



Hilfsbereitschaft ist gut – Gerechtigkeit ist besser

Mit einer Welle der Hilfsbereitschaft haben die Zuschauerinnen und Zuschauer auf zwei ZDF-Dokumentationen reagiert, die die Not von zwei Familien unter dem ökonomischen Druck von Hartz IV und Zeitarbeit beschrieben. Das ist gut und für die betroffenen Familien eine große Hilfe. Positiv ist auch, dass sich das öffentlich-rechtliche Fernsehen mit den Lebensumständen der Menschen auseinandersetzt, die es in dieser Gesellschaft schwer haben. Diese Themen dürfen nicht den privat-kommerziellen Sendern oder dem Boulevard überlassen werden, deren Blick doch oft sehr voyeuristisch ist.

Es bleibt aber die Frage, wie es sein kann, dass in unserer reichen Gesellschaft Familien in Armut leben müssen. Hier zeigen sich die Auswirkungen einer Politik, die es sich lange zur Devise gemacht hat, Arbeitnehmerinnen und Arbeitnehmer nicht zu den Leistungsträgern zu zählen, sondern zu den Lastenträgern der Wirtschaft zu machen. Deutlich wird durch Sendungen dieser Qualität auch, dass die Diskussion um Mindestlöhne dringend notwendig ist und die Rechte der Beschäftigten nicht weiter ausgehöhlt werden dürfen.

Vor allem die Kinder sind die Leidtragenden einer Politik, die jahrelang zur Umverteilung von unten nach oben beigetragen hat. Zwei Millionen Kinder erhalten bereits Hartz-IV, wie der Deutsche Kinderschutzbund errechnet hat. Rund 1,2 Millionen junge Menschen zwischen 15 und 25 Jahren sind nach einer DGB-Studie auf staatliche Unterstützung angewiesen, darunter auch viele, die arbeiten, aber mit ihrer Arbeit nicht ausreichend verdienen, um ihren Lebensunterhalt zu bestreiten. Ihnen allen muss anders geholfen werden, als mit, wenn auch im Einzelfall willkommenen, Almosen. Wenn diese Gesellschaft es nicht schafft, den Kindern und jungen Menschen eine Perspektive und ein lebenswertes Auskommen zu bieten, dann sprengt sie das Fundament, auf dem unsere Demokratie ruht. Ändern kann sich das nur, wenn Arbeit so bezahlt wird, dass sie den Beschäftigten genug einbringt, um selbständig zu leben. Ändern kann sich das auch nur, wenn die Chancen für Bildung nicht von Einkommen und Bildungsstand der Eltern abhängig sind.

Wir brauchen mehr Berichte über den Zustand unserer Gesellschaft, wie diese beiden ZDF-Sendungen. Sie können dazu beitragen, eine Sensibilität für die Realität zu entwickeln und so dazu anregen, die Realität zu verändern. Mit Hilfsbereitschaft und dem politischen Willen zu mehr Gerechtigkeit.

Michael Sommer

Themen:

Datenschutz im Betrieb	2
Soziale Absicherung für Medienschaffende	2
Neue LMA-Zentrale	3
Mehr Nutzerschutz bei Gewinnspielen	4
TV-Konkurrenz	4
Informationsfreiheit im Finanzsektor	5
EU-Mediendebatte	5
Arte-Programmprofil	6
Produktplatzierung	6
ARD-Drei-Stufen-Test	7
NDR Mediathek kann starten	7
Darlehen für rbb	8
Öffentlich-rechtliche Nachrichten	9
Personalien	10
Medienlinks	10
Veranstaltungen	11
Impressum	11



DGB: Ausspähung von Beschäftigten verhindern

Betrieblicher Datenmissbrauch muss verhindert werden. Das forderte der Vorsitzende des DGB, Bezirk Berlin-Brandenburg, Dieter Scholz auf der Fachtagung „Überwachung im Betrieb“ Mitte März in Berlin. Arbeitgeber dürften nicht länger Technologien missbrauchen, um Beschäftigte auszuspähen oder etwa Leistungskontrolle ungehindert zu betreiben. Die Bespitzelung bei der Telekom, die Videoüberwachung bei Lidl und die selbstherrliche Überwachungspraxis bei der Bahn hätten in dramatischer Weise belegt, wie notwendig ein spezielles Datenschutzgesetz für Arbeitnehmer sei. Vor Betriebsräten, Datenschutzexperten sowie Unternehmensvertretern, forderte Scholz endlich die Möglichkeiten der Rasterfahndung im Betrieb einzudämmen und die Angriffe auf die Menschenwürde abzuwehren.

Der DGB setzt sich für ein Arbeitnehmer-Datenschutzgesetz ein, das u.a. die Weitergabe medizinischer Daten verbietet und die Kontrollrechte des Betriebsrates stärken will. Bei den Beschäftigten wachse die Furcht vor der herrschenden Überwachungspraxis, so Scholz. Häufig gehe es auch darum, Arbeitnehmer zu bespitzeln, die sich gewerkschaftlich engagierten. Die Unternehmensleitungen hätten oft kein Unrechtsbewusstsein und betrieben ihre Ausspähungen unter dem Mantel der Korruptions- oder Diebstahlsbekämpfung. Es seien klare betriebliche Regelungen notwendig, für die auch externer Sachverstand erforderlich sei. Eine Erweiterung des vorhandenen Bundesdatenschutzgesetzes bleibe Flickwerk. Der DGB fordert u.a., die gezielte Beobachtung am Arbeitsplatz zu verbieten; ferner sollte bei Unternehmen wie Banken sichergestellt sein, dass Kundendaten und Beschäftigtendaten gesondert geführt und geschützt würden. Die Position des betrieblichen Datenschutzbeauftragten müsse gestärkt werden. Arbeitnehmer sollten besonderen Schutz vor Repressalien genießen, wenn sie bspw. Skandale im Betrieb aufdeckten (Fleisch- und Schwarzgeldskandal).

Besserer sozialer Schutz für Medienschaffende

Die Ankündigung von Bundesarbeitsminister Olaf Scholz, den Zugang zu Arbeitslosengeld I für kurzzeitig beschäftigte Kultur- und Medienschaffende zu erleichtern, hat der stellvertretende Vorsitzende der Vereinten Dienstleistungsgewerkschaft (ver.di), Frank Werneke, begrüßt. „Mit der nun geplanten Rahmenfristverkürzung wird die soziale Absicherung von Medienschaffenden verlässlicher. Das war überfällig. Auch die CDU/CSU-Fraktion muss diese Initiative mittragen und ihre Umsetzung unterstützen“, forderte Werneke.

Bisher haben kurzzeitig Beschäftigte, z.B. aus der Filmbranche nach einem Projekt häufig nur Anspruch auf Leistungen nach der Hartz-IV-Gesetzgebung. Der Grund: Innerhalb von zwei Jahren müssen Erwerbs-

tätige mindestens 12 Monate in die Arbeitslosenversicherung eingezahlen, um Anspruch auf Arbeitslosengeld I zu haben – eine Voraussetzung, die bei der im Kultur- und Medienbereich üblichen Projektarbeit schwer erfüllbar ist. ver.di hatte dafür plädiert, dass diese 12-monatige so genannte Rahmenfrist auf fünf Monate verkürzt wird. Dazu wurden im März rund 8000 Unterschriften von betroffenen Kultur- und Medienschaffenden an Olaf Scholz und den Bundesbeauftragten für Kultur und Medien, Bernd Neumann, geschickt.

LMA: Bald neue Geschäftsstelle in Berlin

Die Landesmedienanstalten haben sich Mitte März darauf geeinigt, eine neue gemeinsame Geschäftsstelle in Berlin zu etablieren. Zwei Drittel der Gremienvorsitzenden und der Direktoren sprachen sich auf einer gemeinsamen Sitzung für die Hauptstadt als Sitz der Zentrale aus. Die Geschäftsstelle soll die Arbeit der ZAK (Kommission für Zulassung und Aufsicht), der ALM (Arbeitsgemeinschaft der Landesmedienanstalten) und der GVK (Gremienvorsitzendenkonferenz) organisieren und koordinieren. Bis zum Jahr 2013 werden die Aufgaben der Geschäftsstelle der KJM (Kommission für Jugendmedienschutz der Landesmedienanstalten) und der KEK (Kommission zur Ermittlung der Konzentration im Medienbereich) an ihren bisherigen Standorten fortgeführt.

Ab dem 1. September 2013 sollen keine Mitarbeiter außerhalb der gemeinsamen Geschäftsstelle aus Gemeinschaftsmitteln der Landesmedienanstalten finanziert werden. „Vor dem Hintergrund zunehmender Herausforderungen durch die Konvergenz der Medien und einem erhöhten Bedarf an Medienkompetenz in der Gesellschaft wird die neue Geschäftsstelle in Berlin die Aufgaben bündeln, gleichzeitig aber auf die Sachkompetenz vor Ort bei den Landesmedienanstalten zurückgreifen können“, so Dr. Hartmut Richter, Vorsitzender der GVK (Gremienvorsitzendenkonferenz). Grundlage der Entscheidung ist eine entsprechende Regelung im 10. Rundfunkänderungsstaatsvertrag.

Satzung für Gewinnspiele verbessert Nutzerschutz

Die im Februar beschlossene neue Satzung für Gewinnspiele im Rundfunk hat nach Auskunft der Landesmedienanstalten sichtbare Verbesserungen beim Nutzerschutz gebracht. So seien nun vor allem Hinweise auf das Mindestalter und auf andere Regelungen, die der Transparenz des Spielablaufs dienen sollen, fester Bestandteil vieler Sendungen im privaten Fernsehen, erklärte Norbert Schneider, Beauftragter für Programm und Werbung der Kommission für Zulassung und Aufsicht (ZAK), Mitte März in Düsseldorf.

„Wir sind – nach einer langen Zeit der Rechtsunsicherheit – nun auf einem guten Wege“, sagte Schneider. Er verwies jedoch darauf, dass es naturgemäß bei Einführung einer neuen Satzung noch Abstimmungsproblem gebe, zum Beispiel bei Art und Umfang von Inserts und „Crawls“, das sind oben oder unten am Bildrand laufende Einblendungen. „Es wird auch unabweislich sein, bei unterschiedlichen Rechtsauf-

fassungen gerichtliche Entscheidungen herbeizuführen, wie etwa mit Blick auf die 50-Cent-Höchstgrenze bei Anrufen.“ Ein Anruf darf laut Satzung nur 50 Cent kosten; tatsächlich sind Kosten bei Anrufen vom Handy im Einzelfall erheblich teurer. Schneider sagte: „Eine rasche Klärung ist für alle Beteiligten wichtig.“

Dr. Tobias Schmid vom Verband Privater Rundfunk und Telemedien e.V. (VPRT) begrüßte die generelle Rechtssicherheit für Rundfunkveranstalter durch die Satzung, auch wenn es bei einzelnen Punkten noch Klärungsbedarf gebe. Er machte zugleich deutlich, dass private Sender zum Teil einen erheblichen Rückgang bei den Umsatzzahlen zu verzeichnen hätten. „Wenn Moderatoren langwierig die neuen Regelungen erklären müssen, dann ist dies sicher für viele Zuschauer ein Abschaltfaktor“, sagte er weiter.

Starke Konkurrenz auch unter Privat-TV

Im Wettbewerb um die Aufmerksamkeit der Fernsehzuschauer konkurrieren mit den privat-kommerziellen und dem öffentlich-rechtlichen nicht zwei homogene Programmtypen. Die Programmkonkurrenz auf dem deutschen Zuschauermarkt ist komplexer, so ein Ergebnis des Programmberichts 2008 der Arbeitsgemeinschaft der Landesmedienanstalten (ALM), der gerade erschienen ist. Besonders in der Primetime am Abend hätten sich bei den privaten Vollprogrammen drei in ihren Sendungsangeboten ähnliche Programmgruppen entwickelt, in der jeweils ein Programm der beiden großen Senderfamilientypen vertreten ist. RTL und Sat.1, ProSieben und RTL II sowie VOX und kabel eins konkurrierten nicht nur mit der öffentlich-rechtlichen Konkurrenz, ARD/Das Erste und ZDF, sondern jeweils auch direkt gegeneinander.

Ein besonders stark umkämpftes Konkurrenzfeld sei das „Wissensfernsehen“: Dokumentationen, Reportagen und Magazinbeiträge zu (in der Regel nicht politischen, nicht kontroversen und auch nicht aktuellen) Sachthemen. Zwischen 1998 und 2008 habe sich der Gesamtumfang dieses Programmsegments in den acht erfolgreichsten Fernsehprogrammen im Tagesdurchschnitt von sechseinhalb auf neunzehn Programmstunden fast verdreifacht. Auch hier sind alle Senderfamilien involviert: VOX steht mit ca. sechs Programmstunden pro Tag eindeutig an der Spitze, gefolgt von ZDF und kabel eins (ca. drei Stunden); den vierten Rang nimmt das erste Programm der ARD mit ca. zwei Stunden ein. Allerdings sei diese Entwicklung nicht mit einer steigenden Bedeutung des „Wissenschaftsfernsehens“ gleichzusetzen. Enorm zugenommen hätten stattdessen Beiträge, in denen die – nicht immer analytische – Alltagsperspektive im Blick auf Gesellschaft und Lebensverhältnisse, Wirtschaft und Arbeitswelt dominiert.

Die Fernsehprogramm-forschung wird von der GöfaK Medienforschung GmbH, Potsdam, unter der Leitung von Prof. Dr. Hans-Jürgen Weiß und Prof. Dr. Joachim Trebbe seit 1998 durchgeführt. Sie enthält jeweils eine Analyse der privaten Fernsehvollprogramme der RTL Group (RTL, RTL II, VOX), der ProSiebenSat.1 Media AG (Sat.1, ProSieben, kabel eins) sowie der beiden öffentlich-rechtlichen Programme ARD/Das Erste und ZDF.

Der ALM Programmbericht 2008 präsentiert außerdem Zusammenfassungen der Ergebnisse von vier Einzelstudien der Landesmedienanstalten: Analysen zur Platzierung von Werbung und Public Relations im redaktionellen Fernsehprogramm, zum Regional- und Lokalfernsehen in Ostdeutschland, zu den Nachrichtenfaktoren von Fernsehnachrichten und zur Internetnutzung von Journalisten.

Arbeitsgemeinschaft der Landesmedienanstalten in der Bundesrepublik Deutschland – ALM (Hrsg.): Fernsehen in Deutschland 2008. Programmforschung und Programmdiskurs. Berlin: VISTAS 2009 (19,-).

DJV zu Informationsfreiheit im Finanzsektor

Der Deutsche Journalisten-Verband (DJV) hat die Empfehlung des Bundestagsfinanzausschusses begrüßt, keine Einschränkung des Informationsfreiheitsgesetzes im Finanzsektor vorzunehmen. Damit seien Bun-

desbehörden weiterhin verpflichtet, Journalisten und Bürgern Zugang zu amtlichen Informationen z.B. von öffentlichen Finanzdienstleistern und Banken zu ermöglichen. Im Dezember 2008 hatte der Bundesrat gefordert, diesen Themenkomplex sowie die Wertpapier- und Versicherungsaufsicht von der Auskunftspflicht auszunehmen. „Ich freue mich über das klare Votum des Finanzausschusses“, kommentierte DJV-Bundesvorsitzender Michael Konken die Entscheidung. „Journalistinnen und Journalisten müssen die Möglichkeit haben, umfassend über alle Themen zu recherchieren. Finanzmärkte, Geldinstitute und deren Aufsichtsbehörden dürfen davon nicht ausgenommen werden.“ Die vom Bundesrat geforderte Einschränkung der Informationsfreiheit hätte gravierende Einschnitte in die Freiheit der Berichterstattung zur Folge gehabt. Angesichts der überragenden Bedeutung der Finanzmarktkrise und ihrer Folgen wäre es unverantwortbar gewesen, die im öffentlichen Interesse stattfindende Aufsicht der Informationsfreiheit zu entziehen.



EJF: EU braucht politische Debatte zur Medienkrise

Die Europäische Journalisten-Föderation (EJF) hat an die EU appelliert, sich in einer politischen Debatte mit der Medienkrise auseinander zu setzen. In einem Schreiben an die Fraktionsvorsitzenden des Europäischen Parlaments und an Kommissionschef Manuel Barroso erklären EJF-Präsident Arne König und EJF-Generalsekretär Adrian White, die Krise habe dramatische Auswirkungen auf die Berichterstattung über das politische, soziale und demokratische Leben in Europa. Es gäbe nicht länger die Gewissheit, dass Medienpluralismus gewährleistet werden könne. Parlament und Kommission müssten die Chance der Neukonstituierung im Herbst nutzen, um eine öffentliche Debatte sowohl auf nationaler als auch auf europäischer Ebene über die Zukunft der Medien zu initiieren. Dabei müssten die Themen Demokratie, Pluralismus und öffentliches Engagement in Bezug auf die Medien im Mittelpunkt stehen. Die Diskussion müsse alle Stakeholder in der Zivilgesellschaft, den Medien und der Politik einbeziehen.

Beide Briefe in englischer Fassung unter:
<http://tinyurl.com/dxdonx>

Dokumentarfilmer fürchten um Arte-Programmprofil

Die Arbeitsgemeinschaft Dokumentarfilm sieht die Einzigartigkeit des Arte-Programmprofils bedroht. In einem Brief an den Präsidenten des europäischen Kulturkanals Gottfried Langenstein hieß es Ende März: „Mit Sorge beobachten die in unserem Verband zusammengeschlossenen Film- und Fernsehproduzenten die Tendenz der deutschen ARTE-Programmplanung, konfektionierte Kaufproduktionen an die Stelle eigener redaktioneller Entscheidungen und zu setzen. Schon jetzt zeichnet sich ab, dass sowohl die Sendeflächen als auch die finanziellen Spielräume für die engagierte Neuproduktion von Original-Beiträgen massiv beschnitten werden.“ Durch den Ankauf kompletter Serien gebe der

Sender sein wichtigstes Pfund, nämlich die Konzeptions- und Gestaltungshoheit, aus der Hand - und ob die inhaltlichen Visionen der ARTE-Gründer durch den vermehrten Einsatz amerikanischer Serienware oder anderer weltmarktgängiger Produkte (etwa aus dem Hause BBC) einzulösen sind, sei doch mehr als fraglich. „Wenn auf Arte irgendwann auch nur noch das gleiche läuft, was weltweit über alle Kanäle flimmert, wird das Programm des Europäischen Kulturkanals austauschbar und steht in letzter Konsequenz in der Gefahr, sich selbst überflüssig zu machen.“ Sollte sich der bereits jetzt ablesbare Trend Ihrer Programmpolitik bestätigen, werde das eine ganze Reihe unabhängiger Produktionsfirmen, aber auch zahlreiche einzelne Autoren, Regisseure und andere Filmschaffende in existenzielle Schwierigkeiten bringen.

Der Brief im Wortlaut unter:
www.agdok.de

Verbraucherzentralen gegen Produktplatzierungen im Fernsehen

Produktplatzierungen im Fernsehen sollen auch weiterhin generell verboten bleiben. Das fordert der Verbraucherzentrale Bundesverband (vzbv) von den Ministerpräsidenten der Länder. „Journalismus darf nicht käuflich werden“, fordert Vorstand Gerd Billen. Redaktionelle Inhalte müssten unabhängig sein von den wirtschaftlichen Interessen Dritter. Hintergrund ist die Umsetzung einer EU-Richtlinie in deutsches Recht. Die 2007 von der EU verabschiedete „Richtlinie über audiovisuelle Mediendienste“ sieht zwar grundsätzlich ein Verbot von Produktplatzierungen vor. Die Mitgliedstaaten können allerdings davon unter besonderen Voraussetzungen abweichen. Demnach sind Platzierungen im Fernsehen erlaubt, wenn die Sendungen entsprechend gekennzeichnet sind.

Diese Vorgaben hält der Verbraucherzentrale Bundesverband für vollkommen unzureichend. Nur noch wenige Zuschauer sähen eine Sendung von Anfang bis Ende, also einschließlich des Vor- und Abspanns. Und selbst bei einer weiterreichenden Kennzeichnung bliebe unklar, in welcher Weise die betreffende Sendung den Wünschen der Werbekunden angepasst wurde. „Produktplatzierung ist und bleibt Schleichwerbung“, kritisiert Billen. Das Trennungsgebot zwischen Werbung und redaktionellen Inhalten müsse bestehen bleiben. Andernfalls sei zu befürchten, dass der Druck auf Filmautoren und Journalisten zunimmt, ihr Programm kommerziellen Interessen unterzuordnen. Dies könnte auch Folgen für andere Medienbereiche haben, insbesondere die Printpresse. „Am Ende wäre die Unabhängigkeit der Medien insgesamt gefährdet“, befürchtet Billen.

Zur Umsetzung der EU-Richtlinie müssen das Telemediengesetz (Zuständigkeit beim Bund) und der Rundfunkstaatsvertrag (Zuständigkeit bei den Ländern) geändert werden. Der Verbraucherzentrale Bundesverband fordert von den Rundfunkpolitikern, sich in der Frage der Produktplatzierungen nicht dem Druck der Werbewirtschaft und der privaten Rundfunkanbieter zu beugen.

Ein kleiner Vorschmack auf das Fernsehprogramm mit Product Placement unter:

<http://tinyurl.com/c76c5v>



ARD: Bald Telemedienkonzepte für Drei-Stufen-Test

Die ARD will die zu prüfenden Konzepte für die Telemedienangebote Ende Mai an die Rundfunkräte übergeben, teilte der Senderverbund nach der ARD-Sitzung in München Anfang April mit. Die Prüfverfahren für die bereits bestehenden Onlineangebote der ARD müssen laut 12. Rundfunkänderungsstaatsvertrag bis zum 31. August 2010 abgeschlossen sein. Zuständig für die einzelnen Telemedienkonzepte ist jeweils die Landesrundfunkanstalt, die das Gemeinschaftsangebot federführend verantwortet. Eingebettet in ein Gesamtkonzept werden nach heutigem Stand elf Telemedienkonzepte zur Prüfung an die Gremien übergeben, zum Beispiel tagesschau.de (NDR), sport.ARD.de (WDR), ARD.de (SWR) und DasErste.de (BR). Gemeinschaftlich mit dem ZDF erstellt die ARD Telemedienkonzepte für 3sat.de, phoenix.de und Kika.de. Der Rundfunkrat des jeweils federführenden Senders muss die Stellungnahmen der Rundfunkräte der anderen ARD-Sender sowie des ARD-Programmbeirates und die Beschlussempfehlungen der Gremienvorsitzendenkonferenz (GVK) in seine Entscheidung mit einbeziehen. Die Telemedienkonzepte für die Gemeinschaftsangebote sollen in ihrem Aufbau und in den Beschreibungen den gleichen Standards genügen, auch wenn sie von verschiedenen Landesrundfunkanstalten erarbeitet werden. Die Konzepte sollen so für die Gremien vergleichbar sein, damit sie dieselben Maßstäbe auf alle Angebote anwenden können und die Verfahren transparent ablaufen.

Wie im 12. Rundfunkänderungsstaatsvertrag vorgegeben, sollen die Telemedienkonzepte Aussagen zu den drei Prüfstufen des Tests (demokratische, soziale und kulturelle Bedürfnisse, Beitrag zum publizistischen Wettbewerb und finanzieller Aufwand) enthalten und erläutern. In diesem Zusammenhang will die ARD auch die Zielgruppen, die Ausrichtung und Inhalte sowie die Verweildauer und Angebotsformen der jeweiligen Telemedien beschreiben. Die ARD geht davon aus, dass die Kosten mindestens 5 Millionen Euro betragen werden. Darin eingeschlossen sind die Kosten für die Gutachten zu den marktlichen Auswirkungen, die die Gremien laut Rundfunkänderungsstaatsvertrag in Auftrag geben müssen. Sämtliche Ausgaben werden aus den laufenden Etats der Landesrundfunkanstalten bestritten.

NDR Rundfunkrat gibt grünes Licht für Mediathek

Die geplante NDR Mediathek kann starten. Der Rundfunkrat stimmte Ende März nach einem Drei-Stufen-Test den Plänen des Senders zu. Die Mediathek soll die Programmangebote des NDR in Fernsehen und in Hörfunk künftig online besser verfügbar machen. Dieser „Drei-Stufen-Test“ ist damit bundesweit der erste, der abgeschlossen ist. Er wurde freiwillig im Vorgriff auf den 12. Rundfunkänderungsstaatsvertrag, der nach Zustimmung aller Landesparlamente am 1. Juni 2009 in Kraft treten soll, durchgeführt. NDR Intendant Lutz Marmor teilte mit, dass die Mediathek in Kürze starten soll, voraussichtlich schon im April. Dr. Karl-Heinz Kutz, Vorsitzender des NDR Rundfunkrates erklärte dazu: „Nach sorgfältiger Prüfung der Planungen des NDR, des externen Gut-

achtens dazu und der Stellungnahmen Dritter ist der Rundfunkrat zu der Überzeugung gelangt, dass die Mediathek des NDR von seinem öffentlich-rechtlich Auftrag umfasst und damit den künftigen rundfunkrechtlichen Zulassungsanforderungen gerecht wird. Wir sind sicher, dass die kostenlose Abrufmöglichkeit interessanter und durch die Rundfunkgebühr bereits bezahlter Radio- und Fernsehsendungen via Internet ein attraktives zusätzliches Angebot im Sinne der Hörer und Zuschauer ist.“ Insgesamt habe sich der Drei-Stufen-Test wie erwartet als äußerst zeit-aufwendiges und kompliziertes Verfahren erwiesen, so Kutz. Trotz guter Terminplanung habe das Verfahren vier Monate in Anspruch genommen.



Dickes Osterei für gebeutelten rbb

Von Dieter Pienkny

Bei Geld hört die Freundschaft auf: Dennoch rang sich die ARD dieser Tage dazu durch, dem finanziell angeschlagenen rbb mit einem zinslosen Kredit von 20 Millionen Euro unter die Arme zu greifen. Er muss ab 2016 zurückgezahlt werden. Dass es dazu kam, ist zum einen der Beharrlichkeit der rbb-Geschäftsführung (und des Rundfunkrats) zu verdanken; zum anderen hat sich in der ARD augenscheinlich die Erkenntnis breit gemacht, der rbb könne aufgrund massiver Gebührenbefreiungen für sozial Schwache im Sendegebiet sein Finanzdefizit nicht länger verkraften. Zumal durch Einstellung der Radiowelle Multikulti und der Fernsehsendung „Polylux“ der Sender bereits erheblich Federn lassen musste.

In der laufenden Gebührenperiode wird sich das Minus auf 54 Mio. Euro summieren. Als Ursache des Finanzdebakels gilt vor allem die überproportional hohe Befreiungsquote aufgrund der angespannten sozialen Lage in der Region Berlin und Brandenburg: Während im Bundesdurchschnitt die Befreiungsquote bei Fernsehgeräten 8,6 Prozent beträgt, liegt sie in Berlin bei 14,67%. In Berlin, der „Hauptstadt prekärer Beschäftigung“, müssen mehr 400.000 Beschäftigte mit weniger als 900 Euro pro Monat auskommen. Darüber hinaus empfangen mehr als 1 Million Menschen in der Region staatliche Sozialleistungen. Deshalb verwundert die hohe Quote bei der Gebührenbefreiung kaum. Es lag auf der Hand, dass die ARD einspringen muss. Die Sender WDR, SWR, NDR, BR und MDR haben dazu ihr Scherflein beigetragen.

Bereits in dem vom rbb in Auftrag gegebenen Gutachten von Prof. Dr. Joachim Wieland über „Strukturelle Defizite der Gebührenverteilung innerhalb der ARD“ war dargelegt worden, dass eine „Regelung der horizontalen Gebührenertragsverteilung zwischen den Landesrundfunkanstalten fehle“. Allerdings steht der große Wurf in Sachen Verteilungsgerechtigkeit auch hier noch aus.



Öffentlich-rechtliche garantieren gute Nachrichten

Ohne öffentlich-rechtliche Nachrichten wäre derzeit die von der Gesellschaft eingeforderte Qualität des Nachrichtenangebotes im deutschen Fernsehen nicht mehr gewährleistet. Zu diesem Ergebnis kommt eine Studie des Instituts für Publizistik an der Johannes-Gutenberg-Universität Mainz. Prof. Gregor Daschmann überprüfte im Auftrag des SWR, wie eine Umfrage des Marktforschungsinstituts forsa einzuordnen sei, die zu dem Ergebnis gekommen war, dass Zuschauer die Qualität der Nachrichten von „RTL-aktuell“ und „Tagesschau“ etwa ebenbürtig beurteilen. Die Mainzer Studie zeigt nun, dass die forsa-Umfrage sowohl aufgrund des Ansatzes als auch aus methodischen Gründen nicht geeignet ist, die Qualitätsunterschiede der Nachrichtenangebote von privaten und öffentlich-rechtlichen Sendern in Deutschland wirklich zu messen und abzubilden. Publikumsakzeptanz sei zwar ein notwendiges, aber längst kein hinreichendes Kriterium zur Qualitätsbeurteilung von Programmen, so Daschmann. Um die Qualität zu beurteilen bedürfe es der Betrachtung mehrerer Kriterien wie Anforderungen an die Vielfalt, Relevanz, Professionalität, Publikumsakzeptanz und Rechtmäßigkeit der Sendungen.

Die forsa-Erhebung ist laut Daschmann nicht geeignet, die Qualitätsunterschiede der Nachrichten von privaten und öffentlich-rechtlichen Sendern in Deutschland belastbar zu messen und abzubilden. So sei darin nicht journalistische Qualität, sondern nur Zuschauerakzeptanz als eine der vielen Teildimensionen von Qualität erhoben worden. Vielfalt, Professionalität und Relevanz würden nicht gemessen. Zudem hätte forsa nur die direkte Zielgruppe von RTL zwischen 14 und 49 Jahren befragt. Damit würden die Urteile der Zuschauer ausgeklammert, die die Nachrichtenqualität der öffentlich-rechtlichen Sender besonders schätzen. Die Alterstruktur der forsa-Stichprobe sei nicht repräsentativ und schränke die Aussagekraft der Daten erheblich ein. Auch die Formulierungen der Befragung seien z.T. nicht sachgerecht, stellenweise auch anfechtbar oder fragwürdig.

Aufgrund des aktuellen Forschungsstandes, den die Mainzer Studie erhob, könne „von einer vergleichbaren Seriösität der Sendungen, wie anlässlich der forsa-Befragung vom Dezember 2008 konstatiert, nicht gesprochen werden“. Die Öffentlich-Rechtlichen punkten laut Daschmann mit einer größeren Bandbreite an Formaten, und sie trennen in ihren Berichten Meinung und Kommentar klarer voneinander als die kommerzielle Konkurrenz. Die öffentlich-rechtlichen Hauptnachrichten, und hier insbesondere die Tagesschau, wiesen im Vergleich eine hohe journalistische Qualität auf und setzten nach wie vor Maßstäbe im deutschen Fernsehjournalismus. Zweifellos hätten sich die Nachrichten der privaten Fernsehanbieter seit deren Markteintritt spürbar verbessert. Dennoch setzten sie nach wie vor – da der Publikumszuspruch für sie die zentrale Währung sei – stärker als die öffentlich-rechtlichen Sender auf boulevardeske Elemente. Es müsse bezweifelt werden, dass die Summe aller privaten Nachrichtensendungen in ihrer derzeitigen Ausprägung die öffentlich-rechtlichen Nachrichten ersetzen könnten.

Ulrich Janßen neuer dju-Bundesvorsitzender

Der Sportredakteur und freigestellte Betriebsratsvorsitzende der Oldenburger „Nordwest-Zeitung“, Ulrich Janßen ist neuer Vorsitzender der Deutschen Journalistinnen- und Journalisten-Union (dju). Der Bundesvorstand der dju in ver.di wählte den 53-jährigen Ende März einstimmig zum Nachfolger von Malte Hinz. Hinz hatte vier Monate nach seiner Berufung zum Chefredakteur der „Westfälischen Rundschau“ in Dortmund sein Amt als dju-Bundesvorsitzender niedergelegt. Renée J. Möhler, Freie Journalistin beim Saarländischen Rundfunk, und Manfred Protze, dpa-Redakteur aus Oldenburg und Sprecher des Deutschen Presserats, bleiben weiterhin stellvertretend an der Seite des neuen Vorsitzenden.

Uwe Hornauer neuer ALM-Verwaltungsbeauftragter

Der Direktor der Landesrundfunkzentrale Mecklenburg-Vorpommern (LRZ), Dr. Uwe Hornauer, ist seit März neuer Verwaltungsbeauftragter der Arbeitsgemeinschaft der Landesmedienanstalten (ALM). Er übernimmt das Amt vom Direktor der Bremischen Landesmedienanstalt (brema) Wolfgang Schneider, der die Aufgabe insgesamt 13 Jahre inne hatte und im Sommer in den Ruhestand geht. Dr. Uwe Hornauer wurde einstimmig von der Direktorenkonferenz (DLM) gewählt. Der ALM-Verwaltungsbeauftragte ist für die Erstellung und Überwachung der Haushalte der Kommissionen und Gremien der Arbeitsgemeinschaft der Landesmedienanstalten zuständig.

Links für Medienaktive

KoopTech – alles rund um den Medienwandel

Der Blog KoopTech entstand aus der Analyse „Kooperative Technologien in Arbeit, Ausbildung und Zivilgesellschaft“, die an der Universität Darmstadt für das Bundesministerium für Bildung und Forschung (BMFT) erstellt wurde. KoopTech ist nach eigener Auskunft „eine Plattform für Themen rund um den Medienwandel, die zu klein, zu randständig oder zu komplex sind, um einen Platz in den Medien zu finden. KoopTech ist kein reines Techblog, es ist kein reines Medienblog, es ist kein reines Wissenschaftsblog, doch es siedelt sich irgendwo dazwischen an. Die Idee dahinter ist, interessante Themen aufzugreifen, um spannende, erkenntnisreiche Diskussionen führen zu können.“ Das Blog wird seit Mitte letzten Jahres von der freien Journalistin Christiane Schulzki-Haddouti geführt. Hier findet man interessante Beiträge z.B. zur Kommunikation von NGO's, die Zukunft von Verwertungsgesellschaften oder über den Internet-Kongress re:publica. Eine interessante Adresse für alle, die hinter die Medien schauen wollen.

<http://blog.kooptech.de/>

Veranstaltungen

Medienfachkonferenz „Meinungsvielfalt“

Veranstalter: Friedrich-Ebert-Stiftung und Landesanstalt für Medien Nordrhein-Westfalen

Themen: Medienkonzentration, Meinungsvielfalt und Zukunftsszenarien der Zeitungen.

Es diskutieren u.a.: Norbert Schneider (LfM), Frank Werneke (ver.di), Michael Konken (DJV), Martin Stadelmeier (Staatskanzlei Rheinland-Pfalz), Wolfgang Schulz (Hans-Bredow-Institut), Marc Jan Eumann (SPD Medienkommission), Malte Hinz (Chefredakteur WR)

Mittwoch, 29. April 2009

Beginn 10.00 Uhr

Hiroshimastraße 17, 10785 Berlin

Programm und Anmeldung unter
www.fes.de/medienpolitik

Internationale Fachtagung

Media Governance in Europe - Regulation, Participation, Co-Determination

Veranstalter:

Arbeitsstelle Medien und Politik der Universität Hamburg und Hans-Böckler-Stiftung

Die Tagung soll eine Brücke von der Wissenschaft zur Praxis bauen, der Schwerpunkt liegt auf dem Austausch von Erkenntnissen und Erfahrungen zu Regulierung, Partizipation und Mitbestimmung in den Medien. Deshalb sind sowohl Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftler als auch Menschen aus der Praxis, wie Mitglieder aus Rundfunkräten und Medienkommissionen, aber auch Akteure aus den Gewerkschaften und anderen Organisationen als Vortragende, Diskutanten und Teilnehmende eingeladen. Die Ergebnisse des Forschungsprojektes „Mitbestimmte Medienpolitik“ werden hier in einen europäischen Rahmen gestellt.

(zweisprachig: deutsch/englisch)

Sonntag, 20. Juni 2009, von 10 bis 18 Uhr

Universität Hamburg, Flögelbau Ost, Edmund-Siemers-Allee 1, 20148 Hamburg

Programm und Anmeldung unter
<http://tinyurl.com/c55rz6>

Herausgeber:
DGB-Bundesvorstand,
Referat Medienpolitik,
Henriette-Herz-Platz 2,
10178 Berlin.

Redaktion:
Dr. Sabine Nehls

Tel: 02129-959644
SabineNehls@aol.com

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