



Im Westen was Neues?

Der WAZ-Konzern kündigt ein Konzept für seine zukünftige Ausrichtung an, was herauskommt ist ein Sparplan. Und dieser Plan geht viele Menschen an: Beschäftigte, ihre Gewerkschaften und nicht zuletzt die Leserinnen und Leser haben zumindest ein Recht darauf, dass mit ihnen in einer solch schwierigen Situation fair und offen umgegangen wird. Was aber die Manager des nordrhein-westfälischen Medienriesen zurzeit an Kommunikationsgebaren erkennen lassen, ist das genaue Gegenteil. So werden die Gewerkschaften und Betriebsräte häppchenweise über die Anzahl der Stellen informiert, die durch die Maßnahmen wegfallen sollen. Vorschläge seitens der Arbeitnehmervertretungen werden nur marginal aufgenommen. Ein solches Verhalten der Konzernführung ist untragbar und kann nur bedeuten: Man versucht mit Fensterreden ein Verhalten zu kaschieren, das als „Herr-im-Hause“-Standpunkt bekannt ist. Also: im Westen nichts Neues.

Gleiches gilt für die Öffentlichkeit, die Leserinnen und Leser: Es geht um ein hohes Gut, das für unsere Demokratie fundamental ist: Meinungsvielfalt und ein breites publizistisches Angebot, das qualitativ dazu beiträgt. Oder um es mit WAZ-Geschäftsführer Bodo Hombach zu sagen: „Qualitätsjournalismus muss relevant sein für die Lebensrealität der Leserinnen und Leser.“ Es muss also die Öffentlichkeit interessieren, welche Redaktionen bei den nun geplanten Umstrukturierungen geschlossen werden sollen, und wie ihre gewohnten Zeitungen in Zukunft aussehen werden. Die Schließung zahlreicher Lokalredaktionen und die Bündelung an zentralen newsdesks werden nicht dazu beitragen, dass das publizistische Angebot vielfältig bleibt. Und auch hier hält der Konzern mit belastbaren Aussagen hinterm Berg. Eine allzu durchsichtige Strategie, um Proteste zu verhindern und irgendwann die Öffentlichkeit und die Beschäftigten vor vollendete Tatsachen zu stellen.

Man kann nur hoffen, dass sich die WAZ-Leitung eines besseren besinnt. Zeitungen und ihre Beschäftigten gehören zur „Vierten Gewalt“, die für unsere Demokratie fundamental ist. Notwendig ist ein Konzept, das betriebsbedingte Kündigungen vermeidet, vielfältigen Qualitätsjournalismus in der lokalen Berichterstattung sichert und ein ausgewogenes Verhältnis zwischen dem publizistischen Anspruch und kaufmännischen Notwendigkeiten wahr.

Michael Sommer

Themen:	
DGB: Koch-Show beenden	2
Arbeitnehmerdatenschutz	2
ROG zum Frauentag	3
ZDF: Ich kann Kanzler	3
ARD: Themenwoche	4
ARD führt Radiomarkt an	5
Kika-Gutachten	5
NDR-Gutachten	6
WAZ: Kahlschlag	6
Studie: Weniger Politik in TV-Nachrichten	8
ARD-Programmbeirat	9
Zapp zur 300. Sendung	9
Medienlinks	10
Veranstaltungstipps	11
Impressum	11



Sommer: Koch-Show sofort beenden

Der DGB-Vorsitzende Michael Sommer hat die Angriffe des hessischen Ministerpräsidenten Roland Koch auf ZDF-Chefredakteur Nikolas Brendler scharf kritisiert. „Diese ‚Koch-Show‘ sollte sofort beendet werden, es ist unerträglich wie hier ein Politiker versucht, die Personalpolitik eines öffentlich-rechtlichen Senders aus reinem Eigennutz zu beeinflussen“, erklärte er am 12. März in Berlin.

Ziel der Kontrollgremien in den Sendern müsse es sein, diese im Sinne des Gemeinwohls und des öffentlich-rechtlichen Auftrags zu beaufsichtigen, so Sommer. „Machtpolitik à la Koch trägt nicht dazu bei, einen öffentlich-rechtlichen Rundfunk für alle BürgerInnen mitzugestalten. Hier zeigt sich wieder einmal, dass der überproportional hohe Einfluss der Politik in den Gremien kontraproduktiv ist.“

Pressemitteilung auf:
www.dgb.de

DGB: Arbeitnehmerdatenschutz so schnell wie möglich

Als einen „Guten Tag für Arbeitnehmerinnen und Arbeitnehmer“ hat der DGB-Vorsitzende Michael Sommer die Verabredungen des Spitzengesprächs zum Arbeitnehmerdatenschutzgesetz bei Bundesinnenminister Wolfgang Schäuble am 16. Februar bezeichnet. Er gehe davon aus, dass als erster Schritt durch eine Klarstellung im Bundesdatenschutzgesetz den Besonderheiten der Beschäftigungsverhältnisse Rechnung getragen werde. So schnell wie möglich, aber spätestens nach der Bundestagswahl solle dann ein eigenständiges Arbeitnehmerdatenschutzgesetz verabschiedet werden, sagte Sommer. Der DGB fordert unter anderem das ausdrückliche Verbot der gezielten Beobachtung und Überwachung von Beschäftigten sowohl am Arbeitsplatz als auch im privaten Umfeld. Zudem müsse auf die Kontrolle von Beschäftigten durch Foto-, Video- oder Tonaufnahmen, computergesteuerte oder biometrische Systeme, durch andere Beschäftigte oder externe Detektive verzichtet werden. Verboten werden müsse grundsätzlich der Zugriff auf Nutzerdaten bei der Verwendung von Internet und E-Mail. Beschränkt werden müssten das Fragerechts und die Möglichkeit von ärztlichen Untersuchungen bei der Einstellung auf das absolut Notwendige, verboten werden sollen Genomanalysen im Arbeitsverhältnis. Zudem fordert der DGB ein Beweisverwertungsverbot für unrechtmäßig erhobene Daten und ein Schmerzensgeld bei Verstößen sowie eine Strafbewehrung bei Verletzung des Persönlichkeitsrechts. Dringend erforderlich sei zudem eine Sanktionierung der Betriebe, die sich nicht an Recht und Gesetz halten.

Eine ausführliche
Stellungnahme unter:
<http://tinyurl.com/d6cbw2>



ROG fordert mehr Schutz für Medienfrauen

Reporter ohne Grenzen (ROG) hat zum Internationalen Frauentag am 8. März auf die schwierige Lage von Journalistinnen und Bloggerinnen in vielen Ländern hingewiesen. Viele von ihnen riskierten ihr Leben oder setzten sich Repressionen aus, um unabhängig zu berichten. ROG fordert einen besseren Schutz dieser Frauen, die oft nicht ausreichend durch Behörden und Polizei geschützt würden. Ein Beispiel sei die pakistanische Journalistin Meera Jamal, die mehrere Todesdrohungen erhalten habe und mittlerweile nach Deutschland geflohen ist. Ebenfalls konnte sich die inguschetische Journalistin Rosa Malsagowa nach Drohungen ins Ausland retten. Andere hätten keine Möglichkeiten für eine Zuflucht. "In vielen Ländern setzen Journalistinnen immer noch ihr Leben aufs Spiel, wenn sie investigativ recherchieren, Kritik an Behörden, Beamten und Politikern üben oder über Tabuthemen wie die Stellung der Frau im Islam berichten.", erklärte Elke Schäfer, ROG-Geschäftsführerin. Einige von ihnen gäben ihren Beruf auf oder versuchten über Selbstzensur, Drohungen zu entgehen. Journalistinnen und Bloggerinnen würden schikaniert, gedemütigt und bedroht, weil sie gegen frauenfeindliche Praktiken und Gesetze protestieren oder einfach nur über Alltagsprobleme von Frauen schreiben. Als Beispiele nannte ROG auch Sierra-Leone, Russland, Nepal und Mexiko sowie Iran.

Mehr Infos:
www.reporter-ohne-grenzen.de



Ich kann Kanzler" – ZDF startet Polit-Casting-Show im Wahljahr

Mit einer Show der besonderen Art wartet das ZDF im Wahljahr auf: „Ich kann Kanzler“ sucht politisch interessierte Menschen zwischen 18 und 35 Jahren. Nach Angaben des Senders suche man junge Menschen, die Lust auf Politik und Gestaltung der Gesellschaft haben. „Politik ist mehr als Bundestagsdebatten, kurze Fernsehstatements und Parteikarriere – es ist harte Arbeit und Kunst zugleich. Politik prägt und verändert den Alltag der Menschen und geht alle an – jeder könnte auch Politiker sein“, heißt es in einer ZDF-Mitteilung. Das sollen die Kandidaten bei "Ich kann Kanzler" zeigen und ihr eigenes Interesse und ihre Freude an der politischen Auseinandersetzung den ZDF-Zuschauern vermitteln. Wer sein politisches Talent zeigen möchte, kann sich im Internet bis zum 27. März 2009 unter www.kanzler.zdf.de bewerben. Die überzeugendsten Bewerber werden danach im Internet zu sehen sein. Dort können sie ihre Ideen anderen Nutzern vorstellen und mit ihnen diskutieren. Die besten vierzig Bewerber werden zu einer Vorausscheidung nach Berlin eingeladen. Eine dreiköpfige Jury entscheidet, wer von ihnen ins Finale

einzieht, das im Sommer live im ZDF stattfinden wird. Vier von Vierzig kämpfen dann bei "Ich kann Kanzler" um den Sieg. Sie müssen vor der Jury und dem Studiopublikum in mehreren Testrunden beweisen, dass sie das Zeug zum Politiker haben. Vorbild ist das kanadische Format „Canada's Next Prime Minister“, an dem das ZDF die deutschen Rechte erworben hat. Dabei sei die Sendung keine Castingshow für junge Polit-Stars, vielmehr sollten junge Leute mittels dieser Sendung im Superwahljahr 2009 für Politik interessiert und gewonnen werden, und zeigen, dass Politik auch Spaß machen kann. Auf der Webseite gibt es auch Informationen dazu, wie im wirklichen politischen Betrieb ein Bundeskanzler in Deutschland gewählt wird und es werden alle bisherigen Bundeskanzler vorgestellt.

Mehr Informationen:
www.kanzler.zdf.de



tell.a.vision - Wettbewerb zur ARD-Themenwoche „Ehrenamt“

Jugend und Ehrenamt - ein Auslaufmodell? Keineswegs, meint die ARD und sucht über ihr Portal ARD.de Kinder und Jugendliche, die sich ehrenamtlich betätigen. Im Rahmen eines Wettbewerbs können sie ihr bürgerschaftliches Engagement im Web vorstellen. Tell.a.vision: "Zeig, was Du machst" ist der Startschuss für die nächste ARD-Themenwoche "Ist doch Ehrensache! - Wie Menschen sich für die Gesellschaft engagieren", die vom 10. bis 16. Mai in Radio, TV und Internet stattfindet. Ab dem 23. März bis zum 16. Mai 2009 können sich die Kinder und Jugendlichen online unter Themenwoche.ARD.de bewerben und die Projekte vorstellen, für die sie sich engagieren. Alle eingereichten Projekte nehmen an einem bundesweiten Wettbewerb teil und werden auf der Website zur ARD-Themenwoche veröffentlicht. Es können Gruppen und Einzelpersonen teilnehmen. Für Schulklassen oder -AGs wird zusätzlich ein Sonderpreis Schule verliehen. Das Höchstalter für Bewerberinnen und Bewerber ist 18 Jahre. Eine Jury zeichnet die Projekte aus, die sie am meisten beeindruckt haben. Zudem gibt es einen Publikumspreis: Er wird in direkter Abstimmung im Internet durch die Onlinenutzer bestimmt. Zu gewinnen sind für die jeweilige Einrichtung, der das Engagement gilt, Sachpreise im Wert von bis zu tausend Euro.

Weitere Informationen:
www.Themenwoche.ARD.de

ARD-Hörfunk führend auf Radiomarkt

52,4 Prozent (fast 37 Millionen) der Deutschen und EU-Ausländer ab 10 Jahren hören werktäglich mindestens eines der öffentlich-rechtlichen Radioprogramme. Die mehr als 200 Privatsender kommen insgesamt auf eine Tagesreichweite nur 42,8 Prozent. Das entspricht knapp 30 Millionen Hörerinnen und Hörern. Das sind einige Ergebnisse der jüngsten Media Analyse (MA Radio 2009 I).

Der Vorsitzende der ARD-Hörfunkkommission Bernhard Herrmann (Südwestrundfunk) erklärte dazu: "Die Hördauer ist stabil geblieben, die Tagesreichweite hat zugenommen - auch in den jungen Zielgruppen. Das ist für uns ein besonders wichtiges Indiz dafür, dass Radio ein Medium mit Zukunft ist, das nicht im Internet verschwinden wird."

Beachtliche Akzeptanz erreichen auch die Kultur- und Informationsprogramme des öffentlich rechtlichen Rundfunks. Täglich entscheiden sich fast 5 Millionen Menschen (7,1 Prozent Tagesreichweite) für mindestens eines der insgesamt 20 Kultur- und Informationsprogramme des Senderverbundes. Innerhalb von 14 Tagen (Weitester Hörerkreis) schalten 16,7 Millionen Hörerinnen und Hörer die 20 Programmangebote ein (24 Prozent).

Grundlage:66.007
Telefoninterviews der
Arbeitsgemeinschaft Media-
Analyse e.V.
Tagesreichweite: Zahl der
Personen, die im Tages-
ablauf (5 bis 24 Uhr)
mindestens einmal
eingeschaltet haben. Der
weiteste Hörerkreis: alle
Personen, die angeben,
dass sie das Programm
innerhalb der letzten 14
Tage vor dem Zeitpunkt der
Befragung gehört haben.
Seit 2008 werden auch
Kinder im Alter von 10 bis
13 Jahren und in
Deutschland lebende EU-
Ausländer befragt. Das
nächste Ergebnis wird am
14. Juli 2009 veröffentlicht

MDR-Rundfunkrat zu KI.KA-Online-Gutachten

Der MDR-Rundfunkrat hat sich Mitte Februar mit den Gutachten zu den marktlichen Auswirkungen für die neuen KI.KA-Online-Angebote im Rahmen des Drei-Stufen-Tests befasst. Die Berater der European Economic & Marketing Consultants (EE&MC) hatten nach Informationen dieser Redaktion festgestellt, dass mit dem geplanten Angebot kikaninchen.de die „Konsumentenwohlfaht“ gesteigert würde. Private Sender müssten nach der Einführung des öffentlich-rechtlichen Angebotes zwar Einbußen bei den Nutzern hinnehmen, meinen die Gutachter, diese würden sich aber im Laufe der Zeit relativieren. Zu den Gutachtern gehört auch der frühere Präsident des Bundeskartellamtes Ulf Böge.

Der MDR Rundfunkrat wies in seiner heutigen Sitzung deutlich die Kritik des "Verbandes privater Rundfunk und Telemedien" (VPRT) zurück. Der VPRT hatte unter anderem den Ablauf des Verfahrens kritisiert und die Veröffentlichung der Gutachten bereits vor der Entscheidung des Gremiums gefordert. Der VPRT-Vorwurf, die aktuellen Verfahren würden ohne geltende Rechtsgrundlage durchgeführt, verdrehe die Realität. Die freiwillige Durchführung der Tests bereits vor Inkrafttreten des 12. Rundfunkänderungsstaatsvertrages zeige die Bereitschaft von ARD und MDR zu Transparenz und Verlässlichkeit. Derzeit würden die Angebotsbeschreibungen einschließlich der Stellungnahmen Dritter sowie das marktliche Gutachten parallel vom MDR-Rundfunkrat, den am Verfahren beteiligten Gremien von ARD und ZDF sowie vom

Programmbeirat Erstes Deutsches Fernsehen beraten. Außerdem habe er die Stellungnahmen Dritter und das marktliche Gutachten an den MDR-Intendanten zur Kommentierung weitergeleitet, erklärte der Rundfunkratsvorsitzende Karl-Heinz Ducke. So sehe es das ARD-Genehmigungsverfahren vor. Der Drei-Stufen-Test für die neuen KI.KA-Online-Angebote folgt einheitlichen Verfahrensrichtlinien, die im November vergangenen Jahres von den Landesrundfunkanstalten zusammen mit den Gremien erarbeitet und in Abstimmung mit Brüssel und den Ländern verabschiedet wurden.

Im Herbst dieses Jahres wird der MDR-Rundfunkrat über das neue KI.KA-Online-Angebot entscheiden. Vorab beraten die Rundfunkratsmitglieder gesondert unter anderem über die Beschlussempfehlung der Gremienvorsitzendenkonferenz sowie über die Stellungnahme des Programmbeirates Erstes Deutsches Fernsehen. Der MDR wird das Ergebnis der Prüfung einschließlich der eingeholten Gutachten unter Wahrung von Geschäftsgeheimnissen auf seiner Unternehmensseite bekannt.

Angebotsbeschreibungen für KiKaplus und kikaninchen.de unter: www.mdr.de/drei-stufen-test/

NDR: Gutachten zur Mediathek liegt vor

Das medienökonomische Gutachten zu den marktlichen Auswirkungen einer NDR-mediathek im Rahmen des Drei-Stufen-Test liegt seit dem 16. Februar vor. Dies bestätigte das Gremienbüro des NDR dem DGB-mediennewsletter. Es sei allen Rundfunkräten zugeleitet worden. Das Gesamtgremium werde sich am 27. März damit befassen, bis dahin würden verschiedene Ausschüsse dazu beraten. Wie beim MDR auch, werde das Gutachten erst nach einer Entscheidung des Rundfunkrates über das Angebot veröffentlicht. Gutachter ist Prof. Dr. Hardy Gundlach von der Hochschule für Angewandte Wissenschaften Hamburg.



Gewerkschaften: WAZ-Mediengruppe täuscht die Öffentlichkeit und betreibt Kahlschlag

Täuschung der Öffentlichkeit, der Belegschaft und der Gewerkschaften wirft die Deutsche Journalistinnen- und Journalisten-Union (dju) NRW der WAZ-Mediengruppe vor. Der Konzern sei seiner Ankündigung, über die Umstrukturierung ihrer vier Zeitungstitel in NRW offen und transparent informieren zu wollen, nicht gerecht geworden, hieß es Mitte Februar in einer Pressemitteilung der Gewerkschaft. Nachdem jetzt bekannt geworden sei, dass noch einmal 70 Stellen mehr als die bisher angekündigten 260 Stellen wegfallen und noch mehr Redaktionen

schließen sollen, stellt die dju fest: „Die Öffentlichkeit, die Belegschaft und die Gewerkschaften müssen sich durch diese Informationspolitik der Geschäftsführung hinters Licht geführt fühlen. Inzwischen kann man ja nicht mal mehr sicher sein, ob mit den nun verkündeten 330 Stellen wirklich das Ende der Fahnenstange erreicht ist, oder ob es noch zu weiteren Personalentlassungen nicht nur im redaktionellen, sondern auch im kaufmännischen und im Druckbereich kommt.“ Kritisch äußerte sich auch der stellvertretende ver.di-Vorsitzende Frank Werneke: „„Wer zuerst die Zahlen für den geplanten Stellenabbau festlegt und dann erst an Konzepten für neue Strukturen in reduzierten Redaktionen arbeiten will, macht sich unglaublich, wenn er vorgibt, das im Zeichen der Qualität von Produkt und Arbeit zu tun.“

Die WAZ-Geschäftsleitung will mehrere Lokalredaktionen in so genannten Randbereichen des Verbreitungsgebiets komplett schließen. Das Thema Presse- und Meinungsvielfalt gehe nicht nur die Journalisten und deren Gewerkschaften an, sondern alle Menschen, die Kirchen, die Wohlfahrtsverbände, Arbeitsloseninitiativen, die Parteien, alle Gewerkschaften, Betriebs- und Personalräte seien aufgefordert sich für den Erhalt der Zeitungsredaktionen in ihren Städten einzusetzen. „Nur ein breites Bündnis für den Erhalt der Pressevielfalt in NRW kann die WAZ-Mediengruppe davon abbringen, die rigorosen Sparpläne bei der WAZ, bei der NRZ, bei der Westfalenpost und bei der Westfälischen Rundschau umzusetzen“.

Unterdessen distanzieren sich die Betriebsräte der vier betroffenen Zeitungen von einer Mitteilung der Geschäftsführung, in der der Eindruck erweckt werde, sie trügen die Pläne zur Umstrukturierung mit. Sie seien „entschieden dagegen, dass die Verlagsleitung scheinbar neue Forderungen stellt und neue Tatsachen schafft, die bisher nicht Grundlage unserer Beratungen waren. Das „Konzept“, das die Unternehmensberatung Schickler GmbH erarbeitet habe, ist nach Auffassung der Betriebsräte „ein reines Sparprogramm. Der Aspekt der Qualität fällt für die Lokalausgaben dabei unter den Tisch.“

Auch der Deutsche Journalisten-Verband (DJV) kritisierte die Pläne als konzeptlosen Kahlschlag der gewachsenen Zeitungslandschaft im Ruhrgebiet und als verantwortungslose Vernichtung journalistischer Arbeitsplätze. „Es ist weder mit der Medienvielfalt in Nordrhein-Westfalen noch mit der sozialen Verantwortung des Arbeitgebers vereinbar, dass das WAZ-Management ohne eine erkennbare Zukunftsstrategie für die nordrhein-westfälischen WAZ-Titel Arbeitsplätze abbaut, ohne den Journalistinnen und Journalisten Alternativen zu bieten“, erklärte DJV-Bundesvorsitzender Michael Konken. Die WAZ-Geschäftsleitung gestehe mit der Ausweitung der Kahlschlagpolitik ihr eigenes verlegerisches Versagen ein. Der WAZ-Chef sei erst vor wenigen Wochen Gerüchten über einen Rückzug der WAZ-Gruppe aus Randregionen mit dem Argument entgegen getreten, ein solcher Schritt sei verlegerisches Versagen.

Näheres unter:

www.dju.verdi.de

www.djv.de

www.medienmoral-nrw.de



Weniger Politik in Nachrichten des privat-kommerziellen TV – mehr bei öffentlich-rechtlichen

Die Bedeutung von politisch und gesellschaftlich kontroversen Themen in den TV-Hauptnachrichten ist im Jahr 2007 insgesamt zurückgegangen. Dies ist ein zentrales Ergebnis der systematischen Inhaltsanalyse von TV-Hauptnachrichten, die bereits zum dritten Mal Kommunikationswissenschaftler der Universitäten Jena und Koblenz-Landau im Auftrag der Landesanstalt für Medien NRW (LfM) durchführten. Insbesondere bei den privaten TV-Anbietern sei der Politikanteil gesunken, während er bei den öffentlich-rechtlichen Sendern auf vergleichsweise schon hohem Niveau noch weiter gestiegen sei.

Wie die Vorgängerstudien untersucht die aktuelle Analyse die so genannten Nachrichtenfaktoren. Darunter versteht man journalistische Auswahlgesichtspunkte bzw. die Merkmale, welche bestimmten Ereignissen zugeschrieben werden. Die wesentlichen drei Faktoren, welche bei beiden Sendergruppen den Beachtungsgrad, d. h. den Nachrichtenwert der TV-Meldungen beeinflussen, sind laut der Studie: der Prominentenstatus der gezeigten Personen, das Auftreten länger andauernder gesellschaftlicher Kontroversen und die Möglichkeit der bildlichen Darstellung vor allem negativer Ereignisse.

Bei den öffentlich-rechtlichen und bei den privat-kommerziellen Fernsehveranstaltern beeinflusse der Nachrichtenfaktor Einfluss der dargestellten Akteure maßgeblich die Nachrichtenauswahl, so die Forscher. Bei der Berichterstattung der öffentlich-rechtlichen Sender zur deutschen Außenpolitik gebe es, im Unterschied zu 2004, in der aktuellen Studie keine zunehmende Darstellung von Konflikten. Bei den privaten Sendern wurde der Faktor Kontroverse in diesem Themenbereich deutlich wichtiger. Zudem werde die Visualisierung von Nachrichten immer relevanter. Beide Sendergruppen setzen sowohl bei den politischen als auch bei den unpolitischen Nachrichten verstärkt auf die Wirksamkeit des gezeigten Bildes gegenüber dem gesprochenen Text. Journalisten berichten immer häufiger erst dann über bedeutsame Ereignisse und Handlungen, wenn diese sich ausdrucksstark in und mit Bildern erzählen lassen. Ohne Bilder weisen politische Ereignisse kaum noch Nachrichtenrelevanz auf. Eine zunehmende, den Sendern häufig unterstellte Personalisierung des Zeitgeschehens konnte auch in der aktuellen Untersuchung nicht nachgewiesen werden. Selbst bei unpolitischen Nachrichtenzusammenhängen in den privaten Programmen spiele dieser Nachrichtenfaktor lediglich eine untergeordnete Rolle und ist seit dem Jahr 1992 konstant geblieben.

Studie zum Download:
<http://tinyurl.com/dlpfzg>
und gedruckt:
Maier, Michaela/Georg
Ruhmann/Karin Stengel
(2008): Der Wert von
Nachrichten im
deutschen Fernsehen.
Inhaltsanalyse von TV-
Nachrichten im Jahr
2007, Düsseldorf,
Dezember 2008.

Kunert bleibt Vorsitzender des ARD- Programmbeirates

Der 32-jährige Rechtsassessor Tino Kunert bleibt Vorsitzender des ARD-Programmbeirats. Dies beschloss das Gremium Mitte Februar einstimmig. Kunert ist seit 2007 Vorsitzender und Mitglied des Rundfunkrates des Rundfunk Berlin-Brandenburg (rbb), in den er vom Landesjugendring Berlin und Brandenburg entsandt ist. Als stellvertretende Vorsitzende wurde die Diplom-Pädagogin Petra Zellhuber-Vogel wiedergewählt, die vom Katholischen Deutschen Frauenbund in den SWR-Rundfunkrat entsandt ist.



ZAPP - dem Medienmagazin zur 300. Sendung

Von Sabine Nehls

Mitte Februar war es soweit: Das NDR Medienmagazin ZAPP strahlte seine 300. Sendung aus. Und auch dieses Mal enttäuschte die Redaktion ihre Fans nicht. Fundiert recherchierte Beiträge, durchaus unterhaltsam und immer engagiert präsentiert, machten der Jubilarin alle Ehre. Ob der Beitrag zur medialen Kumpanei im Falle des verunglückten thüringischen Ministerpräsidenten Dieter Althaus oder der Bericht über die Kontrolle von Fan-Transparenten in Fussballstadien, interessante Informationen werden hier zum Zustand der Medien geliefert. Und die Beiträge sparen nicht mit Kritik an der eigenen Zunft. Alle, die sich für die Medienwelt interessieren, bekommen hier Woche für Woche „den Stoff aus dem das Wissen ist“. Schade nur, dass mit dem Sendetermin am Mittwochabend um 23.00 Uhr ein Großteil des Publikums schon ausgeschlossen wird.

ZAPP wäre es zu wünschen, dass es einen früheren Ausstrahlungstermin bekommt und seinen (potentiellen) Zuschauerinnen und Zuschauern erst recht. Wenn immer über fehlende Medienkompetenz, gerade auch bei jungen Menschen lamentiert wird, muss wohl die Frage gestattet sein, warum man dieses medienjournalistische Juwel nicht schon längst an einen attraktiveren Sendeplatz gelegt hat. Und warum sollte es das eigentlich nicht auch im Ersten geben? Das einzige Medienmagazin der ARD wird von dieser stiefmütterlich behandelt. Aber vielleicht ist das den ARD-Granden ja auch alles ein bisschen suspekt: Schließlich beschäftigt sich die Redaktion auch mit selbstkritischen Beiträgen, z.B. über den Schleichwerbeskandal bei „Marienhof“. Das aber sollte erst recht ein Grund sein, ZAPP zu hegen und zu pflegen, denn nur damit gilt der Qualitätsjournalismus auch in eigener Sache.

In diesem Sinne: Herzlichen Glückwunsch, ZAPP!

Verpasst? Dann:
[www3.ndr.de/sendungen/
zapp](http://www3.ndr.de/sendungen/zapp)

Medienlinks

Radio für Literaturinteressierte

Mit dem litradio wollen Studierende der Universität Hildesheim eine Lücke im Angebot für literaturinteressierte Hörerinnen und Hörer schließen. Sie bieten laut eigener Aussage: einen Ort für Literatur zum Hören. litradio öffne einen Raum (nicht nur) für literarische Formen und Inhalte, wie sie sonst immer weniger präsent sind: Interviews, Gespräche, Lesungen, Vorträge, Feature, Reportagen, Hörspiele – Radio nur für Literatur. Die Seite versteht sich als Plattform für alle, die sich mit Literatur, klugem Wort und mehr befassen. Angesprochen sind Autoren, Verlage und Kultureinrichtungen, Journalisten und alle Literaturinteressierten. Noch in den Kinderschuhen versprechen die jungen Macherinnen und Macher einen Ort zu schaffen für neue, gegenwärtige Literatur sowie auditive Schätze aus versteckten Archiven. Als Kooperationspartner haben sie unter anderem die Literaturhäuser Schleswig-Holstein, Hamburg und Berlin gewonnen.

klicksafe – mehr Sicherheit im Internet

klicksafe ist ein Projekt im Safer Internet Programm der Europäischen Union für mehr Sicherheit im Internet. klicksafe wird gemeinsam von der Landeszentrale für Medien und Kommunikation (LMK) Rheinland-Pfalz (Projektkoordination) und der Landesanstalt für Medien Nordrhein-Westfalen (LfM) umgesetzt. Um die sichere Nutzung moderner Kommunikationsmittel zu fördern und Verbraucher vor unerwünschten Inhalten zu schützen, startete die EU 1999 das "Safer Internet Programme": einen Aktionsplan, dessen Schwerpunkte die Bekämpfung von illegalen, unerwünschten oder schädlichen Inhalten sowie die Förderung eines sicheren Umfelds und die Sensibilisierung darstellen. Das beinhaltet auch die Aufklärung der Bevölkerung und Pflege der Zusammenarbeit in einer breit angelegten Partnerschaft von gesellschaftlichen Gruppen und Einrichtungen.

Klicksafe will die Medienkompetenz im Umgang mit dem Internet fördern und spricht mit seinen Angeboten ebenso Eltern und Lehrer wie Kinder und Jugendliche an. Der gerade durchgeführte Safer Internet-Day (SID) soll zum Beispiel dazu beitragen, für die Themen der Internetsicherheit zu sensibilisieren. Er wird jährlich weltweit im Februar unter der Schirmherrschaft von EU-Medienkommissarin Viviane Reding veranstaltet. Ziel von klicksafe sei dabei, möglichst viele Institutionen, Einrichtungen und Unternehmen dazu zu bewegen, sich in eigener Regie an diesem Tag mit Aktivitäten zu beteiligen. Soeben erschienen ist das Lehrerhandbuch, das auf der Klicksafe-Seite herunter geladen werden kann.

Zum Reinsurfen:

www.litradio.de
www.klicksafe.de

Download

Lehrerhandbuch

<http://tinyurl.com/b6z6rg>

Aus für zoomer – ZEITJUNG will die Lücke schließen

Die Verlagsgruppe Holtzbrinck stellt Ende Februar ihre Nachrichtenseite "Zoomer.de" ein. „Die Wirtschafts- und Medienkrise hat bei uns und in unserem Mutterkonzern durchgeschlagen. Ein teures Experiment, das wir nun mal sind und waren, ist unter diesen Rahmenbedingungen nicht durchzuhalten“, begründete der Noch-Chefredakteur Frank Syré das Aus auf der Webseite. Das erst vor einem Jahr gestartete Nachrichten-Portal wollte vor allem jüngere Nutzer ansprechen und sie in die Nachrichtenauswahl einbeziehen. Journalistisches Aushängeschild des Angebotes war der ehemalige Tagesthemen-Chef Ulrich Wickert. Noch Ende vergangenen Jahres war das Angebot optisch gründlich überholt worden. Allerdings war zu dieser Zeit auch die Nutzung erheblich eingebrochen, was wohl auf die fehlenden Marketingmaßnahmen zurückzuführen ist.

Neu gestartet ist Mitte Februar die Seite ZEITJUNG.de. Sie versucht es mit einem recht ähnlichen Ansatz, verzichtet bisher allerdings wohl weitgehend auf journalistische Kompetenz. Gegründet wurde das Projekt von dem Geschäftsführer der Werbeagentur „Das goldene Vlies“, Hansjörg Zimmermann, der auch verantwortlich für die Zeitjung Consulting GmbH zeichnet. Die „Redaktion“ besteht aus Schülern, Auszubildenden und Studenten, die nach Aussage eines Mitglieds bis auf fünf fest angestellte nebenberuflich tätig sind. In einem Interview mit der interaktiven Plattform des Fachbereichs Medien der Hochschule Mittweida sagt er auf die Frage, ob auch professionelle Schreiber dabei sind: „Wenn mit professionelle Schreiber ausgebildete Journalisten gemeint sind, dann nicht. Keiner der aktuellen Zeitjünger hat ein Volontariat oder ein Journalismus-Studium hinter sich. Viele bloggen aber seit langer Zeit oder sind als freiberufliche Redakteure tätig gewesen.“ Zielgruppe der Seite sind 16- bis 24-jährige. Wie lang der Atem reicht muss abgewartet werden.

Selbst mehr sehen:

www.zoomer.de
www.zeitjung.de

Veranstaltungen

Der Drei-Stufen-Test als Chance für den öffentlich-rechtlichen Rundfunk
Veranstalter: Initiativkreis öffentlicher Rundfunk Köln
16. März 2009
11.00 bis 17.00 Uhr
Maternushaus, Kardinal-Frings-Str. 1-3, 50668 Köln
Anmeldungen unter: www.ioer.org/tagung

Leitmedium auf Bewährung – Suchen und Finden des Neuen, 42.
Mainzer Tage der Fernsehkritik
23.-24. März 2009
Näheres unter: <http://www.unternehmen.zdf.de/index.php?id=404>

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

Redaktion:
Sabine Nehls

Tel: 02129-959644
SabineNehls@aol.com

Der medien-newsletter
kann abonniert werden
über:
[www.dgb.de/medienn
newsletter/](http://www.dgb.de/mediennnewsletter/)