



DEUTSCHER
JOURNALISTEN-
VERBAND E.V.
GEWERKSCHAFT
DER JOURNALISTINNEN
UND JOURNALISTEN
BENNAUERSTRASSE 60
53115 BONN
TELEFON 02 28 - 2 01 72-16
TELEFAX 02 28 - 24 15 98
E-MAIL: DJV@DJV.DE
INTERNET: WWW.DJV.DE

Tarife

DJV fordert Überleitungstarifvertrag für Radio RPR, RADIO REGENBOGEN, big FM Baden-Württemberg, RadioCom S.W., MediaManagement S.W. und P.P.G. S.W.

Die privaten Radiosender Radio RPR, RADIO REGENBOGEN und big FM Baden-Württemberg beabsichtigen eine umfangreiche länderübergreifende Kooperation. Der erste Schritt wurde bereits vollzogen. So wurde die zweite landesweite Kette in Rheinland-Pfalz, Radio RPR Zwei, Anfang August durch die jugendorientierte Welle big FM Rheinland-Pfalz ersetzt. Gegen die Änderung des Programmschemas hatte die Landesanstalt für private Rundfunkveranstalter Rheinland-Pfalz (LPR) keine Bedenken, obwohl das Programm von big FM Baden-Württemberg weitgehendst übernommen wird.

Erhebliche Auswirkungen hat die geplante Ausgliederung der Bereiche Verwaltung, Verkauf und Marketing sowie Technik. Die drei beteiligten Radioveranstalter wollen diese Bereiche in drei neuen Unternehmen bündeln, um – wie es so schön heißt – Synergien zu nutzen. Bei der RadioCom S.W. werden Verkauf und Marketing zusammengeführt, bei der MediaManagement S.W. die Bereiche Verwaltung und Technik gebündelt. Der Stuttgarter Sender big FM Baden-Württemberg will seine Redaktion in die P.P.G. S.W. einbringen. Die Redaktionen von Radio RPR und RADIO REGENBOGEN sollen dagegen selbständig bleiben. Jedenfalls sind bislang etwaige Pläne für eine Zusammenlegung der Redaktionen nicht bekannt.

DJV und ver.di haben bereits einen gemeinsamen Entwurf für einen Überlei-

tungstarifvertrag ausgearbeitet. Mit dem Betriebsrat von Radio RPR und der Tarifkommission wird nun der Feinschliff abgestimmt. Mit diesem Tarifvertrag wird neben der Beschäftigungssicherung ein weitgehender Bestandsschutz für die betroffenen Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter von Radio RPR, RADIO REGENBOGEN und big FM Baden-Württemberg angestrebt. Zugleich soll ein Übergangsmandat des Betriebsrates von Radio RPR auch für die betriebsratslosen (neuen) Unternehmen gesichert werden.

Keine Bewegung bei Radio Schleswig-Holstein, Radio Hamburg und radio ffn

Nach dem Austritt der privaten landesweiten Radiosender aus dem Tarifverband Privater Rundfunk (TPR) Ende 2002/Anfang 2003 sind bislang keine Erfolge zu verzeichnen. Nach der Aufforderung zur Aufnahme von Haustarifverhandlungen gab es bislang noch wenig Bewegung seitens der Arbeitgeber. Bei Radio Schleswig-Holstein (R.SH) hat es bisher keine schriftliche Reaktion gegeben. Für die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter bei Radio Hamburg sah es nach einer Zusage der Geschäftsleitung zunächst positiv aus. Doch ein Rückzieher machte die Hoffnung zunichte. Mangels Unterstützung aus der Belegschaft ist allenfalls eine Minimallösung zu erreichen. Bei radio ffn sieht es noch schlimmer aus, da der Sender bereits Einschnitte in tarifrechtliche Ansprüche vollzogen hat: 12 statt 13,7 Gehälter und eine Nullrunde für 2003. Es bleibt eine nüchterne Erkenntnis: Ohne Unterstützung der Mitglieder lässt sich nichts bewegen und geht Vieles verloren.

Inhalt

Tarife	1
Meldungen aus der Rundfunkwelt	2
Medienpolitik	16
Sonstiges	18
Termine	19
Impressum Adressen	24

BADEN-WÜRTTEMBERG

www.djv-bw.de

SPD-Landtagsfraktion fordert mehr Transparenz bei Presse und privatem Rundfunk

Die SPD-Landtagsfraktion will in einem Parlamentsantrag Änderungen des Landespresse- und des Landesmediengesetzes verlangen, um sicher zu stellen, dass die Inhaber- und Beteiligungsverhältnisse bei Presse und privatem Rundfunk offen gelegt werden. Die SPD-Medienexpertin Birgit Kipfer meinte dazu, dass die bisherigen Angaben im Impressum der baden-württembergischen Zeitungen eher der Verschleierung als der Information dienen. Die Verflechtungen bei den Printmedien und beim privaten Rundfunk würden immer undurchsichtiger. Angesichts zunehmender Konzentrationsprozesse sei dies mit der grundgesetzlich verbürgten freien Meinungsbildung nicht mehr zu vereinbaren. Der DJV forderte bereits vor einem Jahr in einem Schreiben an Bundeskanzler Schröder mehr Transparenz im Printbereich.

Die Landesregierung von Schleswig-Holstein (SPD) hatte erst am 12. August 2003 einen Entwurf zur Änderung des Landespressegesetzes beschlossen, wonach Verlage verpflichtet werden, im Impressum der von ihnen herausgegebenen Zeitungen die Beteiligungsverhältnisse anzugeben. Im Falle einer regelmäßigen Übernahme fertiger Redaktionsteile hat die Zeitung (Anschlusszeitung) den Verleger und verantwortlichen Redakteur des übernommenen Teils anzugeben (sog. erweiterter Impressumszwang). Letzteres haben die anderen Bundesländer bereits eingeführt (z.B. § 8 Absatz 3 Landespressegesetz Baden-Württemberg).

Die Offenlegung der Beteiligungsverhältnisse kann als erster Schritt zu einer wirksamen Kontrolle der Medienkonzentration in den Printmedien und dem privaten Rundfunk dienen. Anders als im bundesweiten privaten Fernsehbereich, wo die Beteiligungsverhältnisse der bundesweiten Veranstalter von der Kommission zur Ermittlung der Konzentration im Medienbereich (KEK) festgehalten werden (siehe: www.kek-online.de/cgi-bin/esc/beteiligung.html), fehlen in den Bereichen Print, privater Hörfunk sowie regionale und lokale TV-Veranstalter umfassende Übersichten, die allgemein zugänglich sind. Zwar veröffentlichen manche Landesmedienanstalten Übersichten über die aktuellen Gesellschafter, allzu

oft jedoch ohne Angaben zu den von ihnen gehaltenen Anteilen (Gesellschafter-, Kapital-, Stimmrechtsanteile). In den meisten Fällen bleibt nur ein Rückgriff auf Pressemitteilungen der Landesmedienanstalten zu gelegentlichen Veränderungen der Beteiligungsverhältnisse. Radiosender legen in den seltensten Fällen ihre Beteiligungsstruktur offen (z.B. Impressum auf der Homepage des Senders). Eine intensive Recherche über die Beteiligungsverhältnisse kann der Hörschaft jedoch nicht zugemutet werden.

RTL gibt Anteile an Hit Radio RTL auf / Sender heißt jetzt Hit 1 / Weg frei für Einstieg bei RADIO REGENBOGEN und big FM

Nachdem RTL seine Anteile an dem privaten Radiosender für den Raum Karlsruhe, Pforzheim und Baden-Baden aufgegeben hat, strahlte der Sender sein Programm seit 18. August 2003 unter dem Namen Hit 1 Radio aus. Nunmehr heißen sie Hit 1 Radio Karlsruhe, Hit 1 Radio Pforzheim bzw. Hit 1 Radio Baden-Baden.

Der Sender will nun sein Programm komplett in Karlsruhe produzieren. RTL soll dem Sender angeboten haben, den bisherigen Namen fortführen zu können und Teile des Programms aus Berlin zu übernehmen, was der Sender jedoch abgelehnt habe.

RTL war an der RTL Radio Karlsruhe GmbH & Co. KG mit 25,2 % beteiligt, entschied sich jetzt aber dafür, die Anteile aus kartellrechtlichen Gründen zu verkaufen, um den Einstieg bei RADIO REGENBOGEN (Mannheim) und indirekt bei big FM Baden-Württemberg (Stuttgart) vollziehen zu können. Der Einstieg bei diesen Sendern ist Teil des Deals mit der Holtzbrinck-Gruppe über die Anteile der AVE Gesellschaft für Hörfunkbeteiligungen mbH an insgesamt 12 Radiosendern. Die AVE Gesellschaft für Hörfunkbeteiligungen mbH hatte 23,84 % an RADIO REGENBOGEN und - indirekt über diesen Sender - 48,49% an big FM Baden-Württemberg gehalten. RTL hatte diese Anteile im Frühjahr 2003 übernommen.

Hit Radio RTL ging erst letztes Jahr im Zuge der Neuausschreibung von 13 lokalen und drei regionalen Verbreitungsgebieten auf Sendung. Die RTL Radio

Karlsruhe GmbH & Co. KG hatte den Zuschlag für das Verbreitungsgebiet Lokal 2 erhalten und damit den bisherigen Sender „die Welle“ vom Markt verdrängt. Die Entscheidung war innerhalb des Medienrates der Landesanstalt für Kommunikation Baden-Württemberg (LfK) nicht unumstritten - von den 31 abgegebenen Stimmen votierten nur 18 für Radio Karlsruhe GmbH & Co. KG (Hit Radio RTL).

(Siehe auch Pressemitteilung des DJV Landesverbandes Baden-Württemberg vom 23.07.2003: www.djv-bw.de/html/2_Basisinfo/f_basisinfo.htm unter Aktuelles).

Evangelische Landeskirche kritisiert Aktion von Hit-Radio Antenne 1

Der meistgehörte private Radiosender in Baden-Württemberg will die Heirat von Menschen vermitteln, die sich noch nie zuvor gesehen haben. Die Aktion „Zwei Fremde – eine Hochzeit“ sollen ihren Höhepunkt bei der Trauung im größten Hotel der Welt in – wo sonst - Las Vegas finden. Inzwischen sollen sich mehr als 400 Menschen aus Baden-Württemberg beworben haben. Ein „Expertenteam“ – ein Psychologe, eine Partnervermittlerin, eine Graphologin und eine Astrologin - soll das Paar zusammenführen. Die Evangelische Landeskirche hat gegen diese Aktion protestiert: „Nein zum verrücktesten Ja-Wort der Welt“.

Klassik Radio auf Sendung

Nachdem der Medienrat der Landesanstalt für Kommunikation Baden-Württemberg (LfK) Ende Mai diesen Jahres die Lizenz für ein Spartenprogramm „Kultur mit einem Schwerpunkt auf klassischer Musik“ an die Klassik Radio GmbH & Co. KG vergeben hatte, ist der Sender am 01. August 2003 auf Sendung gegangen. Neben der bisherigen Verbreitung des Programms über Kabel und Satellit kann die Hörerschaft im Großraum Stuttgart, Karlsruhe und Göppingen jetzt auch über UKW das Klassikprogramm empfangen.

LfK kritisiert Vorschlag des Rechnungshofs über mögliche Fusion mit der LPR Rheinland-Pfalz

Die Denkschrift 2003 des Rechnungshofs Baden-Württemberg hat heftige Kritik der Landesanstalt für Kommunikation Baden-Württemberg (LfK) ausgelöst. In dem Beitrag zur Finanzausstattung der LfK machte der Rechnungshof mehrere Empfehlungen zur Kostenreduzierung, u.a. den Vorschlag einer Fusion mit der Landeszentrale für privaten Rundfunkveranstalter (LPR) Rheinland-Pfalz. Der Rechnungshof habe jedoch dabei selbst eingeräumt, dass „mit einer möglichen Fusion der Landesmedienanstalten mehrerer Länder deren jeweiliger medienpolitischer Gestaltungsspielraum tangiert“ würde, heißt es in der *Pressemitteilung zur Denkschrift 2003 vom 14.07.2003* (www.rechnungshof.baden-wuerttemberg.de). Belege für weitere Synergien, die über die bisherige Zusammenarbeit der Landesmedienanstalten hinausgingen, habe der Rechnungshof nicht genannt, so die LfK in der *Pressemitteilung der LfK vom 14.07.2003* (www.lfk.de).

Nicht weniger überrascht war die LfK vom Vorschlag des Rückzugs aus der Förderung der Infrastruktur des privaten Hörfunks und Fernsehens, insbesondere die Reduzierung der finanziellen Hilfen beim Umstieg auf die digitale Technik (Umstellung von analog auf DAB). Laut LfK widerspreche diese Empfehlung dem einstimmigen Beschluss der Bundesregierung und aller Ministerpräsidenten der Länder. Die Förderung der Verbreitung über DAB - dies sei am Rande erwähnt - wird allerdings nicht in allen Bundesländern befürwortet. Der Rechnungshof kritisierte dabei aber weniger das Ob als vielmehr das Wie (indirekte Förderung). Er erinnerte an die rechtlichen Vorgaben, die den Mitteleinsatz zur Förderung einer landesrechtlich gebotenen technischen Infrastruktur zulassen.

(siehe auch Pressemitteilung des DJV Landesverbandes Baden-Württemberg vom 12.08.2003: www.djv-bw.de/html/2_Basisinfo/f_basisinfo.htm unter Aktuelles).

BAYERNwww.bjv.de**ProSiebenSat.1 Media AG: neuer Anlauf von Haim Saban geclückt**

Es ist vollbracht – Haim Saban darf nun doch mit dem Segen des Gläubigerausschusses bei der ProSiebenSat.1 Media AG einsteigen. Saban konnte sein Vorhaben allerdings erst beim zweiten Anlauf umsetzen. Anscheinend konnte er in der Zwischenzeit finanzstarke Investoren überzeugen, dass sich eine Beteiligung an dem Medienkonzern lohnt. Die Beteiligungsgesellschaft heißt P7S1 Holding L.P., mit Sitz auf den Cayman-Inseln. Diese Tochtergesellschaft der Saban Capital Group Inc. (SCG) übernimmt 36 Prozent des Grundkapitals an der ProSiebenSat.1 Media AG und wird 72 Prozent der Stimmrechte halten.

Zu den Investoren um die Saban Capital Group Inc. (SCG) gehören Hellmann & Friedman, Bain Capital, Quadrangle, Thomas H. Lee, Providence Equity und Alpine. Sie sollen eine Option haben, ihre Darlehen in direkte Anteile umzuwandeln. Die Kommission zur Ermittlung der Konzentration im Medienbereich (KEK) bestätigte am 20. August 2003 ihre Entscheidung vom 13. Mai 2003 – damals hatte sie bereits grünes Licht für den Einstieg von Saban gegeben. Neue Mitglieder im Aufsichtsrat werden Hubertus Meyer-Burckhardt (Axel Springer Verlag), Adam Chesnoff (COO der SCG), Wolfgang Hartmann (Vorstandsmitglied der Commerzbank), Ron Kenan (Medienberater), Ynon Kreitz (Direktor der SCG), Arieh Saban (Medienkaufmann) und Haim Saban (Chairman und CEO der SCG). Mathias Döpfner (Vorstands-Chef des Axel Springer Verlages) bleibt weiterhin Mitglied des Aufsichtsrates. Die Spitze des Gremiums bilden nun Haim Saban (Vorsitzender; bisher Michael Jaffé, Insolvenzverwalter der KirchMedia GmbH & Co. KGaA) und Adam Chesnoff (Vize; bisher Wolfgang Hartmann).

In dem Engagement von Saban sieht die bayerische Regierung die Chance auf den Erhalt der Arbeitsplätze und die Aussicht auf neue Investitionen am Medienstandort Bayern (Pressemitteilung der Bayerischen Staatskanzlei vom 05.08.2003). Immerhin handelt es sich um den stärksten Konkurrenten der RTL Group in Deutschland und - wie die RTL Group - mit einer Senderfamilie und unzähligen Tochterunternehmen im Portfolio.

Eine wesentliche Veränderung zu seinem früheren Angebot gibt es jedoch. Die Filmrechtebibliothek der KirchMedia GmbH & Co.KGaA, das Herzstück der ehemaligen KirchGruppe, ist nicht im Paket enthalten. Welche Veränderungen sich für die ProSiebenSat.1 Media AG und die Belegschaft ergeben, ist noch völlig offen. Immerhin sagte Saban gegenüber der *Welt am Sonntag* am 10.08.2003, dass er mit dem derzeitigen Management weiterarbeiten, am Nachrichtensender N 24 festhalten und die Beziehung zwischen Hollywood und der ProSiebenSat.1 Media AG stärken und neu aufbauen sowie das Merchandising-Geschäft weiterentwickeln und das Video-/DVD-Geschäft aufbauen wolle. Um das Filmgeschäft der Senderfamilie soll sich ab sofort Guillaume de Posch kümmern, den Saban in den Vorstand berufen hat. Der Belgier de Posch war bisher Generaldirektor des französischen Absenders TPS. Aktuelle Pläne, einzelne Sender wie SAT.1 zusammenzulegen, gebe es nicht.

Um so mehr verwundert das Lockgebot des Senats der Hansestadt Hamburg, dem Konzern einen neuen Sitz anzubieten, nämlich mit billigen Immobilien und der liberalsten Medienordnung in Deutschland - erst vor kurzem ist das neue Hamburger Mediengesetz (HambMedienG) in Kraft getreten. Ein Angebot, das sogleich eine Reaktion aus Bayern ausgelöst hatte: „komisch und welfremd“, so der Bayerische Medienminister Erwin Huber gegenüber dem *Münchner Merkur* vom 17.08.2003. Ob tatsächlich alles beim Alten bleibt, wird sich in den kommenden Monaten zeigen.

Werbeverstoß bei BMW-Dauerwerbesendung im Programm von Pro7 und SAT.1 / BDU fordert Firmen-TV

Die Gemeinsame Stelle Programm, Werbung und Medienkompetenz hat festgestellt, dass die am 29. Juni ausgestrahlte Dauerwerbesendung zur Premiere des neuen BMW im Programm von Pro7 und SAT.1 gegen die Werberichtlinien der Landesmedienanstalten verstoßen hat. Es habe sich zwar um eine redaktionell gestaltete Sendung gehandelt. Der Werbecharakter habe jedoch eindeutig im Vordergrund gestanden. Eine Kennzeichnung der Sendung als „Dauerwerbesendung“ sei nicht erfolgt. Die Einblendung des Schriftzuges „Infomercial“ sei nicht ausreichend gewesen.

Die zuständigen Landesmedienanstalten – für SAT.1 ist es die Landeszentrale für private Rundfunkveranstalter Rheinland-Pfalz (LPR) und für Pro7 die Medienanstalt Berlin-Brandenburg (mabb) - werden sich nun mit dem Fall befassen.

Der Bundesverband Deutscher Unternehmensberater e.V. (BDU) fordert nun eine Reform der Programm- und Werberegulungen im Rundfunkrecht. Der BDU möchte eine Regelung für Firmen-TV als eine dritte Säule neben redaktionellem Programm und Werbung. Unternehmen sollen im Rahmen des neuen TV-Formats in sachlicher Form über Wirtschafts- und Brancheneignisse informieren können, heißt es in der BDU-Pressemitteilung vom 05.08.2003. Der BDU wies auch auf die Vielzahl von Grauzonen hin. Schleichwerbung und Productplacement – vor allem im Fernsehen - bezeichnete der BDU als Verletzung der redaktionellen Verantwortung und Betrug am Zuschauer.

KirchMedia: mehrere Interessenten für Filmrechte / Kirch gegen Breuer vor OLG München

Die Geschäftsleitung der KirchMedia GmbH & Co. KGaA verhandelt noch mit mehreren Interessenten über den Verkauf des Filmrechtearchivs. Einen Teil der Filmrechte (2.500 Titel) hatte sich die ProSieben Sat.1 Media AG bereits gesichert. Die Senderfamilie kann sich laut *Süddeutscher Zeitung vom 23.07.2003* in den nächsten zehn Jahren Titel frei aussuchen und in Deutschland sowie im Kabelnetz in Österreich und in der Schweiz ausstrahlen. Aber der überwiegende Teil (ca. 15.500 Filme und Serien) steht noch zur Disposition. Interesse haben u.a. die Telepool GmbH, Constantin Film (Bernd Eichinger) und der Münchener Filmrechtehändler Herbert Kloiber. Die Telepool GmbH mit Sitz in München ist ein Tochterunternehmen der ARD-Sender BR, MDR und SWR sowie des Schweizer Rundfunks (SF DRS).

Im Prozess Leo Kirch gegen Rolf Breuer geht es am 13. August 2003 vor die zweite Instanz. Breuer wehrt sich gegen das Feststellungsurteil des Landgerichts München, wonach er Leo Kirch den entstandenen Schaden ersetzen muss. Hintergrund des Verfahrens sind die Äußerungen Breuers als damaliger Vorstandschef der Deutschen Bank in einem Fernsehinterview im Februar 2002 in den USA. Das Landgericht München urteilte, dass Breuer mit der Aussage gegen die Verschwiegenheitspflicht der Banken verstoßen

habe. Die Entscheidung des Münchener Oberlandesgerichts wird für frühestens Ende September erwartet.

Premiere gibt „tv komplett“ als 14-tägige Programmzeitschrift heraus

Am 26. September 2003 wird Premiere das erste TV-Magazin für analoges und digitales Fernsehen in Deutschland und Österreich auf den Markt bringen. Die neue Programmzeitschrift wird im Big-Pocket-Format (191 x 251mm) erscheinen und zunächst 1 Euro kosten. Abonnenten erhalten zunächst kostenlose Exemplare des angeblich über 200 Seiten dicken Hefts. Nach der Einführungsphase gibt es tv komplett für 1,45 Euro bzw. 1,25 Euro für Abonnenten. Die eigens gegründete Premiere Verlag GmbH ist eine 100-prozentige Tochter der Premiere Fernsehen GmbH & Co. KG. Sie wird von Andrea Blessing und Michael Börnicke geführt. Chefredakteur wird Stephan Millies. Das Redaktionsteam des bisherigen Premiere-Magazins wird vollständig übernommen. Mittelfristig will die Premiere Verlag GmbH mehr als 90 Mitarbeiter beschäftigen.

Tele 5 erweitert Kooperation mit RTL II

Der private TV-Sender Tele 5 will weitere Programmbestandteile von RTL II übernehmen. Tele 5 ging im April 2002 unter der Leitung von Jochen Kröhne wieder auf Sendung. Es handelt sich um ein Unterhaltungsprogramm aus Spielfilmen, Serien, Cartoons, Eigenproduktionen, Reality-TV-Formaten, Show-Formaten und Teleshopping-Angeboten. Ähnlich wie bei der „Big Brother“-Staffel (RTL II) sollen beispielsweise lange Ausschnitte aus der „Fame Academy“ (RTL II) gezeigt werden. Kröhne möchte bereits 2005 den break even erreichen.

Der Sender gehört zur Tele-München-Gruppe (TMG). Alleingesellschafter der TM-TV GmbH & Co. KG (Tele 5) ist die Tele-München Fernseh-GmbH & Co. Produktionsgesellschaft, an der wiederum Dr. Herbert Kloiber (55%) und die EM.TV & Merchandising AG (45%) beteiligt sind. Der TMG wie auch der EM.TV werden neben Tele 5 auch die Programme von RTL II, Junior/K-toon und DSF zugerechnet.

RTL II baut eigene Vermarktung auf / Umsatzrendite von ca. 20% erwartet

Der in München ansässige private Sender RTL II will zum Jahresende aus der gemeinsamen Vermarktung durch die RTL-Group-Tochter IP Deutschland GmbH ausscheren und eine eigene Werbeverkaufstochter (El Cartel Media) aufbauen. Entsprechende Stellen sind bereits ausgeschrieben (www.rtl2.de). Der Sender soll im ersten Halbjahr knapp 150 Mio. Euro (netto) erwirtschaftet haben. Geschäftsführer Josef Andorfer will den Gewinn im Jahr 2003 um 20% steigern, so die optimistische Aussage gegenüber dem *Handelsblatt* vom 31.07.2003. Für das laufende Jahr erwartet er eine Umsatzrendite von knapp 20%. Bei RTL II werden derzeit ungefähr 110 Mitarbeiter beschäftigt.

An dem Sender sind die RTL Group mit 35,9%, die Tele-München Fernseh-GmbH & Co. Medienbeteiligungs KG (TMG-Gruppe) und der Heinrich Bauer Verlag mit jeweils 31,5% sowie die Burda GmbH mit 1,1% beteiligt.

Den Weg zur selbständigen Vermarktung wird die RTL Group ärgern, denn seit Jahren will der Konzern seine Beteiligung an RTL II ausbauen. Das haben die anderen Gesellschafter bisher jedoch verhindert.

Hit Radio RT.1 mit neuer Redaktionsleitung

Antje Lemtis (33) ist seit 01. September 2003 Redaktionsleiterin bei dem privaten Radiosender Hit Radio RT.1. Sie ist seit 1997 in der Redaktion des Senders fest angestellt und übernahm Anfang des Jahres die kommissarische Leitung der Redaktion. Hit Radio RT.1 ist der Marktführer in Augsburg. Gesellschafter des AC-Formatradios mit der Zielgruppe 25 bis 54 Jahren sind die RT.1 GmbH (40%), die WKN Radio GbR (20%), die Wertinger Zeitung Krauß & Söhne Druckerei u. Verlag GmbH (20%) – eine Regionalausgabe der „Augsburger Allgemeine“ (pd Presse-Druck- und Verlags GmbH) - sowie die Studio Gong GmbH AV Produktionsgesellschaft & Co. Betriebs KG Augsburg (20%). Hit Radio RT.1 gehört zur RT.1 media group (Hit Radio RT.1, Oldie RT.2, RT.1 economy tv, RT.1 mobil media, RT.1 studios).

BERLIN

www.djv-berlin.de

ProSiebenSat.1 Media AG gibt die ddp Nachrichtenagentur GmbH ab

Die ProSiebenSat.1 Media AG trennte sich von der ddp Nachrichtenagentur GmbH, der zweitgrößten deutschen Nachrichtenagentur mit Sitz in Berlin. Die SFG Beteiligungs GmbH hat nun ddp rückwirkend zum 01. Juni 2003 übernommen. Mehrheitsgesellschafter der SFG Beteiligungs GmbH sind wiederum der Geschäftsführer von ddp, Lutz Schumacher, und ddp-Vertriebschef Wilfried Hub. Die umfangreiche Kooperation mit der ProSiebenSat.1 AG soll jedoch fortgesetzt werden. Nach ddp-Angaben werden 160 feste und 200 freie Mitarbeiter an 26 Standorten (5 Länder- und 21 Korrespondentenbüros) beschäftigt. Die ProSiebenSat.1 Media AG hatte ddp erst vor 5 Jahren gekauft.

RadiJoJo! – erstes Kinderradio will starten

Gründer Thomas Röhlinger plant den Aufbau des ersten Kinderradios in Deutschland. Mit Hilfe von privaten Spenden und Subventionen – über die Partner gibt es noch keine Angaben – will Röhlinger ein werbefreies Programm von 6.00 bis 21.00 Uhr ausstrahlen, u.a. mit Hörspielen, von Kindern produziertes Programm, Musik und Verkehrserziehung. Röhlinger sagte gegenüber *epd Medien* (Nr. 64 vom 16.08.2003), es gebe Absprachen mit Verlagen, Musikfirmen und Privatsendern oder lokalen Bürgerradios, die RadiJoJo! Programminhalte zu freundlichen Preisen überliefern. Das Programm werde zunächst von Freiwilligen auf ehrenamtlicher Basis erstellt. Langfristig sollen jedoch feste Arbeitsplätze entstehen. Derzeit werde eine gemeinnützige GmbH gegründet. Gesellschafter sind laut Impressum u.a. Thomas Röhlinger, Dr. Ulrich Fieger (Geschäftsführer DaimlerChrysler tv.media) und Dr. Peter Röhlinger

(Oberbürgermeister Stadt Jena). Das Programm soll zunächst über Internet und DAB verbreitet werden. Allerdings liege der Medienanstalt Berlin-Brandenburg (mabb) noch kein Antrag für eine DAB-Lizenz vor, so die mabb-Sprecherin Susanne Grams gegenüber *epd Medien* (Nr. 64 vom 16.08.2003). Entsprechende Kapazitäten stünden aber zur Verfügung. Die mabb hat RadiJoJo! und dem Sender kaufradio (siehe unten) eine vorübergehende Nutzung der Berliner UKW-Frequenz 104,1 MHz ermöglicht. Die Website lautet www.radijojo.de.

kaufradio – Einkaufen im Hörfunk

Im Raum Berlin-Brandenburg ging der neue digitale Sender auf Sendung. Das Programm, eine Mischung aus Musik, Einkaufsempfehlungen und Verbrauchertipps, wird von der DRBB Digital Radio Berlin Betriebs GmbH i.Gr. veranstaltet. Wer über Radio einkaufen will, kann künftig im digitalen Äther von Berlin-Brandenburg direkt beim Sender die von ihm angebotenen Waren bestellen. Über die Homepage des Senders werden Konsumenten auf die Seiten der Hersteller weitergeleitet. Für den Sender soll zunächst ein

Team von sieben Personen arbeiten. Einkaufsempfehlungen gibt es zweimal pro Stunde. Das Programm kann in Berlin vorübergehend über UKW 104,1 (abwechselnd mit RadiJoJo!) empfangen werden. Geschäftsführender Gesellschafter ist Oliver Dunk, der in den 80er Jahren am Aufbau des ersten privaten Radiosenders in Berlin (Hundert,6) beteiligt war. Dunk will die Zielgruppe der 29- bis 59-Jährigen erreichen. Bei Radio-Shopping handelt es sich um ein Novum in der deutschen Radiolandschaft. Das verwandte Modell – TV-Shopping – verzeichnet seit dem Start stetig wachsende Umsatzzahlen.

Spreeradio 105,5 startet mit Radio-Annoncen

Der private Berliner Sender startet im September eine neue Werbeform im Radio. Werbekunden und Hörer können jetzt unter einer kostenpflichtigen Telefonnummer Annoncen aufgeben, die im Radio ausgestrahlt werden. Radio-Annoncen sollen für einen Preis ab 59,-- Euro gebucht werden können. Der Sender hat die Werbeform mit der Hamburger WayOf.Net GmbH entwickelt.

BRANDENBURG

www.djv-brandenburg.de

Neuausschreibung für Frequenz der Radio Power 4 / Fünf Bewerber / BB Radio und 94,3 r.s.2 treten gemeinsam an

Der Lizenzinhaber, die Radio Power 4 GbR mit Sitz in Angermünde, hat den Sendebetrieb von RADIO POWER 4 eingestellt. Das Programm mit der Zielgruppe der 14- bis 70-Jährigen ging am 20. April 2000 auf Sendung. Geschäftsführende Gesellschafter sind Gabriele Rausch (60%) und Michael Puhr (40%). Das Programm wollte die Nord-Brandenburg GmbH jedoch weiter betreiben. An diesem Unternehmen waren wiederum die Radio Power 4 GbR und die Hundert,6 Medien GmbH beteiligt. Inzwischen soll die Radio Hundert,6 Medien GmbH Alleingesellschafterin sein. Hundert,6 wollte die Nachrichten und Musik zu liefern, die Regionalberichterstattung sollte dagegen beibehalten werden. Da eine Übertragung der Sendeerlaubnis (Lizenz) nicht zulässig ist, hätte diese Veränderung nicht genehmigt werden können. Die Medi-

anstalt Berlin-Brandenburg (mabb) hatte daher am 10. Juli 2003 eine Neuausschreibung für die UKW-Frequenzen des Senders (89,2 MHz in Templin, 91,8 MHz in Oranienburg, 93,2 MHz in Casekow, 92,7 MHz in Prenzlau sowie 107,0 MHz in Angermünde) veranlasst.

Die Sendungen von RADIO POWER 4 dürfen jedoch bis zum Abschluss des Auswahlverfahrens ausgestrahlt werden. Bewerbungsschluss war Mittwoch, 20. August 2003.

Für eine Überraschung sorgten die beiden Marktführer in Berlin und Brandenburg, BB Radio und 94,3 r.s.2. Die privaten Radiosender haben einen gemeinsamen Antrag auf die ausgeschriebene Hörfrequenz der Power Radio 4 GbR bei der Medienanstalt Berlin-Brandenburg (mabb) eingereicht. Die Sender wollen auf der Frequenz ein 24-stündiges Mantelprogramm mit regionalen und lokalen Nachrichtensegmenten ausstrahlen.

Die Sender planen dazu die Gründung der Gesellschaft „Radio Barnim-Uckermark“, die paritätisch von den Geschäftsführern Katrin Helmschrott (BB Radio) und Carsten Neitzel (94,3 r.s.2) geleitet werden soll. Als Zielgruppe haben die Sender die 40- 59-Jährigen in der uckermärkischen Region im Visier. Die geplante gemeinsame Veranstaltung des Programms begründet Katrin Helmschrott unter anderem damit, dass eine Zulassung für einen weiteren Radioanbieter in Nord-Ost-Brandenburg auch unter ökonomischen Aspekten äußerst kritisch sei. Werbeeinnahmen könnten in der dünn besiedelten Region nur über die Lokalvermarktung akquiriert werden.

Desweiteren haben sich „Radio NOB – Das Radio für die Region Nord-Ost-Brandenburg“, der Berliner Sender 98 8 KISS FM und der Spartensender TruckRadio CountryStar beworben. Radio NOB will ein Lokalradio

veranstalten. Gesellschafter sind Fred Mrosek und Matthias Riffert. 98 8 KISS FM ist ein jugendorientiertes Radioprogramm der KISS FM Radio GmbH & Co. KG. Deren Gesellschafter sind die Frank Otto Medienbeteiligungsgesellschaft mbH & Co. KG (50,2%) und die Europäische Rundfunk- und Fernseh GmbH Europe 1 (49,8%). Dem Sender fehlen bislang Stützfrequenzen in Brandenburg. Hinter TruckRadio CountryStar steht die starlet media AG von Michael Meister. Die Nord-Brandenburg GmbH i.Gr. (Hundert,6) hat sich ebenfalls beworben.

Nach Angaben der mabb (*Pressemitteilung vom 02.09.2003*) ist es nicht ausgeschlossen, dass die laufende Ausschreibung mit der Ausschreibung weiterer Frequenzen in Berlin und Brandenburg verbunden wird.

HAMBURG

www.djv-hamburg.de

Studienfach Journalistik noch immer sehr begehrt

Mit 400 Bewerbungen am Institut für Journalistik und Kommunikationswissenschaft hält der Ansturm auf den Studiengang Journalistik an der Hamburger Universität zum Wintersemester an. Im vergangenen Jahr waren es ein Drittel weniger Bewerber.

Der Numerus Clausus (NC) wurde von 1,5 auf 1,3 verschärft. Eine Chance hat auch, wer eine Wartezeit von 7 Jahren auf das Studienfach nachweisen kann. Voraussetzung ist zudem ein sechswöchiges Praktikum bei einem Medienunternehmen. Das Institut plant angeblich, künftig einen Teil der Studienplätze über einen Eignungstest zu vergeben.

HESSEN

www.hjvonline.de

Rhein-Main TV (RM-TV) hat Homepage / Medienpartnerschaft mit Frankfurt Galaxy

Der Mitte Oktober startende Ballungsraumfernseher Rhein Main TV ist bereits seit einiger Zeit im Internet präsent. Die Homepage lautet: www.rheinmaintv.de. Dort können die aktuellen Informationen über den Sender abgerufen werden, so über die neue Medienpartnerschaft mit dem Football-Club Frankfurt Galaxy. RM-TV will unter anderem ein wöchentliches Frankfurt Galaxy Magazin und diverse Begleitsendungen ausstrahlen. Die Kooperation zwischen dem Hessischen Rundfunk (HR) und dem

Football-Club ist ausgelaufen. Der HR hat inzwischen eine Medienpartnerschaft mit dem Bundesliga-Aufsteiger Eintracht Frankfurt vereinbart.

HIT RADIO FFH ist Sponsor der hessischen Fußball-Oberliga / harmony.fm startet am 01.09.2003

Hessens Fußball-Oberliga heißt ab sofort FFH-Oberliga Hessen – ein Novum in der Geschichte des Deutschen Fußball Bundes (DFB). Der hessische Radio-Marktführer der Radio/Tele FFH GmbH & Co.

Betriebs-KG aus Bad Vilbel ist nicht nur Namensgeber, sondern wird in allen Oberliga-Stadien und auf allen Trikots der Oberliga-Kicker optisch präsent sein.

Damit geht eine intensivere Berichterstattung aus der FFH-Oberliga Hessen einher. Die Medienpartnerschaft soll ein Volumen im unteren sechsstelligen Bereich haben. Die Oberliga-Vereine erhalten nicht nur abhängig vom sportlichen Erfolg, sondern auch nach Kriterien wie Fairness und Nachwuchsförderung Anteile am Sponsorengeld.

Die dritte Welle des privaten Radioveranstalters ging am 01. September 2003 auf Sendung. Der neue Sender „harmony.fm – Classic Hits & Gute Laune“ will das Programm mit Hits aus vier Jahrzehnten, Nachrichten um Halb und Informationen aus der Umgebung, Deutschland und aus der Welt gestalten und insgesamt ein „positives Lebensgefühl vermitteln“, so die Sender-Angaben. Das für Hörer ab etwa 40 Jahre konzipierte Programm ist über UKW, Satellit und DAB empfangbar. FFH hatte die Lizenz für ein bundesweit zugelassenes Spartenprogramm am 26. Mai 2003 von der Hessischen Landesanstalt für privaten Rundfunk (LPR Hessen) erhalten. Für die Lizenz hatten sich noch die Deutsche RockRadio GmbH & Co. KG (Rockland Radio), die HIT MIX FM AG (HIT MIX FM), die RTL Radio Deutschland GmbH (RTL Radio), die Radyo Metropol FM Betriebs GmbH & Co. KG (Radyo Metropol FM), die inzwischen insolvente Mega Radio GmbH (Mega Radio) und das Bildungswerk der Erzdiözese Köln e.V. (Domradio) beworben.

FAZ startet tagesaktuellen Audioservice für Radiosender

Die Frankfurter Allgemeine Zeitung (FAZ) bietet Hörfunksendern ab September einen neuen Service an. Die FAZ bereitet ihre Topthemen des Tages audiogerecht auf, und zwar als O-Ton-Paket mit Statements aus der FAZ-Redaktion, als Nachrichtenmanuskript mit eingebettetem Statement oder als Korrespondentenbeitrag („News-Korri“). Diese sollen Radiosender kostenfrei herunterladen können. Die FAZ-Redakteure sind für den Inhalt verantwortlich, Produktion und Distribution übernimmt der Leipziger PR-Dienstleister directnews. Die directnews AG wurde von Thomas Rehder und Wolfgang Zehrt gegründet.

Landeshauptstadt Wiesbaden plant Fernsehmuseum

Wiesbaden plant die Errichtung eines Deutschen Fernseh museums. Wesentliches Ziel ist es, „in Erlebnisräumen die Programmgeschichte auch als Zeit- und Kulturgeschichte darzustellen“, so der Leiter des Kulturamtes Arno Fischer gegenüber *epd Medien* (Nr. 64 vom 16.08.2003). Für das Projekt soll bislang nur eine Machbarkeitsstudie vorliegen, Gelder seien dagegen noch nicht eingestellt worden. Im Herbst 2003 soll das Projekt in der Stadtverordnetenversammlung vorgestellt werden. Erst danach wird eine Grundsatzentscheidung getroffen.

MECKLENBURG-VORPOMMERN

www.djv-mv.de

Dr. Uwe Hornauer wird nächster Direktor der LRZ

Der Landesrundfunkausschuss der Landesrundfunkzentrale Mecklenburg-Vorpommern (LRZ) wählte am 16. Juli 2003 Dr. Uwe Hornauer (49) zum nächsten Direktor der LRZ. Hornauer ist promovierter Germanist, Theologe und Sozialwissenschaftler, arbeitete bislang als Journalist sowie als Verwaltungsfachmann. Er war in Nürnberg Amtsleiter für internationale Wirtschaftsförderung, von 1996 bis 2002 leitete er das

Hamburg-Altonaer Bezirksamt. Hornauer wird am 17. Januar 2004 antreten. Die Amtszeit von Joachim Steinmann endet am 16. Januar 2004.

NIEDERSACHSEN

www.djv-niedersachsen.de

FOCUS TV unterliegt vor Verwaltungsgericht / weitere Beschwerden bei der NLM

Der Eilantrag von FOCUS TV beim Verwaltungsgericht Hannover wurde am 17. Juli 2003 zurückgewiesen. Das Gericht teilte nicht die Auffassung von FOCUS TV, dass der Bertelsmann-Konzern über Zwischengesellschaften auf RTL und auch über Gruner + Jahr einen beherrschenden Einfluss auf den Spiegel-Verlag und damit auf die Produktionsunternehmen Spiegel TV und dctp ausüben könne. FOCUS TV stört vor allem die wiederholte Lizenzerteilung an Alexander Kluges TV-Produktionsgesellschaft Development Company for Television Program (dctp). Erst vor kurzem hatte die Niedersächsische Landesmedienanstalt für privaten Rundfunk (NLM) dctp die so genannte Drittsendezeit-Lizenz bei RTL erteilt. FOCUS TV hatte sich ebenfalls beworben. (siehe auch Meldung bei Rheinland-Pfalz). FOCUS TV will gegen die Entscheidung des Verwaltungsgerichts Hannover Beschwerde vor dem Oberverwaltungsgericht Lüneburg einlegen und das Hauptsacheverfahren fortführen.

Die Produktionsgesellschaft Me Myself and Eye (MME) aus Hamburg und TV Plus aus Hannover gingen bei der Lizenzvergabe ebenfalls leer aus. Sie hatten sich um Sendezeitschienen beworben, die an das Unternehmen AZ Media vergeben wurden. AZ Media produziert u.a. Helden des Alltags, money trend, natur trend, future trend, ist aber auch technischer Dienstleister für RTL. MME und TV Plus haben Beschwerde bei der NLM eingereicht. Eine Entscheidung der Versammlung der NLM sollte am 10. September 2003 getroffen werden.

Ausschreibung für lokales Bürgerradio in Hildesheim

Die Niedersächsische Landesmedienanstalt für privaten Rundfunk (NLM) hat die UKW-Frequenz 105,3 MHz für ein Bürgerradio in Hildesheim ausgeschrieben. Bewerbungen konnten bis zum 15. September 2003 eingereicht werden. Mit dem Verein „Radio Tonkühle Trägerverein nicht kommerzielles Lokalradio in Hildesheim“ steht ein Interessent bereits fest. Dem Verein gehören 76 Hildesheimer Institutionen und Privatpersonen an, unter anderem die Universität, die bereits das studentische Internetradio www.tonkuehle.de betreibt. Einer der Mitglieder ist auch die katholische Bernward Mediengesellschaft mbh, die auch an dem niedersächsischen Privatsender Hit-Radio Antenne beteiligt ist. Sie produziert neben der Kirchenzeitung Hildesheim Hörfunksendungen für private Sender und den NDR. Thomas Hagenhoff, Geschäftsführer der Bernward Mediengesellschaft und zugleich stellvertretender Vorsitzender des Vereins Radio Tonkühle, plant nach Angaben von *epd medien* Nr. 57 vom 23.07.2003 ein populäres Radio mit mindestens 6 Stunden Musik und redaktionellen Beiträgen sowie 2 bis 3 Stunden offenem Kanal. Das Niedersächsische Mediengesetz unterscheidet seit der Novelle im November 2001 nicht mehr zwischen nicht kommerziellen Lokalradios (NKL) und Offenen Kanälen (OK), sondern verschmilzt beide Elemente zum so genannten Bürgerrundfunk.

In Niedersachsen gibt es bereits 14 Veranstalter von Bürgerrundfunk mit insgesamt 30 Produktions- und Sendestätten.

NORDRHEIN-WESTFALEN

www.djv-nrw.de

DVB-T bereits 2004 in NRW?

Die Medienkommission der Landesanstalt für Medien Nordrhein-Westfalen (LfM) hat die vom Lenkungsausschuss „DVB-T in NRW“ vorbereitete Vereinbarung zur Einführung des digitalen terrestrischen Fernsehens (DVB-T) in NRW grundsätzlich befürwortet (Beschluss vom 11. Juli 2003). Nach Angaben der LfM sollen zunächst zwei mit privaten Veranstaltern belegte Multiplexe finanziert werden. Ferner ist eine

Option vorgesehen, einen dritten privaten Multiplex zeitversetzt in den Ballungsräumen von NRW einzuführen. DVB-T könnte laut LfM im Sommer 2004 starten. Die LfM will jedoch die Vereinbarung nur dann abschließen, wenn NRW gemeinsam mit den Bremen, Hamburg, Niedersachsen und Schleswig-Holstein ein gemeinsames Umstiegsszenario verbindlich festlegt. Nur so könne die Finanzierung sichergestellt werden, sagte LfM-Direktor Norbert Schneider (LfM-Pressemitteilung vom 11.07.2003).

Vorerst stehen aber Verhandlungen mit den Landesmedienanstalten der anderen Bundesländer sowie mit den privaten Veranstaltern an. Die vom Medienrat angenommene Vereinbarung des Lenkungsausschusses zur Einführung des DVB-T in NRW kann unter www.lfm-nrw.de/presse/index.php3?id=259 (LfM-Pressemitteilung vom 11.07.2003 – Medienkommission) abgerufen werden.

RTL zieht 2008 auf Messegelände in Köln-Deutz / RTL-Nachtjournal mit neuen Moderatoren / RTL Radio startet erste Regionalausgabe

Der Kölner Sender RTL wird seinen Sitz im Jahr 2008 von der Aachener Straße (Köln-Junkersdorf) in das Areal der Rheinhallen auf dem Gelände der KölnMesse in Köln-Deutz verlegen.

Mit RTL Television sollen die Tochterunternehmen RTL Creation, RTL Enterprises, RTL Newmedia, IP Deutschland und IP Newmedia auf das rechtsrheinische Gelände umziehen. RTL soll eigens eine interne Mitarbeiterbefragung durchgeführt haben. Danach favorisierten die meisten einen Standort im Stadtgebiet Köln. Die RTL-Unternehmen mit Sitz in Köln sind derzeit im Stadtgebiet verteilt. RTL hat daher eine Zusammenlegung aller Bereiche an einem Standort geplant. Die Ausbaumöglichkeiten in der Aachener Straße waren laut RTL-Angaben nach mehreren Ausbaumaßnahmen aber nicht hinreichend. Der Medienstandort in Hürth bei Köln wird die Entscheidung bedauern – das so genannte Mediententrum galt bis zuletzt als ernst zu nehmende Alternative. Auch das Coloneum in Köln-Ossendorf (MMC Magic Media Company), wo die Sender VOX und Super RTL beheimatet sind, geht leer aus. Für das Studiogelände könnte es sogar noch schlimmer kommen. VOX und Super RTL – sie gehören zur Senderfamilie der RTL Group – sollen ein Angebot erhalten, ebenfalls in die Rheinhallen ziehen. Der bestehende Gebäudekomplex der Rheinhallen soll bis auf die unter Denkmalschutz stehenden Fassaden entkernt werden.

Das RTL-Nachtjournal wird ab Januar von Susanne Kronzucker (bisher Wochenendausgabe von RTL Aktuell) und Christof Lang (bisher USA-Korrespondent von RTL in New York) geleitet und präsentiert. Susanne Kronzucker wird die ersten drei Wochen, Christof Lang die vierte Woche im Monat verantwortlich sein. Heiner Bremer wird nach 10 Jah-

ren die Redaktionsleitung und Moderation des RTL-Nachtjournals abgeben, aber als Kommentator und Berlin-Korrespondent weiterhin zur Verfügung stehen und bei n-tv „Das Duell“ leiten.

Der bundesweite Privatsender RTL Radio startet in NRW die erste Regionalausgabe des Programms. Sie wird über Kabel, Satellit und Mittelwelle ausgestrahlt. Die Vermarktung übernimmt der belgische Sender 100,5 Das Hitradio aus Eupen.

tv.nrw bekommt Druck von LfM

Die Landesanstalt für Medien Nordrhein-Westfalen (LfM) beschloss in der Sondersitzung am 25. Juli 2003 mehrere Auflagen, die der private Ballungsraum-TV-Sender tv.nrw in den nächsten Monaten erfüllen muss. Die Auflagen betreffen Änderungen der Gesellschafterstruktur und die zugesagte stufenweise Entwicklung des Programms entsprechend der Lizenz.

Laut *Frankfurter Rundschau* vom 07. Juli 2003 übernahm die apm Medien Agentur GmbH & Co. KG die Anteile der Westdeutschen Zeitung (WAZ), der Rheinisch-Bergischen Verlagsgesellschaft (RBVG) und des Treuhänders Roger Schaack. Das Bundeskartellamt hat die Veränderung bereits Mitte Juni genehmigt. Die apm Medien Agentur würde danach 70 Prozent der Anteile an tv.nrw halten. Der Kölner Verlag M. DuMont Schauberg (MDS) ist mit 30 Prozent an tv.nrw beteiligt. Die LfM hat allerdings Zweifel an der Eigentümerstruktur der apm Medien Agentur. MDS soll zwar Ende letzten Jahres seine Anteile (75%) an der apm Medien Agentur verkauft haben (*Frankfurter Rundschau* vom 07. Juli 2003). Wer aber tatsächlich Eigentümer der apm Medien Agentur ist, könne die LfM nicht beurteilen, hieß es in der LfM-Pressemitteilung vom 11. Juli 2003. Auch in der Sondersitzung konnten die bestehenden Zweifel nicht ausgeräumt werden. Die Klärung dieser Frage ist wichtig. Denn ein Presseunternehmen mit einer marktbeherrschenden Stellung darf weder unmittelbar noch mittelbar einen beherrschenden Einfluss auf Rundfunkveranstalter ausüben (§ 33 Absatz 3 Landesmediengesetz NRW). Jedenfalls im Raum Köln/Leverkusen hat MDS mit seinen Tageszeitungen Kölner Stadt-Anzeiger und Kölnische Rundschau sowie dem Boulevardblatt Express eine solche Stellung. Die LfM erwartet nun, dass tv.nrw eine Gesellschaf-

terstruktur ausweist, die als unbedenklich bestätigt werden kann. Bis dahin muss tv.nrw auf das Fensterprogramm für den Raum Köln/Leverkusen verzichten. Ferner nahm die LfM das Programm von tv.nrw unter die Lupe. Zwischen Lizenzbestimmung und tatsächlichem Angebot gebe es noch starke Differenzen. Die zugesagte Entwicklung des Programms sei bislang nicht erfolgt, was jedoch mit dem bisherigen Budget auch nicht realisierbar erscheine, so die LfM in der Pressemitteilung vom 25. Juli 2003. Für die LfM ein Grund für eine weitere Auflage. Bis 31. Dezember 2003 wird tv.nrw ein Konzept für das lizenzierte Programm vorlegen müssen, das unter Darlegung der Gesellschafterstruktur wirtschaftlich dauerhaft tragfähig ist.

Ob tv.nrw das kanadische Medienunternehmen CHUM Limited mit Sitz in Toronto als neuen Investor gewinnen kann, ist offen. CHUM Ltd. betreibt unter anderem 29 Radiosender, 8 lokale TV-Sender und 17 Spartenprogramme (siehe Näheres unter www.chumlimited.com).

VIVA will popkomm künftig in Berlin ausrichten / Änderung bei VIVA Media Enterprises GmbH

Dieter Gorny, Chef der VIVA Media AG, hat angekündigt, die Musikmesse popkomm bereits ab nächstes Jahr in Berlin zu veranstalten. Gerüchte über eine Sitzverlegung des Spartensenders VIVA habe er jedoch dementiert. Miriam Meckel, Staatssekretärin für Medien in NRW, habe laut *epd medien Nr. 56 vom 19.07.2003* die Zusage von Dieter Gorny, dass in NRW keine Arbeitsplätze verloren gingen.

Der Verlust der popkomm ist für den Standort Köln eine bittere Pille. Immerhin kamen bis zu 15.000 Fachbesucher aus 29 Ländern und bis zu 800 Aussteller. Zu berücksichtigen ist vor allem das popkomm Festival, das im letzten Jahr mit 450 Bands aus 27 Ländern zig-Tausende von Menschen anzog. Berlin wird sich dagegen freuen.

Ferner hat Dieter Gorny seine Anteile (70%) an der VIVA Media Enterprises GmbH an die VIVA Media AG verkauft. Die restlichen Anteile (30%) hält nach wie vor die TechnoMedia Kapitalbeteiligungsgesellschaft Köln GmbH, ein Unternehmen der Finanzgruppe Stadtparkasse Köln. Bei der VIVA Media Enterprises GmbH (früher: Gesellschaft zur Förderung von Musik und Kommunikationstechnologie mbH) werden die Bereiche Merchandising, Lizenzierung

und Events gebündelt. Geschäftsführer sind Kerstin Karpinski, Dieter Gorny und Jörg Grabosch.

Radio Aachen 100,eins: Ralf List gibt auf / Rückkehr zu radio NRW? / Bald Synergien mit Welle West?

Ralf List hat inzwischen seinen Posten als Geschäftsführer der Betreibergesellschaft des lokalen Senders Radio Aachen 100,eins aufgegeben. Nach Angaben der *an-online vom 19.08.2003* (Aachener Nachrichten) gab es „unüberwindbare Differenzen“ mit einigen Gesellschaftern, einer Gruppe von Investoren aus Aachen, zu denen die Immobilienmanager Paul F. Hugot und Gerd Sauren gehören. Ralf List war seit dem Einstieg der neuen Investoren für die Betreibergesellschaft verantwortlich. Laut MA 2003 Radio II verlor der Sender im Vergleich zur MA 2003 Radio I 1000 Hörer (- 6,2%). Dennoch gingen sowohl die Hörerquote (20%-Marke in der Stadt) wie die Umsatzzahlen (+ 33%) aufwärts, heißt es bei *an-online*. Der Vorsitzende der Veranstaltergemeinschaft, Dieter Bischoff, hatte wohl keine Probleme mit List. Eine „spannungsfreie Zusammenarbeit“ bestätigte Bischoff gegenüber *an-online*.

Eine Rückkehr zum Mantelprogramm von radio NRW ist aus Sicht des Senders beschlossene Sache. Darüber wird radio NRW bereits Mitte September entscheiden. Radio Aachen 100,eins gehört zu den wenigen lokalen Sendern, die ihr 24-Stunden-Programm vollständig alleine stemmen. Nach einer Rückkehr zu radio NRW will der Sender sein lokales Programm von 5 bis 9 Uhr und von 13 bis 18 Uhr senden. Radio Aachen 100,eins verspricht sich mit dieser Lösung eine deutliche Verbesserung der überregionalen Vermarktung. Der Sender will ab 2004 mit einem Chefredakteur, drei Redakteuren und zwei Volontären arbeiten, heißt es bei der *Aachener Zeitung vom 17.07.2003*. Es dürften jedoch noch einige Praktikumsstellen hinzukommen.

Ferner soll es eine Zusage der Rheinischen Post geben, den von ihr betriebenen Sender Welle West „an die Aachener übergeben zu wollen“, heißt es bei *an-online*. Welle West ist der lokale Sender im Kreis Heinsberg. Welle West sucht dringend einen neuen Investor. Die Betreibergesellschaft – Pressefunk Düsseldorf (PTD) ist ein Tochterunternehmen der Rheinischen Post - hatte erst vor kurzem den Vertrag mit der Veranstaltergemeinschaft zum Jahresende gekündigt (siehe letztes Medieninfo IV/2003). Im September will Radio Aachen 100,eins mit den Vorstän-

den von Welle West Gespräche über eine mögliche Zusammenarbeit der Redaktionen führen, etwa über ein gemeinsames regionales Fenster am späten Nachmittag.

Medienarbeitskreis der SPD-Fraktion sieht Bedarf für Optimierung der NRW-Lokalradios

Der Medienarbeitskreis der SPD-Landtagsfraktion will zwar am Zwei-Säulen-Modell des Lokalfunks in NRW festhalten. Gleichwohl sieht er Handlungsbedarf zur Optimierung der Strukturen. Hintergrund ist die wirtschaftliche Krise und die Werbeflaute im Medienbereich. Der Lokalfunk blieb davon nicht verschont – so traf es u.a. die beiden Aachener Lokalradios Aachen 100,eins und Antenne AC, den Sender für den Ennepe-Ruhr-Kreis Radio En und die Welle West im Kreis Heinsberg. Die Folgen ließen nicht auf sich warten. Umstrukturierungen, Reduzierung des eigenproduzierten Lokalprogramms bis hin zu Entlassungen oder Insolvenzantrag. Einige Sender konnten neue Investoren gewinnen, andere wie Radio Lippe in Detmold entschieden sich für Arbeitszeitverkürzung (80%) mit entsprechendem Verlust des Gehalts. Aber die Krise

hat nach Ansicht des Medienarbeitskreises auch andere Ursachen: falsche Marketing-Konzepte, teilweise unbefriedigende technische Rahmenbedingungen (Frequenzen, Verbreitungsgebiet) und ein Absinken der publizistischen Qualität (Redaktionsausstattung, Ausbildung).

Auf letzteren Gesichtspunkt hat der DJV schon wiederholt hingewiesen. Sollte die Tendenz anhalten, Redaktionsstellen mit Volontären und Praktikanten zu besetzen, erfahrene Redakteure aus Kostengründen zu entlassen und den Wortanteil im Programm der Sender weiter zu reduzieren, wird von publizistischer Qualität schon bald kaum die Rede sein können. Keineswegs eine Kritik an Volontäre oder Praktikanten. Die Kritik richtet sich gegen diejenigen Sender-Chefs, die eine betriebliche und außerbetriebliche Aus- und Weiterbildung des Nachwuchses nicht fördern, sondern Volontäre und Praktikanten als billige Arbeitskräfte (aus)nutzen und zugleich fest angestellte Redakteurinnen und Redakteure entlassen.

RHEINLAND-PFALZ

www.djv-rlp.de

EU-Kommission will wegen Landesrundfunkgesetz klagen

Das Landesrundfunkgesetz Rheinland-Pfalz (LRG) wird möglicherweise vom Europäischen Gerichtshof auf die Vereinbarkeit mit EU-Recht überprüft. Jedenfalls will die EU-Kommission eine Klage erheben. Die Kritik der EU-Kommission richtet sich gegen einzelne Regelungen des LRG, die gegen den Grundsatz der Niederlassungsfreiheit verstoßen sollen. Die EU-Kommission kritisiert, dass bislang lediglich drei terrestrische Frequenzen vergeben worden seien und bei der Vergabe der zweiten und dritten Frequenzkette gefordert worden sei, dass sich die Programme wesentlich von den Programmangeboten des ersten Lizenznehmers unterscheiden müssten. Bewerber, die die studioteknische Abwicklung im Land Rheinland-Pfalz gewährleisten, hätten den Vorzug bekommen. Ferner seien Anbietergemeinschaften, deren Mitglieder zu gesellschaftlich relevanten Gruppen im

Land gehörten und zur wirtschaftlichen Stärkung des Standortes beitragen, bevorzugt worden. Die Geltungsdauer der Lizenz sei im Zuge der Novellierung im Jahr 1996 verdoppelt worden. Dadurch werde der Zugang zum Markt erheblich eingeschränkt. Der private Sender Radio Energy soll den Stein ins Rollen gebracht haben. Radio Energy, eine Tochter der französischen Gruppe Nouvelle Radio Jeunesse S.A. (NRJ), hatte sich vor Jahren auf die Lizenz für die dritte landesweite Hörfunkkette beworben. Den Zuschlag hatte jedoch Radio Rockland in Pirmasens erhalten, an dem auch Radio RPR beteiligt ist. Vielleicht erledigt sich die Angelegenheit im Zuge der Novellierung des Landesrundfunkgesetzes von selbst. Es ist nicht ausgeschlossen, dass die Regelungen, die die EU-Kommission rügt, im bevorstehenden Gesetzgebungsverfahren geändert werden (siehe nächste Meldung).

Novellierung des Landesrundfunkgesetzes angekündigt / Einheitliches Mediengesetz?

Die Landesregierung will noch in diesem Jahr einen Entwurf für ein neues Rundfunkgesetz auf den Weg bringen. Möglicherweise wird dann – dem Modell im Saarland folgend – das Landespressegesetz integriert, so dass ein einheitliches Landesmediengesetz die Bereiche Rundfunk, Presse und Internet regelt. Die Vereinheitlichung sei jedoch noch offen, so der Leiter der Abteilung Medien in der Staatskanzlei Hans-Dieter Drewitz gegenüber *Funkkorrespondenz* (30.2003, Seite 11). Vorgesehen seien eine Vereinfachung des bisherigen Landesrundfunkgesetzes sowie Anpassungen der Regelungen, die teilweise noch aus den Anfängen des privaten Rundfunks in den 80er Jahren stammten. Hinsichtlich der Landeszentrale für private Rundfunkveranstalter Rheinland-Pfalz (LPR) seien keine Veränderungen geplant, heißt es bei *Funkkorrespondenz* (30.2003, Seite 11).

Darüber dürfte sich die LPR freuen – keine Änderungen wie zuletzt in Hamburg bezüglich der Hamburgischen Anstalt für neue Medien (HAM). Nähere Informationen liegen derzeit nicht vor. Der Entwurf wird voraussichtlich im Herbst 2003 dem DJV zwecks Stellungnahme vorliegen.

Verwaltungsgericht weist Eilanträge der BMF und von FOCUS TV zurück

Das Verwaltungsgericht Neustadt an der Weinstraße wies den Eilantrag des Bundesverbandes mittelständischer Fernsehanbieter (BMF) zurück. Mit dem Eilantrag wollte der BMF die laufende Ausstrahlung von „News & Stories“ und der „Spiegel TV Reportage“ im Programm von SAT.1 verhindern.

Veranstalter dieser Programme ist dctp, das Unternehmen von Alexander Kluge, das erst vor kurzem die erneute Lizenz als unabhängiger Dritte im Programm von SAT.1 erhalten hatte. Gegen die Lizenzentscheidung der Landeszentrale für private Rundfunkveranstalter (LPR) Rheinland-Pfalz haben die Mitbewerber BMF und FOCUS TV jedoch Klage erhoben. Daraufhin ordnete die LPR die sofortige Vollziehung ihrer Entscheidung an, um die Aus-

strahlung der dctp-Programme bei SAT.1 nicht zu gefährden. Der Eilantrag des BMF und von FOCUS TV richteten sich gegen die Anordnung der sofortigen Vollziehung.

Das Verwaltungsgericht Neustadt a.d.W. begründete seine Entscheidung damit, dass die Lizenzvergabe an dctp offensichtlich rechtmäßig sei und daher die Anordnung der sofortigen Vollziehung im öffentlichen Interesse liege. Würde die Ausstrahlung der Programme unabhängiger Dritter vorläufig ausgesetzt, würden die rundfunkrechtlichen Vorgaben zur Sicherung der Meinungsvielfalt nicht umgesetzt. Das Gericht hat insoweit der Sicherung der Meinungsvielfalt Vorrang gegenüber den Interessen der Mitbewerber BMF und FOCUS TV eingeräumt.

Seit 04. August 2003 big FM Rheinland-Pfalz statt Schlagerradio RPR Zwei

RPR Zwei, die zweite private landesweite Kette von Radio RPR, wurde durch das jugendorientierte Programm big FM Rheinland-Pfalz abgelöst. Damit hat der private Sender einen weiteren Schritt seiner Umstrukturierung vollzogen. RPR Zwei wird zwar nach Angaben von Michael Barth, dem Sprecher der Geschäftsführer von RPR, nicht gänzlich verschwinden. So soll das RPR Zwei Sommerradio weiterhin auf Tour gehen und die Internetpräsenz des Schlagerradios fortgesetzt werden. RPR wird jedenfalls viele RPR Zwei-Hörer verlieren, und zwar bis zu 231.000 Hörer pro durchschnittlicher Stunde zwischen 6.00 und 18.00 Uhr nach der MA 2003 Radio II. Der bisherige Konkurrent, der öffentlich-rechtliche Sender SWR 4 wirbt bereits mit dem Slogan „Liebe RPR2-Hörer, willkommen bei SWR 4 Kurpfalz Radio“ - so eine Anzeige des Südwestrundfunks (SWR) im *Mannheimer Morgen* vom 02.08.2003.

SAARLAND

www.saarcom.de/sjv

Life FM wirbt für Sendestart

Der im Saarland neu lizenzierte private Radiosender Life FM tourt derzeit durch das Land, um das Konzept den potentiellen Hörern vorzustellen. Der Sender will vom Standort Merzig aus die Saarländer im Alter zwischen 15 und 50 Jahren mit einem christlich orientierten Programm erreichen.

Eine Entscheidung über die Frequenzzuweisung steht allerdings noch immer aus. Life FM hat großes Interesse an der landesweiten UKW-Frequenz 103,7 MHz. Sie wird derzeit vom Saarländischen Rundfunk (SR) genutzt, der die Frequenz natürlich am liebsten behalten würde. Allerdings haben auch Deutschland-Radio sowie Radio Salü und JAM FM Saarland Interesse an der landesweiten Frequenz.

SACHSEN

www.djv-sachsen.de

SLM legt Studie „Lokales Fernsehen in Sachsen 2003“ vor

Die Sächsische Landesanstalt für privaten Rundfunk und neue Medien (SLM) hat die Ergebnisse der ersten Funkanalyse „Lokales Fernsehen in Sachsen 2003“ vorgelegt. Das Lokalfernsehen habe sich „bei den Zuschauern als Informations- und Unterhaltungsquelle etabliert, jedoch unter einer entscheidenden Bedingung: die konsequente Nähe zur Gemeinde, zur Stadt, zum Umland“, heißt es in der *SLM-Pressemitteilung vom 29.07.2003* (www.slm-online.de). Die Analyse habe auch deutlich gemacht, dass Lokalfernsehen kein Konkurrent der Lokalzeitung ist, sondern deren optische Ergänzung. Die Untersuchung wurde von der Mittweida Research-

Division (MRD) der Akademie für multimediale Ausbildung und Kommunikation (AMAK) im Auftrag der SLM durchgeführt. Kooperationspartner der Studie waren die Lokal-TV-Veranstalter in Delitzsch, Waldheim, Auerbach, Zittau, Görlitz, Hoyerswerda, Beierfeld, Freiberg und Marienberg.

Tim Grunert neuer Programmchef der drei PSR-Sender

Die PSR-Mediengruppe hat einen neuen Programmchef für die privaten Radiosender RADIO PSR, R.SA und DIGITALRADIO KLASSIK. Tim Grunert (31) trägt ab sofort die Gesamtverantwortung für alle Sender. Grunert war seit Mai 2001 stellvertretender Programmchef von RADIO PSR.

SACHSEN-ANHALT

www.djv-sachsen-anhalt.de

Project 89.0 digital weicht 89.0 RTL / Proteste der Fans von Project 89.0 digital

Die Jugendwelle Project 89.0 digital wurde in der Nacht zum 25.08.2003 durch das Programm 89.0 RTL ersetzt. Der Sender wird seine Hörerschaft in Sachsen-Anhalt, Niedersachsen, Sachsen und Thüringen mit einem „modernen jungen CHR-Format“ (Angabe des Senders) bedienen. Olaf Hopp, der Geschäftsführer der AH Antenne Hörfunk-Sender GmbH & Co. KG mit den Sendern Hit-Radio Brocken und 89.0 RTL will den Sender langfristig auf einen Spitzenplatz in der Media-Analyse führen. RTL Radio Deutschland ist seit der Übernahme der Anteile der AVE Gesellschaft für Hörfunkbeteiligungen mbH Hauptgesellschafter der beiden privaten Sender. Inzwischen hält RTL Radio Deutschland 48,5 Prozent

der Anteile an der AH Antenne Hörfunk-Sender GmbH & Co. KG. RTL hatte die Anteile der AVE Gesellschaft für Hörfunkbeteiligungen mbH übernommen und erst vor kurzem die Anteile der Kölner Verlagsgruppe DuMont Schauberg hinzu gekauft. Die Medienanstalt Sachsen-Anhalt (MSA) genehmigte beide Deals. Die Justiziarin der MSA, Verena Schneider, sagte dazu gegenüber dem *Handelsblatt* am 26.08.2003, dass der ostdeutsche Radiomarkt wirtschaftlich schwierig sei. Es sei ein Zeichen der Zeit, dass sich der Hörfunkmarkt konzentriert.

Die treue Hörerschaft von Project 89.0 digital ist jedoch verärgert. Es gab bereits eine Protestaktion während des Laternenfestes Ende August in Halle. Selbst eine eigene Protest-Website wurde inzwischen eingerichtet (www.projectisnotdead.th.tc/).

SCHLESWIG-HOLSTEIN

www.shjv.de

Fünf Bewerber für zwei DAB-Sendeplätze

Um die ausgeschriebenen ersten beiden DAB-Sendeplätze in Schleswig-Holstein (Frequenzblock 12 D) haben sich die drei landesweiten privaten Sender Radio Schleswig-Holstein R.SH, Radio NORA und delta radio sowie die Radio Paradiso GmbH & Co. KG aus Berlin mit dem christlich orientierten Programm

Radio Paradiso und die starlet media AG aus Bayern mit dem Spartenprogramm Truck Radio Country Star beworben. Die Zulassungen will die Unabhängige Landesanstalt für Rundfunk und neue Medien (ULR) bis 31.12.2007 befristen.

THÜRINGEN

www.djv-thueringen.de

Nur zwei Bewerber für die beiden DAB-Sendeplätze / beide nicht aus Thüringen

Auf die von der Thüringer Landesmedienanstalt (TLM) ausgeschriebenen DAB-Sendeplätze haben sich lediglich zwei Interessenten beworben. Die VMG Mediengruppe aus Sachsen-Anhalt (Radio SAW) möchte mit dem Musikspartenprogramm Rockland auf Sendung gehen. Zum anderen bewirbt sich die bayerische starlet media AG mit dem Spartenprogramm TruckRadio CountryStar. Veranstalter aus Thüringen hatten demnach keinerlei Interesse. Die beiden Sendepunkte waren frei geworden, nachdem Antenne Thüringen und die LandesWelle Thüringen mit der Beendigung der DAB-Förderung durch die

TLM auf die zeitgleiche Verbreitung über DAB verzichtet hatten. Die TLM zeigte sich angesichts der lauen Nachfrage alles andere als begeistert, um so mehr, als die Ausschreibung „bewusst ganz offen gehalten“ und eine Förderung von originären Digitalprogrammen bis Ende 2005 zugesichert wurde, heißt es in der *TLM-Pressemitteilung vom 21.07.2003*. Anscheinend setzen noch immer nur wenige Veranstalter Vertrauen in DAB, so TLM-Direktor Dr. Victor Henle. Die TLM-Versammlung hat in ihrer Sitzung am 09. September 2003 die Entscheidung über die Vergabe der DAB-Plätze vertagt.

MEDIENPOLITIK

EU-Kommission entschärft Gesetzesvorschlag („Rom II“) von EU-Kommissar Vitorino

Die EU-Kommission hat nun einen Gesetzesvorschlag für eine Verordnung über das auf außervertragliche Schuldverhältnisse anzuwendende Recht („Rom II“) vorgelegt (= KOM(2003) 427). Die u.a. vom DJV scharf kritisierten Regelungen, die der Entwurf des EU-Kommissars für Inneres und Justiz, Antonio Vitorino, enthalten hatte, sind vom Tisch. Nach dem Willen von Vitorino wäre bei außervertraglichen Schuldverhältnissen (z. B. Verletzung der Privatsphä-

re und der Persönlichkeitsrechte) dasjenige Recht eines EU-Mitgliedstaates anzuwenden, in dem der Geschädigte seinen gewöhnlichen Aufenthaltsort hat. Bei Prominenten kann es indes schwierig sein, den gewöhnlichen Aufenthaltsort festzustellen. Im schlimmsten Fall könnte der Geschädigte seinen Aufenthaltsort in dem für ihn günstigsten Staat x - z.B. Italien - wählen, den Autor, Verleger oder Rundfunkveranstalter des ehrverletzenden Berichts verklagen, wobei das Rechts des Staates x (Italien) anzuwenden wäre.

Ein weiteres Problem bestünde noch. Obwohl der Autor, Verleger oder Rundfunkveranstalter des Berichts das an seinem Sitz geltende Recht - z.B. Deutschland - vollständig eingehalten hat, würde er dennoch wegen des anzuwendenden Rechts des Staates x (Italien) verurteilt. Dies würde selbst dann gelten, wenn der Bericht überhaupt nicht in dem Staat x (Italien) veröffentlicht oder verbreitet worden ist. Die Rechtsunsicherheit wäre eklatant, die freie und kritische Berichterstattung in hohem Maße gefährdet.

Nach dem aktuellen Entwurf soll grundsätzlich das Recht desjenigen Staates anwendbar sein, in dem der Schaden eintritt oder einzutreten droht (Artikel 3 Ziffer 1– Allgemeine Kollisionsnorm). Der in Deutschland lebende/arbeitende Autor verfasst einen ehrverletzenden Bericht, der in Italien verbreitet wird. Der Geschädigte kann den Autor in Deutschland verklagen, das Gericht muss dann aber das italienische Recht anwenden. Selbst in Deutschland geltende verfassungsrechtliche Vorgaben dürfte das Gericht nicht berücksichtigen – ein Aspekt, der ebenfalls kritisiert worden ist, da der Autor sich nicht auf seine in Deutschland speziell ausgeprägte Meinungs-, Presse- und Informationsfreiheit berufen könnte. Daher wurde nun in Artikel 6 Ziffer 1 (Verletzung der Privatsphäre und der Persönlichkeitsrechte) geregelt, dass abweichend von Artikel 3 Ziffer 1 das Recht des Ortes des angerufenen Gerichts (*lex fori*) Anwendung findet – also das deutsche Recht -, wenn die Anwendung des italienischen Rechts dazu führen würde, dass die in Deutschland gewährte Meinungs- und Informationsfreiheit, auf die sich der Autor beruft, auf der Strecke bliebe. Das Gericht müsste dann also das deutsche Recht und nicht das italienische Recht anwenden.

Haben Geschädigter (im Zeitpunkt des Schadenseintritts) und Schadensverursacher den gewöhnlichen Aufenthaltsort im selben Staat, ist – insoweit unproblematisch - das Recht dieses Staates anzuwenden (Artikel 3 Ziffer 2).

Warum eine Harmonisierung der in den Mitgliedstaaten geltenden Regelungen sinnvoll ist, mag ein Urteil des Europäischen Gerichtshofes (EuGH) aus dem Jahr 1995 (Urteil des EuGH vom 7. März 1995, Rs. C-38/68, *Fiona Shevill u.a. vs Presse Alliance SA*) verdeutlichen. Danach hatte der Geschädigte ein Wahlrecht. Wenn er vor dem Gericht des Ortes klagt, wo der Herausgeber der ehrverletzenden Veröffentlichung niedergelassen ist, ist das angerufene Gericht für alle Schäden zuständig (= eine Klage). Das angerufene

Gericht muss aber die in den einzelnen Staaten entstandenen Schäden nach dem Recht der jeweiligen Staaten beurteilen. Oder aber der Geschädigte klagt in jedem einzelnen Staat, wo der Schaden entstanden ist (= ggf. eine Vielzahl von Klagen erforderlich). Das Gericht prüft nur den in seinem Staat entstandenen Schaden nach dem Recht seines Staates.

EU-Parlament will Lockerung der Werberegulungen in EU-Fernsehrichtlinie

Nach einem Beschluss des EU-Parlaments sollen die Werbevorschriften in der EU-Fernsehrichtlinie zugunsten privater TV-Veranstalter gelockert werden. Sie sollen künftig selbst bestimmen, wie viel Werbung sie in ihrem Programm ausstrahlen wollen. Das Parlament vertraut offenbar darauf, dass die Sender mit Rücksicht auf ihre Zuschauer nicht zu viel Werbung schalten.

VPRT kritisiert HR wegen Frequenzen

Der Verband Privater Rundfunk und Telekommunikation (VPRT) wirft dem Hessischen Rundfunk (HR) eine unverminderte Expansionsstrategie im Hörfunk vor. Der HR wolle durch die Verschiebung von Frequenzen und den Abbau von Regionalwellen das duale Rundfunksystem zu seinen Gunsten verändern, so der VPRT in einem Schreiben an den hessischen Ministerpräsident Roland Koch. Der HR hatte angekündigt, u.a. die Regional-Journale im Programm von HR 4 und dessen Sendegebiete neu zu strukturieren, den Sitz von HR 4 von Frankfurt nach Kassel zu verlegen, das Wirtschaftsradio hr-skylines zu einer Nachrichtenwelle auszubauen und für hr-skylines und die Jugendwelle HR XXL neue Frequenzen bereit zu stellen. Der VPRT kritisiert insbesondere, dass der HR durch die Reduzierung von derzeit fünf auf drei regionale Sendegebiete Frequenzen einspart und die frei gewordenen für hr-skylines und HR XXL verwenden wolle. Dies stelle eine wettbewerbsverzerrende Maßnahme dar, insbesondere gegenüber dem privaten Sender HIT RADIO FFH, der sechs regionale Fensterprogramme produziere (siehe Pressemitteilung vom 01. August 2003: www.vprt.de). Der HR wies die Vorwürfe scharf zurück.

DVB-T in Norddeutschland: Konsens zwischen Sendern und Landesmedienanstalten

Nach dem Willen der Landesmedienanstalten und den öffentlich-rechtlichen wie privaten TV-Veranstaltern soll das digitale Fernsehen über Antenne (DVB-T) in Norddeutschland zügig eingeführt werden. In Hamburg wird die Umstellung von analogen

auf den digitalen Empfang voraussichtlich im 4.Quartal 2004 möglich. In manchen Regionen soll bereits Mitte 2004 der Umstieg erfolgen. Die Beteiligten aus den Bundesländern Bremen, Hamburg, Mecklenburg-Vorpommern, Niedersachsen und Schleswig-Holstein arbeiten derzeit an einer Vereinbarung.

SONSTIGES

MA 2003 Radio II

Am 22. Juli 2003 wurde die Media Analyse 2003 Radio II herausgegeben. Wie immer gab es Verlierer und Gewinner:

Die fünf reichweitenstärksten privaten Radiosender sind radio NRW (1336 Tsd), Antenne Bayern (716 Tsd), HIT RADIO FFH (664 Tsd), Hit-Radio Antenne (410 Tsd) und radio ffn (409 Tsd).

Die höchste Steigerung an Hörern (absolut) unter den privaten Radiosendern konnten radio SAW (+32.000), HIT RADIO FFH (+ 24.000), Hit Radio Antenne 1 (+24.000), radio NRW (+23.000) und Radio TON (+ 17.000) verbuchen.

Die Top-5 bei prozentualen Zuwächsen sind Energy Stuttgart (+ 88,9 %), Oldie 95 (+ 23,5 %), Radio TON (+ 21,2 %), Ostseewelle Mecklenburg-Vorpommern (+ 18,5 %) und Energy 97.1 Hamburg (+ 18,5 %).

Die fünf privaten Sender, die am meisten Hörer (absolut) verloren haben, sind Hit-Radio Antenne Sachsen (- 51.000), Radio Schleswig-Holstein R.SH (- 42.000), Antenne Thüringen (- 41.000), Antenne Bayern (- 32.000) und Energy 103, 4 Berlin (- 26.000).

Prozentual müssen JAM FM (- 38,2 %), Hit-Radio Antenne Sachsen (- 30,2 %), Energy 103,4 Berlin (- 25,2 %), Radio Melodie (- 21,6 %) und JazzRadio (- 18,2 %) die stärksten Einbrüche verkraften.

Die umfassenden Reichweitenvergleiche können unter anderem unter www.rms.de herunter geladen werden. Die MA 2003 Radio II wird von der Arbeits-

gemeinschaft Media-Analyse e.V. (ag.ma) herausgegeben. Detaillierte Informationen zur Datenerhebung und dergleichen können dem Methodensteckbrief unter www.ag-ma.de bei Inforecherche entnommen werden.

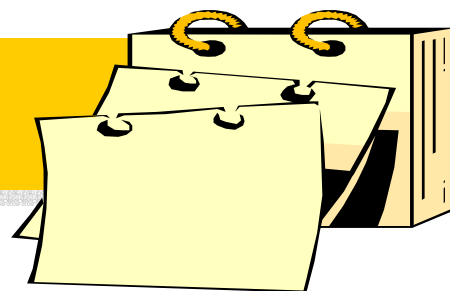
In eigener Sache

An dieser Stelle verabschiede ich mich von den Leserinnen und Lesern des DJV-Medieninfo. Mein befristeter Vertrag läuft zum 30. September 2003 aus. Manche Leser werden sich freuen, andere – wie ich hoffe – nicht. Und dennoch, es geht weiter. Für das DJV-Medieninfo wird künftig wieder Michael Klehm allein verantwortlich zeichnen. Ihnen wünsche ich alles Gute und viel Erfolg. Mit freundlichen Grüßen, Thomas Traub.



Gerne senden wir Ihnen das Medieninfo statt per Post als pdf-Datei via Email zu. Schreiben Sie hierfür einfach eine kurze Mitteilung an: ric@djv.de oder hey@djv.de

TERMINE



Oktober

6.10.

Streiks, Unglücke und lokale Katastrophen – Journalisten in Ausnahmesituationen. Großereignisse reißen Journalisten aus ihrem Alltag. Ob sie über Hochwasser, einen Amoklauf, eine Geiselnahme oder ein ICE-Unglück berichten müssen — in all diesen Fällen sind Journalisten einer Extremsituation ausgesetzt. Sie haben praktisch keine Zeit, das Ereignis selber zu verarbeiten: In jeder Minute prasseln neue Fakten auf sie ein, andere Informationen veralten. Dazu lastet ein enormer Erwartungsdruck auf Ihnen: Sie sollen möglichst „nah ran“, doch wie weit dürfen sie gehen? Können sie den Wagen eines Geiselnahmers verfolgen, ohne das Leben der Geiseln zu gefährden? Welche Gefahren erwarten sie am Ort einer Brandkatastrophe? Dieses Seminar soll Journalisten auf Großereignisse und Kriseneinsätze vorbereiten und Redaktionen helfen, den Einsatz optimal zu managen, Deutsche Hörfunkakademie, Dortmund

7. - 8.10.

Qualität in den Nachrichten – Workshop. Professionelle Radio-Nachrichten: Die Visitenkarte des Programms. Doch ohne systematische Qualitätskontrolle oft eher Wunsch als Wirklichkeit! Wie kann Nachrichten-Qualität definiert, gesichert und zielgerichtet ausgebaut werden? Instrumente, die sich in der Praxis bewährt haben, werden in diesem Seminar vorgestellt, z.B.: Style-Books: Was können sie leisten? Wie müssen sie aussehen?, Airchecks: Wie aus Fehlersuche Mitarbeiter-Motivation wird! Nachrichtenstatistik: Auszählungen mit „Bordmitteln“ durchführen!, Redaktionsorganisation: Weniger Reibung, mehr Output!, Zeitmanagement: Schneller mehr schaffen. Deutsche Hörfunkakademie, Dortmund.

9. - 10.10.

Events und Marketingaktionen in Radioprogrammen. Redakteure zwischen Journalismus und Betriebswirtschaft. Eine optimale Verzahnung von Programm und Marketing wirkt sich günstig auf die Um-

sätze des Radioanbieters aus. Wie Redakteure Event- und Marketingideen einbringen und sich gleichzeitig bei Aktionen abgrenzen können. Programmpunkte u.a.: Beispiele für erfolgreiche Marketingaktionen von Sendern, Auswirkungen auf die Umsätze, Benefiz-Aktionen als Marketinginstrument, Optimale Verzahnung von Programm und Marketing, Event- und Marketingideen als Karrieresprungbrett, Abgrenzung der Redakteure bei Marketingaktionen. Journalisten-Akademie e.V., Bildungsverein des DJV Baden-Württemberg, Stuttgart.

9. - 10. 10.

Lokalspaß - Workshop regionale und lokale Comedy. Der gespielte Witz im Radio wird richtig lustig, wenn lokale Strategen oder öffentliche Personen mit eingebunden werden. Das bringt Lacher und Quote durch lokale Kompetenz. Hausgemachte Soaps und kleine Szenen mit lokalen Hauptdarstellern selber produzieren - der Workshop soll zeigen, dass das einfacher zu stemmen ist, als man glaubt. Die Teilnehmer/-innen lernen, dass es mit Hilfe einiger grundlegender Humorregeln auch mit kleinsten Produktionsmöglichkeiten machbar ist, solide Comedyformen im Kleinen schnell und sicher zu produzieren. Ein kurzer Einblick in das Programm: Grundlagen von Humor im Radio/ Formenlehre/ Beispiele/ Selbermachen/ Einzelkritik der Beiträge. Deutsche Hörfunkakademie, Dortmund.

9. - 10.10.

Produktion von Promos und Trailern. Wie kann man mit einfachen Mitteln in kurzer Zeit gute Produktionen umsetzen - nicht nur inhaltlich, sondern auch produktionstechnisch. Das ist Thema dieses Workshops. Sie lernen neue Konzepte kennen, diskutieren Ihre eigenen und erhalten Hilfestellungen für die eigene Produktion. Natürlich immer unter Berücksichtigung der Produktionsmöglichkeiten in einem kleineren lokalen oder regionalen Sender. Weitere Themen: Wie begleitet man Gewinnspiele und/oder wie konzipiert man Gewinnspiele, an denen der Hörer Spaß hat - jenseits des „... der dritte Anrufer gewinnt“. Deutsche Hörfunkakademie, Dortmund.

10. - 11.10.

► **Texten für Hörfunk und Fernsehen:** ob das gesprochene Wort im Rundfunk verständlich ist, hängt schon von der Textvorlage ab: an der Textmenge, dem Sprachstil, an geradlinigen oder verwinkelten Erzählungen oder an den Text-Bild-Koppelungen. In diesem Training werden Texte entwickelt, die sowohl den eigenen Stil erkennen lassen als auch dem Zuschauer und Zuhörer verständlich werden. Im Mittelpunkt stehen Kriterien für wirkungsvolle Texte, verbesserte Verständlichkeit und klare Koordination von Bild und Text, eine Methode der Text- und Bild-Planung sowie Regeln für das hörverständliche Schreiben. **DJV-Bildungswerk Bonn, Seminarort: Film Funk Fernseh Zentrum, Düsseldorf.**

10. - 12.10.

Mit der Stimme zum Erfolg. Ganz intensiv lernen Sie mit Horst Schwinkendorf, langjähriger Erster Nachrichtensprecher beim Deutschlandfunk, den bewussten Umgang mit Ihrer Stimme und Atmung, analysieren zusammen mit ihm Ihr eigenes „Fehlerprotokoll“ und werden praktische Übungen vor einem Studiomikrofon absolvieren. CMA, Wetzlar.

11. - 12.10.

„**Alles passt!**“ - **Text, Bild und Dramaturgie im Boulevard-TV.** Die deutschen Boulevardmagazine im TV ziehen die Massen vor die Bildschirme. Was zeichnet die Beiträge der Sendungen aus, wie wird recherchiert, wie getextet und welche Bildsprache wird benutzt? Dieses Seminar richtet sich an Redakteure, die für Boulevard drehen und texten wollen. Von der Recherche über den Schnitt bis zum Text wird an vielen Beispielen erläutert, welche Zutaten zum „bunten Beitrag“ gehören. In einem intensiv-workshop werden die Teilnehmer einen kompletten Boulevard-Beitrag erstellen, inklusive schneiden, texten und vertonen. Berliner Journalisten-Schule, Berlin-Charlottenburg.

11. - 12.10.

Stimmperformance für Profis – Sprech-Training Aufbaukurs. Raus aus der Routine - rein ins Abenteuer, wilder Spaß beim Moderieren! Keusch oder sexy, cool oder hot - jede Moderation wird erst wirkungsvoll, wenn Sie eine klare Emotion ausdrückt. Ob 3EB, Station Claim, Music Sell oder Show Opener - sobald der Mund aufgeht, sollte der Moderator eine

klare innere Haltung überbringen, und das kann man lernen: Der Körper besitzt ein Gedächtnis von Emotionen, die sich über besondere Gesten leicht und spontan abrufen lassen, der Verstand wird in den Urlaub geschickt. Hier machen wir das Studio zur Bühne und mit Riesenspaß und guter Laune! Improvisation und Ausdrucks-Training für Moderatoren/- innen mit Mut! Deutsche Hörfunkakademie, Dortmund.

13. - 14.10.

O-Ton-Mod! - Moderationen mit O-Ton gestalten. Immer häufiger verzichten Radiosender auf gebaute Beiträge. Stattdessen sollen die Moderatoren/- innen live mit O-Tönen jonglieren. Dadurch verlagern sich zusätzliche kreative und journalistische Aufgaben zum Moderator/zur Moderatorin. Im Seminar üben wir den entspannten Umgang mit O-Tönen in der Sendung. Wie kann ich die Anmoderation kreativ gestalten? Wie baue ich eine O-Ton-Moderation dramaturgisch optimal auf? Wie kann ich verhindern, dass eine Moderation mit O-Tönen klingt wie ein live zusammengefahrener Beitrag? Wie kann ich eigenes Profil in eine O-Ton-Moderation bringen? Das alles soll im Seminar nicht nur theoretisch, sondern natürlich auch praktisch in Studioübungen trainiert werden. Deutsche Hörfunkakademie, Dortmund.

13. - 15.10.

„**Links eine Palme**“ - **Fernsehbeiträge – Texten.** Die Sprache in Fernsehbeiträgen kommt oft einer hübschen Ansammlung von Belanglosigkeiten und Worthülsen gleich, mit dem Informationsgehalt von beschwingter Fahrstuhlmusik. Wir zeigen, worauf es beim Texten von Beiträgen und „MAZZen“ wirklich ankommt. Wie es gelingt, dass Sprache zieht. Den Zuschauer in den Beitrag und ihn festhält. Wie der Text vermittelt, was das Bild nicht liefern kann. Wir verdeutlichen, welche Gefahr von Bild-Text-Scheren, Dopplern und Floskeln ausgeht. Analysieren anhand Ihrer Fernseh-Beiträge, wie Sie die Palmen künftig links liegen lassen. Auf das Wesentliche kommen Sie dann wie von selbst. ABP, München.

13. - 17.10.

Globalisierte Wirtschaft – lokale Schreibe. Journalistenseminar in Zusammenarbeit mit dem Institut für Journalistenausbildung und Kommunikationsforschung an der Universität Passau. Akademie für Politische Bildung, Tutzing. (Adresse: Buchensee 1, 82323 Tutzing, Tel. 08158-256-0, www.apb-tutzing.de)

14. - 15.10.

Medienrecht für die Praxis. Alles was Recht ist - für Journalisten aller Medien. Journalistische Tätigkeit hat das Bundesarbeitsgericht einmal nicht zu Unrecht als „gefahreneneigte“ Tätigkeit bewertet. Täglich haben Journalistinnen und Journalisten mit medien- und urheberrechtlich relevanten Fragen zu tun, die im Seminar besprochen werden können. Praxisorientierter Fitnmacherkurs für festangestellte und freie Journalisten aller Medien anhand der neuesten Rechtsprechung. Grundzüge des Arbeitsrechts und des Rechts für freie Journalisten werden ebenfalls behandelt. Journalisten-Akademie e.V., Bildungsverein des DJV Baden-Württemberg, Stuttgart.

25. - 26.10.

Der Mensch am Mikrofon. Neben den „handwerklichen“ Fähigkeiten eines Sprechers/Moderators in Hörfunk und Fernsehen werden die „persönlichen“ Elemente des Sprechens immer wichtiger: welche Ausstrahlung habe ich auf Hörer und wodurch? Welche Mittel kann ich einsetzen, um zu wirken? Verschiedene Sendungsformen erfordern sehr unterschiedliche Sprechhaltungen wie z.B. Freisprechen, Stichwortsprechen, Textdramaturgie, Spontanmoderation. Vielfältige Beispiele und Übungen helfen den Teilnehmern dieses Seminars, am Mikrofon eine Persönlichkeit zu sein, die den Hörer „anspricht“. – Die Dozentin ist ausgebildete Kommunikationstrainerin, Sprecherin und Texterin. Sie arbeitet sowohl in den Medien als auch in der Erwachsenenbildung als Moderatorin, Seminarleiterin und Coach. Berliner Journalisten-Schule, Berlin-Charlottenburg.

27. - 29.10.

Der Fernseh-Beitrag. Ob „Explosiv“ oder „Monitor“, ob Boulevard- oder Politmagazin – Beiträge für deutsche Fernsehmagazine haben Gemeinsamkeiten. Um diese „Regeln des Magazinjournalismus“ geht es in dem Seminar: um die spezifische Dramaturgie eines Beitrags und die verschiedenen Formen – z.B. Reportage, Analyse, Servicebeitrag. Die Teilnehmer drehen und schneiden in mehreren Kleingruppen kurze Magazinbeiträge. Außerdem lernen sie, durch kleine Änderungen die Qualität der Stücke deutlich zu verbessern – mit dem Ziel, auch unter Zeit- und Personendruck möglichst originelle und informative Beiträge zu produzieren. Akademie für Publizistik, Hamburg.

November

3. - 4.11.

Feintuning Personality – Coaching II. Moderieren ist Ihre Sache. Sie haben Routine, die Sie vor der Sendung ruhig schlafen lässt. Sie haben Erfolg, den Sie nach der Sendung spüren können. Vielleicht haben Sie sogar schon ein Coaching durchlitten oder genossen und über Ihre Personality nachgedacht. Jetzt soll aus dem Moderationsjob Ihr ganz unverwechselbares, eigenes Ding werden. Jetzt wollen Sie dahin gehen, wo es wehtut. Ran an die großen Angewohnheiten und die kleinen Schludrigkeiten, am Ende gar an Sie selbst als Person. Sie üben, Ihre Stärken zum Glänzen zu bringen und Schwächen unschädlich zu machen. Am ersten Tag hören Sie genau hin und checken, wie andere und Sie selbst On Air wirken. Am zweiten Tag üben Sie im Studio, sich selbst und die Hörer zu überraschen - mit Ihrer Gegenwart. Und am Ende ist Radiomachen für Sie anders als zuvor. Gut für Sie, gut für die Hörer. Deutsche Hörfunkakademie, Dortmund.

3. - 7.11.

Religionen und Medien. Der Konflikt im Nahen Osten, die Auseinandersetzungen in Nordirland, der Anschlag auf das World Trade Center in New York stehen als Beispiele dafür, wie sehr Religion und Politik miteinander verquickt sind. Die Berichterstattung in vielen Medien beschränkt sich auf die äußeren Ereignisse, ohne auf die kulturellen und religiösen Hintergründe einzugehen. Dieses Seminar will sich mit den Religionen und der Veröffentlichung darüber befassen. Institut für Journalistenausbildung, Tutzing, <http://www.institut-journalisten.de>.

5. - 6.11.

Frauen sprechen anders gut – Stimm-Training für Frauen. Frauenstimmen in der Prime-Time - das ist auch im modernen Radio immer noch eher die Ausnahme. Das liegt nicht daran, dass es keine guten Frauenstimmen gibt, sondern in vielen Fällen daran, dass Frauen nicht wissen, wie sie mit ihrer Stimme umgehen müssen. Nicht zu süßlich und weich soll sie klingen, aber auch nicht zu hart, metallisch und kalt. Ein bisschen Weiblichkeit darf durchklingen, aber

was, wenn „frau“ permanent erotisch daherkommt? Wie viel Infokompetenz hat eine weiche, freundliche Frauenstimme? Im Seminar soll es genau um diese Fragen gehen. Sie erhalten Anleitungen wie Sie Ihr Gehör für die Eigenheiten weiblicher Stimm- und Sprechweisen sensibilisieren können. Sie reflektieren kritisch Sprach- und Sprechmuster. Sie lernen Ihre ganz persönliche Moderationsstimme besser kennen und erarbeiten in Studioübungen Ihre individuellen Variationsmöglichkeiten. Neben allem anderen bleibt natürlich immer Zeit für persönliche Fragen. Deutsche Hörfunkakademie, Dortmund.

6. - 7.11.

Texten fürs Radio. Dass im Radio jeder Text so eingängig sein muss, als würde man sich mit seinem Gegenüber unterhalten, diese banale Erkenntnis wird oft nicht genug oder gar nicht beachtet. Verständlichkeit sollte die Maxime beim Programmieren sein. Doch vielen Journalisten bereitet die Umstellung vom Schreib- auf Sprechstil Probleme. Das Seminar vermittelt die wesentlichen Grundlagen für eine hörengerechte Sprache und berücksichtigt dabei auch die Anforderungen unterschiedlicher Radioformate an Stil, Ansprechhaltung und Ausdrucksweise. Akademie für Publizistik, Hamburg.

12. - 13.11.

Redaktionsmanagement. Um als Führungskraft in überschaubaren redaktionellen Einheiten erfolgreich und effektiv zu arbeiten, braucht es mehr als journalistische Qualifikation. Dieses Seminar konzentriert sich auf Gesetzmäßigkeiten menschlichen Handelns - unter anthropologischen, psychologischen, soziologischen und kommunikativen Gesichtspunkten. Das Seminar verschafft Klarheit über persönliche Verhaltenseigenschaften und deren Wirkung auf die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter. Die Themen des Workshops orientieren sich an Ihren Vorschlägen, die von Ihnen eingebrachten Fallbeispiele sollen Grundlage für die Arbeit sein. Das Seminar zielt auf Verbesserung der kommunikativen und motivatorischen Fähigkeiten von Führungskräften. Es beleuchtet in großer Offenheit und durch aktive Interaktion zwischen Teilnehmern und Seminarleiter die eigenen Potenziale und deren Grenzen. Deutsche Hörfunkakademie, Dortmund.

14.11.

Stimme und Ausdruck – Sprecherziehung. Das Angebot richtet sich an alle, die ihre Stimme im Beruf am Mikrofon einsetzen. Beim Sprechen (am Mikro) ist es nicht so wichtig was, sondern wie ich etwas spreche. Die Art und Weise des Sprechens entscheidet, ob eine Message beim Hörenden überkommt oder nicht. Sowohl Ausdruck als auch Stimme sind für einen gelungenen Wortbeitrag ausschlaggebend. Das gilt für den Redner vor großem Publikum genauso wie für den Sprecher im Radio. Übungen zu Atmung, Stimme und Sprache, Methoden aus dem Theaterbereich und Impulse des Kommunikationstrainings kommen im zweitägigen Kurs zum Einsatz. Erzbistum Köln, Neuss.

17. - 18.11.

Es darf auch mal weh tun – Moderationstraining für Frauen. Wo sind die Frauen in der Radiounterhaltung? Warum sind Frauen „off Air“ lustig, verstecken sich aber „on Air“ hinter der Sachlichkeit? Während der moderierende Mann eine Zote nach der anderen raus lässt, und die Hörerin zum Lachen bringt, tut sich die moderierende Frau schwer. Frauen trauen sich weniger (zu), sie müssen mutiger werden, dürfen auch polarisieren. Lasst es uns trainieren, denn: Radio muss manchmal auch weh tun! Deutsche Hörfunkakademie, Dortmund.

17.11. - 12.12.

Kompaktkurs für Fernseh-Volontäre. Dieser Kompaktkurs wendet sich ausschließlich an Volontäre aus Fernsehredaktionen. Journalistische Grundkenntnisse sowie die spezifischen Darstellungsformen des Fernsehjournalismus stehen im Vordergrund des vierwöchigen Seminars. Zusätzlich werden strategische Ansätze der Programmgestaltung vorgestellt. Der Fernsehkompaktkurs enthält u.a. folgende Elemente: Nachrichten, Interview, Recherche (auch Online-Recherche), Praxisfragen des Presserechts, Der Magazinbeitrag, Die Live-Reportage, Kommentar, Moderation, Aufsager, Bildsprache / optisches Berichten, Formatentwicklung, GFK/Zuschauerforschung, On-Air-Design, Trends im Fernsehbusiness, Programmvermarktung. Unterrichtet und betreut werden die Teilnehmer ausschließlich von erfahrenen Fernsehjournalisten und Programmverantwortlichen aus dem privaten und öffentlich-rechtlichen Bereich. Alle erworbenen Qualifikationen sind für die Teilnehmer universell einsetzbar. Akademie für Publizistik, Hamburg.

20.11.

Profi-Suche im Datendschungel - Dritter After-Work-Shop mit dem Deutschen Führungskräfteverband (ULA). Ein After-Work-Shop in Zusammenarbeit mit dem Deutschen Führungskräfteverband findet bereits zum dritten Mal in Köln statt. Unter dem Motto „Wenn Sie wüssten, was das Internet alles weiß“ führt Sie der Referent Michael Klems in die Geheimnisse der Profi-Suche im Internet ein. Das Programm beginnt dort, wo Yahoo und Google aufhören. Auszüge aus dem Inhalt: Das Prinzip Datenbankhost, Pressedatenbanken, Fachliteratur Firmeninformationen aus Datenbanken. Medienakademie Köln.

22. - 23.11.

Die Lust am Sprechen. Wer in Hörfunk und Fernsehen arbeitet, sollte Spaß am Sprechen haben. Denn solchen Menschen hört man gern zu. Um diese Freude am Erzählen und Fabulieren, um Schlagfertigkeit und bildhaftes Erzählen, um individuelle Vielfalt des Sprechens geht es in diesem Seminar. Denn sog. „Codes“, „Embleme“ und stereotype Versatzstücke des Sprechens verbauen uns oft den (gedanklichen) Weg zu Klarheit im Inhalt und die Überzeugung im Ausdruck. Auf der Grundlage neurologischer, psychologischer und kommunikationstheoretischer Erkenntnisse werden neue Möglichkeiten des eigenen Sprechens erprobt und präsentiert. – Die Dozentin ist ausgebildete Kommunikationstrainerin, Sprecherin und Texterin. Sie arbeitet sowohl in den Medien als auch in der Erwachsenenbildung als Moderatorin, Seminarleiterin und Coach. Berliner Journalisten-Schule, Berlin-Charlottenburg.

24.11.

Medienprivileg? Journalismus und Datenschutz. Das Bundesverfassungsgericht garantiert beides. Das Recht auf informationelle Selbstbestimmung jedes einzelnen und das Recht der Presse, sensible redaktionelle Informationen geheim zu halten. Redaktionsgeheimnis und Datenschutz stehen also in einem Spannungsfeld. Hätten Betroffene die gleichen Rechte wie beispielsweise gegenüber Behörden, wäre investigative Recherche nicht mehr möglich. Um die Pressefreiheit abzusichern, gewährt § 41 Bundesdatenschutzgesetz den Medien deshalb ein „Privileg“. Wie ist dieses ausgestaltet? Welche Rechte bleiben den Betroffenen? Warum gibt es seit 2002 einen Beschwerdeausschuss beim Deutschen Presserat für den Redaktionsschutz? Wie geht man in der Praxis mit sensiblen

Daten um? Welche Datenschutzrechte haben die Redakteurinnen und Redakteure selbst? Fragen, auf die dieses Seminar Antworten gibt. Journalisten-Akademie e.V., Bildungsverein des DJV Baden-Württemberg, Stuttgart.

25.11

Interview live – wie führe ich ein Interview?: „Live ist Leben“ aber in kurzer und begrenzter Zeit muss das Thema schlüssig werden und auf den Punkt kommen. Mit komplizierten Gesprächspartnern muss man ebenso umgehen können wie mit komplexen Themen. Die Anmoderation sollte für den Hörer „saugend“ sein und der Ausstieg „klebend“. Frage und Interviewtechnik, die gezielte Führung eines Live-Interviews, Hörerbindung über griffige Anmoderation, Umgang mit schwierigen Gesprächspartnern werden in einem Hörfunkstudio trainiert; Erzbistum Köln, Köln.

26.11.

Air Check. Warum war der eigene Beitrag diesmal so schlecht? Weshalb ist die letzte Sendung so gut angekommen? Mit solchen Fragen schlagen sich RadiomacherInnen tagtäglich herum. Magazine und Beiträge aus den jeweiligen Redaktionen werden vorgestellt, mit einem Radioprofi besprochen und kritisiert. Ziel ist es, durch die gegenseitige konstruktive Kritik und die sachgerechten Impulse des jeweiligen Referenten die Qualität der Produktion zu steigern Erzbistum Köln, Neuss.

28.11.

Stimme und Ausdruck – Sprecherziehung. Das Angebot richtet sich an alle, die ihre Stimme im Beruf am Mikrofon einsetzen. Beim Sprechen (am Mikro) ist es nicht so wichtig was, sondern wie ich etwas spreche. Die Art und Weise des Sprechens entscheidet, ob eine Message beim Hörenden überkommt oder nicht. Sowohl Ausdruck als auch Stimme sind für einen gelungenen Wortbeitrag ausschlaggebend. Das gilt für den Redner vor großem Publikum genauso wie für den Sprecher im Radio. Übungen zu Atmung, Stimme und Sprache, Methoden aus dem Theaterbereich und Impulse des Kommunikationstrainings kommen im zweitägigen Kurs zum Einsatz. Erzbistum Köln, Köln.

■

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

Redaktion:

Michael Klehm, Thomas Traub
E-Mail: kle@djv.de, tra@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:

Druckerei Siering GmbH,
Weiherstraße 6
53111 Bonn
Tel.: 0228-63 16 16

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

FFZ

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

Henri-Nannen-Schule

Tel.: 040-37 03-2376
Fax: 040-37 03-5698
E-Mail: hns@guj.de
Internet: www.journalistenschule.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