



LeFloid und Merkel – zukunftsweisender Coup

Der YouTube-Star LeFloid musste nach seinem Interview mit Angela Merkel viele hämische Kommentare von „gestandenen“ Journalisten einstecken. Zu flach die Fragen, nicht genügend nachgehakt, ohne Biss – so lautete die Kritik. Angeclickt wurde das Video bisher mehr als drei Millionen Mal. Dies zeigt Zweierlei: Qualitätsjournalismus will gelernt sein und der Coup der Merckelschen PR-Strategie ist aufgegangen. Nun kann man von einem jungen Youtuber ohne journalistische Ausbildung nicht unbedingt ein Interview erwarten, das den Qualitätsstandards etablierter Medien standhält. Allerdings sind auch die von den ausgebildeten Journalistinnen und Journalisten geführten Politiker-Interviews nicht immer Lehrstücke ausgereifter Fragetechnik. Und wer die Kommentare zum Video ein wenig verfolgt hat, stellt fest, dass die (zumeist jungen) Nutzerinnen und Nutzer durchaus kritikfähig sind, was die Interviewtechnik von LeFloid angeht. Man kann sicher sein, dass er daraus lernen wird.

Dieses Interview ist darüber hinaus aber auch zukunftsweisend für alle politischen Akteure und die etablierten Medien, nicht zuletzt für das geplante Jugendangebot: von ARD und ZDF. Die Inhalte müssen zu den jungen Menschen gebracht werden und die bewegen sich weitgehend auf den einschlägig bekannten Plattformen. Insofern war dieser Merkel-Coup nicht nur ein Lehrstück für LeFloid, sondern auch für alle, die ihre Angebote an die jungen Nutzerinnen und Nutzer bringen wollen. Der DGB setzt sich deshalb auch dafür ein, dass das Jugendangebot ohne Einschränkungen auf allen Plattformen vertreten sein kann.

Sabine Nehls

Themen:

T-Mobile-Petition – Bund trägt Verantwortung	2
dju fordert Rechtssicherheit für Medien	3
DGB und Ver.di zum Jugendangebot	4
DGB Nord kritisiert Lizenzvergabe	5
Anhörung zu Änderungen beim Rundfunkbeitrag	6
dju begrüßt Entscheid zu Panoramafreiheit	7
WDR: Offener Brief für Wissenschaftsberichte	7
RBB-Rundfunkrat zu TTIP	9
Springer lässt Madsack-Beschäftigte im Stich	10
Wetzlarer Zeitung ohne Tarif	11
The European am Ende?	11
Digital treibt Wachstum	12
OBS-Studie zu TV-Politikmagazinen	14
Personalien	15
Lesetipps	15
Impressum	15



Hoffmann: Bund hat Verantwortung für T-Mobile USA

Der DGB-Vorsitzende Reiner Hoffmann hat die Bundesregierung aufgefordert, sich ihrer Verantwortung als größter Einzeleigentümer der Deutschen Telekom zu stellen: „Seit Jahren lässt die Telekom zu, dass in den USA Beschäftigte von T-Mobile eingeschüchtert, abgemahnt oder gekündigt werden, weil sie sich gewerkschaftlich organisieren wollen. Internationale Arbeitsstandards werden mit Füßen getreten.“ Er habe in den USA viele Kolleginnen und Kollegen der ‚Communications Workers of America‘ (CWA) getroffen: „Sie können es nicht fassen, dass sich eine Firma mit deutschen Wurzeln - bei der in Deutschland Arbeitnehmer-Vertreter im Aufsichtsrat sitzen - in den USA wie die Axt im Walde aufführt. Mir geht es genauso.“ Deshalb unterstütze er die bis 12. August laufende Petition an den Deutschen Bundestag, die die Vereinte Dienstleistungsgewerkschaft ver.di im Rahmen der internationalen Kampagne „We expect better –Wir erwarten Besseres“ initiiert hat. Darin wird die Bundesregierung aufgefordert, ihren Einfluss geltend zu machen, damit die von der Bundesrepublik anerkannten ILO-Normen und OECD-Richtlinien auch bei T-Mobile US respektiert und umgesetzt werden.“

Mit der internationalen Kampagne wollen die Gewerkschaften ver.di und CWA erreichen, dass Arbeitnehmerinnen und Arbeitnehmer bei T-Mobile US fair, anständig und mit Respekt behandelt werden. Der Deutsche Gewerkschaftsbund, der Internationale Gewerkschaftsbund, der US-amerikanischen Gewerkschaftsdachverband AFL-CIO und die internationale Dachorganisation der Dienstleistungsgewerkschaften UNI Global Union tragen und organisieren die Kampagne. Ziel ist es, das Anliegen der Petition im Rahmen einer öffentlichen Anhörung im Petitionsausschuss des Deutschen Bundestags zu erörtern. Dafür müssen gemäß der Ausschussregeln 50.000 Menschen unterzeichnen.

Weiter Infos und zur Petition:
<http://www.dgb.de/-/DaF>

dju fordert Rechtssicherheit für Medien

Eine massive Verletzung von Grundrechten befürchtet die Deutsche Journalistinnen- und Journalisten-Union (dju) in ver.di, sollten sich die Mutmaßungen bewahrheiten, dass das Nachrichtenmagazin „Der Spiegel“ durch US-Behörden ausgespäht wurde. Wenn Medien bei ihrer Arbeit bespitzelt werden, sei das ein Eingriff in die Pressefreiheit. Zu klären sei, inwieweit die Bundesregierung darüber informiert wurde oder die US-Aktivitäten sogar toleriert hat. Da gehe es dann nicht länger um die Frage, „ob es sich dabei um ein unter Freunden angemessenes Verhalten handelt.“ Die Bundesregierung müsse vielmehr endlich aufklären, wer wann wen bespitzelt hat und welche Rolle beispielsweise der Verfassungsschutz in dieser Frage spielt.

„Außerdem haben die Journalistinnen und Journalisten ein Recht darauf, zu erfahren, wie die Bundesregierung die Medien und ihre unverzichtbare Rolle in unserer Demokratie schützen will“, forderte Cornelia Haß, Bundesgeschäftsführerin der dju. Nachdem in den vergangenen Wochen immer mehr Details über das Ausmaß der Bespitzelung durch US-Geheimdienste nicht nur in Deutschland bekannt geworden seien, sei zu befürchten, dass das nur die Spitze des Eisbergs sei. Nicht unwahrscheinlich sei es daher, dass auch andere Medien ausgespäht worden seien.

Es sei zu hoffen, dass durch die Anzeige des „Spiegel“ bei der Bundesanwaltschaft alle Fakten bekannt würden. Zwar hätten bereits im letzten Jahr der Chaos Computer Club, Digitalcourage e.V. sowie die Internationale Liga für Menschenrechte wegen der NSA-Spähaffäre Klage gegen die Bundesregierung eingereicht. Bisher seien die Reaktionen darauf allerdings allenfalls halbherzig geblieben: „Mit einer weit reichenden Aufklärung durch die Bundesregierung muss die unbedingte und sofortige Durchsetzung und rechtliche Absicherung des Informantenschutzes erfolgen, ohne den journalistischen Arbeiten im Sinne unabhängiger und kritischer Medien nicht möglich ist“, sagte Haß.



DGB und ver.di zum Jugendangebot

Mit dem vorliegenden Konzept für ein gemeinsames Jugendangebot haben ARD und ZDF eine gute Grundlage für den Zugang öffentlich-rechtlicher Inhalte zu jungen Nutzerinnen und Nutzern geschaffen, meint der Deutsche Gewerkschaftsbund (DGB). In seiner Stellungnahme zum öffentlichen Konsultationsverfahren der Bundesländer heißt es weiterhin: „Das Ziel, für diese Nutzergruppe Orientierung zu geben und den gesellschaftlichen Diskurs zu fördern, kann nur unterstützt werden. Dabei sollte der Information ein großer Stellenwert zukommen – dies hält der DGB mit dem vorliegenden Konzept für zielgruppenadäquat umsetzbar.“ Zudem begrüßt der DGB, dass mit dem Entwurf eines neuen Paragraphen 11g für den Rundfunkstaatsvertrag der Weg frei wird, damit ARD und ZDF für das Jugendangebot auch Nutzungsrechte an sogenannter Lizenzware erwerben können. Bisher war deren Nutzung in den Telemedienangeboten der öffentlich-rechtlichen Sender nicht möglich. Auch die Formulierung zur Verweildauer hält der DGB für einen wichtigen Fortschritt gegenüber den bisherigen Regelungen. Perspektivisch plädiert er wie bisher schon dafür, die Verweildauern öffentlich-rechtlicher Inhalte im Netz nicht mehr zu beschränken. Ebenfalls sei zu begrüßen, dass der Gesetzgeber nun mit der Formulierung eines „Jugendangebotsbezugs“ vom bisherigen Prinzip eines „Sendungsbezugs“ abrücke. Dennoch sei die Formulierung „Programmbezug“ zu bevorzugen, da andernfalls wiederum Spielraum für Interpretationen bestehe.

Zudem spricht sich der DGB dafür aus, Ratgeberportale auch ohne eindeutigen Jugendangebotsbezug zuzulassen, ebenso wie Veranstaltungskalender und Spieleangebote im Rahmen des Programmauftrags. Jugendliche erwarteten auch Hinweise auf kulturelle, politische und Bildungs-Veranstaltungen, wie Konzerte, Demonstrationen, Tagungen oder Ausbildungsmessen.

Die Vereinte Dienstleistungsgewerkschaft ver.di verwies in ihrer Stellungnahme darauf, dass laut dem Entwurf des neuen Paragraph 11 das Jugendangebot frei von Werbung und Sponsoring sein muss. Eine Ausnahme ist demnach möglich, wenn ARD und ZDF bei der Bereitstellung von Inhalten außerhalb des eigenen Portals (also auf Drittplattformen) die Werbe- und Sponsoringfreiheit lediglich „anstreben“. Für das Jugendangebot sei es unerlässlich, auf Drittplattformen wie YouTube, Facebook oder Instagram seine Zielgruppe zu erreichen. Da diese jedoch alle kommerziell sind und sich über Werbeeinnahmen finanzieren, stehe der Entwurf im Widerspruch zur Realität. Im Sinne der Rechtsklarheit wäre hier

Stellungnahmen als PDF:

<http://www.dgb.de/-/D6m>

<http://tinyurl.com/pxgyo9m>

eine eindeutige Formulierung wünschenswert gewesen, so ver.di, wonach das Bereitstellen der Inhalt auf Drittplattformen generell zulässig ist. Auch ver.di setzt sich für den weiter gefassten Begriff „Programmauftragsbezug“ ein und für die Abschaffung der Verweildauern. Es gebe die „berechtigte Erwartung auch der jungen Beitragszahlerinnen und Beitragszahler, einmal bezahlte Inhalte langfristig im Netz vorzufinden.

DGB Nord kritisiert Lizenzvergabe für Lokalfunk

Der Deutsche Gewerkschaftsbund Nord (DGB Nord) warnt vor einer wachsenden Kommerzialisierung der Rundfunkangebote im Norden: Der Medienrat der Medienanstalt Hamburg / Schleswig-Holstein (MA HSH) hatte drei nichtkommerzielle lokale Radioprojekte auf Eis gelegt, aber die Lizenzierung von zwei neuen Kommerzradios für die Regionen Sylt und Lübeck angekündigt. Uwe Polkaehn, Vorsitzender des DGB Nord: „Die Einführung von lokalem Hörfunk in Schleswig-Holstein steht auf zwei Säulen: Wer kommerzielle Hörfunkanbieter zulässt, darf die Freien Radios nicht in die Warteschleife schicken. Es geht nur beides oder gar nichts. Sonst erleben wir eine Zunahme von Werbung und seichten Programmen, aber keine Stärkung regionaler Nachrichten und alternativer Programmangebote. Das wäre nicht im Sinne der Programmv Vielfalt, und so war das vom Gesetzgeber auch nicht gedacht. Deshalb sollten sich die Koalitionsparteien das genau angucken und Maßnahmen für eine solide Finanzierung der lokalen Radios beschließen.“

Der Medienrat der MA HSH hatte das Vergabeverfahren für nichtkommerziellen lokalen Hörfunk in den Regionen Flensburg/Glücksburg/Tastrup, Rendsburg/Schleswig/Eckernförde sowie in Neumünster/Bordesholm/Nortorf/Padenstedt ausgesetzt. Hintergrund dafür sei die ungesicherte Finanzierung der Programmvorhaben, die sich ohne finanzielle Förderung nicht realisieren ließen. Erst wenn Höhe und Dauer einer Förderung konkretisiert seien, könne der Medienrat Zuweisungsentscheidungen treffen.

Der Medienrat hat dagegen bereits UKW-Übertragungskapazitäten in der Region Sylt/Niebuß/Leck/Bredstedt an die Sylt Funk übergeben. Angehört wurden zudem die Bewerber für das Versorgungsgebiet Lübeck/Bad Schwartau/Krummesse/Ratzeburg . Die Auswahlentscheidung hierzu ist für Anfang September vorgesehen.

Der am 1. Januar 2015 in Kraft getretene 5. Änderung des Medienänderungsstaatsvertrag Hamburg/Schleswig-Holstein sieht die erstmalige Einführung von lokalem Hörfunk in Schleswig-Holstein vor. In drei Regionen soll nichtkommerzieller Lokalfunk, in zwei Regionen kommerzieller Lokalfunk verbreitet werden.

Anhörung: Änderung Rundfunkbeitragsstaatsvertrag

Die Rundfunkkommission der Länder hat eine Anhörung zu Änderungen beim Rundfunkbeitrag eingeleitet. Mit der Einführung des neuen Rundfunkbeitrags hatten sich die Länder darauf verständigt, diesen zeitnah zu evaluieren. Hierzu wurde Anfang 2012 eine Arbeitsgruppe unter Federführung des Landes Baden-Württemberg eingesetzt und die DIW Econ, ein Consulting-Tochterunternehmen des Deutschen Instituts für Wirtschaftsforschung in Berlin, mit der unabhängigen, externen Begleitung des Evaluierungsprozesses beauftragt. „Die Evaluierung des Rundfunkbeitrags hat gezeigt, dass das Rundfunkbeitragsmodell ein Erfolg ist. Die wesentlichen Zielsetzungen der Länder bei Einführung des Rundfunkbeitrags wie die Stabilisierung der Rundfunkbeitragserträge, die Beibehaltung der bisherigen sektoralen Beitragsbelastung von Wirtschaft, öffentlicher Hand und Privathaushalten oder die Reduzierung der Kontrollintensität wurden erreicht“, sagte Clemens Hoch, der Chef der Staatskanzlei Rheinland-Pfalz – Vorsitzland der Rundfunkkommission der Länder.

Sowohl in rechtlicher Hinsicht als auch mit Blick auf die festgestellten wirtschaftlichen Auswirkungen bestehe kein grundlegender Reformbedarf. Der zur Anhörung gestellte Entwurf zur Anpassung des Rundfunkbeitragsstaatsvertrages sehe daher lediglich kleinere Änderungen im Sinne einer Feinjustierung vor. So werden beispielsweise einzelne Modalitäten der Veranlagung von Betriebsstätten angepasst. So soll bei Unternehmen mit vielen Teilzeitbeschäftigten der Beitrag künftig auf Vollzeitstellen umgerechnet werden. Des Weiteren werde das Beitragserhebungsverfahren bürgerfreundlicher ausgestaltet und das datenschutzrechtliche Niveau verbessert. „Dies alles unter Wahrung der von der Ländergemeinschaft angestrebten Beitragsstabilität“, betonte Hoch. Die Ergebnisse der Anhörung werden im August 2015 ausgewertet und der Rundfunkkommission im September vorgelegt. Der endgültige Staatsvertrag zur Änderung des Rundfunkbeitragsstaatsvertrages könnte nach Vorunterrichtung der Landtage in der Konferenz der Ministerpräsidentinnen und Ministerpräsidenten im Dezember 2015 unterzeichnet werden.

Alle Infos:

<http://tinyurl.com/ntsegjw>



dju begrüßt EU-Entscheidung zu Panoramafreiheit

Als „vernünftige Entscheidung“ hat die Deutsche Journalistinnen- und Journalisten- Union (dju) in ver.di die Haltung des EU-Parlaments zur Panoramafreiheit begrüßt: „Wie erwartet hat das EU-Parlament einen Eingriff in die Panoramafreiheit nicht für notwendig erachtet. Das ist richtig so“, sagte dju-Bundesgeschäftsführerin Cornelia Haß Mitte Juli. Zuvor hatte das EU-Parlament einen Vorschlag des Rechtsausschusses abgelehnt, der zu einer Einschränkung der Panoramafreiheit bei gewerblicher Nutzung von Abbildungen geführt hätte. „Die vielfach und lautstark geäußerten Bedenken, die ungehinderte journalistische Arbeit im öffentlichen Raum könne gefährdet werden, sind damit vom Tisch“ betonte Haß. Nun gehe es darum eine EU-weite Stärkung der Rechte von Urheberinnen und Urhebern anzugehen und für die Akzeptanz und Klarheit der Urheberrechte in der digitalen Transformation zu sorgen. „Das ist eine der großen Herausforderungen, der sich die EU ebenso wie die nationalen Regierungen im Rahmen der weiterhin anstehenden Urheberrechtsreform stellen müssen“, so Haß.



Offener Brief an WDR: „Gesellschaft braucht Wissenschaft!“

In einem offenen Brief an den WDR-Intendanten Tom Buhrow wenden sich über 30 prominente Vertreterinnen und Vertreter aus Politik, Wirtschaft, Wissenschaft und Kultur gegen kürzlich bekannt gewordene Pläne des WDR, bei der Wissenschaftsberichterstattung Budgets zu kürzen und Sendungen einzustellen. Zu den Unterzeichnenden gehören unter anderem die Kabarettisten und Moderatoren Eckart von Hirschhausen und Vince Ebert, die Autoren Frank Schätzing und Stefan Klein, der Medizin-Nobelpreisträger Erwin Neher, der SPD-Politiker Karl Lauterbach, die TV-Journalistinnen Susanne Holst und Lisa Orgies. Initiiert wurde der Brief von der Wissenschafts-Pressekonferenz e.V. (WPK), dem größten Verband für Wissenschaftsjournalisten in Deutschland. Die Unterzeichner laden den WDR-Intendanten Tom Buhrow zu einem öffentlichen Dialog über die

Wissenschaftsberichterstattung des Senders ein. Angesichts der nun bekannt gewordenen Sparpläne, die bekannte Radio- und TV-Formate wie „nano“, „W wie Wissen“, „Kopfball“ oder „Leonardo“ betreffen, befürchten die Unterzeichnenden einen bedrohlichen Substanzverlust in der Berichterstattung. Die Unterzeichner wenden sich gegen eine Formulierung von Tom Buhrow, der die Wissenschaftsberichterstattung kürzlich als „Nische“ bezeichnet hatte.

Für die Zivilgesellschaft habe Wissenschaftsjournalismus eine nicht zu unterschätzende Bedeutung. In dem offenen Brief heißt es: „Die Folgen des Klimawandels, die Kontroverse um die Energiewende, die Qualität der medizinischen Versorgung, die Konsequenzen der Gentechnik, die Chancen und Risiken von Big Data – fast alle Zukunftsfragen unserer Gesellschaft haben einen wissenschaftlichen Kern. Ohne das Wissen der Wissenschaft lassen sich Debatten über Handlungsmöglichkeiten unserer Gesellschaft nicht sinnvoll führen. Eine fundierte Berichterstattung ist die elementare Voraussetzung dafür, dass wir in informierter Weise Entwicklungen in der Wissenschaft erkennen, verstehen und beurteilen können.“ Das mache den Wissenschaftsjournalismus vielmehr zu einem Kerngebiet öffentlich-rechtlicher Berichterstattung. Wenn der WDR nun Budgets kürze ohne begleitende Strategie, wie er künftig eine gehaltvolle Berichterstattung sicher stellen wolle, bedrohe er Renommee und Leistungsfähigkeit des Wissenschaftsjournalismus im WDR.

Tom Buhrow hat als Reaktion auf den Aufruf in einem Brief seine Einschätzung der Lage dargelegt: Die Wissenschaftsberichterstattung bleibe ein „eminent wichtiger Bestandteil der Programme des WDR und des Ersten.“ Der WDR leiste sich mit WDR 5 eine komplette Hörfunkwelle, die sich ausdrücklich als Sender für Wissenschaft und Information positioniere. Man plane, die Wissenschaftsberichterstattung im Tagesprogramm deutlich auszubauen. Das Wissenschaftsmagazin „Leonardo“ solle sogar deutlich verlängert werden, wenn die Aufsichtsgremien zustimmten. Buhrow erwähnt aber auch, dass der Etat der Sendung in 2015 rund 11 % gesunken sei und es Kürzungen gegeben habe. Er verweist auch auf darauf, dass es nicht absehbar sei, wie sich die Finanzlage nach der Entscheidung der Kommission zur Ermittlung des Finanzbedarfs (KEF) im nächsten Jahr entwickeln werde. Die Initiative hat dazu einen „Faktencheck“ auf ihrer Webseite veröffentlicht.

www.keine-nische.de

Die Wissenschafts-
Pressekonferenz e.V. (WPK):
Die Mitglieder der WPK sind
hauptberufliche
Wissenschaftsjournalistinnen
und Wissenschaftsjournalisten,
die - angestellt oder frei - für
Printmedien, Hörfunk,
Fernsehen oder Onlinemedien
arbeiten. Ziel der WPK ist es,
die Qualität im
Wissenschaftsjournalismus zu
fördern. Gegründet wurde sie
1986 in Bonn. Weitere
Informationen: www.wpk.org

RBB-Rundfunkrat zu TTIP

Der Rundfunkrat des Rundfunk Berlin-Brandenburg (RBB) hat in seiner Juni-Sitzung zum Freihandelsabkommen TTIP Stellung genommen. Wir dokumentieren den Text im Folgenden:

„Beim sog. Freihandelsabkommen, das zwischen der Europäischen Union und den USA verhandelt wird, mehren sich die Anzeichen, dass jenseits sinnvoller Fragen über Standardisierungen und Zölle auch über für uns konstitutive kulturelle Standards verhandelt wird. Die Debatte in den USA legt dies nahe. Neben vielem anderen ist die öffentliche Unterstützung von Kultur- und Bildungseinrichtungen, die Filmförderung, das europäische Urheberrecht und die Buchpreisbindung Teilen der US-Wirtschaft ein Dorn im Auge. Handelsliberalisierung darf jedoch nicht auf Kosten unseres Konzeptes von Daseinsvorsorge und kultureller Vielfalt gehen.

Die ARD hat zurecht darauf hingewiesen, dass auch audiovisuelle Dienste vom Abkommen ausgenommen werden müssen, da ansonsten die Gefahr bestünde, dass u. a. unsere Medienvielfalt und Meinungsfreiheit unter die Räder kommen. Presse- und Meinungsfreiheit und eine reichhaltige, subventionierte Kulturszene bilden den Humus unserer demokratischen und pluralistischen Gesellschaft und sind Teil unseres europäischen Wertekanons. Daran darf nicht gerüttelt werden. Die ARD muss noch offensiver zusammen mit allen betroffenen Kulturträgern ihre Kritik an den Verhandlungen in die politische Öffentlichkeit tragen. Auf journalistischem Weg und in ihrer Berichterstattung macht sie das in der gebotenen Ausgewogenheit, der sie sich verpflichtet fühlt. Sie ist aber auch selbst Produzent/Kulturträger und Teil dieses Wertesystems und von möglichen falschen Regelungen des TTIP bedroht. Deshalb halten wir es für geboten, dass sie auch als ein solcher agiert und nicht nur gegenüber der Politik, sondern auch gegenüber der Öffentlichkeit deutlicher in Erscheinung tritt.

Daneben appelliert der Rundfunkrat des rbb an alle Gremien der ARD, hier deutlich Position zu beziehen und darauf hinzuwirken, dass insbesondere audiovisuelle, auditive und kulturell begründete digitale Dienstleistungen ebenso wenig wie der Frequenzhandel Teil des TTIP werden. Diese Position sollten sie mit den geeigneten Mitteln gegenüber einer breiten Öffentlichkeit vertreten.“



Springer lässt Beschäftigte bei Madsack im Stich

„Mit der vorzeitigen Kündigung seiner Druckaufträge schädigt der Axel-Springer-Verlag die Madsack-Belegschaft, die sich derzeit gegen die drohende Schließung ihrer Druckerei wehrt“, kritisiert die Vereinte Dienstleistungsgewerkschaft ver.di. Indem der Axel-Springer-Verlag der Belegschaft die Arbeit entzieht, versuche er, den Widerstand der Beschäftigten ins Leere laufen zu lassen.

Zum Hintergrund: Die Mediengruppe Madsack, an der unter anderem die SPD-Medienholding DDVG beteiligt ist, plant ihre Druckerei in Hannover zum Jahreswechsel zu schließen und die Druckaufträge an eine Druckerei ohne Tarifbindung zu vergeben. Dadurch sind 180 Arbeitsplätze gefährdet. Als Betriebsrat und Beschäftigte Protestaktionen gegen die Schließung ankündigten, kündigte der Axel-Springer-Verlag kurzfristig die Druckaufträge. Am Freitag, 10. Juli 2015, sollte die Bild-Zeitung zum letzten Mal in Hannover gedruckt werden. Zur Begründung führt der Axel-Springer-Verlag gegenüber Madsack an, dass durch mögliche Arbeitsniederlegungen der Druck der Bild-Zeitung nicht mehr gewährleistet werden könne, erklärte der Betriebsrat von Madsack.

„Es ist ein völlig inakzeptables Verhalten des Axel-Springer-Verlages, bei der bloßen Ankündigung von Protestaktionen der Beschäftigten, die um ihre tarifliche und soziale Existenz ringen, Druckaufträge abzuziehen“, erklärte Frank Werneke, stellvertretender Bundesvorsitzender der Dienstleistungsgewerkschaft (ver.di). „Über viele Jahre hat die Belegschaft der Madsack-Druckerei unerlässlich und engagiert die Druckaufträge von Springer erfüllt. Ausgerechnet jetzt, zu einem Zeitpunkt, an dem Betriebsrat und ver.di über Lösungen für einen Weiterbetrieb der Druckerei verhandeln, wird ein erheblicher Teil des Absatzvolumens schlagartig abgezogen. Das erschwert Protest und Widerstand der Belegschaft von Madsack gegen die geplante Schließung der Druckerei“, sagte Werneke. ver.di befindet sich in Verhandlungen mit Madsack, um die zu Ende des Jahres angekündigte Schließung der Druckerei zu verhindern.

Wetzlarer Neue Zeitung ohne Tarifbindung

Die Geschäftsführung von Wetzlardruck (Wetzlarer Neue Zeitung) hat in einer Hausmitteilung erklärt, das Unternehmen sei ab 1. Juli 2015 nur noch Mitglied „ohne Tarifbindung“ (OT) in den Verbänden der Druckindustrie und der Zeitungsverlage. Die Vereinte Dienstleistungsgewerkschaft ver.di verurteilte die Tariffucht scharf. Auch die Beschäftigten bei Wetzlardruck hätten in den letzten Jahren in den Tarifverhandlungen auf reale Einkommenszuwächse verzichtet und immer mehr Aufgaben übernommen. Statt dies zu würdigen, solle bei Wetzlardruck jetzt auch noch der Tarifschutz genommen werden.

Aktuell werde sich für die Beschäftigten erst einmal nichts ändern, so ver.di. Die mittel- und langfristigen Folgen des Wechsels in OT könnten aber gravierend sein. Auch nach dem Wechsel des Unternehmens in eine OT-Mitgliedschaft bei den Arbeitgeberverbänden bleibt die Tarifbindung für die Mitglieder von ver.di in jedem Fall bis zum jeweiligen Auslaufen der aktuell bestehenden Tarifverträge bestehen. Dies gilt auch für bisher nicht organisierte Beschäftigte, die vor dem Auslaufen der Flächentarifverträge Mitglied von ver.di werden. Erste konkrete Folgen hat die Tariffucht bei künftigen Tarifabschlüssen. Auf tariflich vereinbarte Gehaltserhöhungen besteht dann kein Anspruch mehr. Damit wird es ins Belieben der Geschäftsführung gestellt, ob Gehaltserhöhungen gewährt werden und ob bei Neueinstellungen die tariflichen Mindeststandards noch gelten. Der laufende Gehaltstarifvertrag für Redakteurinnen und Redakteure ist frühestens zu Ende 2015 kündbar. Der Lohn- und der Gehaltstarifvertrag der Druckindustrie laufen noch bis Ende März 2016.

Wetzlardruck ist nach eigenen Angaben der größte Zeitungsverlag in Mittelhessen. Seine Zeitungsgruppe Lahn-Dill mit ihren sechs Lokalausgaben hat täglich mehr als 200.000 Leser. In Verlag und Druckerei sind rund 300 Menschen beschäftigt.

„The European“ am Ende?

Das Magazin „The European“, als Onlineportal vor sechs Jahren gestartet und mittlerweile auch im Print veröffentlicht, scheint am Ende zu sein. Der Mehrheitsgesellschafter, die von Bernd Förtsch geführte Börsenmedien AG, hat nach Mitteilung des Magazins ihre Zusage, als langfristiger Partner bei The European zu investieren, zurückgezogen. Diese Ankündigung sei für das Team überraschend gekommen, heißt es in einer Mitteilung der Geschäftsführung. Sie habe fundamentale Auswirkungen, weil das Magazin so, wie es nach dem Einstieg der Börsenmedien AG als Mehrheitsgesellschafter im vergangenen Dezember aufgesetzt wurde, ohne Kapital nicht weitergeführt werden könne. The European hat daher gegenüber allen Mitarbeitern und der Geschäftsführung Kündigungen ausgesprochen. Die Enttäuschung sei immens: „Die Börsenmedien

<http://www.theeuropean.de>

AG hatte bei Übernahme der Anteilmehrheit an The European erklärt, in das Wachstum zu investieren und sich langfristig zu engagieren. So hatte die Börsenmedien AG den Ausbau des englischsprachigen Auftritts von The European und eine Erweiterung der Print-Ausgaben in Aussicht gestellt.“ Die Geschäftsführung bereite nun die Schließung des Magazins vor. Zeitgleich gebe es aber Verhandlungen mit einem Verlag, der sich vorstellen kann, das Magazin The European in sein Angebot zu integrieren. „The European“ bezeichnet sich als Debattenmagazin, das wichtige gesellschaftliche Fragen ansprechen und die Debatten darüber journalistisch vorantreiben wolle.

Verleger: Digitalgeschäft treibt Wachstum

Das Digitalgeschäft ist der Wachstumstreiber, erklärte der Bundesverband Deutscher Zeitungsverleger (BDZV) bei seiner Jahrespressekonferenz Mitte Juli in Berlin. Die Nutzerzahlen der Onlineangebote gingen kontinuierlich nach oben und seien innerhalb eines Jahres um eine weitere Million auf 18,5 Millionen pro Woche gestiegen, sagte Hans-Joachim Fuhrmann, Mitglied der BDZV-Geschäftsleitung. Überdurchschnittlich gut erreichten die Zeitungen demnach mit ihren Angeboten jüngere Zielgruppen. 5,5 Millionen der 14- bis 29-jährigen Internetnutzer (37 Prozent) sowie 7,8 Millionen der 30- bis 49-Jährigen (35 Prozent) besuchten regelmäßig die Webangebote. Immer wichtiger werde auch für die Verlage die mobile Nutzung. Die mobilen Webseiten und Apps der Zeitungen würden jede Woche von 8,4 Millionen Menschen auf Smartphones und Tablets genutzt. Zusammengefasst erreichten die Zeitungsmarken von der gedruckten Ausgabe über den stationären PC bis zu Smartphone und Tablet jeden Tag rund 52 Millionen Menschen. Damit seien drei Viertel der deutschsprachigen Bevölkerung regelmäßige Zeitungsleser.

Optimistisch stimme die Entwicklung bei den Bezahlangeboten im Netz. Gegenüber dem Vorjahr seien diese um 30 Prozent gewachsen. Aktuell verlangten 107 Verlage von ihren Lesern ein Entgelt für die Nutzung der Webangebote, bis Jahresende rechnet der BDZV mit mindestens 120 Zeitungen. Die Zahlungsbereitschaft bei den Nutzern steige weiter. „In den Köpfen der Menschen ist angekommen, dass guter Journalismus auch im Netz seinen Preis hat“, so Fuhrmann. Jeder dritte Internetnutzer in Deutschland habe 2014 für redaktionelle Inhalte jeden Monat im Schnitt 15 Euro ausgegeben. Ein Jahr zuvor war es erst jeder vierte. Als „äußerst erfreulich“ bezeichnete Jörg Laskowski, BDZV-Geschäftsführer Verlagswirtschaft, die Entwicklung der E-Paper-Auflage. Im Vergleich zum Vorjahr (1. Quartal) sei die Auflage um 30 Prozent von 564.000

auf 733.000 angestiegen – Tendenz: dynamisch wachsend. Bei überregionalen Titeln liege der Anteil der E-Paper-Auflagen bereits bei über zehn Prozent.

Die Verlage arbeiteten mit großem Engagement und viel Mut an neuen Produkten. Etliche Regionalverlage hätten digitale Sonntagszeitungen auf den Markt gebracht; eine andere Variante sei die digitale Zeitung am Abend. Zwei Drittel der Verlage planten für das laufende Jahr neue Digitalprodukte jenseits der klassischen Websites und Newsapps: Lokale Schwerpunktthemen, Freizeit, Sport und regionale Servicethemen würden für besondere Zielgruppen aufbereitet. Derzeit seien die Zeitungsverlage mit mehr als 600 Apps auf dem Markt. Als weitere Innovation aus den Redaktionen nannte Fuhrmann die wachsende Zahl der Chefredakteurs-Newsletter, die mit Namen wie „Checkpoint“, „Stimme des Westens“, „Vorab:“, „Hauptwache“, „Morningbriefing“ oder „Post vom Chefredakteur“ verbreitet würden. Im Schnitt erreichten sie 35.000, in der Spitze mehr als 150.000 Abonnenten. Dabei stehe die Penetration der Zeitungsmarke und die emotionale Bindung der Leser an die Redaktion im Vordergrund. Als völlig neuen Ausspielkanal für Nachrichten und Service testeten die Verlage derzeit sogenannte Wearables, wie beispielsweise die Apple Watch.

Daneben würden auch neue Printprodukte entwickelt. Mit regionalen Wirtschaftsmagazinen, Magazinformaten für Universitäten, für junge Menschen, für die Bereiche Sport, Freizeit, Lifestyle, Wohnen würden neue Zielgruppen erreicht. Die regionale Werbewirtschaft begrüße die Magazinkultur der Zeitungen sehr. Als größte Herausforderung der Branche bezeichnete der BDZV, den wachsenden publizistischen Erfolg in der digitalen Welt auch zu einem ökonomischen Erfolg zu machen. „Das ist ein Marathon, der große Kondition und langen Atem erfordert“, so Fuhrmann. Die Branche sei dafür gut gerüstet.



OBS-Studie: Wie politisch sind TV-Politikmagazine?

Zu viel Service, zu wenig große Themen. Zu viele aufgebauchte Skandale, zu wenig Bezug zu innenpolitischen Debatten – stellt der Medienwissenschaftler Bernd Gäbler in einer Untersuchung zu aktuellen TV-Politikmagazinen fest. „... den Mächtigen unbequem sein“- Anspruch und Wirklichkeit der TV-Politikmagazine heißt die jetzt erschienene Studie der Otto Brenner Stiftung. Von September bis Ende Dezember 2014 hat Gäbler alle Ausgaben und Einzelbeiträge der Magazine Report Mainz und München, Monitor, Panorama, Fakt und Kontraste (alle ARD), frontal 21 (ZDF) und Spiegel-TV (RTL) nach Inhalt und Machart untersucht. Auch Stil und Funktionen der Moderationen werden analysiert, Zuschauerzahlen und Quoten verglichen. Im Resümee moniert der Autor die „Zersplitterung“ der politischen Berichterstattung und die zu monotone Machart der Magazine. ARD und RBB wiesen die Kritik zurück.

Infos und Bestellmöglichkeit:
<http://tinyurl.com/nbmsvth>

Im Einzelnen kritisiert Gäbler bei der ARD „eine ungenügende Markenführung“. Sechs Magazine an zwei Sendeterminen – das seien zu viele. Nur dreißig Minuten Sendezeit seien gleichzeitig zu wenig für eine „variable Gestaltung“. Überdies fielen sie zu oft aus oder würden aus aktuellem Anlass gekürzt. Insbesondere die Magazine „Kontraste“ und „Fakt“ hätten im Beobachtungszeitraum wenig eigene Recherchen aufzuweisen und kaum außergewöhnliche Beiträge entwickelt. Der ARD empfiehlt die Studie eine Konzentration und Zusammenführung der vorhandenen Ressourcen. Klarer ist die Lage im ZDF. Das 45-minütige wöchentliche Magazin frontal 21 bietet nach Einschätzung des Autors am meisten Abwechslung, es fehle aber an redaktioneller Stärke für ein kontinuierlich hohes Niveau der Beiträge und an einer langfristigen Recherchestrategie. Auf RTL biete Spiegel-TV zwar immer wieder einzelne gute Beiträge – etwa zu Ebola und dem IS-Terror –, entwickle sich aber zu einem „bunten Gesellschaftsmagazin“. Auch der RTL behandle sein Magazin wenig pfleglich.

„Politische Magazine gehören zum Kern des öffentlich-rechtlichen Auftrags“, betonte Jupp Legrand, Geschäftsführer der Otto Brenner Stiftung. Die Studie von Gäbler bestätige aber eindrucksvoll, dass zwischen Anspruch und Wirklichkeit im aktuellen TV-Magazinangebot eine zu große Lücke klaffe. Die Stiftung, so Legrand, möchte mit der Untersuchung eine selbstkritische Diskussion in den Sendern initiieren und eine öffentliche Diskussion über den Stellenwert von Politikmagazinen im Fernsehen anregen.

Personalien

Weibliche Spitze für netzwerk recherche

Die NDR-Journalistin Julia Stein ist neue Vorsitzende von netzwerk recherche. Mit grosser Mehrheit wählten sie die anwesenden Mitglieder im Juli auf der Jahreskonferenz in Hamburg. Zweite Vorsitzende wurde Cordula Meyer, die das Deutschland-Ressort des Spiegel leitet. Renate Daum (Stiftung Warentest) ist Schatzmeisterin, Christina Elmer (Spiegel Online) Schriftführerin. Damit hat netzwerk recherche zum ersten Mal eine weibliche Spitze. Im Amt bestätigt wurden die Beisitzer Markus Grill (Correctiv), Bernd Kastner (Süddeutsche Zeitung), Egmont R. Koch (Autor und Produzent) und Gert Monheim (ehem. WDR, Die Story). Vom neuen Vorstand kooptiert wurden: Franziska Augstein (Sueddeutsche Zeitung), Kuno Habermus (NDR), Ulrike Maercks-Franzen (ehem. dju in ver.di), Manfred Redelfs (Greenpeace), Albrecht Ude (Journalist und Rechetraener), Marc Widmann (Die Zeit) und Medienjournalistin Vera Linss.

Lesetipps

Quartalsbericht zur Medienwirtschaft

Mit dem Bericht zum 2. Quartal bietet die Deutsche Journalistinnen und Journalisten-Union in ver.di wieder eine umfassende Übersicht über Branchen, Konzerne sowie Übernahmen und Beteiligungen in der Medienwirtschaft. Wer auf dem neuesten Stand sein will, findet hier alle Zahlen und Daten.

<http://tinyurl.com/o6kkn9r>

Jahrbuch Fernsehen 2015

„Es gibt keine digitale Gesellschaft“, mit dieser steilen These eröffnet der Kommunikationswissenschaftler Lutz Hachmeister die 24. Ausgabe des „Jahrbuch Fernsehen“, das sich vor allem mit dem Zustand und der Zukunft des Fernsehens beschäftigt. In seinen „Anmerkungen zu einem politischen Phantom“ zerplückt er die Mär einer neuen Gesellschaftsform im Digitalen und setzt sie der Realität des Körperlichen und realer soziobiologischer Strukturen gegenüber. Die weiteren Essays beschäftigen sich vor allem mit den grundlegenden Bedrohungen und Problemen des traditionellen TV, das versucht, in einer zunehmend digitalisierten Welt seinen Platz auf der Fernbedienung der Zuschauer zu behaupten. Die Herausgeber – das Institut für Medien- und Kommunikationspolitik, die Deutsche Kinemathek, die „Funkkorrespondenz“, das Gemeinschaftswerk der Evangelischen Publizistik und die Cologne Conference – stehen für die journalistische Qualität und medienpolitische Unabhängigkeit der Publikation.

Weitere Infos:

www.jahrbuch-fernsehen.de

Herausgeber:
DGB-Bundesvorstand,
Referat Medien- und
Kulturpolitik,
Henriette-Herz-Platz 2,
10178 Berlin

Redaktion:
Dr. Sabine Nehls

Tel: 0172-72 515 98
sabine.nehls@dgb.de

Der DGB-medien-newsletter
kann abonniert werden über:
www.dgb.de/service/newsletter