTEN
BENNAUERSTRASSE 60
53115 BONN**

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

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

Adresse:
Bennauerstraße 60
53115 Bonn
Tel.: 0228-201 72 16
Fax: 0228-24 15 98
Internet: www.djv.de

Herausgeber:
Deutscher Journalisten-
Verband e.V.
- Gewerkschaft der
Journalistinnen und
Journalisten -,
Adresse s.o.

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.: 030/22488201
Fax: 030/22488202
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

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 09
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.: 0231-98 89 00
Fax: 0231-98 89 0-25
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.Sauerbier@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

FFFZ

Film Funk Fernseh Zentrum
Tel.: 0211-45 80-250
Fax: 0211-45 80-200
E-Mail: fffzmedienhaus@fffz.de
Internet: www.fffz.de

KLARA/ Henri-Nannen-Schule

Tel.: 030-79 74 27-0
Fax: 030-79 74 27-22
E-Mail: info@klaraberlin.de
Internet: www.klaraberlin.de

Journalisten-Akademie (DJV)

Tel.: 0711-226 17 88
Fax: 0711-296 11 3
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
Internet: www.journalistenschule-ruhr.de

Kölner Filmhaus

Tel.: 0221-22 27 10-30
Fax: 0221-22 27 10-99
E-Mail: seminare@koelner-filmhaus.de
Internet: www.koelner-filmhaus.de

medienbüro Hamburg

Tel.: 040-30 62 31 80
Fax: 040-30 62 31 89
E-Mail: info@medienbuero-hamburg.de
Internet: www.medienbuero-hamburg.de

Medienausbildungszentrum (MAZ)

Tel.: +41 (0)41 340 36 36
Fax: +41 (0)41 340 36 59
Internet: www.maz.ch