

KIEK AN!

MITGLIEDERJOURNAL DES DJV-LANDESVERBANDES MECKLENBURG-VORPOMMERN

Mantel

Moden



Top

oder Flop?

EINLADUNG

Landesmedientag
zum Thema
,Blaulich'-Journalismus

JUBILÄUM

60 Jahre NNN
20 Jahre ANTENNE MV
auf Sendung

20 Jahre

KIEK AN!



Heiko Best, Ranger, Müritz-Nationalpark

„Wir bewahren, was kostbar ist. Für uns alle.“



Der Strandkorb ist eine Idee aus Mecklenburg-Vorpommern. Ein Land, ganz natürlich faszinierend. Mit der größten Anzahl an Naturschutzgebieten, Biosphärenreservaten und Nationalparks in Deutschland. Teile von ihnen gehören zum UNESCO-Weltnaturerbe Buchenwälder. Geschützte Natur, die Freiraum bietet. Und immer ein Strand in der Nähe.

www.mv-tut-gut.de

Mecklenburg
Vorpommern 
MV tut gut.

Jubiläen, Mantel-Moden und Katastrophen



Michael Zumpe,
DJV-Landesvorsitzender

Foto: Frank Söllner

Liebe Kolleginnen und Kollegen,

in meinen Kalendern auf Handy und Tablett-PC finden sich die Geburtstage von Verwandten, Freunden, Bekannten, Kolleginnen und Kollegen, Wegbegleitern. Und die Technik erinnert mich Gott sei Dank rechtzeitig daran, Geschenke zu besorgen, Karten zu schreiben oder Glückwünsche per Telefon, manchmal auch per E-Mail, zu übermitteln.

Doch einen Geburtstag hätte ich trotz der elektronischen Helferlein in diesem Jahr fast vergessen: Der KIEK AN! wird 20 Jahre alt. Und wenn sich jetzt der eine oder andere von euch/Ihnen verwundert die Augen reiben sollte – mir ging es ähnlich.

An Themen für unser Journal, das nicht nur von Mitgliedern gern und mit großem Interesse gelesen wird, hat es in den zwei Jahrzehnten nie gemangelt. Denn die Medienbranche war und ist einem ständigen Wandel unterworfen.

Der KIEK AN! hat nicht nur positive Entwicklungen im Land begleitet und dokumentiert, sondern auch heiße Eisen angepackt und den Finger in die Wunde gelegt. Das wird auch in Zukunft so bleiben. Versprochen!

20 Jahre KIEK AN! sind sicherlich ein Grund zum Feiern. Was aber viel wichtiger ist: Ich möchte mich ganz herzlich bei dem langjährigen Chefredakteur Reinhard Sobiech und bei all denen bedanken, die das Erscheinen dieses Heftes über so viele Jahre möglich gemacht haben. Mit Bildern und Texten, mit Ideen und Ratschlägen, mit ehrenamtlichem Engagement und Herzblut. Danke! Und ich möchte euch/Sie dazu ermuntern und einladen, sich weiterhin einzubringen. Der nächste KIEK AN! kommt bestimmt.

Und ein Thema der nächsten Ausgabe steht schon fest: Wir werden die jetzige Titelgeschichte "Mantel-Moden" fort-schreiben. Denn "Des Kaisers neue Kleider", sprich ein gemeinsamer Mantel, stehen nicht jeder Tageszeitung in Mecklenburg-Vorpommern gleich gut. Während sich die Zusammenarbeit von *Ostsee-Zeitung* und *Lübecker Nachrichten* nach Ansicht der Chefredakteure Andreas Ebel und Gerald Goetsch bewährt hat, zog der *Nordkurier* unlängst die Reiß-leine und stieg aus der gemeinsamen Redaktionsfirma mv:m

mit der *Schweriner Volkszeitung* aus. In Neubrandenburg setzt man künftig auf eine eigene Berichterstattung mit starken lokalen und regionalen Akzenten, so Geschäftsführer und Interims-Chefredakteur Lutz Schumacher. Dafür soll die Zahl der Redakteure von derzeit 106 auf 120 erhöht werden. Offen ist, zu welchen Konditionen die Einstellungen in dem nicht mehr tarifgebundenen Unternehmen erfolgen werden.

Unklar ist auch, wie die Zukunft der 19 Schweriner KollegInnen aus der Mantel GmbH mv:m aussieht. Der Zeitungsverlag Schwerin will die Firma fortführen, allerdings mit nur 14 Beschäftigten, fünf Stellen in Lokalredaktionen wurden in Aussicht gestellt. Zurzeit verhandelt der mv:m-Betriebsrat mit der Geschäftsleitung. Auch wenn noch keine konkreten Ergebnisse vorliegen, zeichnet sich bereits ab: Die betroffenen KollegInnen sollen künftig zu deutlich schlechteren Bedingungen arbeiten. Eine Katastrophe!

Um Unfall- und Katastrophenberichterstattung in den Medien geht es auch bei unserem diesjährigen Landesmedientag. Wie funktioniert die Zusammenarbeit zwischen Presse, Polizei und Einsatz- bzw. Rettungskräften?

Darüber wollen wir mit euch/Ihnen und den Verantwortlichen am 19. April in Schwerin reden.

Unter dem Motto „Blaulicht-Journalismus in M-V“ geht es unter anderem um die Neuregelung der "Verhaltensgrundsätze Presse-Polizei", presserechtliche Aspekte bei der Berichterstattung sowie die Frage: "Wie viel Unfall- und Katastrophenberichterstattung brauchen Leser, Hörer und Fernsehzuschauer?"

Interessiert? Dann sehen wir uns in Schwerin.

Bis dahin wünsche ich euch/Ihnen viel Spaß beim Lesen dieser (Jubiläums-)Ausgabe.

Euer/Ihr

Michael Zumpe

DJV-Termine 2013 – bitte vormerken! Mehr Infos unter www.djv-mv.de

- | | |
|-----------------|--|
| 19. April | Landesmedientag „Blaulicht“-Journalismus in M-V, Schwerin |
| 13. Mai | Zum Tag der Pressefreiheit: Filmvorstellung „State of Play“ (USA 2009) mit anschließendem Gespräch, Schwerin |
| 30. Mai | Seminar „Der freie Journalist und die Steuern/ Der freie Journalist und der Versicherungsschutz“, Rostock |
| 21. Juni | Netzwerktage M-V, Rostock |
| 24. bis 26. Mai | Dänemark-Reise/Besuch des Journalisten-Verbandes Fynen |
| 14. September | DJV-Fachtagung „Besser Online“ |
| 19./20. Oktober | DJV-Fachtagung „24 Stunden Zukunft“ |



Das war kein vorzeitiger Aprilscherz. Was seit Tagen zuvor schon als Gerücht über die Flure des Nordkurier waberte, vermeldete die Geschäftsführung des Kurierverslags offiziell per Pressemitteilung am 27. Februar: „Nordkurier kehrt zum eigenständigen Mantel zurück: Kooperation mit Schweriner Volkszeitung wird beendet“. Und zwar ab dem 1. April. Zur Begründung hieß es: „Dies ist die Konsequenz mehrerer Leserbefragungen sowie eines umfangreichen ReaderScan-Projekts in 2012.“ Die Untersuchungen hätten „deutliche Schwächen in den überregionalen Themen, bei der Landesberichterstattung und im Sport“ aufgezeigt. Nordkurier-Geschäftsführer Lutz Schumacher, seit Jahresbeginn auch als Chefredakteur im Amt, betont: „Die Zukunft der regionalen Tageszeitung liegt in der konsequenten Bearbeitung der Region, der lokalen Umfeldler und teilweise sogar im Sublokalen.“ Die Leserinnen und Leser wollten „verstehen, was in ihrer näheren Umgebung passiert und wie sich das Weltgeschehen auf ihr eigenes Leben auswirkt.“ Und Schumacher schlussfolgert: „Nur Redakteurinnen und Redakteure, die in der Region stark verankert sind, können das aufschreiben.“ Eine bemerkenswerte Einsicht nach vier Jahren Kooperation mit der SVZ mittels einer gemeinsamen Redaktionsfirma, der mv:m redaktion GmbH. Was passiert nun mit den bisher dort angestellten 22 Kolleginnen und Kollegen? Wie geht es solo in Neubrandenburg und Schwerin weiter? Und was wird aus dem Mantelprojekt zwischen Ostsee-Zeitung und Lübecker Nachrichten? KIEK AN! fragte bei den Chefredakteuren nach.

„Wir haben auf den Wunsch unserer Leser reagiert“

Interview mit Nordkurier-Chefredakteur Lutz Schumacher zum Aus der gemeinsamen Mantelredaktion mit der SVZ

Ich traf Sie in Neubrandenburg mit einem Minifahrrad mit der Aufschrift „Nordkurier“. Wie weit wollen Sie die Spaßmaßnahmen noch treiben?

Sie meinen Sparmaßnahmen? Naja, es ist noch viel schlimmer: Das Rad gehört mir privat, der Nordkurier hat lediglich den Aufkleber gestellt. Glücklicherweise ist Neubrandenburg nicht so groß, da schaffe ich die Wege in der Stadt auch mit einem Minirad.

Spaß beiseite. Inzwischen steht fest: Der gemeinsame Mantel Nordkurier/Schweriner Volkszeitung steht nach rund vier Jahren vor dem Aus. Was ist schief gelaufen? Das Modell der gemeinsamen Mantelproduktion war nicht so erfolgreich, wie von uns allen erwartet. Die Abstimmungsprozesse untereinander waren zu lang und haben

die Redakteure nicht wie geplant für Reporteraufgaben freigespielt. Auf der langen Strecke geblieben ist dabei das Lokalkonzept des Nordkurier. Unsere Leser haben dies ebenfalls registriert. Sie haben uns über umfassende Marktforschungsmaßnahmen wie beispielsweise ReaderScan deutlich mitgeteilt, dass sie mit der lokalen Berichterstattung sehr zufrieden sind, jedoch nicht mit der Aufbereitung der überregionalen Themen, mit der Landes- und der Sportberichterstattung. Kurz: mit dem Mantel. Wir haben also auf den Wunsch unserer Leser reagiert.

Wie soll der Mantel zukünftig erstellt werden, was soll aus journalistischer Sicht anders, besser werden?

Die Zukunft der Tageszeitung liegt in meinen Augen im Regionalen, Lokalen und teil-

weise sogar im Sublokalen. Hier liegen auch die Stärken der regionalen Presse, ihr Alleinstellungsmerkmal sozusagen. Das ist natürlich nicht neu. Wenn man den Gedanken aber konsequent denkt, müssen auch die überregionalen Aspekte der Berichter-

stattung möglichst durch die regionale oder lokale Brille betrachtet werden. Gerade Auslands- und bundesweite Nachrichten haben am nächsten Tag kaum noch einen Neuigkeitswert, hier ist durch die elektronischen Medien die Zeitung in der Informati-



Gibt sich zukunftsicher: Geschäftsführer und Chefredakteur des Nordkurier Lutz Schumacher
Foto: Nordkurier



Das Verlagsgebäude des Nordkurier am Friedrich-Engels-Ring in Neubrandenburg

Foto: Reinhard Sobiech

onskette nach hinten gerutscht. Deshalb müssen wir den Leserinnen und Lesern zeigen, was diese Nachrichten vor Ort bedeuten, wie sie möglicherweise persönlich betroffen sind. Und das wird nur funktionieren, wenn unsere Redakteurinnen und Redakteure fest in ihrer Heimatregion verankert sind.

Wie werden Sie die „Rückholaktion“ personell bewerkstelligen?

Wir werden uns erneut alle Prozesse und Workflows ansehen und bewerten, die vorhandenen redaktionellen Kapazitäten neu planen und uns da personell verstärken, wo wir Engpässe haben. Die Redaktion wird von derzeit 106 festangestellten Redakteurinnen und Redakteuren auf 120 aufgestockt. In der Zahl sind die 14 Volontäre des Hauses nicht enthalten. Diese Investition in die Qualität der Zeitung wird unser Lokalkonzept umsetzen und trägt auch zur Meinungsvielfalt bei. Bei aller Euphorie: Es wird nicht einfach, in den

nächsten Jahren diesen Kraftakt finanziell zu stemmen. Wir arbeiten in der wirtschaftlich schwächsten Region Deutschlands und im Gegensatz zu „preiswerten“ überregionalen Nachrichten kosten die lokalen Strukturen richtig Geld.

Welche Neustrukturierungen wird es damit im Zusammenhang beim Nordkurier geben?

Ohne jetzt alle Entwicklungen der nächsten Jahre vorhersehen zu können: Wir werden mit einem zentralen Newsdesk und vier Regiodesks arbeiten. Daneben wird es eine übergreifende Reportergruppe unter Einschluss eines Büros in der Landeshauptstadt sowie eine Fachredaktion für Sonderpublikationen geben. Und natürlich eine hohe Zahl an lokalen Reportern.

Sie haben sich jüngst von Ihren Anteilen (38 %) am landesweiten Privatsender ANTENNE MV getrennt und sich zwei Lokal-Fernseher – Rügen 1 TV und Ucker-

mark TV (Schwedt, Prenzlau und Templin) gekauft. Was ist der Hintersinn beider Entscheidungen?

Die Trennung von den Anteilen an der ANTENNE erfolgte nach reiflicher Überlegung und dem Resümee der Zusammenarbeit zwischen Mehrheits- und Minderheitsgesellschafter. Wir hätten unser Engagement gerne ausgebaut und ANTENNE einen regionaleren und inhaltsstärkeren Schwerpunkt gegeben. Leider steht dem ein altmodisches Medienrecht in Mecklenburg-Vorpommern entgegen, das die angeblichen Gefahren für die Meinungsvielfalt im Blick hat und die Chancen regionaler Netzwerke nicht sieht.

Das Investment in die Lokalfernseher Rügen TV und Uckermark TV trägt dem steigenden Bedarf an bewegten Bildern und deren flexibler Abrufbarkeit Rechnung. Hier bauen wir Expertise auf, die wir künftig auch im Internet und auf mobilen Anwendungen nutzen wollen.

Das Onlinegeschäft, von dem man sich in den 2000er Jahren soviel versprochen hatte, verursacht den meisten Verlagen Alpträume. Sie haben ja im Kurierverlag auch einigen Aufwand betrieben. Dennoch: So wirklich Geld verdient man damit nicht. Was ist Ihr Plan? Wir haben das Online-Geschäft immer konsequent, aber auch mit Augenmaß betrieben. Übertreibungen und Auswüchse, wie sie wellenartig immer wieder durch die Branche geistern, haben wir immer kritisch beobachtet. Wir sind der Überzeugung, dass eine Zeitung heute sowohl gedruckt als auch digital erscheinen und deshalb aus einer Hand produziert werden muss. Die journalistische Aufgabe ist es, die richtige Themenmischung für den jeweiligen Ausgabekanal zu erstellen. Deshalb haben wir uns entschlossen, keine eigenständige Online-Redaktion zu unterhalten, sondern die gesamte Mann- und Frauschaft fit zu machen für unsere digitalen Angebote.

Wir haben mit Simon Kaatz jemanden in der Chefredaktion, der sich speziell mit den digitalen Themen beschäftigt. Mitte des Jahres werden wir unseren Web-Auftritt neu aufstellen. Wir machen uns in diesem Zusammenhang intensive Gedanken, wie wir unsere Geschichten noch passgenauer zum Leser bringen. Jeder Ausgabekanal hat seine speziellen Vorzüge. Im Web werden wir unsere Leser noch schneller und mobiler informieren. Den großen Lesestoff zum Zurücklehnen wird es aber vor allem in der gedruckten Ausgabe und auf der App geben. In diesem Zusammenhang denken wir auch darüber nach, wie wir unser Modell des Digital-Abos erweitern können hinsichtlich Web-, Mobile- und weiterer App-Angebote.

Der Nordkurier hat vor dem Oberverwaltungsgericht in einem Eilverfahren – nach 9 Monaten! – im Zusammenhang mit der NSU-Affaire einen Sieg gegen das Innenministerium in Sachen Auskunftspflicht der Behörden errungen. Das Innenministerium sieht das allerdings etwas anders. Wie bewerten Sie das und werden Sie in einem nachgeschobenen Hauptsacheverfahren eine gerichtliche Entscheidung herbeiführen, die dann auch das Innenministerium eventuell verpflichtet, die noch offene Frage nach der Höhe von Zahlungen an V-Leute offen zu legen?

Wir sind noch in der Prüfung, wie wir unser Ziel am besten erreichen können, das Auskunftsrecht der Presse dauerhaft zu stärken und insgesamt die Transparenz dieses Komplexes zu steigern. Jedenfalls kann es nicht sein, dass ein Ministerium mit der im Landespressegesetz verankerten Auskunftspflicht nach Belieben umspringt.

Mit der Formatumstellung, der nicht unerheblichen Investition in die neue Drucktechnik, dem geplanten nochmaligen Wechsel des Redaktionssystems und weiteren Baustellen s.o. –

fühlen Sie sich richtig aufgestellt für die Zukunft?

Ja, definitiv. Die Veränderungen im Markt und im Nutzungsverhalten waren für mich schon vor Jahren absehbar. Dass wir frühzeitig reagiert und die Neuausrichtung durch gutes Wirtschaften in den letzten Jahren herbeigeführt haben, lässt zu, dass wir letztes Jahr in Technik und dieses Jahr in unsere Redaktion investieren können. Dennoch sehen wir aufgrund der demografischen Entwicklung natürlich weiteren großen Herausforderungen im Leser- und Werbemarkt entgegen, denen wir uns stellen müssen. Die neue Drucktechnik macht uns bei eigenen, aufwändigen Sonderproduktionen unabhängig von Dienstleistern – und sie sorgt für eine weitere notwendige Einnahmequelle.

Sie sind ja nun seit Jahresanfang nicht nur Geschäftsführer sondern auch Chefredakteur. Sehen Sie in dieser Doppelfunktion nicht Konfliktpotenzial zwischen wirtschaftlichen Entscheidungen und redaktioneller Unabhängigkeit?

Nein, für mich ist das eine Diskussion aus Zeiten, in denen das Anzeigengeschäft noch überragende Bedeutung für die Verlage hatte, teilweise kamen zwei Drittel der Gesamtumsätze aus Inseraten. Diese Zeiten sind leider lange vorbei, wir leben heute hauptsächlich von den Abogebühren – und das verpflichtet uns noch vielmehr auf die Interessen unserer Leserinnen und Leser. Und unsere Anzeigenkunden wissen, dass gerade die kritische und unabhängige Berichterstattung den hohen Wert der Zeitung ausmacht. Die saubere Trennung zwischen redaktionell unabhängiger Berichterstattung und Werbepattform ist also neben dem ideellen Faktor auch wirtschaftlich sinnvoll.

Mit Lutz Schumacher sprach Sibylle Ekart

Quo vadis SVZ?

KIEK AN! fragte Chefredakteur Michael Seidel

Nun ist der gemeinsame Mantelteil SVZ/NK nach vier Jahren Geschichte. Beide Zeitungen werden wieder einen eigenen Mantelteil machen. Die Nordkurier-Sichtweise hat dessen Chefredakteur beschrieben. Wie sehen Sie diese Entwicklung?

Die Gemeinschaftsredaktion war im Kern eine gute Idee: Das Ziel war ja eine Art Landeszeitung für die überregionalen Themen. Angesichts schrumpfender Ressourcen, die Zeitungsverlage ihren Redaktionen seinerzeit wegen der nachhaltigen Umsatz- und Erlös-Krise zugestehen, sollten die verbleibenden Kräfte gebündelt werden. Das war eine umgekehrte Prioritätensetzung: Wenn der Kern einer Regionalzeitung das Regionale, Lokale und gar Sublokale ist und die Menschen inzwischen auch digitale Angebote von ihrer Zeitung erwarten, dann muss man dort die Prioritäten setzen. Die Nachrangigkeit war dann folgerichtig beim Überregionalen.

Die meisten Inhalte waren doch aber zum Leidwesen vieler Landespolitiker nahezu gleichlautend in beiden Zeitungen vertreten? Warum ist das Modell trotzdem gescheitert?

Effizient wäre es gewesen, wenn möglichst viele Seiten als „Durchläufer“ für beide Zeitungen produziert worden wären. Dann hat jedoch die SVZ ihr Layout tiefgreifend verändert. Und beim Nordkurier mündeten verschiedene redaktionelle Neuausrichtungen in andere publizistische Ansprüche als zu Beginn der Kooperation. Schließlich folgte dort sogar noch ein Formatwechsel. So musste die *mv:m* mit demselben Personal, das für eine „durchlaufende“ Mantelproduktion berechnet war, de facto zwei sich immer mehr unterscheidende Mäntel produzieren. Die wurden zudem noch vielfach für verschiedene Lokalausgaben beider Zeitungen variiert. Eine riesige professionelle Leistung der *mv:m*-Redaktion und nur

durch eine straff auf Effizienz getrimmte Organisation überhaupt leistbar. Das ließ nicht den Raum für die immer gewünschte Separierung einer Reportergruppe, die sich ausschließlich um investigative Recherchen hätte kümmern können.

Es gibt – vorsichtig ausgedrückt – einen Redakteursüberschuss in der derzeitigen Mantelredaktion. Betriebsrat und Geschäftsführung der mv:m sind dazu in Verhandlungen eingetreten. Was passiert mit den noch etwa 20 Redakteuren?

Die Redaktion wird nach dem Wegfall der Hälfte des Budgets leider nicht so bleiben können. Die Verhandlungen sind zum Redaktionsschluss dieser Ausgabe noch nicht abgeschlossen. Dort bin ich auch nicht Herr des Verfahrens, denn die *mv:m* ist momentan ein selbstständiger Redaktionsdienstleister. Es ist jedoch erklärte Absicht von Chefredaktion und Geschäftsführung der SVZ als Auftraggeber, wie auch der *mv:m*-Geschäftsführung, möglichst allen Kollegen eine adäquate Beschäftigung anzubieten. Die Konditionen der Überleitung werden gerade verhandelt.

Wohin geht die Reise bei der SVZ?

Die SVZ wie auch ihre Schwestern *NNN* und *Der Prignitzer* werden sich wieder auf sich selbst besinnen können. Wir werden einen eigenständigen Mantel herstellen, bei der Landesberichterstattung wieder unsere Exklusivität herausstellen und darüber hinaus Alleinstellungsmerkmale entwickeln, etwa im Ratgeber- und Verbraucher-Segment. Wo es sinnvoll ist, werden wir auch auf Synergien aus dem Konzernverbund des *sh:z* zurückgreifen. Die Priorität gilt jetzt auch bei der SVZ dem Ausbau und der Qualifizierung der lokalen Berichterstattung sowie der regionalen Anbindung von Mantelthemen.

Regionale Identität bewahrt und ausgebaut

KIEK AN! fragte die Chefredakteure der Lübecker Nachrichten und der Ostsee-Zeitung nach ihren Mantel-Erfahrungen

1. Seit über drei Jahren gibt es in M-V keine Vollredaktion mehr. Die Zusammenlegung der Mantelredaktionen von SVZ und Nordkurier sowie Lübecker Nachrichten und Ostsee-Zeitung hatte seinerzeit für viel Wirbel gesorgt und der Verlust an Zeitungsvielfalt wurde beklagt. Wie bewerten Sie die Zusammenarbeit OZ/LN. Sind alle Ziele erreicht, alle Pläne aufgegangen?

2. Der Nordkurier hat für die nun vollzogene Rückkehr zum eigenen Mantel als Begründung aufgeführt, dass der regionale Bezug durch den gemeinsamen Mantel verloren gegangen sei. „Die Zukunft der regionalen Tageszeitung liegt in der konsequenten Bearbeitung der Region, der lokalen Umfeldler und teilweise sogar im Sublokalen“, heißt es in einer Pressemitteilung. Und weiter, Leserbefragungen (Readerscan) hätten „deutliche Schwächen in den überregionalen Themen, bei der Landesberichterstattung, im Sport“ aufgezeigt. Wie sind Ihre Erfahrungen damit? Haben Sie eine ähnliche Wahrnehmung? Und gibt es bei Ihnen Überlegungen, zum eigenen Mantel zurückzukehren?



Andreas Ebel, Chefredakteur der Ostsee-Zeitung

Foto: Frank Söllner

Zu Frage 1

Verbessern können wir alles. Das machen wir auch. Jeden Tag. Und dennoch: Die Zusammenarbeit mit den Lübecker Nachrichten klappt sehr gut. Das ist klassische Teamarbeit.

In einer gemeinsamen Videokonferenz besprechen die Chefredaktionen der Ostsee-Zeitung und der Lübecker Nachrichten mit der Redaktionservicegesellschaft (RSG – gemeinsame Mantelredaktion) die Themen und Gewichtungen. Das ist Teamarbeit auf hohem Niveau. Die RSG-Kollegen sind Meister darin, gemeinsame überregionale Seiten und Magazine zu produzieren und die Eigenständigkeit der beiden Zeitungen noch zu stärken. In der Praxis geschieht das durch regionale Module, die auf die jeweilige Leserschaft in Mecklenburg-Vorpommern bzw. Schleswig-Holstein zugeschnitten werden.

Legen wir die OZ von heute neben eine von vor zehn Jahren, ist deutlich zu sehen, dass die Zusammenarbeit die Qualität des Mantels weiter verbessert hat. Das trifft für die überregionalen Themen und für die regionalen und lokalen Geschichten zu, auf die wir unsere Kräfte konzentrieren können.

Zu Frage 2

Die Lage beim Nordkurier kann ich nicht beurteilen und möchte es auch nicht kommentieren.

Die OZ steht wie viele Zeitungen vor spannenden Monaten. Mehr Menschen denn je interessieren sich für Nachrichten. Und bei den lokalen und regionalen Nachrichten sind wir die Marktführer. Da kommt es jetzt darauf an, das Print-Geschäft zu stabilisieren und die Onlineaktivitäten auszubauen. Auch in der digitalen Welt werden wir damit punkten, lokal und regional die Besten zu sein.



Gerald Goetsch, Chefredakteur der Lübecker Nachrichten

Foto: LN

Zu Frage 1

Die Zusammenarbeit von OZ und LN im Mantel ist eine Erfolgsgeschichte, sie ist für beide Redaktionen längst zu einem selbstverständlichen Teil der Alltagsarbeit geworden. Konstruktiv und mit großer Freude diskutieren wir jeden Morgen über die Inhalte auf der Blickpunkt-Seite, der Politik- sowie auf der Panorama-Seite. Zudem produzieren wir gemeinsame Service-Seiten, die bei den Leserinnen und Lesern beider Häuser sehr gut ankommen. Und auch in den Wochenend-Journalen haben wir große Schnittmengen entdeckt.

Unsere intensive Absprache führt zudem täglich zum Austausch von Themenideen auch für die Regionalseiten. Beide Redaktionen arbeiten auf Augenhöhe, sie profitieren von den Erfahrungen der Kolleginnen und Kollegen beider Standorte, aktuell zeigt sich dies auch beim Ausbau unserer digitalen Ange-

bote. Intensiv arbeiten wir auch in der Ausbildung unseres journalistischen Nachwuchses zusammen.

Zu Frage 2

Wir haben diese Fehler nicht gemacht. Sondern von Anfang an strikt darauf geachtet, die regionale Identität beider Zeitungen zu bewahren und auszubauen. Auf Wunsch öffnen wir gemeinsame Seiten, wenn es die unterschiedliche Perspektive der Leser erfordert. Die Entscheidung fällt jede Chefredaktion unabhängig für sich.

Im Sport arbeiten wir fast ausschließlich bei überregionalen Ereignissen (Weltmeisterschaften, Olympische Spiele) zusammen, dies aber sehr erfolgreich. Die lokale und regionale Berichterstattung dominiert nach wie vor die Sportseiten von LN und OZ, die getrennt produziert werden. Auch die Wirtschaftsseiten haben ihre regionalen Schwerpunkte behalten und entstehen separat. Die Landesberichterstattung blieb ohnehin unberührt. Beide Zeitungen profitieren aber vom Austausch ihrer exklusiven Inhalte aus dem Norden.

Aus meiner Sicht hat die Zusammenarbeit den überregionalen Teil beider Zeitungen gestärkt. Weil wir daran jetzt gemeinsam arbeiten und Ideen beider Häuser mit einfließen. Wir haben Kraft gewonnen für unsere Kernaufgabe, nämlich die journalistische Arbeit im Lokalen und Regionalen.



Kommentiert**Rin inne Kartoffeln...
...raus ausse Kartoffeln**

Es ist ein Stück wie aus dem Lehrbuch, in drei Akten. 1. Akt: Der *Nordkurier* verschiebt seinen "Mantel" und die dazugehörigen Redakteure an einen externen "Dienstleister" namens *mv:m*. 2. Akt: Dann beauftragt der *Nordkurier* den "Dienstleister", ihm den "Mantel" zuzuliefern. 3. Akt: In der Zwischenzeit ist etwas mit den Redakteuren passiert: Weniger sind sie geworden, und billiger sind sie geworden – und vielleicht auch ein bisschen mutloser.

Die "Mantelei" zwischen *Nordkurier* und *Schweriner Volkszeitung* macht deutlich, dass Journalisten heutzutage vor allem eines sind: Kostenfaktoren. Besonders bitter: Wenn die Verlage ihre kreati-



Arne Boecker

Foto: privat

ven und strategischen Potentiale nicht länger darauf verwenden würden, Geiz geil zu finden, würden sie vielleicht

endlich in jenem sagenumwobenen "Digitalien" ankommen, von dem alle schwärmen; Internet und so. Denn eins ist klar: Artikel, die schon auf Papier immer weniger Bürger lesen wollen, einfach auf eine Homepage zu schubsen, reicht nicht; Fünfzehnjährigen entlocken die derzeitigen Angebote der Verlage jedenfalls höchstens ein müdes Lächeln.

Jene Kollegen, die auf den Verschiebebahnhöfen hocken, sollte man eigentlich nicht auch noch mit Ratschlägen belasten. Vielleicht ein paar Wünsche? Dass sie den Druck, den ihre Chefs ausüben, nicht verarbeiten, indem sie gegen Kollegen beißen, und dass jeder junge oder mittelalte Journalist ernsthaft darüber nachdenkt, ob seine Zukunft wirklich im Journalismus - in diesem Journalismus jedenfalls - liegt. So einen Satz in eine Zeitschrift eines Verbandes zu schreiben, dem Journalismus und Journalisten am Herz liegen, tut weh. Die-

ser düstere Blick auf die Branche wird sich erst in dem Moment aufhellen, in dem jemand eine Idee hat, wie man mit journalistischen Inhalten im Netz Geld verdient. (Anmerkung für Verlagsmanager: "Inhalte" ist was anderes als "Content"!)

An diese Stelle gehört jetzt noch eine Prise Pathos: Die Demokratie braucht dringend gute, mutige Lokal- und Regionalzeitungen. Was bei den Bürgern vor der Tür passiert, das sollte, nein, das muss sie interessieren. Es gibt nämlich genügend Instrumente, der Kommunalpolitik in die Speichen zu greifen, wenn sie einen falschen Kurs eingeschlagen hat.

Arne Boecker

Arne Boecker ist freier Journalist in Niedersachsen, hat für die Süddeutsche Zeitung aus Mecklenburg-Vorpommern berichtet und in den Pressestellen des Sozialministeriums sowie der Staatskanzlei gearbeitet.

**Ahoi!
60 Jahre NNN**

Am 16. Februar 1953 wurden die Norddeutschen Neuesten Nachrichten in Rostock gegründet. Zum Erinnerungsfoto fanden sich NNN-Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter auf dem Traditionsschiff ein.

60 Jahre NNN:
KIEK AN! gratuliert allen Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern sowie all den Kolleginnen und Kollegen, die im Verlaufe der Zeit für die NNN tätig waren und wünscht für die Zukunft toi, toi, toi.

Foto: Georg Scharnweber

Vor 20 Jahren

+++ DJV-Protest gegen Vorhaben der Innenminister, die bundesweit einheitlichen Presseausweise abzuschaffen +++ NDR plant in Schwerin den Bau von Europas modernstem Funkhaus +++ ANTENNE MV will als erster Privatsender im Land ab Mai auf Sendung gehen +++ Offener Brief von Aktivisten an Chefredakteure in M-V, weitere „verbale Entgleisungen“ bei Berichterstattung über Flüchtlinge zu vermeiden +++

Vor 15 Jahren

+++ Journalisten streiten auf DJV-Veranstaltung in Schwerin mit Politikern und Juristen über geplante Abhör-Gesetze +++ Regionale Kirchenzeitungen fusionieren zum „Evangelischen Wochenblatt für M-V“ +++ Vorfreude auf Besuch dänischer Kollegen von der Insel Fünen +++ Offener Kanal „NB-Radiotreff 88,0“ nach Start vor zwei Jahren im Aufwind +++

Nomen est omen: Kiek in den KIEK AN!

„Ein Medien-UTKIEK weit in unser Land“ – so lautete die programmatische Überschrift im Editorial zur Geburtsstunde unseres DJV-Mitgliederjournals. Damals im März vor 20 Jahren. Denn so sollte ja auch der Titel der Zeitschrift heißen: „UTKIEK“. Sprachlich so schön nord-, nieder- und plattdeutsch wie seit altersher die von Wellen, Wind und wackernen Menschen geprägte Landschaft unserer Heimat. Ein Ausblick mit Weitblick eben. Hatte ich mir jedenfalls so gedacht, als ich den Namen unserem kleinen Redaktionskollegium vorschlug. Das fand Beifall.

Mein geschätzter Kollege Andreas Meenke, damals noch Pressezeichner beim *Nordkurier* und begnadeter Karikaturist bis heute, sorgte für die grafische Umsetzung des Titels. *Nordkurier*-Cheflayouter Dieter Stapel fügte die Inhalte optisch ansprechend zusammen. Zumeist mit mir gemeinsam an Wochenenden vor dem Sonntagsdienst in der Redaktion. Und zwar an *Nordkurier*-Computern mangels eigener Technik daheim! Und das mit ausdrücklicher Genehmigung des damaligen *Nordkurier*-Chefredakteurs Gerhard Deckl!

Kaum war aber das erste Heft heraus, flatterte auch schon eine Beschwerde auf den Tisch unserer DJV-Landesgeschäftsstelle. Mit der strikten Aufforderung, den Titel „UTKIEK“ nicht mehr zu verwenden. Andernfalls drohte der Absender juristisches Ungemach an. Er habe sich nämlich die exklusive Nutzung des Titels bereits schützen lassen. Nun hatten zwar auch wir eine Anzeige zum Titelschutz aufgegeben. Aber offensichtlich zu spät und damit erfolglos. Und die Möglichkeiten zu einer namentlichen Vorrecherche, wie sie heutzutage im Internet kinderleicht machbar ist, gab es seinerzeit halt noch nicht.

Ich habe eben gerade mal „UTKIEK“ gegoogelt: Neben dem Hinweis auf zahlreiche Ausflugsgaststätten selbigen Namens findet die Suchmaschine nach Zusatzfütterung mit den Stichworten „Presse/Magazin“ für „Utkiek“: ein Vierteljahres-Magazin des Landestrachtenverbandes Niedersachsen, das dieser seit 26 Jahren heraus gibt. Auch gut...

Und was finde ich unter KIEK AN! im Netz? Natürlich unser titelgeschütztes Journal – und eine gleichnamige DVD über die Auf- und Abstiege des 1. FC Union Berlin! Es sei den „Eisernen“ aus der Hauptstadt gegönnt. Schließlich spielen sie ja stets tapfer und auch nicht selten erfolgreich gegen oft vermeintlich stärkere Widersacher. So wie wir eben auch. Mit dem Unterschied, dass wir als Profis im Hauptberuf unser Mitgliederjournal ehrenamtlich und also honorarfrei mit Texten und Fotos gestalten.

Dass dabei immer neue Namen als Autoren unter den Beiträgen auftauchen, freut mich besonders.

In diesem Sinne: Auch für die nächsten 20 Jahre viel Spaß beim Mitgestalten und immer neue Aha-Effekte beim „Rinkieken“ in den KIEK AN!

Reinhard Sobiech

**1992 bis 2004 war
Reinhard Sobiech
Landesvorsitzender des DJV
und
ehrenamtlicher Chefredakteur
des KIEK AN!**

Vor 10 Jahren

+++ Schwierige Marktprognosen für Lokal-TV in M-V +++ „Ostsee-Zeitung“ will 17 Redakteursstellen wegrationalisieren +++ DJV warnt OZ-Cheftage vor „Rasenmäher-Methode“ und bietet „Verhandlungen über intelligente Lösungen“ an +++ Arbeitszeitmodelle für Redakteure auf DJV-Seminar für Betriebsräte diskutiert +++ „Monitor“-Legende Klaus Bednarz ermutigt Regionalmedien zu mehr investigativem Journalismus +++

Vor 5 Jahren

+++ Rund 70 Teilnehmer beraten auf Außerordentlichem Presse-Tag in Schwerin zur Lage der Printmedien in M-V. Motto: „Unser Land braucht seine Zeitungen. Qualität und Vielfalt sichern“ +++ Kritische Analyse der Pressearbeit der Stadt Schwerin im „Fall Lea-Sophie“ +++ Andrea Gottke als erstes Mitglied aus M-V in DJV-Bundesvorstand gewählt +++ Umfrage: Prekäre Situation bei Vergütung freier journalistischer Arbeit im Land +++

Sachbearbeiter Öffentlichkeitsarbeit / Pressesprecher der Landespolizei M-V

Behörde	Name des Pressesprechers/	Telefon	Email
Polizeipräsidium Rostock	POKin Isabel Wenzel	(038208) 888-2040	pp-hro@gmx.de
Polizeipräsidium Rostock	ANin Manuela Kunze	(038208) 888-2041	pp-hro@gmx.de
Polizeipräsidium Neubrandenburg	PHKin Madeleine Camin	(0395) 5582-2040	pressestelle.pp@polizei-nb.de
Polizeipräsidium Neubrandenburg	PHK Andreas Scholz	(0395) 5582-2041	pressestelle.pp@polizei-nb.de
Polizeiinspektion Schwerin	PHK Steffen Salow	(0385) 5180-222	pi-schwerin-pressestelle@t-online.de
Polizeiinspektion Rostock	PHKin Yvonne Hanske	(0381) 652-2010	pihro@web.de
Polizeiinspektion Ludwigslust	PHK Klaus Wiechmann	(03874) 411-304	pi-ludwigslust-oea@t-online.de
Polizeiinspektion Wismar	PHK André Falke	(03841) 203-373	pi-wismar@t-online.de
Polizeiinspektion Güstrow	PHK Gert Frahm	(03843) 266-302	oeapiguestrow@web.de
Polizeiinspektion Neubrandenburg	PHKin Verena Splettstößer	(0395) 5582-5003	pressestelle@pi-neubrandenburg.de
Polizeiinspektion Neubrandenburg	PKin Eike Weithoff	(0395) 5582-5004	pressestelle@pi-neubrandenburg.de
Polizeiinspektion Anklam	PHK Axel Falkenberg	(03971) 251-1140/1141	pressestelle.piank@polizei-nb.de
Polizeiinspektion Anklam	PHKin Ortrun Schwarz	(03971) 251-1142	pressestelle.piank@polizei-nb.de
Polizeiinspektion Stralsund	PHKin Antje Unger	(03831) 245-411	pressestelle.pihst@polizei-nb.de
Polizeiinspektion Stralsund	PKin Maike Peters	(03831) 245-413	pressestelle.pihst@polizei-nb.de
Landeskriminalamt M-V	KHK Michael Schuldt	(03866) 64-8700	presse@lka-mv.de
Landeskriminalamt M-V	KHKin Synke Kern	(03866) 64-8701	presse@lka-mv.de
Landeswasserschutzpolizeiamt M-V	KHK Hartmut Richter	(038208) 887-3112	presse@lwspa-mv.de
Landesbereitschaftspolizeiamt M-V	POK Alexander Schwabe	(0385) 3984-215	bp-mv@polmv.de
LPBK M-V	ROI Alexander Rauch	(0385) 2070-2104	lpbk@polmv.de
FHÖVPR M-V	PHK Lars Fuge	(03843) 283-841	l.fuge@fh-guestrow.de
FHÖVPR M-V	Rlin Daniela Hett	(03843) 283-101	d.hett@fh-guestrow.de



Foto: Reinhard Sobiech

EINLADUNG

Landesmedientag M-V

am 19. April 2013 von 10.30 Uhr bis ca. 15 Uhr in Schwerin,
Ritterstraße, Rittersaal

„Blaulicht“-Journalismus in M-V

Einführungsreferat: Thomas Lenz, Staatssekretär im Ministerium für Inneres und Sport

- **Wie steht es um die Neuregelung der „Verhaltensgrundsätze Presse-Polizei“ und wie widerspiegeln sich „Blaulichtthemen/-berichterstattung“ in der Arbeit des Deutschen Presserates?**
Lutz Tillmanns, Geschäftsführer des Deutschen Presserates
- **Erfahrungen und Probleme bei der Zusammenarbeit Presse/Polizei/Einsatzkräfte (auf der Kommunikationsebene sowie im Vorfeld und bei der Berichterstattung über Unfälle, Katastropheneinsätze usw.)**
Nils Hoffmann-Ritterbusch, Leiter des Führungsstabes des Polizeipräsidiums Rostock
- **Wenn Journalisten den Einsatzkräften im Wege stehen...**
Dr. Bernd Müllejans, Landesarzt des DRK, DRK-Landesverband
- **Feuerwehr und Bildjournalisten im Spannungsverhältnis**
Heiko Kalkschies, Vorsitzender des Landesfeuerwehrverbandes M-V
- **Öffentlichkeitsarbeit aus der Sicht der Staatsanwaltschaften**
Oberstaatsanwalt Stefan Urbanek, Staatsanwaltschaft Schwerin
- **Presserechtliche Aspekte bei der Polizeiberichterstattung**
Dr. Udo Branahl, Prof. für Medienrecht, Dortmund
- **Zum Persönlichkeitsschutz Opfer/Täter in der Außendarstellung**
Rechtsanwältin Renate Grau-Sobiech, Neubrandenburg, Opferanwältin, Weißer Ring M-V

Podiumsdiskussion

„Wie viel Unfall- und Katastrophenberichterstattung brauchen Leser, Hörer und Fernsehzuschauer?“

Teilnehmer: Andreas Ebel, Chefredakteur der Ostsee-Zeitung, Ulrich Kunze, Pressesprecher der Hansestadt Rostock und Vorsitzender der AG Pressesprecher des Städte- und Gemeindetages M-V, Thomas Laum, Präsident des Polizeipräsidiums Rostock, Dr. Jürgen Garbe, Leitender Oberstaatsanwalt, Generalstaatsanwaltschaft M-V, Alexander Stuth, Außenreporter OSTSEEWELLE HIT-RADIO Mecklenburg-Vorpommern, Moderation: Michael Schmidt, NDR, Chef vom Dienst, Fernsehen/Aktuell

Aus organisatorischen Gründen bitten wir unbedingt um Teilnahmemeldung per E-Mail: info@djv-mv.de

Zahl der Beschwerden gleichbleibend hoch

Presserat konstatiert wachsende Sensibilität der Leser im Umgang mit ethischen Fragen



Was gibt es Neues beim Deutschen Presserat?

Wir haben kürzlich unsere Jahresstatistik abgeschlossen. Im vergangenen Jahr erreichten den Presserat genau 1.500 Beschwerden mit der Bitte um Prüfung von redaktionellen Beiträgen in Zeitungen, Zeitschriften und deren Online-Seiten. Damit bleibt die Zahl der Beschwerden im Verhältnis zu den Vorjahren gleichbleibend auf hohem Niveau. Zum Vergleich: 2011 reichten 1.323 Leser Beschwerde ein. Mit Blick auf die vergangenen fünf Jahre lässt sich sogar eine Verdoppelung der Beschwerden feststellen. Dies ist in unseren Augen kein Anzeichen für eine verminderte Qualität der Berichterstattung. Denn es wurden in den einzelnen Jahren in etwa ähnlich viele Sanktionen ausgesprochen. Es zeigt aber die gestiegene Relevanz des Presserats in der Leserschaft und die Sensibilität der Leser im Umgang mit ethischen Fragen. Neu ist für uns seit einigen Jahren, dass manche Berichterstattung so polarisiert, dass sie einen regelrechten Strom an Beschwerden nach sich zieht. Besonders hervorzuheben sind hier zum Beispiel im vergangenen Jahr die 180 Beschwerden gegen das Papst-Cover der Satire-Zeitschrift *Titanic*. Hier sprach der Presserat eine Rüge wegen einer Verletzung der Ziffer 9 (Schutz der Ehre) des Pressekodex aus. Kritik von allein 70 Lesern erreichte uns 2012 wegen der BILD-Kolumne „Post von Wagner“ zu homosexuellen Lebenspartnerschaften und Ehe. Hier sah der Presserat keinen Verstoß gegen den Kodex gegeben.

Welche sind die Schwerpunkte Ihrer aktuellen Spruchpraxis?

Ein Schwerpunkt der aktuellen Spruchpraxis ist die Kriminalberichterstattung. Hier ergibt sich für Journalisten bei der Berichterstattung ein Spannungsfeld, das einen hohen Grad an Verantwortung erfordert: Journalisten müssen zwischen den Persönlichkeitsrechten auf der einen Seite und dem öffentlichen Interesse auf der anderen Seite abwägen. Besonders bei der Berichterstattung über Straftäter wird dies in der Branche oft diskutiert. Der Presserat hat gerade seine Persönlichkeitsrechts-Regelungen im Pressekodex, Ziffer 8, überarbeitet. Ziel ist es, Journalisten verständliche Kriterien an die Hand zu geben, mit Hilfe derer die Abwägung im journalistischen Alltag erleichtert wird. Im Zuge der Neugestaltung gibt es nun im Pressekodex auch eine eigene Richtlinie zur Opferberichterstattung. Vor allem im Bereich der nicht-öffentlichen Rügen gibt es viele Fälle, bei denen es um die identifizierbare Abbildung oder Namensnennung von Opfern von Unfällen oder Verbrechen geht. Die eigene Richtlinie im Pressekodex soll dem besonderen Stellenwert des Opferschutzes beim Presserat gerecht werden. Das Recht des Opfers auf Anonymität ist ein grundlegendes und wichtiges Anliegen für den Presserat, das durch die jahrelange Spruchpraxis untermauert wird.

Jenseits der Kriminalberichterstattung ist Schleichwerbung seit einigen Jahren ein Dauerbrenner bei den Beschwerden und auch bei den Sanktionen. Neu befassten muss der Presserat sich



Lutz Tillmanns

Foto: Heike Rost

hier auch mit den Eigenheiten des Online-Journalismus. Grundsätzlich geprüft werden muss zum Beispiel aktuell der Fall eines Unfallfotos bei einer Online-Berichterstattung, das mit Werbung einer Versicherung überlagert wurde.

Der Presserat fordert seit langem von der Politik die Stärkung der Pressefreiheit im Straf- und Strafprozessrecht. Wie weit sind die entsprechenden Gesetzesvorhaben gediehen?

Das Gesetz zur Stärkung der Pressefreiheit im Straf- und Strafprozessrecht, das seit dem 1. August 2012 in Kraft ist, stärkt zwar die Pressefreiheit, allerdings nicht in dem vom Presserat und den Journalisten- und Verlegerverbänden

Umfang. Der Deutsche Presserat wird deshalb aufmerksam beobachten, wie sich das neue Gesetz auf die strafprozessuale Praxis zukünftig auswirkt.

Zum Hintergrund: Journalistinnen und Journalisten sind wiederholt der Ermittlungstätigkeit der Strafverfolgungsbehörden wegen Beihilfe zum Geheimnisverrat ausgesetzt gewesen, wenn sie Dienstgeheimnisse, die ihnen zugeleitet worden sind, veröffentlicht haben. So etwa stützte sich in dem vom Bundesverfassungsgericht entschiedenen Fall *CICERO* der Tatverdacht allein auf die Veröffentlichung von Inhalten eines als Verschlusssache eingestuften Auswertebereichs und Hinweisen darauf, dass der Verfasser des Artikels im Besitz des Papiers

gewesen sein muss. Damit war für die Staatsanwaltschaft der Anlass gefunden für die Anordnung der Durchsuchung der Redaktionsräume des Magazins einschließlich nachfolgender Beschlagnahmen. Solcherlei Maßnahmen erschweren es den Medien, staatliches Handeln zu kontrollieren und Missstände aufzudecken. Der Rechtsstaat sollte aber nicht den Anschein erwecken, er würde mit den Mitteln des Strafrechts Journalisten von einer kritischen Recherche abhalten.

Mit dem Gesetz zur Stärkung der Pressefreiheit wird nun in § 353b des Strafgesetzbuches für Journalisten ausgeschlossen, dass rechtlich gegen sie wegen der Beihilfe zum Geheimnisverrat vorgegangen werden kann, wenn sie sich darauf beschränken, geheimes Material entgegen zu nehmen, auszuwerten oder zu veröffentlichen. Außerdem dürfen strafprozessuale Maßnahmen der Staatsanwaltschaft, wie Beschlagnahmen und Durch-

suchungen, nicht alleine mit der Entgegennahme, Auswertung und Veröffentlichung von Inhalten, die als Geheimnis bewertet werden, begründet werden. Im Gegensatz zum Entwurf der Bundesregierung sahen die Gesetzentwürfe der SPD-Fraktion und der Fraktion Bündnis 90/Die Grünen allerdings weitergehende Regelungen zur Stärkung der journalistischen Freiheit vor. Diese intendierten, zusätzliche Lücken im Schutz gegen Ermittlungsmaßnahmen zu schließen. So sollte nicht nur die Beihilfe, sondern auch die Anstiftung zur Verletzung des Dienstgeheimnisses nach § 353b StGB für Journalisten straffrei bleiben. Desweiteren sollten Hausdurchsuchungen, Beschlagnahmen in Wohnungen und Arbeitsräumen bei Journalisten nur noch von einem Richter angeordnet und unter strikter Beachtung der Pressefreiheit begründet werden können. Damit war beabsichtigt, Journalisten in Ermittlungsverfahren im Hinblick auf die

Zulässigkeit von Maßnahmen mit den übrigen Berufsgeheimnisträgern, wie Geistlichen, Rechtsanwälten und Abgeordneten, gleichzustellen.

Der Durchsuchungsbeschluss für die Redaktionsräume der *Augsburger Allgemeinen* Ende Januar, bei dem es um Daten eines Nutzers aus dem Internetforum ging, sowie die Beschlagnahme von Fotos bei Berliner Fotografen Anfang Februar zeigen die Aktualität der Debatte.

Wir freuen uns darauf, Sie bei unserem Landesmedientag am 19. April zu treffen. In dem Zusammenhang die Frage: Wie weit ist die Neufassung der Verhaltensgrundsätze Presse-Polizei gediehen?

Die Presse steht mit den Arbeitskreisen der Innenministerkonferenz in einem guten Dialog. Ziel ist es, die Verhaltensgrundsätze Presse/Polizei zu aktualisieren. Diese Initiative hat Ihr Landesverband maßgeblich mit angeschoben. Die Verhal-

tensgrundsätze sind jedoch Teil eines vielschichtigen Gesamtpaketes, das insgesamt diskutiert werden muss. Ein weiteres wichtiges Thema ist hier die Akkreditierungspraxis bei Großveranstaltungen, wie Sportwettbewerben, Konzerten etc. Hier geht es vor allem um einen intensiven Austausch mit den Sicherheitsbehörden. Die Position der Medien ist klar: So wenig Einmischung des Staates wie möglich und nur so viel wie nötig, damit die Medien ihre verfassungsrechtlich garantierte Funktion und Aufgabe der Berichterstattung wahrnehmen können. Um auf die Verhaltensgrundsätze zurück zu kommen: Die Gespräche dauern an. Für die aktuelle Praxis ergeben sich hieraus aus meiner Sicht aber keine Probleme. Die derzeitigen Grundsätze bleiben bestehen und sind weiterhin praktikabel.

***Mit Lutz Tillmanns sprach
Sibylle Ekart***

Einladung zum Seminar: Der freie Journalist und die Steuern

Termin: 30. Mai 2013 von 13 bis 17 Uhr,
Handwerkskammer Rostock, Schwaaner Landstraße 8

Referent: Mathias Parbs, Steuerberater bei ECOVIS Grieger Mallison Steuerberatung

1. Abgrenzung zwischen den Einkunftsarten

Der Journalist – immer Freiberufler oder auch/nur Gewerbetreibender?

2. Was wird versteuert?

Wird die Steuer auf Einnahmen erhoben? Welche Ausgaben werden steuerlich berücksichtigt?

3. Umsatzsteuer

Wann muss Umsatzsteuer gezahlt werden? Wie hoch ist der Umsatzsteuersatz? Was sind Vorsteuern?

4. Gewerbesteuer – Ist Gewerbesteuer teuer?

5. Einkommensteuer – Welche Aufwendungen werden steuerlich noch berücksichtigt? Wie hoch ist die Einkommensteuer?

Seminargebühr: 10 Euro

Der freie Journalist und der Versicherungsschutz

Vor Ort ist auch der DJV-MV Servicepartner im Bereich Presseversorgungswerk und Risikoschutz, die GMFS Versicherungsmakler GmbH. Herr Hartmut Schmidt, Versicherungsfachwirt, steht Ihnen für Fragen zu den Themen

• Altersversorgung • Berufsunfähigkeitsschutz • Krankenversicherung • beruflicher Haftpflichtschutz u. a. fachkundig zur Verfügung.

Anmeldungen bis 24. Mai 2013 in der DJV-Geschäftsstelle, Telefon: 0385/565632 oder E-Mail: info@djv-mv.de

Pressekodex

13.9.2006
www.presserat.de

Richtlinien für die publizistische Arbeit nach den Empfehlungen des Deutschen Presserats

Präambel

Die im Grundgesetz der Bundesrepublik verbürgte Pressefreiheit schließt die Unabhängigkeit und Freiheit der Information, der Meinungsäußerung und der Kritik ein. Verleger, Herausgeber und Journalisten müssen sich bei ihrer Arbeit der Verantwortung gegenüber der Öffentlichkeit und ihrer Verpflichtung für das Ansehen der Presse bewusst sein. Sie nehmen ihre publizistische Aufgabe fair, nach bestem Wissen und Gewissen, unbeeinflusst von persönlichen Interessen und sachfremden Beweggründen wahr.

Die publizistischen Grundsätze konkretisieren die Berufsethik der Presse. Sie umfasst die Pflicht, im Rahmen der Verfassung und der verfassungskonformen Gesetze das Ansehen der Presse zu wahren und für die Freiheit der Presse einzustehen.

Die Regelungen zum Redaktionsdatenschutz gelten für die Presse, soweit sie personenbezogene Daten zu journalistisch-redaktionellen Zwecken erhebt, verarbeitet oder nutzt. Von der Recherche über Redaktion, Veröffentlichung, Dokumentation bis hin zur Archivierung dieser Daten achtet die Presse das Privatleben, die Intimsphäre und das Recht auf informationelle Selbstbestimmung des Menschen.

Die Berufsethik räumt jedem das Recht ein, sich über die Presse zu beschweren. Beschwerden sind begründet, wenn die Berufsethik verletzt wird. Diese Präambel ist Bestandteil der ethischen Normen.

Ziffer 1 - Wahrhaftigkeit und Achtung der Menschenwürde

Die Achtung vor der Wahrheit, die Wahrung der Menschenwürde und die wahrhaftige Unterrichtung der Öffentlichkeit sind oberste Gebote der Presse.

Jede in der Presse tätige Person wahrt auf dieser Grundlage das Ansehen und die Glaubwürdigkeit der Medien.

Ziffer 2 – Sorgfalt

Recherche ist unverzichtbares Instrument journalistischer Sorgfalt. Zur Veröffentlichung bestimmte Informationen in Wort, Bild und Grafik sind mit der nach den Umständen gebotenen Sorgfalt auf ihren Wahrheitsgehalt zu prüfen und wahrheitsgetreu wiederzugeben. Ihr Sinn darf durch Bearbeitung, Überschrift oder Bildbeschreibung weder entstellt noch verfälscht werden. Unbestätigte Meldungen, Gerüchte und Vermutungen sind als solche erkennbar zu machen. Symbolfotos müssen als solche kenntlich sein oder erkennbar gemacht werden.

Ziffer 3 – Richtigstellung

Veröffentlichte Nachrichten oder Behauptungen, insbesondere personenbezogener Art, die sich nachträglich als falsch erweisen, hat das Publikationsorgan, das sie gebracht hat, unverzüglich von sich aus in angemessener Weise richtig zu stellen.

Ziffer 4 – Grenzen der Recherche

Bei der Beschaffung von personenbezogenen Daten,

Nachrichten, Informationsmaterial und Bildern dürfen keine unlauteren Methoden angewandt werden.

Ziffer 5 – Berufsgeheimnis

Die Presse wahrt das Berufsgeheimnis, macht vom Zeugnisverweigerungsrecht Gebrauch und gibt Informanten ohne deren ausdrückliche Zustimmung nicht preis.

Die vereinbarte Vertraulichkeit ist grundsätzlich zu wahren.

Ziffer 6 –

Trennung von Tätigkeiten

Journalisten und Verleger üben keine Tätigkeiten aus, die die Glaubwürdigkeit der Presse in Frage stellen könnten.

Ziffer 7 – Trennung von Werbung und Redaktion

Die Verantwortung der Presse gegenüber der Öffentlichkeit gebietet, dass redaktionelle Veröffentlichungen nicht durch private oder geschäftliche Interessen Dritter oder durch persönliche wirtschaftliche Interessen der Journalistinnen und Journalisten beeinflusst werden. Verleger und Redakteure wehren derartige Versuche ab und achten auf eine klare Trennung zwischen redaktionellem Text und Veröffentlichungen zu werblichen Zwecken. Bei Veröffentlichungen, die ein Eigeninteresse des Verlages betreffen, muss dieses erkennbar sein.

Ziffer 8 –

Schutz der Persönlichkeit

Die Presse achtet das Privatle-

ben des Menschen und seine informationelle Selbstbestimmung. Ist aber sein Verhalten von öffentlichem Interesse, so kann es in der Presse erörtert werden. Bei einer identifizierenden Berichterstattung muss das Informationsinteresse der Öffentlichkeit die schutzwürdigen Interessen von Betroffenen überwiegen; bloße Sensationsinteressen rechtfertigen keine identifizierende Berichterstattung. Soweit eine Anonymisierung geboten ist, muss sie wirksam sein. Die Presse gewährleistet den redaktionellen Datenschutz.

Ziffer 9 – Schutz der Ehre

Es widerspricht journalistischer Ethik, mit unangemessenen Darstellungen in Wort und Bild Menschen in ihrer Ehre zu verletzen.

Ziffer 10 – Religion, Weltanschauung, Sitte

Die Presse verzichtet darauf, religiöse, weltanschauliche oder sittliche Überzeugungen zu schmähen.

Ziffer 11 – Sensationsberichterstattung, Jugendschutz

Die Presse verzichtet auf eine unangemessen sensationelle Darstellung von Gewalt, Brutalität und Leid. Die Presse beachtet den Jugendschutz.

Ziffer 12 – Diskriminierungen

Niemand darf wegen seines Geschlechts, einer Behinderung oder seiner Zugehörigkeit zu einer ethnischen, religiösen, sozialen oder nationalen Gruppe diskriminiert werden.

Ziffer 13 – Unschuldsvermutung

Die Berichterstattung über Ermittlungsverfahren, Strafverfahren und sonstige förmliche Verfahren muss frei von Vorurteilen erfolgen. Der Grundsatz der Unschuldsvermutung gilt auch für die Presse.

Ziffer 14 – Medizin-Berichterstattung

Bei Berichten über medizinische Themen ist eine unangemessen sensationelle Darstellung zu vermeiden, die unbegründete Befürchtungen oder Hoffnungen beim Leser erwecken könnte. Forschungsergebnisse, die sich in einem frühen Stadium befinden, sollten nicht als abgeschlossen oder nahezu abgeschlossen dargestellt werden.

Ziffer 15 – Vergünstigungen

Die Annahme von Vorteilen jeder Art, die geeignet sein könnten, die Entscheidungsfreiheit von Verlag und Redaktion zu beeinträchtigen, sind mit dem Ansehen, der Unabhängigkeit und der Aufgabe der Presse unvereinbar. Wer sich für die Verbreitung oder Unterdrückung von Nachrichten bestechen lässt, handelt unehrenhaft und berufswidrig.

Ziffer 16 – Rügenveröffentlichung

Es entspricht fairer Berichterstattung, vom Deutschen Presserat öffentlich ausgesprochene Rügen zu veröffentlichen, insbesondere in den betroffenen Publikationsorganen bzw. Telemedien.

„Jeder stirbt für sich allein“?

Fotohonorare im Schlichtungsverfahren vereinbart – nicht für M-V / Netzwerkbildung dringend erforderlich

Nun liegt der Schlichterspruch in Sachen Vergütungsregeln Tageszeitungen/Bildjournalisten vor (online

<http://www.djv.de/startseite/infos/beruf-betrieb/bildjournalisten/verguetungsregeln.html>). Neun Jahre haben sich die Verhandlungen zwischen Gewerkschaften und Verlegerverband hingezogen. Einigen konnte man sich nicht, weshalb es zu einem Schlichtungsverfahren unter Leitung von Prof. Ferdinand Melichar kam. Das Ergebnis dessen ist nicht so, wie wir es uns gedacht haben, aber das haben Kompromisse so an sich und eine Schlichtung ist letztlich ein Kompromiss. Man kann das kritisieren, aber ein Ergebnis ist besser, als nichts. Der DJV wird im April auf seiner Gesamtvorstandssitzung dazu einen Beschluss fassen. Davor sollen die Landesverbände das Ergebnis diskutieren und entscheiden, ob der Schlichterspruch akzeptiert werden kann. Leider haben die Zeitungsverlage unseres Landes den Verhandlern – wie auch bei den Vergütungsregeln Wort – kein Mandat erteilt. Sie gehen davon aus, dass in M-V alles nicht gilt. Wie war das doch mit Bismarck? Passiert hier alles 100 Jahre später? Wir meinen, dass die Vergütungsregeln bundesweite Geltung haben, da es sich nicht um Tarifmaterie, sondern um die Ausfüllung des Urhebervertragsrechts („angemessene Vergütung“) handelt und das gilt für alle Verlage in Deutschland.

Uns liegt ein aktuelles Urteil des Landgerichts Potsdam zu einer Klage eines Brandenburger freien Journalisten vor, der die Bezahlung nach den Gemeinsamen Vergütungsregeln (Wort) einklagen wollte. Das Potsdamer

Gericht hat dies abgelehnt. Der Journalistenverband Berlin-Brandenburg wird mit Unterstützung des Bundesverbandes in Berufung gehen. Das Urteil verneint die Gültigkeit der Vergütungsregeln generell für Ostdeutschland – mit dem Argument, die dortigen Landesverbände des BDZV hätten an den Verhandlungen nicht teilgenommen.

„Die Situation der Freien hat sich in den letzten Jahren nicht wirklich verbessert. Im Gegenteil, sie sind wie immer die Ersten, die die Auswirkungen der Krise zu spüren bekommen (noch stärkere Reduzierung des Honorarfonds (jetzt auch bei Anzeigenblättern marktführender Verlage in MV) und die Solidarität der Festangestellten hält sich aus Angst um den eigenen Job in sehr engen Grenzen...“

Es gilt leider auch unter den Freien die Devise: „Jeder stirbt für sich allein“. Aber wenigstens das müssen wir ändern! Auch wenn wir uns dabei vorkommen wie der alte Sisyphus, der ständig den Stein aufs Neue auf den Berg rollte...

Der Gedanke, sich gemeinsam auszutauschen oder gar gemeinsam Rechte einzufordern, kommt nur den Wenigsten unter den Freien.

Deshalb halte ich es für unumgänglich, nun doch endlich innerhalb des DJV in M-V (vielleicht als Beginn stützpunktweise) eine feste Interessengemeinschaft Freier Journalisten zu bilden und das so schnell wie möglich!!!

Gelingt es uns als DJV nicht, wird es irgendwann trotzdem passieren, im Alleingang übers Netz (der Markt zwingt einen dazu). Aber der DJV ist meines Erachtens nach immer noch der beste Ansprechpartner dafür.

Wir sollten endlich in die Offensive gehen – schnell und mit kompetenter Unterstützung. Machen wir nichts, dann wird es in ein oder zwei Jahren vielleicht

noch genug schlecht bezahlte Freie als Tagelöhner geben, aber bestimmt keine Journalisten mehr, die Zeit, Geld und Mühe haben, sich im Verband zu organisieren.“

Dies schrieb ein freier Journalist, einer, dem es noch nicht mal so schlecht geht, wie den meisten.

Das klingt bedrohlich und zeigt, wie hoch der Leidensdruck ist.

Freie müssen sich zusammenschließen. Müssen miteinander reden. Nutzen Sie unseren Netzwerktag. Kommen Sie am 21. Juni nach Rostock.

S.E.

§ 1 Honorare für Bildbeiträge.

(1) Für Bildbeiträge gelten folgende Honorare:

a) Erstdruckrecht						
Auflage bis	10.000	25.000	50.000	100.000	200.000	über 200.000
4-spaltig und größer	27,50 €	33,50 €	40,00 €	55,00 €	69,50 €	75,50 €
kleiner als 4-spaltig	26,00 €	32,00 €	38,00 €	52,00 €	66,00 €	71,50 €
kleiner als 2-spaltig	22,00 €	27,00 €	32,00 €	44,00 €	55,50 €	60,50 €
kleiner als 1-spaltig	19,50 €	23,50 €	28,00 €	38,50 €	48,50 €	52,50 €
b) Zweitdruckrecht						
Auflage bis	10.000	25.000	50.000	100.000	200.000	über 200.000
4-spaltig und größer	20,50 €	25,00 €	30,00 €	41,00 €	51,50 €	56,00 €
kleiner als 4-spaltig	19,50 €	24,00 €	28,50 €	38,50 €	49,00 €	53,00 €
kleiner als 2-spaltig	16,50 €	20,00 €	24,00 €	33,00 €	41,50 €	45,00 €
kleiner als 1-spaltig	14,50 €	17,50 €	21,00 €	28,50 €	36,00 €	39,00 €

(2) Diese in der Tabelle aufgeführten Honorare sind als Mindesthonorare für Fotografien angemessen.

(3) Honorare für Alleinrechtbilder, Aufmacherfotos auf der ersten Zeitungsseite, Fotomontagen und Zeichnungen werden von Fall zu Fall frei vereinbart. Sie müssen angemessen über den Sätzen der Tabelle liegen.

(4) Honorare für Fotos, die zum Zweck der mehrfachen Nutzung erworben werden, unterliegen freier Vereinbarung; diese Vereinbarung ist beim Erwerb zu treffen.1)

§ 2 Geltung der gemeinsamen Vergütungsregeln. Die in den, von den Parteien aufgestellten gemeinsamen Vergütungsregeln für freie hauptberufliche Journalistinnen und Journalisten vom 29. Januar 2010 enthaltenen Bestimmungen (einschließlich der Präambel, jedoch mit Ausnahme der §§ 3, 4 und 10) sind Inhalt auch dieser gemeinsamen Vergütungsregeln. Dies gilt insbes. für den Umfang der Rechteübertragung gem. § 9, der mit den hier unter § 1 aufgestellten Vergütungssätzen abgegolten werden soll.

§ 3 Schlussbestimmung.

(1) Die gemeinsamen Vergütungsregeln gelten ab dem 1. Mai 2013.

(2) Der Inhalt der gemeinsamen Vergütungsregeln einschließlich der Honorarsätze kann auf Verlangen eines diese Regeln aufstellenden Verbandes im Rhythmus von 2 Jahren überprüft werden, erstmals jedoch ab dem 1. Mai 2015.

Nordmagazin-Lifting bei laufendem Programm



Michael Schmidt über Quoten, Digitalisierung und Qualitätsanspruch

Das Nordmagazin konnte bei der jüngsten Media-Analyse – Auswertungszeitraum 1.1. bis 31.12.2012 – wieder hervorragend abschneiden: Platz eins aller Regionalprogramme. Und das mit einer Steigerung auf nun 31,1 Prozent im Schnitt der Jahres-Marktanteile. Gratulation!

Danke. Das Ergebnis hat uns selbstverständlich gefreut, aber deswegen halten wir uns nicht gleich für die größten Fernsehmacher in deutschen Landen. Information und kurze Auswertung der Marktanteile des *Nordmagazins* und der anderen Sendungen aus dem NDR-Landesfunkhaus sind zwar ein Punkt morgens in unserer täglichen Redaktionskonferenz. Aber „Quotengeilheit“ ist unser Ding nicht. Wir schauen uns die Zahlen eher danach an, ob sie uns Trends in der Zuschauerakzeptanz verraten. Sollte die Kurve über einen längeren Zeitraum nach unten gehen, dann müssten wir tatsächlich besorgt sein. Ich denke, in unserer Redaktion gehen wir sehr selbstkritisch mit unseren Beiträgen, Nachrichten und Reportagen um. Wir wissen genau, warum viele Filmberichte gut und besser sind, erkennen aber auch, welche Mängel in Text und Bild andere immer noch haben. Da fallen dann sehr deutliche Worte. Es kann also sein, dass wir eine Sendung selbst als sehenswert einschätzen, sie aber dennoch erheblich unter unserer Durchschnittszahl von täglich 210.000 Zuschauern im vergangenen Jahr geblieben ist. Andersherum passiert es übrigens auch – wir waren nicht zufrieden, aber der Zuschauer war mehr als gnädig mit uns. Es ist ein ständiger



Michael Schmidt, Cvd Fernsehen/Aktuell

Foto: Harald Litzbarski

Balance-Akt – selbstbewusst das *Nordmagazin* planen und produzieren und zugleich stets die Bedürfnisse und Interessen der Zuschauer mitdenken. Denn die machen mit ihrem Rundfunkbeitrag ja erst unsere Arbeit möglich.

Es gibt mit der 18.00-Uhr-Sendung „Land und Leute“ sowie mit „NDR-aktuell“ – um 21.45 Uhr weitere Sendeplätze, die gefüllt werden müssen. Wie steht es da mit den Kapazitäten?

Gefüllt ja. Aber natürlich nicht irgendwie und nicht mit irgendwelchen Berichten. „Land und Leute“, unsere Sendung um 18 Uhr, gibt es bereits seit Jahren. Von Montag bis Freitag sind wir dafür im Land unterwegs. Dabei wollen wir vor allem kleinere Geschichten erzählen, von Vereinen, aus

Dörfern, über besondere Ausstellungen oder von uralten Handwerkern. Ein erster Nachrichtenüberblick vom Tage samt Wetterbericht wird auch weiterhin in diese Sendung gehören. Die Sendung „NDR aktuell“ um 21:45 Uhr hingegen ist ja noch nicht so alt. Dafür mussten wir uns einiges einfallen lassen, wir haben unsere Arbeitsabläufe teilweise erheblich verändert. Sie dürfen nicht vergessen: Ein Thema, das im *Nordmagazin* auftaucht, muss für 21:45 Uhr oft umgestrickt werden. Schließlich wollen dann auch Zuschauer in Hamburg, Niedersachsen und Schleswig-Holstein angesprochen sein. Da ist manches anders zu formulieren und einzuordnen. Also Neufassen von Texten, veränderter Schnitt usw.. Für die Autorinnen und Autoren

können das lange Arbeitstage werden. Denn meist wird der Bericht für 21:45 Uhr erst nach dem *Nordmagazin* fertig. Auch die Redaktion, der Schnitt und der Schaltraum für das Überspiel müssen dann länger besetzt sein. Das wurde intensiv vorbereitet und besprochen, gemeinsam mit dem örtlichen Personalrat. Ein erheblicher Aufwand für die Kolleginnen und Kollegen in den Studios Rostock, Neubrandenburg und Greifswald und im Funkhaus Schwerin, aber notwendig. Denn natürlich wollen wir, dass Mecklenburg-Vorpommern möglichst häufig in den Nachrichtensendungen des NDR-Fernsehens stattfindet.

Das Jahr 2013 bringt neue Herausforderungen im Bereich Technik. Welche Pläne gibt es?



Blick auf das NDR-Landesfunkhaus in Schwerin

Foto: NDR

Wer den Fernsehbereich im Landesfunkhaus besucht, kann die Umbauarbeiten sehen. Die sind auch dringend notwendig, denn unser Landesfunkhaus arbeitet seit nunmehr 15 Jahren. Und gerade die Fernsehtechnik hat sich in der Zeit gründlich verändert. Ziel ist zunächst die Umstellung der Fernsehproduktion auf HD, dann folgt die komplette Digitalisierung. Wir nennen das vernetzte Produktion. Derzeit laufen die Arbeiten in der künftigen Betriebsabwicklung, also im neuen Schaltraum. Dort kommen sämtliche fertigen Beiträge aus den Regionalstudios an oder Bildmaterial von anderen ARD-Sendern. Zugleich gehen von dort auch alle Überspiele nach Hamburg, zur *Tageschau*, zum *Morgenmagazin* usw. Wegen des Umbaus arbeiten die Kolleginnen und Kollegen vom Schaltraum seit Monaten in einem speziell hergerichteten Ausweichquartier, in einem kleineren Fernsehstudio. Der neue Newsroom ist ebenfalls noch nicht fertig. Nicht nur die Technik, auch die Möblierung wird runderneuert. Zudem erfordert die HD-Qualität der Fernsehbilder auch ein „Lifting“ unseres Fernsehstudios. Das alles bei laufendem Programm! Anfang 2014 werden wir dann aufatmen, unsere neuen veränderten Arbeitsplätze in Beschlag nehmen und die Zuschauer dürfen sich an deutlich besserer technischer Qualität ihrer NDR-Fernsehbilder erfreuen.

Welche Auswirkungen hat der Umbau auf die festen

und freien Mitarbeiter?

Wie schon erwähnt arbeiten zahlreiche Kolleginnen und Kollegen in räumlichen Provisorien. Das ist nicht immer einfach. Doch egal ob Technik oder Redaktion – niemand murrte, alle machen das Beste daraus. Zeitgleich finden verschiedenste Schulungen für die neue Technik statt. Gemeinsam haben wir Lösungen für einen unkomplizierten und schnellen Austausch gefunden. Der garantiert eine enge Verbindung zur Technik, so werden Wünsche, Fragen und Anregungen unkompliziert weitergeleitet. Es wäre mehr als peinlich, wenn es in einem Kommunikationsbetrieb wie dem unsrigen mit der eigenen Kommunikation hapert. Eigentlich sind fast alle von uns permanent dabei, Neues zu erlernen. Von der Redaktionssoftware bis zum System-service erleben wir in diesen Monaten eine komplette Runderneuerung. Ich muss aber zugeben, dass es auch mir hin und wieder schwerfällt, zum x-ten Mal die soundsovielte Arbeitsgruppe oder eine Informationsrunde zu besuchen. Auch ein langgedienter Fernsehredakteur erlebt mal wieder, wie komplex die Fernsehwelt ist.

Die Zuschauer dürften aber an beiderlei interessiert sein – an technischer Qualität, aber bestimmt nicht weniger an hoher journalistischer Qualität der Nordmagazin-Beiträge?

Richtig. Was ich nicht möchte, ist eine Redaktion, die miteinander nur noch über schicke große Computerbildschirme kommuniziert, hin-

ter denen man sich oben-dreien noch wunderbar verschärfen kann. Nein, wir betreiben den ganzen Aufwand der technischen Erneuerung doch deshalb, um letztlich aktueller zu sein, um aus allen Regionen von Mecklenburg-Vorpommern zuverlässig und noch schneller zu berichten. Der redaktionelle Austausch, die Recherche, der Streit um die beste journalistische Form für ein Thema können von Bits und Bytes nicht ersetzt werden. Genauso wie eine handfeste Recherche bitte schön nicht allein im Googeln bestehen kann. Gerade führen wir bei uns eine intensive Qualitätsdebatte. Ein Workshop und ein Wochenende in Klausur für die Redakteure haben wir gerade hinter uns. Und die Freien Mitarbeiter und Mitarbeiterinnen haben Live-Reportertraining und verschiedene Seminare auch 2013 vor sich.

Was können die Zuschauer inhaltlich in diesem Jahr erwarten? Mehr leichte Kost oder gutgemachten Journalismus?

Nun ja, auch die sogenannte leichte Kost ist nicht so einfach zu machen. Auch das Zeitungs-Feuilleton kommt nicht aus ohne journalistische Neugier, Beherrschung des Autoren-Handwerks und originelle Sichtweisen. Ganz klar, das *Nordmagazin* ist kein investigatives Politmagazin und keine durchgängige Nachrichtensendung. Wir wollen zeigen, was das Land und seine Menschen bewegt, was uns bewegt. Wir wollen nah an den Leuten sein. Wer die Bilder des Tages aus dem

Land sehen will, muss uns einschalten. Pünktlich um 19:30 Uhr. Gut recherchierte Hintergrundgeschichten gehören selbstverständlich in die Sendung – über die Untiefen von Wirtschaftsförderung im Land, über Dumpinglöhne in der Gastronomie, über Bürgerproteste gegen industrielle Tierhaltung oder über Nazi-Umtriebe. Aber wir wollen auch zeigen, was sich in Kleingärten tut, wo der dickste Kürbis wächst oder ob der FC Hansa endlich mal wieder gewinnt. Die Dorfgeschichte oder unsere Zeitreisen werden feste Rubriken bleiben. Aber wir sind auch auf der Suche nach neuen Beitragsideen. Lassen Sie sich überraschen.

Und am Ende des Jahres vermelden wir wieder die beste Quote aller deutschen Landesmagazine?

Immer sachte, das Jahr hat ja gerade erst angefangen. Und die Konkurrenz schläft nicht. Das *Schleswig-Holstein-Magazin* jedenfalls hat uns in den ersten Wochen des Jahres meistens auf den zweiten Platz verwiesen. Leider. Wir nehmen die Herausforderung natürlich an. Viel wichtiger aber ist für uns die Resonanz der Zuschauer in Mecklenburg-Vorpommern. Für die sind wir da, für die arbeiten wir. Wenn die dann von unserem Programm so angetan sind, dass sie uns noch zahlreicher einschalten als im vergangenen Jahr – umso besser.

Mit Michael Schmidt sprach Sibylle Ekart

LOHRO – ein Mitmachradio aus Rostock

KIEK AN! sprach mit der Programmverantwortlichen Dana Taubert

Nach über 100 Tagen Programmverantwortung bei LOHRO: Wie geht es Ihnen?

Meine Erwartungen an die Stelle wurden zu mehr als 100% erfüllt. Was nicht heißen soll, dass diese Tätigkeit reines Zucker schlecken ist.

Seit meinem ersten Einsatz für LOHRO hat sich vieles verändert. Das weiß ich insofern recht gut, weil ich zu denen gehöre, die mit LOHRO erstmalig auf Sendung gingen. Das war im Jahr 2003 als wir für 14 Tage, innerhalb der Kulturwochen, live aus dem Rostocker Mau-Club sendeten.

Schon damals gab es unseren Weckruf, den ich zusammen mit einem Kollegen moderierte. Nach diesen 14 Tagen war dann zunächst Stille auf der LOHRO Frequenz, bis der Sender am 1. Juli 2005 um 12.18 Uhr erneut und dauerhaft auf 90,2 an den Start ging, ohne mich. Denn ich vertiefte in dieser Zeit mein Wissen als Moderatorin, Autorin und Sprecherin. Ich moderierte beim privaten Hörfunk, beim öffentlich-rechtlichen Rundfunk, beim Lokalen Fernsehen, arbeitete für viele private Auftraggeber als Veranstaltungsmoderatorin oder Presenter bei Imagefilm Produktionen.

Hier nun bei LOHRO kommen mir insbesondere meine Rundfunkerfahrungen zugute.

Neben der Tätigkeit weiterhin als Moderatorin ist die Programmverantwortung für ein nichtkommerzielles Radio horizonsweiternd. Der eigene große Verantwortungs- und Gestaltungsbe- reich ist schlicht: TOLL! Ich schätze Herausforderungen. Hinzu kommt, dass ich für LOHRO ein wirklich großes Entwicklungspotential sehe. Meine Arbeit kann also was bewirken.

Weniger toll ist, dass ein Tag nur so wenige Stunden hat und dass wir personell so

dünn besetzt sind. Das hat zwangsläufig zur Folge, dass all die Dinge, die notwendiger Weise zu erledigen sind, nicht so zügig umgesetzt werden, wie es wünschenswert und hin und wieder auch erforderlich ist. Die Programmverantwortung bei LOHRO, die ich in reiner Ehrenamtsfunktion bekleide, stellt ja nur einen Teil meiner Arbeit dar. So bin ich seit August auch als Fachanleiter in der Tageswortredaktion tätig. Daneben bemühe ich mich durch meine Mitgliedschaft im Redaktionsausschuss, vor allem unsere vie-



len engagierten „Ehrenamtler“ in den Spezialredaktionen zu unterstützen.

LOHRO ist ein nichtkommerzieller Sender, Lokalradio im besten Sinne. Was unterscheidet ihn von anderen Sendern im Lande?

LOHRO lädt Menschen der Region ein, eigene Erfahrungen zu sammeln. Wir bieten die Möglichkeit, sich in die Programmgestaltung bewusst mit einzubringen und auf diese Weise Medienrealität selbst zu schaffen, mit hin Medienkompetenz zu gewinnen.

Was LOHRO in meinen Augen von anderen Sendern unterscheidet, abgesehen davon, dass wir ein Mitmach-Radio sind, ist vor allem eben jener besagte große Entfaltungsraum, auch und ganz besonders für unsere vielen „Ehrenamtler“. Hier senden Kollegen von 10 bis 80, alle

kommen aus unterschiedlichen Branchen und Schichten. Das schlägt sich natürlich auch in unserem Programm nieder und ist ein spannendes Element. Alle bringen echte Erfahrungen aus ihrer jeweiligen Lebenswelt mit ein und präsentieren diese 1:1. Das klingt schon anders als bei anderen Sendern.

Allerdings ist LOHRO ein redaktionell verantwortetes Mitmachradio. Das heißt, dass unsere Mitmacher bei allem begleitet und unterstützt werden. Im Rahmen der Möglichkeiten von LOHRO erhalten sie Weiterbildungen und Schulungen. Im Unterschied zu anderen Sendern klappt bei LOHRO nicht immer alles auf Anhieb. Unsere Mitmacher sind, wie schon gesagt größtenteils keine Vollprofis! Genau wie unsere Bundesfreiwilligen Dienstler, unsere FSJler oder Praktikanten, die sowohl Studenten als auch Schüler sind, und unser Tagesprogramm realisieren. Sie sind in der Regel nur für einen gewissen Zeitraum bei uns. In dieser Zeit versuchen wir, die fest bei LOHRO arbeiten, sie so radiofit wie möglich zu machen. Verlassen sie uns, kommen neue Mitmacher. Und wir lernen diese wieder auf's Neue an.

Wie im ganz normalen Leben auch gibt es begabte und weniger begabte unter unseren Mitmachern. Aber allein dieses Kriterium ist für uns kein Ausschlusskriterium, gemeinsam Programm zu machen. Ganz im Gegenteil, hier sehen wir uns besonders in der Pflicht, so gut wie möglich zu unterstützen und zu begleiten, damit Programm machen gelingt. Ganz wichtig dabei sind Spass und Freude.

Und das setzt den Mut voraus, hin und wieder Dinge zuzulassen, von denen man weiß, dass sie nicht unbedingt programmförderlich sind. Nur so kann echte

Medienkompetenzvermittlung funktionieren – über „Selber machen“. Das zum Lernen notwendige Feedback, die Nachbereitung und auch die Vorbereitung kommt von uns (LOHRO) hinzu. Also jeder, der mitmachen oder mitreden und unser Programm mitgestalten will und der bereit ist zu lernen, der ist ganz herzlich eingeladen, auch ohne jegliche Vorkenntnisse hier bei uns vorbei zu schauen. Wir freuen uns über jeden, der unsere Arbeit bereichert.

Wie funktioniert LOHRO?

Unsere Sendeplätze am Wochenende und wochentags ab 18 Uhr werden von Redaktionsgruppen, die mehrere Mitmacher umfassen, gestaltet. Unsere Sendungen kommen in der Regel live aus dem Studio. Ausnahmen bilden Sonder-sendungen, bei denen wir direkt vor Ort senden. Übernahmen von anderen Sendern oder Fremdprojekte gibt es nur in Ausnahmefällen, insgesamt weniger als 1 % der Sendezeit. Wiederholungen gibt es am Sonnabend von Sendungen der Wortredaktionen. In der Regel unter 2 % der Sendezeit.

Im Programm arbeiten aktuell über 200 Personen mit. Die Arbeit bei LOHRO richtet sich nach dem Redaktionsstatut.

Wie finanziert sich LOHRO?

Der gemeinnützige Verein Kulturnetzwerk e.V. ist als Rundfunkveranstalter zugelassen und Träger der Frequenzzuweisung von LOHRO.

Der Verein hat 25 Mitglieder (natürliche und juristische Personen).

Daneben gibt es den gemeinnützigen Förderverein LOHRO e.V. als Unterstützer und Träger eines Teils der Medienkompetenzarbeit.

Der Verein hat etwa 480 Mitglieder. Insgesamt kommen etwa 2/3 unserer Mittel von der Medienanstalt MV. Der Rest sind Einnahmen aus dem Zweckbetrieb und aus wirtschaftlicher Tätigkeit (Ticketshop, Sponsoring, Veranstaltungstätigkeit, Solidaritäts- und Benefizveranstaltungen, Spenden und Bußgelder etc.).

Wer sind die LOHRO-Macher?

LOHRO wird von einem „Doppelteam“ organisiert: Ralph Kirsten und ich teilen uns eine Stelle – ich als Fachanleiterin für den Programmbereich, Kirsten für Organisation (Projektleitung, Koordination und Medienkompetenz-Arbeit).

Dazu kommen eine Ehrenamtskoordinatorin, zwei Fachanleiter Tagesprogramm, ein Fachanleiter Musik, eine Technikstelle als Bürgerarbeitsstelle.

Wir haben zwei redaktionelle MitarbeiterInnen über Bürgerarbeit und 12 MitarbeiterInnen in verschiedenen Freiwilligendiensten, dabei auch im europäischen Freiwilligendienst eine Kollegin aus der Slowakei. In der Regel gibt es max. vier feste Praktikumsplätze bei LOHRO, der Rest sind Mitarbeiter im Ehrenamt. Bezahlte Arbeit gibt es bei LOHRO prinzipiell nur im Bereich der Aus- und Weiterbildung, die eigene Arbeit am Programm wird nicht vergütet. LOHRO war erfolgreich im Bereich der beruflichen Erstausbildung tätig, hat aber zur Zeit kein Ausbildungsverhältnis. Geplant ist, für die Zukunft ein Volontariat anzubieten. Unsere ca. 200 Ehrenamtler kommen aus allen Branchen, vom wissenschaftlichen Mitarbeiter über den Ingenieur bis hin zu Studenten, Selbstständigen, Unternehmern oder auch Arbeitsuchenden. Eines haben alle gemeinsam, die große Begeisterung für das Medium Radio sowie den Wunsch nach Mitgestaltung und Mitbeteiligung. Was daraus entsteht, das ist dann mitunter so gut, dass es prämiert wird. Erst vor sechs



Das LOHRO-Team v.l.n.r. Ralph Kirsten, Geschäftsführer, Ralf Blötner, Fachanleiter Tageswortredaktion, Dana Taubert, Programmverantwortliche, Falk Schleger, Fachanleiter Tageswortredaktion, und Antje Benda, Fachanleiterin Musikredaktion

Foto: Lutz Hofmann

Monaten wurde die ehrenamtliche Umweltredaktion von LOHRO mit dem Rostocker Umweltpreis geehrt.

Mit welchen Plänen und Vor-sätzen sind Sie angetreten?

Ein großes Vorhaben ist es, unsere Spezialredaktionen am Abend wieder stärker mit einzubinden sowohl in die Gestaltung des Tages-Programms als auch in die Gestaltung von LOHRO-Aktivitäten außerhalb des Sendehauses. Aus diesem Grund habe ich auch die Funktion im Redaktionsausschuss übernommen. Darüber hinaus plane ich Veränderungen was die Tages-Programmstruktur anbelangt. Diese Veränderungen betreffen sowohl einzelne Sendungen wie auch Sendungsinhalte. Und ich möchte auf jeden Fall viel, viel mehr Hörer in das Programm einbinden. Außerdem wünsche ich mir mehr Partner, mit denen wir gemeinsam das Leben der Stadt Rostock bereichern. In den nächsten Wochen werde ich an einige Türen klopfen. Außerdem wünsche ich mir, dass sich LOHRO im Veranstaltungsbereich der Stadt künftig noch aktiver ein-

bringt bzw. dass wir die derzeit bestehende Angebotspalette erweitern. Bislang liegt der Fokus ja sehr stark auf reinen Musik-Veranstaltungen. Außerdem möchte ich unbedingt die eine oder andere Hörfunk-Größe zu uns einladen.

Ein weiterer Punkt ist die Arbeit an unserer Musikrotation. Seit Wochen arbeitet unsere Musikredaktion am Aufbau einer neuen Rotation. Das heißt, dass wir künftig dafür sorgen wollen, dass die LOHRO-Musik etwas ausgewogener und verlässlicher aus dem Äther schallt. Bislang haben wir darauf nur bedingt Einfluss, das heißt die Moderatoren laden per Hand die Titel oder aber lassen die Zufalls-Rotation laufen, diese ist nicht immer ausgewogen. Da die Moderation aber eine Menge Aufmerksamkeit und auch Vorbereitung erfordert, soll unsere Musik künftig durch die Musikredaktion im Vorfeld geplant und ins Programm gebracht werden. Ende letzten Jahres stattete eine kleine LOHRO-Delegation sowohl der Stadt Aarhus (zukünftige Kulturhauptstadt und Partnerstadt Rostocks) wie auch Göteborg

einen Besuch ab. Auch dort gibt es eine nichtkommerzielle Radioszene. Die Radiomacher sind ähnlich wie bei LOHRO angetrieben von Engagement und einer Idee von Selbstverwirklichung. In diesem Jahr möchten wir die Freunde zu uns einladen und Ideen für eine zukünftige Zusammenarbeit vertiefen. Erst im November hatten wir den Manager unseres Partner-Radios, des Community Radio "Radio Peace" aus Winneba in Ghana, zu Gast. Auch diese Zusammenarbeit möchten wir verstärken. Für Anfang/ Mitte 2014 ist dann endlich der Umzug in die sanierte Kunst- und Medienschule Frieda 23 geplant.

LOHRO
Margaretenstraße 43
18057 Rostock

Tel. 0381-6665740
Fax 0381-6665759

Internet: www.lohro.de
E-Mail: info@lohro.de

„Fest im Land verankert“

ANTENNE MV feiert 20. Geburtstag

ANTENNE MV hat zum Jahresende 2012 von der Medienanstalt M-V eine 5-jährige Verlängerung der Sendelizenz erhalten. Nach 20 Jahren auf Sendung, welche Schwerpunkte setzen Sie für die nächsten fünf Jahre?

ANTENNE MV, der erste landesweite private Radiosender in Mecklenburg-Vorpommern, ist ein Sender für und aus diesem Land. Mit diesem Anspruch ist der Sender vor 20 Jahren gestartet und dieser gilt natürlich auch noch heute aktuell. ANTENNE MV möchte auch zukünftig die Stimme dieses schönen Bundeslandes sein, darauf sind wir unheimlich stolz und wir haben in den letzten Jahren ein Team geschaffen, das gemeinsam am zukünftigen Erfolg arbeitet. Seit 2010 haben wir die Grundlagen in den technischen, organisatorischen und auch personellen Bereichen geschaffen. Wir machen ein regionales Programm, das relevant informiert und unterhält – und das mit einer positiven Lebenseinstellung, so wie wir sie auch bei unseren Hörern wiederfinden. Im letzten Jahr haben wir bspw. das Musikprogramm neu gestaltet und das Morgenteam wieder komplett besetzt. Mit der gekonnten Mischung aus Unterhaltung, Information und Gewinnspielen setzen wir auf authentisches und frisches Radio aus der Region. Mit der Verankerung im Land ist es ANTENNE MV wichtig, ein Programm zum Lebensgefühl Mecklenburg-Vorpommerns anzubieten.

Anfang des Jahres gab es eine Gesellschafteränderung: Zum 1. Januar 2013 hat die Kurierverlag GmbH & Co. KG aus Neubrandenburg ihre 38 Prozent Gesellschafteranteile an den bisherigen Mehrheitseigner, die REGIO-CAST GmbH & Co. KG in Kiel, verkauft. Was bedeutet das

für den Sender und die Hörerinnen und Hörer?

Für die Hörer hat die Veränderung im Eigentümerkreis keine spürbaren Veränderungen. Für den Sender bedeutet es eine solide Verankerung in einem der relevantesten deutschen Radiounternehmen. ANTENNE MV ist durch starke Gesellschafter in den letzten Jahren wirtschaftlich auf ein solides Fundament gestellt worden. Mit der über 90 %igen Mehrheitsübernahme der REGIO-CAST können wir uns auf die Stärkung der Wettbewerbsposition im Radiomarkt MV konzentrieren. Die Entscheidungswege sind nochmals schneller und damit effekti-

ANTENNE MV
Einfach von hier. Einfach mein Sender.

ver geworden. Das Hauptaugenmerk gilt aber immer unseren Hörern und wie wir die Hörer noch stärker in den Mittelpunkt unserer Anstrengungen vor Ort stellen können.

ANTENNE MV präsentiert sich mit einigen personellen Veränderungen im redaktionellen Bereich. Wie stark ist Ihre Redaktion derzeit, und bilden Sie zur Zeit auch Volontäre aus?

Für das reine Programm sind inklusive der freien Mitarbeiter 29 Personen verantwortlich. Volontäre bilden wir in der Redaktion speziell in den Bereichen Nachrichten und Moderation aus. Derzeit durchlaufen fünf Volontäre die zweijährige Ausbildung und wir haben für dieses Jahr eine zusätzliche Stelle in die Planung mit aufgenommen, die dann ab Mai 2013 besetzt werden soll. Damit sind wir für einen privaten Hörfunkanbieter im Flächenland Mecklenburg-Vorpommern gut aufgestellt. Entscheidend ist für uns aber nicht

unbedingt die Anzahl der Mitarbeiter, sondern deren Motivation und die Zusammenarbeit im Team, denn nur gemeinsam können wir erfolgreich sein.

ANTENNE MV ist auch wieder on tour. Mit welchen großen Veranstaltungen ist der Sender 2013 unterwegs?

Unter dem Motto „20 Jahre ANTENNE MV – Ihr Lieblingssender. Wir lassen’s krachen, das ganze Jahr! Wir feiern, Sie gewinnen“ sind wir 2013 im Land unterwegs. Für dieses besondere Jubiläum ist unser Moderator Torte Dück als „Gesicht des Senders“ unterwegs. Ob bei Messeauftritten oder Konzerten der Stars David Garrett und Peter Maffay in Ludwigslust, live vor Ort bei der größten maritimen Veranstaltung in Rostock – der Hanse Sail – oder überall wo in M-V was los ist. Aktuell planen wir im Sommer eine Tour durch Mecklenburg-Vorpommern. Dabei ist uns wichtig, einen Mix zwischen Unterhaltung und Radio zum Anfassen – also den Machern hinter dem Mikrofon – zu finden.

Wie aktiv ist der Sender im Online-Bereich? Gibt es eigene Personalstellen dafür?

Bei der täglichen Programmgestaltung spielt der Online-Bereich eine sehr wichtige Rolle für den Sender. ANTENNE MV bezieht die Hörer und Hörerinnen immer stärker in das Programm ein, ob es um die tägliche Meinungsbildung, Umfragen oder auch Gewinnspiele geht, das Thema Online ist nicht mehr wegzudenken. Wir gestalten ein interaktives Radio, das nur durch die Einbeziehung unserer Hörer so gut funktioniert. Zur Betreuung der Internetseite sind vor allem die Moderatoren selbst aktiv und verantwortlich. Für die Gestaltung der Seiten arbeiten wir mit einer professio-



Robert Weber

Foto: studio4, Schwerin

nellen Agentur und einer freien Mitarbeiterin zusammen.

Welche Rolle spielen Medienbildung und Medienkompetenz bei ANTENNE MV?

Dass Medienbildung und Medienkompetenz im heutigen Zeitalter von Social Media, Google, Online-Gaming eine zentrale Rolle jedes einzelnen im Bildungsprozess spielen, ist nicht mehr von der Hand zu weisen. ANTENNE MV ist sich durchaus bewusst, dieses Thema zu befördern und vor allem den jungen Menschen in diesem Land die Möglichkeit zu geben, sich das Wissen darüber umfangreich anzueignen. In einem redaktionellen Praktikum ermöglichen wir den Einblick in die Redaktion als Assistent des Redakteurs/Moderators. Die Praktikanten werden beim Führen von Interviews und Umfragen geschult, ihnen wird gezeigt, wie man Themen recherchiert und Beiträge bearbeitet und Sie unterziehen sich regelmäßig dem Aircheck. In dem dreimonatigen Praktikum werden die Fähigkeiten vermittelt, selbstständig, kreativ und interaktiv das Medium Radio zu gestalten. Darüber hinaus bieten wir interessierten Institutionen (bspw. Schulen) Senderführungen an – und erfreuen uns hier regelmäßig an zahlreichen Besuchern im Funkhaus bei Schwerin.

Mit Robert Weber sprach Sibylle Ekat

Leben auch ohne GEZ

Lokal-TV mit journalistischem Anspruch



Mit zwei großen Irrtümern muss Sabine Wudtke immer wieder aufräumen: „Wir bekommen kein Geld aus den GEZ-Gebühren!“ und „Wir sind kein Stadt-Fernsehen, sondern ein Flächen-Sender, der den nord- und südöstlichen Landesteil von Gnoien bis Neustrelitz und Malchow bis Ueckermünde abdeckt.“

Die Geschäftsführerin des Regionalfernsehens „neueins“ erinnert sich: „Immer wenn irgendwo eine Lizenz in der Seenplatte oder in Vorpommern ausgeschrieben war, haben wir uns beworben.“ So wird inzwischen das wöchentlich zwei Mal aktualisierte Programm digital in die örtlichen Kabelnetze von über 20 Städten und Gemeinden eingespeist. Es erfreut sich bei TV-Zuschauern in seiner Regionalität „ziemlich großer Beliebtheit“, wie Sabine Wudtke einschätzt. Dazu kämen noch zahlreiche Abrufe von Video-Beiträgen über die Homepage des Senders. Für all jene, die das „neueins“-Programm nicht direkt am Fernsehgerät aus dem Kabelnetz beziehen können oder eine Sendung verpasst haben, eine gute Alternative. Besonders beliebt seien die Straßen-

Umfragen, die regelmäßig im Programm sind. „Die Leute wollen sich gern selbst im Fernsehen sehen und das auch Freunden und Verwandten zeigen können, wenn die Sendung nicht mehr aktuell läuft“, erklärt die TV-Frau aus Neubrandenburg diesen erfreulichen Zuspruch der Zuschauer.

Geld verdient der in Neubrandenburg im RWN-Gewerbepark und einer ehemaligen Panzer-Reparatur-Halle untergekommenen Sender vor allem mit werblichen Kundenaufträgen. Sabine Wudtke ist seit acht Jahren dabei. Angefangen hat sie als „Nachrichten-Tante“. Da sie

über eine betriebswirtschaftliche Ausbildung verfüge, habe sie sich später als Geschäftsführerin von 13 Mitarbeitern – davon zwei Azubis – empfohlen. Außerdem arbeitet der Sender noch mit freien Mitarbeitern und hat auf 300 Quadratmetern Büros und ein Studio mit moderner digitaler Fernseh-technik zur Verfügung. Bis zu drei Teams können mit kompletter Video- und Tontechnik in die Fläche ausschöpfen und Bilder und Töne vom Oder-Haff oder der Müritz einholen. Mit Profi-Equipment und in HD-Qualität.

Die reguläre Sendung, die

„auszufahren“ und vor Ort an den Kopfstationen in die Kabelnetze einzuspeisen“, erinnert sich die Geschäftsführerin noch gut. Heute erreicht „neueins“ technisch 120.000 Haushalte. Außer dem lokalen TV-Programm für die Region bietet der Sender viele andere Dienstleistungen: Imagefilme, Messfilme, PR-Filme, Magazine, Werbe-, Radio- und Präsentationsspots, Standbildwerbung sowie Bildtafelwerbung für die regionale Wirtschaft in regionalen Medien oder Internetauftritten. Dabei gibt es eine enge Zusammenarbeit mit dem „Mutterun-

Dieses von insgesamt elf Lokal-TV-Sendern des ganzen Landes in Kooperation produzierte „Wirtschaftsmagazin für Mecklenburg-Vorpommern im regionalen Fernsehen“ bietet eine Plattform für die umfangreiche Darstellung der Wirtschaft des Landes in einer spannenden Magazinsendung. Anliegen der Sendung sei es, den Zuschauern die Potentiale von M-V aufzuzeigen. Auf der Website des Projektes ist nachzulesen: „Spannende ökonomische Prozesse und Aktivitäten vollziehen sich ohne großes Aufsehen, jenseits medialer Wahrnehmung. Ob es sich um das Herstellen von Produkten, bestimmte Dienstleistungen, oder die praktische Umsetzung von Geschäftsideen oder Aspekte der Wirtschaftsförderung handelt – die Akteure verdienen mehr Aufmerksamkeit, schreiben die Macher über ihren journalistischen Anspruch.

Und noch eine Besonderheit hat dieser regionale TV-Sender zu bieten. „neueins“ hat eine Patenklasse. Mit Kindern von der Neubrandenburger „Stella“-Schule gibt es einen regen Austausch, berichtet Sabine Wudtke stolz über die Zusammenarbeit mit einer 3. Klasse der privaten Kooperative Gesamtschule. „Die Kinder haben keine Hemmungen vor der Kamera“, erzählt sie. Im Frühjahr soll eine ganze Sendung über einen Projekttag der Schüler auf einem Bauernhof gedreht werden. Und die „neueins“-Azubis lernen mit den Kindern unter „erschweren“ Bedingungen zu filmen. „Beide Seiten haben etwas davon“, so ist sich die Sender-Chefin sicher.

Ralph Schipke

<http://www.neueins.tv>
<http://www.wirtschaftsfenster-mv.de>



Bei Wind und Wetter sind die Kamerteams von „neueins“ in der Region zwischen Haff und Müritz, zwischen Usedom und Feldberger Seenlandschaft unterwegs.
 Foto: neueins

am Dienstag und Freitag aktualisiert wird und dann in Rotation laufe, besteht aus drei Hauptbeiträgen, Kurznachrichten, Wetterbericht, Werbespots und dem bei den Zuschauern sehr beliebten Veranstaltungskalender für die nächsten Tage. Beschickt werden die Kabelnetze der von dem Neubrandenburger Sender versorgten Städte inzwischen zentral aus der „Sendezentrale“ am Tollensesee. „Früher wurde jeweils noch fast ein ganzer Tag gebraucht, um die neue Sen-

ternehmen“, der Neubrandenburger Agentur „Lieps“. Sabine Wudtke fungiert neben ihrer Geschäfts- und Sendeleitungs-Funktion bei „neueins“ auch noch als Vorsitzende des Landesverbandes Regional TV e.V. Damit ist der Sender in Neubrandenburg auch federführend beim „Wirtschaftsfenster MV“, einem durch das Wirtschaftsministerium mit EU-Mitteln des Europäischen Fonds für Regionale Entwicklung (EFRE) geförderten Projekt.

Gen Osten – soweit die FüÙe tragen

Ein Erfahrungsbericht von Russland-Korrespondentin Diana Laarz

Ich wollte gern in Polen arbeiten – und bin ein wenig über das Ziel hinaus geschossen. Ende 2008 – damals noch Redakteurin beim *Nordkurier* – stieß ich auf Stellenausschreibungen des Stuttgarter Institutes für Auslandsbeziehungen (ifa). Im Auftrag des Auswärtigen Amtes entsendet das Institut Journalisten in Redaktionen nach Osteuropa. Ich war sofort Feuer und Flamme. Endlich nach Polen!

Gut ein halbes Jahr später klingelte mein Telefon, eine Dame vom ifa war dran. In Polen hätten sie leider keine Stelle mehr frei, dafür aber in Moskau. Meinen Einwand: „Aber ich kann doch gar kein Russisch!“, schmetterte sie ab mit: „Aber das können Sie doch ganz schnell lernen“. „Na gut“, dachte ich, „vielleicht hat sie Recht.“ Sie hatte natürlich nicht Recht. Gut dreieinhalb Jahre lebe ich jetzt in Russland und noch immer haspele ich mir Knoten in die Zunge oder bin einfach sprachlos. Die russische Sprache und ich haben eine Art Vertrag geschlossen: Sie darf mir ab und zu unaussprechbare Vokabeln hinwerfen, dafür verdrehe ich ihre Grammatik manchmal bis zur Unkenntlichkeit.

Dreieinhalb Jahre sind eine lange Zeit, vor allem in Moskau, der Stadt, die einen mit ihrer Hektik ständig unter Strom hält. Ein Jahr in Moskau – und Berlin erscheint einem wie der reinste Kurort. Selbst die Rolltreppen rollen dort langsamer. Nicht empirisch bewiesen, aber gefühlt. Ich war in Moskau, als rundherum die Torfelder brannten und der Rauch durch alle Fensterritzen zog. Ich war hier, als Attentäter Bomben an drei Metro-Stationen legten und über 40 Menschen starben. Und ich erlebte, wie im vergangenen Jahr zehntausende Russen gegen Wladimir Putin auf die Straße gingen. Auf dem Platz, auf dem in den Jahren zuvor nur 100 Menschen demonstrierten.

Wann immer es knallt, rumort und kriselt in Russland, erwacht in Deutschland das Medieninteresse an dem großen Nachbarn im Osten. Dann stehe ich schon mal auf der anderen Seite. Radiojournalisten rufen an und fragen: „Wie ist die Stimmung?“ „Steht ganz Russland unter Schock?“ „Wann gibt es endlich die Revolution?“ Ich befürchte, ich bin meistens eine langweilige Gesprächspartnerin. Natürlich fahren

die Moskauer auch nach dem Attentat weiter massenhaft Metro. Wie sollen sie sonst zur Arbeit kommen bei den Riesen-Staus auf den Straßen? Und wer hier demonstriert, das ist die kleine, gut gebildete Moskauer Mittelschicht. Die überwiegende Mehrheit im Land hält den Präsidenten Wladimir Putin weiterhin für eine gute Wahl, für einen Garanten von Ruhe und Sicherheit – absolut alternativlos.

Am liebsten sind mir die Geschichten abseits vom Tagesgeschehen. Raus aus Moskau und rein in die russische Provinz und die ehemaligen Staaten der Sowjetunion. In der russischen Republik Kalmückien lernte ich bei einem alten Meister Schachspielen. In Usbekistan pflückte ich Baumwolle – unter den misstrauischen Blicken des usbekischen Geheimdienstes. In der russischen Arktis saÙ ich tagelang in einem Schneesturm in einem Camp von Geologen fest, die für Russland neue Gas- und Ölfelder entdecken sollen. Auf einer Dnjepr-Insel in Kiew traf ich auf alternde Bodybuilder, die für den Erhalt ihres Fitnessplatzes kämpften, für den sie 30 Jahre zuvor Panzerketten,

Kranhaken und Stahlträger zusammengeschweiÙt hatten. Ihr Platz war ihr Stückchen Sowjetnostalgie. Ich verbrachte in den vergangenen Sommern Wochen damit, fast verlassene russische Dörfer zu suchen, die letzten Bewohner zu treffen. Ich wurde von Hornissen gestochen, sank mit dem Auto bis zu den Achsen im Schlamm ein und bibberte nachts im Zelt. Aber es gab immer eine Babuschka, die mir und meinen Begleitern ein paar frisch gepflückte Beeren, ein Glas Milch von ihrer Kuh, viel Konfekt und Wärme anbot. Wenn man ihnen Zeit gibt, Vertrauen zu fassen, sind die Russen die offenherzigsten und freigiebigsten Menschen der Welt.

Das gilt besonders für den Kaukasus. Tschetschenien, Dagestan, Karbadino-Balkarien – die viel gescholtenen Unruheprovinzen, unter der Knute unberechenbarer Islamisten. Vieles ist richtig an dem medialen Bild des Kaukasus. Männer tragen ihre Waffen wie Spazierstöcke durch die Gegend. Frauen lassen sich in Tschetschenien lieber nicht ohne Kopftuch auf der Straße blicken. Manches ist aber auch falsch. Die tschetschenische Hauptstadt



StraÙenszene in Usbekistan.

Foto: Sascha Montag



Szene von einer oppositionellen Demonstration im Frühjahr 2012.

Foto: Jan Lieske

Grosny ist nach zwei Kriegen prunkvoll wieder aufgebaut worden, eine ähnliche Stadt findet man wohl in ganz Russland nicht noch einmal. Und nirgendwo bin ich so respektvoll und offen empfangen worden wie im Kaukasus, wo angeblich nur Terror herrscht. Zwei Geologen chauffierten mich zwei Tage durch das Gebirge, nur um mir einen bestimmten Felsen zu zeigen.

Überhaupt, manchmal ist es bedrückend, wie überschwänglich die Russen uns Deutsche loben. Unsere Autos, unsere Ordnung, unsere Disziplin. Wie sehr sie dieses Deutschland bewundern. Ich wünschte dann, ich könnte von meinen Landsleuten nur annähernd ähnliches behaupten. Dass sie für Russland mehr übrig haben als das Klischee vom dauerbesoffenen Wodka-Trinker und den Traum, einmal mit der transsibirischen Eisenbahn zu fahren.

Natürlich bin auch ich manchmal von Russland genervt. Wenn meine Anfragen in den Mühlen einer undurchschaubaren Bürokratie verschwinden. Wenn die Propaganda wieder einmal in eine Richtung marschiert, und alle Staatsmedien sowie ein Großteil ihrer Leser, Zuhörer und Zuschauer hinterher. Auch die russische Verfassung garantiert die Pressefreiheit, aber es gibt keinen staatsunabhängigen Funksender, der landesweit ausstrahlt. Auf den Dörfern empfangen die Bewohner nur den Ersten Kanal, und der huldigt eine unerträglich lange Sendezeit Wladimir Putin. Gerade hat die Organisation „Reporter ohne Grenzen“ Russland in seinem Ranking von Platz 142 auf 148 herabgestuft.

Es gibt einige Inseln des unabhängigen, wenn auch meistens nicht neutralen Journalismus. Natürlich das Internet. Die liberalen Internetzeitungen *gazeta.ru* und *lenta.ru* liefern ausgewogene Berichte. Im *Livejournal* – der russischen Blogplattform –

gibt es eine große Auswahl staatskritischer, scharfzüngiger Kommentare. Nicht wenige Journalisten staatlicher Medien befreien sich im Internet von ihrem Korsett und schreiben munter drauflos. Oleg Kaschin, der Journalist des *Kommersant*, der im November 2010 brutal niedergeschlagen wurde, bloggt so provokant, wie er es sich in der Zeitung nie erlauben könnte.

Da gibt es noch die regierungskritische Zeitung *Nowaja Gaseta* des ehemaligen Präsidenten Michail Gorbatschow und des Bankiers Alexander Lebedew. Der Zeitung droht immer wieder der Entzug der Drucklizenz. In den vergangenen zehn Jahren wurden sechs Journalisten getötet, die für die *Nowaja* geschrieben haben. Der kritische Radiosender *Echo Moskwy* gilt als Sender, „dem man erlaubt, zu existieren“. Gasprom-Media hält 66 Prozent der Anteile. Der Fernsehkanal *Doschd* (Regen) hat sich vorgenommen, die Fernsehwelt aufzumischen. Die *Doschd*-Reporter waren 2011 die ersten, die live von den Demonstrationen in Moskau berichteten. Außerhalb der Hauptstadt ist der Sender allerdings kaum zu empfangen.

Viel Grund also, Russland zu verfluchen. Andererseits ist da noch so viel, was es zu entdecken gilt. Als ich im August 2009 zum ersten Mal in Moskau landete, war mir ein bisschen, als hätte ich eine Weltreise unternommen. Dann sah ich an der Korridorwand meiner Wohnung eine russische Landkarte. Berlin – Moskau, das war ungefähr eine Daumenlänge. Der Rest von Russland, das war eine Armeslänge. Irgendwann möchte ich den östlichsten Punkt Russlands erreichen. Erst dann ist meine Mission „Polen“ beendet.

Diana Laarz
Korrespondentin der
Agentur *Zeitenpiegel*
Reportagen, Moskau
www.zeitenpiegel.de



Ballettaufführung „Schwanensee“ in St. Petersburg. Foto: Diana Laarz



HIV-Infizierte in Charkow/Ukraine, kurz vor der Fußball-EM 2012.

Foto: Eric Vazoller

Film-, Video- und TV-Produktionsfirmen

Hanse TV GmbH Film & Fernsehproduktion

Geschäftsführer: Michael Donnerhak
Bützower Straße 28 • 23992 Neukloster
Tel.: 038422/45282 • Fax: 038422/45284
E-Mail: info@hanse.tv • Internet: www.hanse.tv
Produktion von Beiträgen, Features, Reportagen und Dokumentationen für Sendeanstalten. Desweiteren sind wir im Werbe-, Industriefilm und Musikvideo-Bereich tätig. Produziert wird auf allen gängigen Fernsehformaten.
Technische Ausrüstung: XDCAM HD, Digital Betacam, IMX sowie Sondertechnik (Sony NEX-FS 700, Polecam, Kamerakran, Dolly-System, GoPro). Außerdem bieten wir einen professionellen Schnittplatz (Final Cut Pro) mit Sprecherkabine an.

Mediamare GmbH Medienproduktionen

Geschäftsführerin: Christina Schurbaum
Lübsche Straße 95 • 23966 Wismar
Tel.: 03841/ 79 61 67 - 0
info@mediamare-mv.de • www.mediare-mv.de
Die Mediamare GmbH produziert den lokalen Privatsender Wismar TV. Über die Medienproduktionen laufen Image- & Messiefilme für Unternehmen, PR-Filme, Web-Werbespots und Dokumentationen, Produktion und Ideenfindung von Fernsehformaten, Moderatoren und Autoren. Kooperationen mit regionalen Fernsehsendern bundesweit. Berufs- und Ausbildungsfilm werden über unser Fernsehformat Branchenticker M-V produziert.

Pitann Film + Grafik GmbH

GF Roger Pitann
Wächterstraße 31 • 18057 Rostock
Tel. 0381/2524999 • Fax 0381/2526312
E-Mail: info@pitann.de • Internet: www.pitann.de
Komplettproduktion von TV-Magazinbeiträgen, Reportagen und Dokumentationen, Image- und Lehrfilme für Forschung und Industrie, langjährige Auslandserfahrung und -kontakte, audiovisuelle Ausstattung von Events, Mitschnitte, Multimedialösungen für Museen und Ausstellungen, Schulung und Beratung
Spezialleistungen:
Grafik und Animation, 2D und 3D, umfangreiches Equipment für Spezialaufnahmen, auch Unterwasser und Mikroskopie in 2D und 3D, Filmabtastung und Dokumentendigitalisierung

Sabelli Film und Fernsehproduktions GmbH

Geschäftsführer: Klaus v. Dobschütz, Goetz Hoefler
Werderstraße 139 • 19055 Schwerin
(ab 6/2013 Jägerweg 1 • 19053 Schwerin)
Tel.: 0385/5508739, 0385/569340, Fax: 0385/5507771
E-Mail: sabelli.schwerin@t-online.de, www.sabelli-film.de
Warnowufer 30, 18057 Rostock
(ab 4/2013 Richard-Wagner-Straße 7 • 18055 Rostock)
Tel.: 0381/4569510, Fax: 0381/4569511 & 2007820
Auftragsproduktionen für TV-Anstalten und Industrie, Personaldienstleistung (Erlaubnis z. gewerbl. Arbeitnehmerüberlassung), EB-Team & Schnittplatzvermietung, Spezialaufnahmen (Unterwasser, Luft), Produktionsorganisation sowie Verleih und Vermittlung von Sondertechnik (Dolly, Kräne, Lichttechnik und Projektionstechnik)
Kapazität: 5 EB-Teams, 3 AVID-Systeme, Playout Service via BNS-Anbindung in Schwerin und Rostock

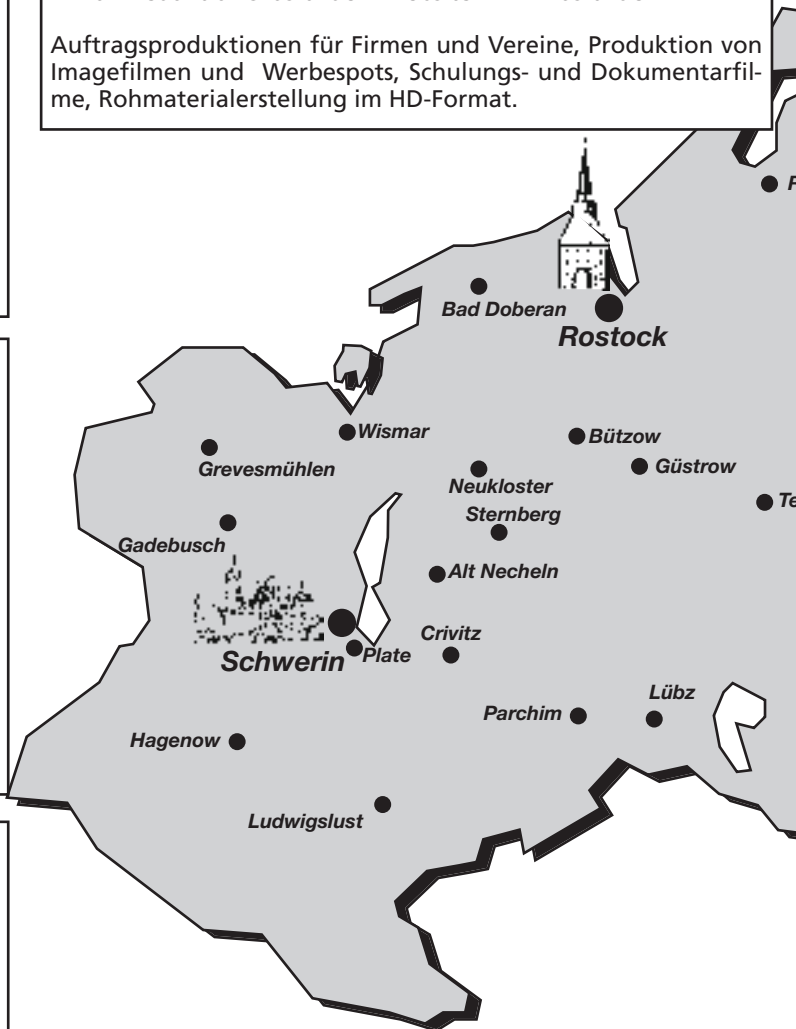
ExtraVista Film & TV

Kirchenstraße 4 • 18057 Rostock
Kontakt: Erik Lötsch
Tel.: 03 81/2 03 89 31 • Fax: 03 81/3 75 85 60
E-Mail: info@extravista.de, www.extravista.de
Professionelle Beratung, Konzeptentwicklung und Produktionen von TV-Dokumentationen sowie PR-Film und Werbespots für öffentliche Auftraggeber und Industrie.
Teams aus international erfahrenen Filmautoren, Kamera-, Ton- und Postproduktionsspezialisten mit professioneller Ausrüstung (HD, 35 mm-Film, 3D). Internationale Sprachfassungen für weltweiten Einsatz.

FAS – Fernsehen am Strelasund GmbH

Fährstraße 33 • 18439 Hansestadt Stralsund
Geschäftsführer: Frank Plückhahn
Tel.: 03831 - 308890 • Fax. 03831 - 308892
E-Mail: redaktion@fas-tv.de • Website: www.fas-tv.de

Auftragsproduktionen für Firmen und Vereine, Produktion von Imagefilmen und Werbespots, Schulungs- und Dokumentarfilme, Rohmaterialerstellung im HD-Format.



TV M-V GmbH & Co. KG

Geschäftsführer: Thomas Böhm
Marienplatz 1-2 • 19053 Schwerin
Tel. 0385 / 59 58 750
Internet: www.tv-schwerin.de
E-Mail: info@tv-schwerin.de
Komplettproduktionen und Dienstleistungen für Fernseh-anstalten, Industrie, Kinospots, Plattformbetrieb

in Mecklenburg-Vorpommern – Teil 1

Juni Media GmbH & Co. KG

Joachim-Jungius-Straße 9 / RIGZ • 18059 Rostock

Tel.: 0381/40 33 48 2-0 • Fax: 0381/40 33 48 2-33

Mail: info@juni-media.com

Internet: www.juni-media.com

Geschäftsführer: Thomas Böhm, Uwe Meyer

Erster landesweiter Privatsender MV1.

Komplettproduktionen für Fernsehsender, Auftragsproduktionen für Industrie, Dienstleister & Vereine, Imagefilme, Werbespots, Schulungs- und Dokumentarfilme, Rohmaterialerstellung, Übersetzung, Grafiken, Animationen

Clip Film und Fernsehproduktion GmbH Mecklenburg-Vorpommern/Thüringen

Querkanal 5, 18439 Stralsund

Tel. für M-V: 03831/26160 • Fax: 03831/26168

Internet: www.clip-film.de

E-Mail: dispo.stralsund@clip-film.de

Geschäftsführer: Uwe Schuster und Bert Göhler

- Eigen- und Auftragsproduktionen von Magazinbeiträgen, Reportagen, Features und Dokumentarfilmen für alle Fernsehsender und andere Auftraggeber
- Industrie-, Image-, Werbe- und Schulungsfilme
- Dokumentation von Veranstaltungen, Kongressen und Events und deren Übertragung in Intra- und Internet
- Vermietung von Kamerateams und Schnittplätzen mit Personal

Personelle Basis:

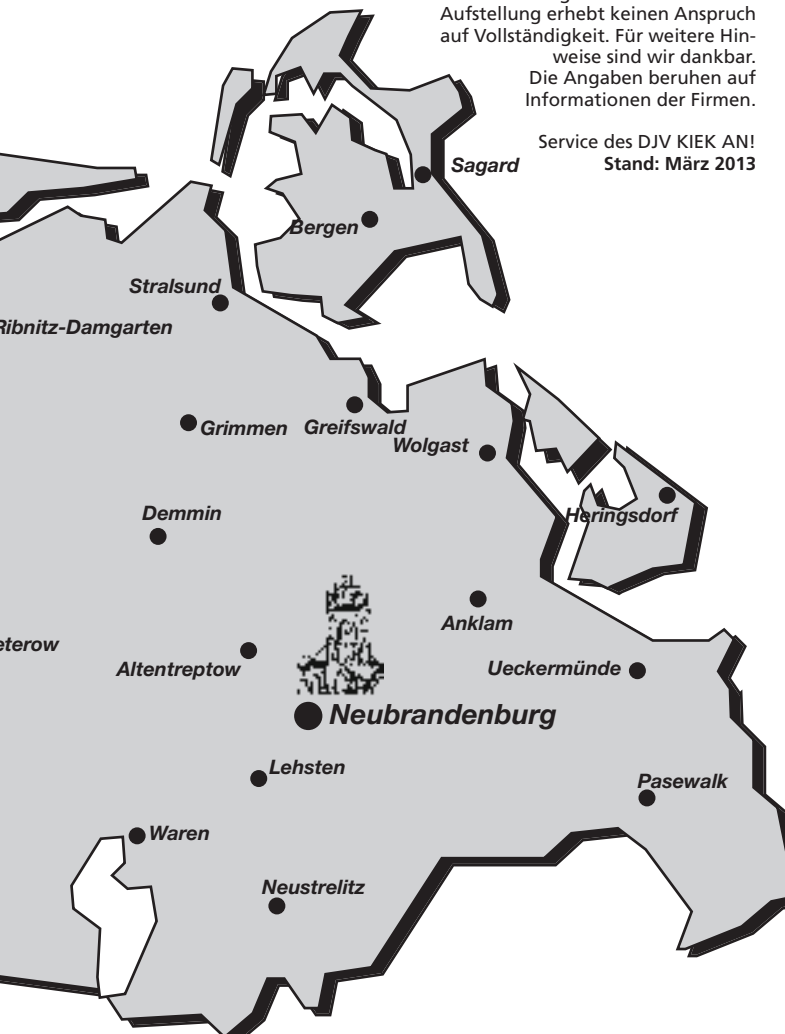
Erfahrene Autoren, Kameralleute, Cutter und Personal für den technischen Support, Rundumbetreuung bei der Produktionsorganisation durch unseren Aufnahmeleiter mit ausgezeichneten Kontakten

Technische Basis:

4 HD-Kameraausrüstungen (XDCAM HD), Audio Stereo Aufnahme und Bearbeitung, 2 HD-Editsuiten, Spezialtechnik und geschultes Personal für Unterwasser- und Luftaufnahmen, Sondertechnik: Kamerakran mit Remotehead, Dolly

Anmerkung der Redaktion: Diese Aufstellung erhebt keinen Anspruch auf Vollständigkeit. Für weitere Hinweise sind wir dankbar. Die Angaben beruhen auf Informationen der Firmen.

Service des DJV KIEK AN!
Stand: März 2013



Hoferichter & Jacobs GmbH

Goethestraße 2 • 17489 Greifswald

Tel.: 0 38 34/77 52 28 • Fax: 0 38 34/77 52 29

E-Mail: info@hoferichterjacobs.de

www.hoferichterjacobs.de

Ansprechpartner: Gundula Fasold

Komplettproduktionen für Rundfunkanstalten, Dokumentationen, Reportagen, Features, Info- und Imagefilmen für Institutionen und Industrie, Vermietung von Kamertechnik und EB-Teams (HD und Digibeta)

Greifswald TV

Bahnhofstraße 1 • 17489 Greifswald

Tel.: 03834/886690 • Fax: 03834/8866988

E-Mail: info@greifswald-tv.de, www.greifswald-tv.de

Geschäftsführer: Heinz Merkel

tägliche Produktion von aktuellen Fernsehnachrichten. Auftragsproduktionen für Industrie, Dienstleister & Vereine, Imagefilme, Werbespots, Schulungs- und Dokumentarfilme, Rohmaterialerstellung im HD-Format. Übersetzung, Grafiken, Animationen, Produktion von Tafel- und Videotext

Vorpommern TV

WTV Film- und Fernsehproduktion

Geschäftsführer: Frank Plüchhahn

Breite Straße 18b • 17438 Wolgast

Tel. 03836/277770 • Fax: 03836/277787

E-Mail: redaktion@vorpommern.tv

Internet: www.vorpommern.tv

Auftragsproduktionen für Firmen und Vereine, Produktion von Imagefilmen und Werbespots, Schulungs- und Dokumentarfilme, Rohmaterialerstellung im HD-Format.

Film- & Fernsehproduktion

Video Magic – Staufenbiel GmbH

Stargarder Straße 37 • 17033 Neubrandenburg

Tel.: 0395/422 67 40 • Fax: 03 95/421 70 95

E-Mail: kontakt@videomagic-gmbh.de

www.videomagic-gmbh.de

Geschäftsführer: Helmut Staufenbiel

- Filmproduktionen für Fernsehsender
- Dienstleister für Fernsehsender (EB-Team- & Schnittplatzvermietung)
- Werbe-, Image- & Industriefilmproduktion
- 2D/3D Animationen
- 3 x HD-EB-Teams (XDCAM HD)
- 2 x HD-NLE-Schnittplätze

„Mecklenburg-Vorpommern ist ein Land zum Leben“



KIEK AN! sprach mit Landesmarketing-Chef Peter Kranz-Glatigny

2004 wurde die Landesmarketingkampagne mit dem Slogan „MV tut gut“ gestartet. Seitdem arbeitet Ihr Team unermüdlich daran, unser Bundesland im Standortmarketing zu bewerben. Welche Bilanz ziehen Sie für das Jahr 2012? Wie gut tut MV?

Es war ein tolles Jahr mit so vielen Kontakten wie wohl noch nie. Allein durch die ZDF-Übertragungen von der Insel Usedom während der Fußball-EM nahm so gut wie jeder Fernsehzuschauer in Deutschland unser Land wahr – über unseren Botschafter, den Strandkorb, der aktiv in das TV-Geschehen einbezogen war. Gemeinsam mit unseren Partnern gelingt es immer besser, die Stärken des Landes in Kultur, Natur und Ernährung, Bildung und Wissenschaft, Gesundheit, Wirtschaft und Tourismus zu transportieren. Wir treten erkennbar im Wettbewerb der Regionen auf. Das Bild unseres Landes nimmt weiter Konturen an.

Was für Konturen sind das und wie messen Sie den Erfolg Ihres Wirkens und den Ihrer 7 Mitarbeiterinnen?

Konturen im Sinne von „mehr Wissen“ über MV. Es geht darum, Menschen für unser Land zu gewinnen, sie anzuregen, über ein Leben in Mecklenburg-Vorpommern nachzudenken. Wir zeigen MV als Land, in dem man studieren, arbeiten und leben kann. Wir zeichnen ein modernes Bild unseres Landes, das seine Traditionen pflegt und offen ist für Neues. Der Erfolg bemisst sich dabei an der Verbreitung und den Reaktionen. Nehmen Sie das Magazin [em vau], in dem wir die Stärken unseres Landes in Reportagen und Berichten kommunizieren. Es erreicht pro Quartal etwa 500 000 Leser in

Deutschland. Oder die Strandkorb-Plakat-Motive. Sie waren gerade erst an allen ICE-Bahnhöfen zu sehen – mit mehr als einer Million Kontakten. Zur NDR-Sommertour und zum MV-Tag 2012 in Stralsund kamen hunderttausende Besucher. Das Bild des „versenkten“ Strandkorbs im Ozeaneum Stralsund wurde zu einem der besten PR-Bilder des letzten Jahres gewählt. Das Wichtigste aber sind die Reaktionen und Fragen von Usern und Interessierten aus Deutschland und Europa. Sie bestärken uns, weiter mit und an der Marke Mecklenburg-Vorpommern zu arbeiten.

Menschen in anderen Bundesländern können sich also ein Bild von MV machen. Wie steht es darüber hinaus? Sie stehen ja auch im Wettbewerb mit anderen europäischen Regionen.

Mecklenburg-Vorpommern hat gute Argumente. Unser Land bietet Zukunft. Es bietet spannende Studien- und Arbeitsplätze, kurze Wege für Investoren, Freiraum für Menschen mit Ideen, beste Möglichkeiten, Job und Familie zu verbinden und natürlich nachhaltig zu leben. Wir bewerben diese Stärken mit unseren Partnern unter dem internationalen Slogan „Best of Northern Germany“ – zuletzt auf der „Arab Health“-Messe in Dubai. Wir brauchen sicher noch mehr Power, hinsichtlich unseres Selbstverständnisses als Land zum Leben, also ein weltoffenes Selbstbewusstsein.

Wir brauchen eine Willkommenskultur im besten Sinn. Wer zu uns kommt, muss sich aufgenommen fühlen und schnell zurecht finden können. „MV tut gut.“ und „Best of Northern Germany“ sind

nicht nur Slogans, es sind Versprechen.

Wie gehen Sie mit Kritik einiger Medien um? Zum Beispiel am „versenkten“ Strandkorb oder dem „Strandkorb im Wald“?

Das ist ganz normal. Journalismus und Marketing sollten sich möglichst wenig berühren. Ich bin ja selbst Journalist und finde kritische, hinterfragende Haltungen notwendig und Diskussionen wichtig, wenn sie nicht voreingenommen oder platt abschätzig geführt werden. Beide Strandkorb-Motive haben für Aufsehen gesorgt. Die Reaktionen waren großartig, weil kontrovers. Marketing über das niemand redet, verfehlt seinen Sinn. Wir werden die Motive Stück für Stück weiterentwickeln.

MV als Tourismusland, als Musikland, als Golfland, als Land zum Studieren, die Aufzählung kann fortgesetzt werden. Eigentlich ist es nicht schwer, für dieses Bundesland zu werben. Sie versichern sich dennoch externer Unterstützung. Die A&B One Kommunikationsagentur GmbH aus Berlin hat sich jüngst bei einer Ausschreibung gegen 22 Mitbewerber durchgesetzt. Was erwarten Sie von dem Agenturwechsel?

Die Marke Mecklenburg-Vorpommern ist gut etabliert, der Strandkorb hat als Markensymbol einen hohen Wiedererkennungswert für das Land. Darauf wird die Agentur „A&B One“ in der künftigen Kommunikation aufsetzen. Der Kampagnenansatz sieht vor, Marke und Symbol konsequent weiter zu führen. Ziel ist es, die Marke mit einer starken Kernbotschaft – „Land zum Leben“ – zusätzlich inhaltlich aufzuladen und über alle Bereiche



Peter Kranz-Glatigny

Foto: C. Kettler

des Landesmarketings MV hinweg zu interpretieren. Dazu sind wir gemeinsam in Gesprächen mit unseren Partnern, dazu setzen wir auf die Ansprache der Mecklenburger und Vorpommern – als Botschafter des Landes. Und übrigens: Vielleicht schaffen wir es ja auch, den Wald aus „Land-Begriffen“ etwas zu lichten.

Welches sind die Landesmarketing-Schwerpunkte im laufenden Jahr?

Die Schwerpunkte sind beschrieben. 2012 war ein Event-Jahr. 2013 ist wohl eher ein strategisches Jahr.

www.mv-tut-gut.de
www.studieren-mit-meerwert.de

Kontakt zum Landesmarketing MV:
Tel.: 0385/5881090
Fax: 0385/5881097
Mail: info@mv-tut-gut.de

Über Tugenden und Absonderlichkeiten des menschlichen Zusammenlebens

Nein, wir sind nicht mit einem neuen Reiseführer überrascht worden. „Die Reise nach Innovatien“ von Dr. Klaus-Dieter Block (Neu-Brandenburg) nötigt den Leser auch nicht, an utopischen Erkundungen teilzuhaben. Wir haben – wenn wir mit dem Autor unterwegs sein wollen – den alles erhellenden Untertitel zu beachten: „Berichte von der großen und kleinen Zukunft“. 20 Essays hat Block in dem Buch versammelt. Es sind Texte, die unserer Zeit das Pulsmessgerät anlegen und in mehreren Fällen die Gegenwart auch nach den Zukunftsaussichten gründlich abhören. Mecklenburg-Vorpommerns Wirtschaft, die Kulturlandschaft und allemal auch die Inszenierungen der Politik werden vom promovierten Wirtschaftswissenschaftler ebenso geprüft und diagnostiziert, wie Tugenden und Absonderlichkeiten des Zusammenlebens von Menschen in einer Solidargemeinschaft oder in der Kälte schlimmer Entfremdung.

Block ist weit gereist. Er war in vielen Ländern und Regionen auf allen Kontinenten; wenn wir von der Antarktis einmal absehen. Seine Beobachtungsgabe darf seismographisch genannt werden und seine Energie zu gründlicher Recherche ist bewundernswert. So führen „Die Reise nach Innovatien“ und die „Berichte von der großen und kleinen Zukunft“ auch nach Indien, Südafrika und Großbritannien.

„Im Land der Alten und Seeadler“, „Das Gespenst der Verblödung“, „Hoch leben die Kreativen“ oder „Wir dienen uns in die Zukunft“ – das ist nur eine kleine Auswahl von Kapiteln, in denen vom Autor Gedanken formuliert sind, die beim aufmerksamen Leser für längere Zeit haften bleiben.

Der Betrachter will sich hier nicht in Zitaten aus dem Buch verlieren. Vielmehr gibt er Anlass, die Gratwanderung des Autors zu loben: Dr. Klaus-Dieter Block hat keinen Ratgeber geschrieben. Seine Meinungen zu Ent-

Die Reise nach Innovatien,

Klatschmohn Verlag,

ISBN 978-3-941064-36-2

1. Auflage 2012
Preis: 12,80 Euro
262 Seiten geb.



wicklungen in unserem Bundesland, in Deutschland und in den Momentaufnahmen aus den genannten drei Staaten sind Angebote an den Leser. Die Botschaft der vom Klatschmohn Verlag Rostock auch originell ausgestatteten Edition heißt: Denk selbst! Dabei dürfte dem Leser die erhebliche aber immer noch bekömmlich dosierte Fak-

tensammlung des Autors zu den Essays willkommen sein. Block ist Systematiker, auch Analyst und kann logische Einsichten stilistisch hervorragend servieren – auch weil er Humor hat. „Die Reise nach Innovatien“ wirkt auf den Betrachter auch wie ein Plädoyer für die Vernunft.

Horst Marx

Tübinger Studenten befragten Promis zur Medienmacht

Gemeinsam mit Prof. Bernhard Pörksen (Medienwissenschaftler, Universität Tübingen) und Dr. Wolfgang Krischke (Journalist, Sprachwissenschaftler) haben Tübinger Studierende das Gesprächsbuch „Die gehetzte Politik. Die neue Macht der Medien und Märkte“ verfasst.

Sie haben prominente Politiker interviewt, einflussreiche Journalisten und desillusionierte Skandalopfer befragt, mit PR-Beratern, Netzaktivisten und Kulturkritikern gesprochen. Zu Wort kom-

men: Finanzminister Wolfgang Schäuble, der Bestsellerautor Thilo Sarrazin, der Europa-Abgeordnete Daniel Cohn-Bendit, der Empört-Euch-Aktivist Stéphane Hessel, die Merkel-Kritikerin Gertrud Höhler, die Linke Sahra Wagenknecht, der Alt-Kommunarde Rainer Langhans, die Piraten-Politikerin Marina Weisband, der Philosoph Richard David Precht, der Ministerpräsident Winfried Kretschmann, die Fernsehjournalisten Marietta Slomka und Ulrich Deppendorf, der Unternehmer Car-

sten Maschmeyer und viele mehr.

Es ist bereits das fünfte Buch, in dem Studierende unter der Anleitung von Profis zu aktuellen Medienthemen publizieren.

Bisher erschienen folgende Titel: „Trendbuch Journalismus“, „Medienmenschen“, „Skandal! Die Macht öffentlicher Empörung“, „Die Casting-Gesellschaft“ sowie das Online-Magazin „Webwatching“.



Die gehetzte Politik, Bernhard Pörksen und Wolfgang Krischke, edition medienpraxis, ISBN 978-3-86962-079-4, Preis: 19,80 Euro, 356 Seiten

Die Mehrheit setzt auf Blogs

Interessante Ergebnisse bei Online-Umfrage

Blogs sind mittlerweile fester Bestandteil der Redaktionsarbeit. Zwei von drei Journalisten nutzen sie für Recherchen. Das ist Ergebnis der Online-Umfrage "Wie häufig nutzen Journalisten Blogs?". Ein Viertel der Befragten nutzt sogar regelmäßig Blogs für Recherchen, 42 Prozent nutzen sie gelegentlich und nur 33 Prozent verzichten darauf.

Ich blogge gerne – sowohl privat als auch beruflich für die WEMAG. Gerade Unternehmen setzten in den vergangenen Jahren zunehmend Blogs in ihrer Kommunikation ein. Mich hat interessiert, wie viele der Kollegen auf der „anderen Seite des Schreibtisches“, sprich Journalisten eigentlich Blogs lesen oder damit arbeiten. Darum habe ich mit Unterstützung des DJV eine Online-Umfrage durchgeführt und die Kollegen zu ihrer Nutzung von Blogs befragt. Von etwa 15.000 angesprochenen Berichterstattern reagierte knapp 500 und füllten den Fragebogen aus. Das Ergebnis: Die Mehrheit der Journalisten – 83 Prozent –

liest Blogs. 55 Prozent sind Gelegenheitsleser, 15 Prozent lesen sie regelmäßig und 13 Prozent haben gar einen oder mehrere Blogs im Abo. Bei der Arbeit sind die Journalisten etwas zurückhaltender mit Blogs: 67 Prozent nutzen sie für ihre Arbeit. Und etwas mehr als ein Drittel der Journalisten (36 Prozent) hat für einen Artikel oder Beitrag schon aus einem Blog zitiert. Die Erklärung für die geringere Nutzungsquote lieferte mir Peter Steinfurth, Chefredakteur der Zeitschrift *Oldtimer Markt*: „Wenn Journalisten Blogs nicht nutzen, muss das ja nicht daran liegen, dass sie keine Blogs kennen oder lesen. Es ist vielmehr so, dass die inhaltliche Qualität von Blogs für Journalisten nicht sicher genug einschätzbar ist und deshalb grundsätzlich nachrecherchiert werden muss.“

Das könnte auch an den Quellen liegen. Journalisten stöbern bei ihren Recherchen nämlich gerne auch in privaten Blogs. Die Frage in welchen Blogs Journalisten

recherchieren, brachte diese interessante Information ans Tageslicht. Spitzenreiter mit 77 Prozent sind zwar Nachrichten- oder Themenblogs, direkt im Anschluss folgen private Blogs mit 71 Prozent. Mit deutlichem Abstand folgen dann Micro Blogs wie twitter, facebook oder tumblr mit 49 Prozent. Corporate Blogs kommen auf 38 Prozent. Immerhin: Die Blogs von Unternehmen genießen anscheinend mehr Vertrauen, als die von Nichtregierungs-Organisationen, diese kommen nur auf 30 Prozent.

Aufgrund der breiten Datenbasis konnte ich die Aussagen zur Blognutzung nach Alter, Geschlecht, Medium oder Ressort einzeln untersuchen und miteinander vergleichen. Dabei treten signifikante Unterschiede auf, die zeigen, dass einzelne Nachrichtenressorts Blogs unterschiedlich stark nutzen. Ich hätte vermutet, dass IT- und Technik-Journalisten das Ranking anführen würden. Spitzenreiter mit 78 Prozent sind aber die Ressorts Wirtschaft und Finanzen. Sie führen vor Politik und Regionalressorts – obwohl bei letzteren die regelmäßige Blognutzung überraschend stark ist. Anscheinend haben die Lokalredakteure ihre Lieblingsblogs. Die IT-Journalisten lagen mit 67 Prozent exakt im Durchschnitt. Am schwächsten interessiert sich das Feuilleton für Blogs. Nur 57 Prozent der Journalisten dieses Ressorts nutzen Blogs für Recherchen. Hier liegen mehr als 20 Prozentpunkte Differenz zur Wirtschaft! Ebenfalls schwach in der Blog-Nutzung sind die Ressorts Tourismus sowie Tiere & Umwelt.



Jost Broichmann

Foto: Stephan-Rudolph Kramer

vatem und öffentlich-rechtlichem Rundfunk, Fernsehen, Onlineredaktion und freie Journalisten teil. Die Mehrzahl der Fragebögen wurde von Männern ausgefüllt. Ein knappes Drittel (31 Prozent) Frauen nahm an der Befragung teil. Print dominierte (245) vor Online (94), 106 Journalisten gaben an, cross medial zu veröffentlichen. Das Verhältnis von Festangestellten zu freien Journalisten war ausgewogen: 56 Prozent feste, 44 Prozent freie Kollegen. Die meisten Teilnehmer stehen mitten im Berufsleben, als häufigste Altersgruppe wurde 277 mal „30-50 Jahre“ angegeben. Die Studie habe ich in meinem Blog veröffentlicht, ein eBook mit der Detailauswertung zu Nutzungsunterschieden je nach Alter und Geschlecht ist in Arbeit.



Der Teilnehmerkreis aus dem gesamten Bundesgebiet war breit gestreut. An der Online-Befragung nahmen Mitarbeiter von Tageszeitungen, Special-Interest-Medien, pri-

Jost Broichmann
 Pressesprecher WEMAG AG
<http://www.cmblogger.de>

Weiterbildung „on the go“

DJV-Webinare erfreuen sich zunehmender Beliebtheit

Was tut ein Journalist, wenn er Informations-/Fortbildungsbedarf aber keine Zeit hat, ein mehrtägiges Seminar zu besuchen?

Der DJV bietet seit 2010 Online-Schulungen an: Sie sitzen zuhause oder im Büro und hören einem Vortrag zu, als säßen Sie in einem Schulungsraum. Wir bezeichnen das in Anlehnung an das Wort Seminar als Webinar (wegen World Wide Web). Das dauert zwischen einer bis zwei Stunden. Sozusagen Weiterbildung "on the go", wie man heute so sagt.

Wie geht das?

Sie schauen sich die Termine unter der Adresse www.journalistenwebinar.de an.

Wenn Sie an einem Webinar interessiert sind, bitten wir um Einwahl in das DJV-Intranet, damit wir wissen, dass sich ein DJV-Mitglied angemeldet hat.

Dazu benötigen Sie nur Ihre *journalist*-Abonummer, sofern Sie nicht schon im Intranet angemeldet sind.

Sie erhalten im Regelfall einen Tag vor dem Termin eine Erinnerungsmail.

Am Tag selbst erhalten Sie etwa 20 Minuten vor der Veranstaltung einen Internetlink. Darauf klicken – und schon startet das Programm. Sie können eine Präsentation sehen, dem Referenten zuhören, ihn manchmal auch per Videocam sehen sowie in einem Chat Fragen stellen. Bei Teilnehmerzahlen bis 26 Personen ist auch ein Chat der Teilnehmer untereinander möglich.

Sofern Sie ein Mikrofon haben, können Fragen auch per Audio gestellt werden. Wir empfehlen Kopfhörer, wenn Sie optimalen Ton haben wollen. In der Regel läuft das Programm auch auf dem iPad und dem Smartphone.

Was kostet es?

Es gibt zahlreiche kostenlose, aber auch einige kostenpflichtige Webinare.

Einige Angebote müssen, gerade wenn externe Referenten gewonnen werden, refinanziert werden. Die kostenpflichtigen Webinare haben für Mitglieder allerdings recht überschaubare Preise, etwa 9 Euro.



Michael Hirschler

Foto: Wolfgang Bickelmann

Was tun, wenn man das Webinar verpasst hat?

Es gibt bei den meisten Webinaren die Möglichkeit, die Aufzeichnung anzuschauen. Wenn das Webinar kostenlos ist, wird die Aufzeichnung in der Regel ebenfalls kostenlos zu haben sein. Allerdings kann es sein, dass ein Referent eine Aufzeichnung nicht wünscht. Das müssen wir respektieren. Allerdings ist "live" ohnehin am besten. Der Link zu Aufzeichnungen und Material findet sich im DJV-Intranet.

Welche Webinare bietet der DJV im April an?

Existenzgründung, Urheberrecht, Bildrecht, Verhandlungstraining, Arbeit mit Typo3, Blogs bauen mit Wordpress.

Die genauen Themen und Termine legen wir allerdings immer erst vier Wochen vorher fest, um möglichst aktuell und terminlich auch für andere Aufgaben flexibel zu bleiben. Wir haben ja in der Geschäftsstelle noch andere Aufgaben außer Weiterbildung.

Mit Michael Hirschler, DJV-Referent für Freie, sprach Sibylle Ekart



Der lokale TV-Sender -Wismar TV & MEER AN LAND – hat bei der Verleihung des Deutschen Regionalfernsehpreises "Regiostar" zum zweiten Mal in Folge den Preis der Zuschauerjury gewonnen.

Wismar TV setzte sich gegen 22 andere Beiträge durch. Der "Regiostar" ist ein bundesweiter Fernsehpreis ausschließlich für regionale und lokale Privatsender.

Der Siegerbeitrag hatte den Titel „111 Jahre Atalanta“ und porträtierte anlässlich des 111. Geburtstages des historischen Lotsenschoners mit Heimathafen in Wismar die Geschichte, wie das Schiff von Grund auf wieder aufgebaut wurde und wie sich der Förderverein der "Atalanta" liebevoll um den Betrieb des Schiffes kümmert.

Die Jury aus Fernsehzuschauern prämierte mit der Auszeichnung „einen Beitrag, der auch überregional fasziniert“.

KIEK AN! gratuliert herzlich!

Bei der „Regiostar“-Preisverleihung

v.l.n.r. Sender-Chefin Christina Schurbaum, Kamerafrau Daniela Baum und Auszubildender Yan-Monti Messing. Unten: Christoph Wohlleben.

Foto: Paula Kemink

„Kommunikationsprofis händerringend gesucht“

Neuer Studiengang mit Schwerpunkt Medienforschung und Medienanalyse



An der Universität Rostock ist im Herbstsemester 2012 der Bachelor-Studiengang Kommunikations- und Medienwissenschaft gestartet. Es ist der 121. Medien-Studiengang in Deutschland...

Aber der erste in Rostock!

1146 Bewerber gab es für 60 Studienplätze. Der Drang in die Medien, „irgendwas mit Medien“ zu machen, ist ungebrochen. Wo werden die Absolventen später arbeiten?

Die Berufschancen und Arbeitsplätze sind vielfältig. Zahlreiche Absolventenstudien zeigen: Die Absolventen von Kommunikations- und Medienwissenschaftlichen Studiengängen werden gebraucht. Vor allem PR, Öffentlichkeitsarbeit und Marketing sind wichtige Berufsfelder für die Rostocker Absolventen. Auch in der Region werden händerringend Kommunikationsprofis gesucht. Jede Firma muss inzwischen ihre Webseite mit Texten füllen und ‚bespielen‘.

Welches sind die inhaltlichen Schwerpunkte des dreijährigen Studiums?

Die Schwerpunkte liegen in der Medienforschung und der Medienanalyse. Das heißt, die Absolventen kennen sich mit dem Publikum und der Erforschung des Publikums aus, aber gleichzeitig kennen Sie die Gesetzmäßigkeit und Dramaturgie von Medieninhalten.

Gewerkschaften und Berufsverbände warnen vor einer Entgrenzung zwischen Journalismus auf der einen Seite sowie Werbung, Marketing und Management auf der anderen Seite. Sind diese

Befürchtungen bei dieser Ausbildungsrichtung un begründet?

In unserem Fall ja: Wir bilden nicht für den klassischen Journalismus aus. Allen Studierenden, die in den Journalismus wollen, empfehlen wir, im Anschluss an das BA Studium einen Master an den einschlägigen Universitäten zu absolvieren (z.B: Dortmund, Hamburg, München ...). In unserem Studium werden die Unterschiede der verschiedenen Kommunikationsformen deutlich.

Im fünften Semester ist ein Fachpraktikum vorgesehen. Wie und wo finden Sie geeignete Praktikumsunternehmen?

Von Studierenden wird eine Praktikums-Börse organisiert. (<http://www.imf.uni-rostock.de/praktikumsboerse/>). Dort bieten wir als Service eine Liste der potentiellen Plätze an. Zum einen gehen wir auf die Unternehmen zu und fragen nach Plätzen, zum anderen hoffen wir, dass sich auch Firmen bei uns melden. Die Börse gibt es seit wenigen Wochen, sie ist aber schon gut mit Angeboten von Presse, Hörfunk, über Fernsehen bis zur PR gefüllt.

Berlin, Hamburg, München, Wien sind Stationen Ihres beruflichen Wirkens. Sie waren auch viele Jahre Professorin an der renommierten Hochschule für Film- und Fernsehen Konrad Wolf in Potsdam/Babelsberg. Was hat Sie an dem Ruf nach Rostock, wenn gleich die älteste Universität Nordeuropas so doch relative Provinz, gereizt?

Es ist spannend, einen neuen Bereich aufzubauen. So gibt es ja den neuen Studiengang, ich baue das Institut für



Prof. Elizabeth Prommer

Foto: privat

Medienforschung auf und plane einen Masterstudien gang.

Welches sind aktuell Ihre Forschungsschwerpunkte?

Momentan interessieren mich zwei Themen:

1. Die zeitliche Entgrenzung durch mobile Medien. Das heißt, inwieweit beschleunigen mobile Medien die Entgrenzungssphänomene, beispielsweise von Arbeitszeit oder Freizeit, aber auch von Fernsehzeit und Internetzeit.

2. Weil wir in Rostock, einer Hansestadt, sind und mich die Geschichte von Mediennutzung immer interessiert, untersuchen wir die Mediennutzung von Hochseefahrern. Welche Filme wurden auf See gesehen und welche Filme wurden getauscht? Dies untersuchen wir mit Zeitzeugeninterviews.

Mit Frau Prof. Prommer sprach Sibylle Ekat

ZUR PERSON:

Medienwissenschaftlerin, geboren 1965 in Palo Alto, Kalifornien, USA; aufgewachsen in München, verheiratet, drei Kinder

Studium in Los Angeles, München und Leipzig. Vor der Berufung nach Rostock Professorin an der Universität Wien; zuvor viele Jahre an der Hochschule für Film und Fernsehen Konrad Wolf in Potsdam/Babelsberg sowie Stationen in München, Hamburg, Berlin.

Die Veröffentlichungen umfassen Studien zum Kinobesuch, über Fernsehrezeption sowie Online-Mediennutzung.

Arbeits-, Publikations-, und Forschungsschwerpunkte liegen aus kommunikations- und medienwissenschaftlicher Perspektive im Zusammenspiel von Medien, Medienrezeption und Gesellschaft.

Hiddensee – immer gut für eine Schlagzeile

Ein Magazin nicht nur für Inselbewohner



Hiddensee: Ein Bürgermeister, der für die CDU in den Landtag wollte, aber seine DVU-Mitgliedschaft verschwiegen und sich nun mit einer Schülerreporterin angelegt hat, weil sie über dessen IM-Akte berichtete.

Ein Gerhart Hauptmann, der die Insel Jahr für Jahr zu seinem Sommermärchen machte, und ein Museum, das ihm zu Ehren modernisiert wurde und den Geschmack der Insulaner spaltet.

Ein Idyll, dem vor allem die einheimischen Jugendlichen so schnell wie möglich entfliehen wollen, weil es außer Dornbusch, Fischerkaten und Touristen noch mehr geben soll in ihrem Leben.

Hiddensee – immer für eine Schlagzeile gut. Die *Ostsee-Zeitung* berichtet über den Streifen nordwestlich von Rügen, der *Spiegel* tut es auch. Auf der Insel selbst erscheinen zwei Publikationen, ganz zu schweigen von den zahlreichen Angeboten im Netz, die Interessierte über den Lauf der Dinge auf der Insel informieren wollen.

Ein Magazin für die Insel

Seit Winter 2011 geht nun auch ein Magazin durch die Hände der Inselbewohner und -besucher. Es ist in Leipzig und Berlin oder in Stralsund zu haben.

Das „Hiddensee-Magazin“ – konzipiert und produziert von Frank Dehliis aus Dresden. Es war im vergangenen Sommer, als ich Dehliis das erste Mal traf.

Auf einem klapprigen Fahrrad rumpelte er mir über die Betonbeschwerden des Deiches entgegen.

Kurz bevor er mich erreichte, sprang er vom Rad, zog seine Kamera hervor und drückte ab. Unweit des Hafens in Vitte stieg eine Schar Gänse in die Luft.

Winterliche Ursprünglichkeit

Es sind die Geschichten, die die Natur erzählt, die Hiddensee für Dehliis und dessen Kamera interessant machen. Mehr als 5.000 Fotos, schätzt er, liegen in seinem digitalen Archiv. Geschossen in all' den Jahren, die der 41-Jährige auf der Insel Urlaub gemacht hat. Dehliis kommt nicht nur im Sommer. Wann immer es geht, verbringt er ein paar Tage auf der Insel.

Als im Winter 2010 keiner mehr rauf und keiner mehr runter kam von Hiddensee, machte sich Dehliis von Dresden aus auf den Weg. Die Fotos von Packeis und Schneebergen, startenden Hubschraubern und winterlicher Ursprünglichkeit – die wollte er haben. Am Ende ist er nur ein paar davon losgeworden. Da habe er gänzlich verstanden, wie der Nachrichtenmarkt im Jahr 2010 funktioniert, erzählt er. Ein Foto einer Nachrichtenagentur ging um die ganze Welt. Danach waren Eis und Schnee auf Hiddensee für die News bereits wieder geschmolzen.

Eine Idee droht zu sterben

„Da war mir aber auch klar, dass ich was Eigenes anfangen will mit all' den Bildern“, sagt Dehliis. In Dresden spinnen Freunde mit ihm die Idee weiter. Bis das erste *Hiddensee Magazin* erscheint, soll jedoch noch ein Jahr vergehen. Dehliis, der sich als Haus- und Hofphotograf eines Dresdener Fußballclubs 2011 über den Aufstieg seiner Mannschaft in die zweite Bundesliga freut, verliert danach seine Haupteinkommensquelle. Plötzlich stehen am Spielfeldrand Fotografen sämtlicher Agenturen. Knipsen Dehliis sozusagen das Licht fast aus. Kraft und Geld



für ein *Hiddensee Magazin* – später.

Vielleicht. Doch ganz will Dehliis die Idee nicht begraben. Zwei Monate vor Weihnachten 2010 sagt ein Freund und Kollege – „los jetzt, wir machen das“.

Im Winter 2011 klingelt es an Dehliis' Bürotür. Der Postmann schleppt Karton um Karton herein. Die 1.500 Magazine sind gedruckt. Anzeigenfinanziert. Dehliis tütet ein. Verschickt an Adressen in ganz Deutschland. Die Titelgeschichte: der Winter 2010. Und der ist für Hiddenseebewohner und -liebhaber auch zwei Jahre danach alles andere als eine Nachricht von gestern.

Enthusiasten unter sich

Für die zweite Ausgabe im Sommer 2012 kann Dehliis den Autoren noch immer kein Honorar zahlen. Sie liefern ihre Texte trotzdem. Das Heft ist voll. Die Fixkosten für diese Ausgabe immerhin sind gedeckt.

Verleger, Chefredakteur, Autor und Vertriebsleiter Dehliis glaubt daran, dass sich das *Hiddensee Magazin* langfristig tragen wird.

Und der nächste Urlaub auf Hiddensee steht bereits im Kalender.

Nicole Buchmann

Oya – ein Genossenschaftsprojekt

Leser tragen Zeitschrift für Nachhaltigkeit mit

Oya – anders denken, anders leben: Eine Zeitschrift mit diesem Namen und diesem Motto macht neugierig. Besonders spannend: Der Verlag ist eine Genossenschaft. Das gab es davor nur bei der taz und bei der Jungen Welt (erscheint im Verlag 8. Mai, der mehrheitlich der Genossenschaft LPG Junge Welt e. G. gehört). Im Gespräch mit KIEK AN! erklärt Oya-Chefredakteurin Lara Mallien, wie das am Rand von Vorpommern funktioniert.

Wann erschien Oya zum ersten Mal?

Die Entscheidung für Oya fiel im Sommer 2009. Es gab eine schon in den 80er Jahren gegründete Vorgängerin mit dem Titel *Kurskontakte*. Das war eine Börse für vielfältige Bildungsangebote, vor allem für Gesundheitsberufe. Diese Zeitschrift war sehr einfach gemacht und anzeigenfinanziert. Seit dem Jahr 2000 gaben wir dann *Eurotopia* – einer Zeitschrift, die Ökodörfer und das Gemeinschaftswesen vorstellte und nicht mehr eigenständig sein konnte – Platz in *Kurskontakte*. Außerdem begannen wir, Menschen zu porträtieren, die mit Mut und Eigeninitiative etwas Positives in ihrem Umfeld bewegen. Als die Anzeigen zurückgingen und wir uns immer weniger mit ihnen identifizierten, kam der Punkt, an dem wir uns sagten: Wenn es sich nicht trägt und uns nicht entspricht, dann stellen wir das Alte ein und machen etwas Neues. So erschien Anfang März 2010 die erste Ausgabe von Oya.

Wofür steht Oya?

Die Zeitschrift behandelt wechselnde Fokusthemen: Ganz allgemein gesagt aus dem Bereich des gesellschaftlichen Wandels hin zu mehr Nachhaltigkeit. Wobei wir hier weitergehen als grüner Konsum und erneuerbare Energien. Und wir machen uns bewusst, dass der derzei-

tige Konsum schlicht nicht mit den Ressourcen des Planeten in Einklang zu bringen ist. Deshalb halten wir es für notwendig, sich neu zu erfinden. Wir suchen ermutigende Beispiele, wie es anders gehen kann, berichten von regionalen Wirtschaftsnetzwerken, Nachbarschaftsprojekten und solidarischer Landwirtschaft.

Wie haben Sie Ihre ersten Genossenschaftsmitglieder gewonnen?

Wir haben die Leser der *Kurskontakte* gefragt, ob sie mit uns eine Genossenschaft gründen würden. Den Anteil hatten wir mit 200 Euro recht niedrig angesetzt. Es kam ein gutes Feedback, wir konnten 30 000 Euro für den Start zusammensammeln. Heute halten gut 300 Genossenschaftsmitglieder 700 Anteile.

... und wie viele Abonnenten haben Sie?

Gestartet sind wir mit 400, heute sind es bundesweit gut 3300 Abos und etwa 100 im Ausland.

Wie haben Sie das geschafft?

Wir verschicken viele Probehefte, die man auf unserer Internetseite www.oya-online.de bestellen kann. Oya wird vor allem weiterempfohlen. Besonders die Genossenschaftsmitglieder und unsere Autorinnen und Autoren bilden unterstützende Netzwerke. Leser und Autoren identifizieren sich mit Oya, sie haben das Gefühl „da komme ich vor“. Es sind alles Menschen, die im Sinne eines sinnvollen gesellschaftlichen Wandels wirken wollen.

Ihr typischer Leser – wie sieht der aus?

Unsere Leserinnen und Leser sind sozial oder ökologisch engagiert, sei es im eigenen Umfeld oder in sozialen Bewegungen. Ein gemeinsamer roter Faden ist vielleicht,



dass sie sich fragen, wie der Mensch als „Nützlich“ auf dieser Welt leben könnte und nicht als „Schädling“, der alle Ressourcen hoffnungslos übernutzt. Viele Leser engagieren sich in Initiativen für eine erdölfreie Stadt. Und sie interessieren sich für Wildnis- und Erlebnispädagogik, für positives Lernen der Kinder – jenseits der einseitigen Ziele der Leistungsgesellschaft.

Sehen Sie sich als Weltretter?

Nein, bestimmt nicht. Für die jetzige Krise hat niemand ein Patentrezept. Wir sind herausgefordert, die bisherigen Denkmuster infrage zu stellen und aus der Praxis heraus eine lebensfördernde Kultur zu schaffen. Diesen Impuls spiegelt das Oya-Motto „anders denken, anders leben“ wider. Unsere Leser haben Spaß am einfachen und deshalb guten Leben. Sie zeigen, dass es Alternativen

zur Wachstumsökonomie gibt. Wenn Menschen zusammen wirtschaften mit dem Ziel, Gemeinwohl und Gemeingüter zu fördern und dabei ihre eigenen Spielregeln finden, entsteht ein bunter Strauß neuer Wege, die sich in der Praxis erproben lassen.

Im Grunde leben Sie das mit Ihrer Genossenschaft vor ...

Ja, die Genossenschaft ist eine gute Möglichkeit, solidarisches Wirtschaften zu realisieren und auf diese Weise einen Schutzraum in der kapitalistischen Wirklichkeit zu schaffen. Seit zwei Jahren veranstalten wir Oya-Tage in verschiedenen Städten, wo wir uns mit unseren Lesern und Genossenschaftsmitgliedern treffen – dabei lernen wir viel über spannende Projekte wie gemeinschaftliches Wohnen, offene Werkstätten, Stadtteilgestaltung oder Dorfentwicklung.

Es bilden sich unterschiedlichste Formen heraus, kein Projekt gleicht dem anderen. Auch die Unternehmen, die neben *Oya* im Büro von Klein Jasedow ihr Zuhause haben, sind Beispiele für die Vielfalt solidarischen Wirtschaftens.

Was sind das für Unternehmen?

Sie sind alle eigenständig, aber ideell miteinander verbunden durch die Idee „Zukunftswerk Klein Jasedow“. In diesem Rahmen gibt es auch einen Buchverlag, eine Medienproduktion, ein Software-Unternehmen, eine Akademie für Musiktherapie und im Nachbarort Pulow eine Werkstatt für Metallinstrumente und die Genossenschaft „Kräutergarten Pommerland“. All das ist entstanden, seit 1997 einige Lebenskünstler nach Klein Jasedow und die benachbarten Dörfer gezogen sind und damit begonnen haben, leerstehende Häuser wieder auf-

zubauen. Unser Netzwerk arbeitet unter anderem mit der Akademie für nachhaltige Entwicklung in Güstrow zusammen.

Durch Ihr erstes Festival im Sommer 2012 dürften nun noch mehr Leute wissen, wo Klein Jasedow liegt. Wiederholen Sie dieses „Pressefest“?

Pressefest ist nicht das richtige Wort. Es war ein Kulturfestival, organisiert von der Europäischen Akademie der Heilenden Künste und der Zeitschrift *Oya*, gefördert durch die Kulturstiftung des Bundes. Wir bemühen uns gerade um Gelder, um es 2013 zu wiederholen.

Was bedeutet eigentlich *Oya*?

Als es um einen Namen für unsere Zeitschrift ging, haben wir nach einer wohlklingenden, kurzen Buchstabenfolge gesucht. Es sollte Leichtigkeit darin sein. Inspi-



Chefredakteurin Lara Mallien

Foto: www.humantouch.de

ration fanden wir in den Namen von Göttinnen. Bei den Yoruba in Westafrika gibt es eine Göttin namens *Oya*. Sie steht für Sturm, Wandel, Reinigung ... Und

weil wir in anderen Sprachen auch nur sympathische Übersetzungen für *Oya* fanden, blieb es dabei. Inzwischen haben wir sogar eine Abonnentin mit dem Vornamen *Oya*.

Das Gespräch führte Angela Kuboth

Oya erscheint in einer Auflage von 10 000 Stück sechs Mal im Jahr.

Es gibt in jeder Ausgabe ein Schwerpunktthema, zu erfahren unter www.oya-online.de. Auf der Internetseite können Interessierte auch ein Probeheft bestellen.

Insgesamt arbeiten acht Redakteure für *Oya* zu festen Themen wie Gesellschaft und Kultur, Ökodörfer und Lebensgemeinschaften, Gesundheit und Bildung.

Mehr Informationen über weitere Projekte in Klein Jasedow www.zukunftswerk-kleinjasedow.de

Einladung

Netzwerktag M-V

am 21. Juni 2013 von 10.30 bis ca. 15 Uhr in Rostock, WERK 3, Doberaner Platz

Ablauf:

Begrüßung und Vorstellung der Workshops

- | | |
|-------------------|--|
| Workshop 1 | Social Media: Sinn und Unsinn von Facebook, Twitter & Co. für Journalisten (Nicole Buchmann, freie Journalistin, Schwerin) |
| Workshop 2 | Hyperlokales: Wie drei Rostocker ihre eigene Netzzeitung machen und warum (Renate Gundlach, freie Journalistin, Rostock) |
| Workshop 3 | Mobil reportern – trimedial arbeiten: Smartphone und Tablet-PC im Einsatz (Michael Fengler, freier Journalist, Rostock) |
| Workshop 4 | Profilbildung im Netz für Journalisten (Kixka Nebraska, Profilageantin, Hamburg)
Mittagessen
Abschlusspanel |

Aus organisatorischen Gründen bitten wir um Anmeldung per E-Mail: info@djv-mv.de.

Neuer Verlag ohne Schere im Kopf

Die Schweriner Edition Petermann sucht Autoren

Seit einigen Wochen gibt es die Edition Petermann. Anfangs nur eine Idee, gibt es mittlerweile ein kleines Netzwerk von Autoren, Fotografen, Lektoren, Layoutern und Buchdruckern, die gemeinsam nach jungen und interessanten Stimmen aus dem Bundesland Mecklenburg-Vorpommern suchen. KIEK AN! sprach mit Ulrich Grunert, der in der Startphase die Schnittstellen der verschiedenen Produktions-Ebenen der Edition betreut.

Wie kam es zur Gründung der Edition Petermann, Schwerin?

Die Idee trugen eine Handvoll Kolleginnen und Kollegen aus Mecklenburg bereits ein paar Jahre mit sich herum. Aber jetzt ist die erste Buch-Staffel endlich in Arbeit. Der erste Band mit Kurzgeschichten des Güstrowers Andreas Hyronimus ist bereits gedruckt. Er wird zur kommenden Buchmesse in Leipzig daraus lesen.

Warum eine Edition Petermann?

Der Name knüpft an den unvergessenen Schweriner Verlag an. Aber mehr auch nicht. Er hat nichts mit der Sagengestalt zu tun. Im Grunde musste nur ein Name her, der noch nicht besetzt war und rein phonetisch einen guten Klang hat. Später sollen die Bücher und Autoren das mit dem guten Klang übernehmen. Aber das ist, um bei einem unserer teuren älteren Autoren zu bleiben, ein weites Feld.

Was ist aus dem damaligen Petermännchen Verlag geworden?

Dieser Verlag hat in der DDR eine ganze Reihe von erfolgreichen Büchern herausgebracht. Und dann wurde er leider über Nacht irgendwann dicht gemacht. Interessant wäre, wenn sich noch einige Zeitzeugen meldeten, die mehr darüber wissen, was damals eigentlich schief gelaufen ist mit dem Petermännchen Verlag. An der Papierknappheit in der DDR allein kann es ja nicht gelegen haben.

Gibt es nicht schon viel zu viele Bücher und Verlage?

Möglicherweise gibt es zu viele schlechte Bücher. Aber zu viel Bücher? Nein. Niemals. Jemand, der gern liest und nicht nur die Bestseller, der entdeckt immer wieder gern neue Bücher neuer Autoren. Genau dieser Jemand ist unser Zielkäufer. Auf jeden Fall gab es bisher keinen Verlag in Schwerin, der sich ernsthaft für frische junge Prosa-Texte oder Lyrik interessiert hat. Das hat sich nun geändert.

Sie suchen noch Autorinnen und Autoren?

Die Edition sucht immer Autoren, die etwas zu sagen haben. Themen, die auch Leserinnen und Leser interessieren dürfen, die fern unseres Bundeslandes in ihrem Bücherschrank noch etwas Platz haben. Es geht um deutschsprachige Prosa abseits der Mainstream-Zwänge. Gern auch um Kurzgeschichten oder spannende Texte über die Gegenwart. Es muss nicht unbedingt Fiktion

sein, es geht auch Gonzo oder Reportage. Wobei die heutige Rechtsprechung bei Persönlichkeitsrechten leider nicht jedes Thema von öffentlichem Interesse ohne Schwierigkeiten mehr zulässt. Aber keine Angst, eine Schere im Kopf wird es nicht geben.

Wie kommen Autorinnen oder Autoren mit der Edition in Kontakt?

So wie zu anderen Verlagen auch. Über den Postweg. Oder über das Internet. Oder über den Schreibtisch. Das kommt immer ganz drauf an. Manchmal ist der Fotograf im Nebenberuf auch Autor. Oder der Layouter schreibt Gedichte und hat seit Jahren einen Krimi im Schreibtisch. Im Leben ist vieles möglich. Zur Zeit suchen wir dringend nach Co-Autoren für einen geplanten Themenband. Zeitzeugen, die über die Jahre des Beat-Booms in der DDR bis zum Verbot durch das 11. Plenum Ende 1965 schreiben können.



Omega und die Beatles stehen im Themenspektrum eines geplanten Themenbandes über den Beatboom von 1963 bis 1965 in der DDR.

Fotos: Archiv Edition Petermann (2), Tony Sojka (1)

Wie haben Sie den Autoren Andreas Hyronimus entdeckt?

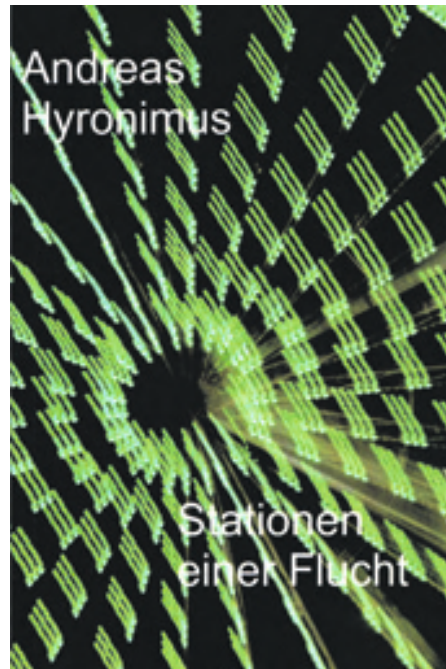
Er hat mich angerufen. Wir haben uns verabredet. Dann haben wir mehrere Lesungen von ihm besucht. Er hat Texte geschrieben, Texte verändert, mitunter auch zurückgezogen. Es wurde viel miteinander geredet und gearbeitet. Ein enger und intensiver Kontakt zwischen Autor und Editor ist eine grundlegende Voraussetzung für die Entstehung eines Buches, das diesen Namen auch verdient.

Wie bringen Sie die Bücher an die Leser?

Wir haben noch keine Millionen auf der Bank. Aber es gibt Partner, die anständige Bücher zu erschwinglichen Preisen drucken. Der Buch-

handel ist sehr aufgeschlossen. Viel schwieriger ist es, die einheimischen Medien zu gewinnen. Ein unbekannter Autor ist selbst für die zuständige Lokalredaktion der Tageszeitung nicht unbedingt lukrativ. Diese Erfahrungen haben wir gerade mit unserem Güstrower Autor Andreas Hyronimus machen dürfen. Aber möglicherweise wird es zu Hause leichter, wenn die ersten Rezensionen in Berlin und Leipzig in der Presse standen.

Mit Ulrich Grunert sprach Laura Carius



Das Debüt des Güstrower Autors Andreas Hyronimus steht in der Tradition von Kurzgeschichten-Autoren wie Jörg Fauser und Mickey Spillane.

Der alte LPK-Vorstand ist auch der neue Vorstand



Für ein weiteres Jahr führt der NDR-Journalist Jürgen Hingst die Landespressekonferenz Mecklenburg-Vorpommerns. Die Vereinigung der Politik-Redakteure bestätigte den 60-Jährigen im Februar in Schwerin im Amt des Vorsitzenden. Der Aktuell-Chef von NDR 1 Radio MV steht seit 2005 an der Spitze des Landesverbandes. Der Vorstand (v.l.n.r.) Frank Pfaff (Deutsche Presse-Agentur), Jürgen Hingst (NDR), Max-Stefan Koslik (Schweriner Volkszeitung), der freie Journalist Jürgen Seidel und Axel Seitz (NDR) stellte sich zum Gruppenfoto im Schweriner Schloss vor dem historischen Gemälde „Niklots Tod“ auf.

Foto: Rainer Cordes

Hörfunk-„Sophie“ verliehen

Vielbeachtete Preisverleihung mit spannender Podiumsdiskussion

Am 4. Dezember 2012 fand im Schweriner Schleswig-Holstein Haus die Verleihung des Medienpreises „Sophie“ in der Sparte „Hörfunk“ an Peter Marx, Landeskorrespondent von DeutschlandRadio, statt. Peter Marx und Steffen Oldörp (NDR) wurden ausgezeichnet für den Beitrag „Der nette Nazi von nebenan“, der im Länderreport des DeutschlandRadio gesendet wurde.

Die Landeszentrale für politische Bildung, als einer der Preisstifter, hatte im Anschluss daran zu einer Podiumsdiskussion eingeladen zum Thema „Zwischen Skandalisierung und Verdrängung: Vom richtigen Umgang mit dem Rechtsextremismus.“



Jochen Schmidt, Direktor der Landeszentrale für politische Bildung (Mitte), und Andreas Scher, Geschäftsführer M-V Web (r.) gratulieren dem Preisträger Peter Marx



Auf dem Podium v.l.n.r.: Peter Marx, Reinhard Müller, Leiter der Abteilung Verfassungsschutz im Innenministerium M-V, Moderator Jürgen Hingst (NDR), Michael Seidel (Chefredakteur der Schweriner Volkszeitung) und Dr. Gudrun Heinrich (Universität Rostock).

Fotos: Rainer Cordes



Alle Stühle im Schleswig-Holstein-Haus waren besetzt. Unter den Gästen auch die Landtagspräsidentin Sylvia Bretschneider (2.v.r.)



Die IHKs
in Mecklenburg-Vorpommern

Auslobung zum Medienpreis „RUFER“ der IHKs in Mecklenburg-Vorpommern 2013



www.neubrandenburg.ihk.de

www.rostock.ihk24.de

www.ihkzuschwerin.de

RUFER

Auslobung zum Medienpreis „RUFER“

der IHKs in Mecklenburg-Vorpommern 2013

Die IHKs in Mecklenburg-Vorpommern loben zum fünften Mal den mit insgesamt 6.000 Euro dotierten Medienpreis „RUFER“ zur Förderung eines anspruchsvollen Wirtschaftsjournalismus und zum Austausch zwischen Medien und Wirtschaft aus.

Bewerben können sich alle im Land arbeitenden Journalisten und Volontäre regionaler und überregionaler Medien.

Eingereicht werden können bis zum **26. April 2013** Beiträge in den Kategorien Presse, Hörfunk und Fernsehen, die im Jahr 2012 veröffentlicht worden sind.



Achtung freie Fotografen: Gesetzliche Unfallversicherung ist Pflicht!



Mathias Hopp

Foto: privat

Wer beruflich fotografisch tätig ist, ist automatisch Pflichtmitglied in der Berufsgenossenschaft Druck und Papier. Auch Personen, die als freischaffende Künstler anerkannt sind, unterliegen der gesetzlichen Unfallversicherung. Entscheidend ist insofern allein das Merkmal der Unternehmereigenschaft.

Unternehmer ist derjenige, dem das Ergebnis des Unter-

nehmens unmittelbar zum Vor- oder Nachteil gereicht (§ 136 Abs. 1 Nr. 1 SGB VII). Für die Unternehmereigenschaft ist unerheblich, ob die Tätigkeit gewerblich, frei beruflich, künstlerisch, haupt-, nebenberuflich oder nur gelegentlich ausgeübt wird. Der Begriff des Unternehmers setzt nicht voraus, dass Beschäftigte, Maschinen oder Arbeitsgeräte vorhanden sind und eine bestimmte Umsatz- oder Einkommenshöhe erzielt wird.

Dies bedeutet, dass auch derjenige, der eine fotografische Tätigkeit nur in einem sehr geringen Umfang ausübt, Unternehmer im Sinne des Gesetzes ist.

Für jeden Unternehmer besteht die gesetzliche Verpflichtung, mit seinem Betrieb oder seiner Tätigkeit der sachlich oder örtlich zuständigen Berufsgenossenschaft anzugehören. (Ob der Unternehmer selbst einer Berufsgenossenschaft angehören muss, hängt davon ab, ob die Berufsgenossenschaft von der in § 3 Abs. 1 S. 1 SGB VII eingeräumten Möglichkeit



Vignette Günter Endlich

Gebrauch gemacht und die Pflichtversicherung auf die Unternehmer erstreckt hat.)

Bei der BG ETEM, Branche Druck und Papierverarbeitung, herrscht nach § 46 der Satzung die Unternehmerpflichtversicherung. Allerdings besteht seit dem 01.01.2010 die Möglichkeit, sich von der Versicherungspflicht befreien zu lassen, sofern die Tätigkeit nicht an mehr als 100 Arbeitstagen (8 Stunden = 1 Arbeitstag) im Kalenderjahr ausgeübt wird. Die Befreiung erfolgt allerdings nur auf Antrag. Sie beginnt mit dem Ablauf des Monats, in dem der Antrag

bei der Berufsgenossenschaft eingegangen ist.

Hinsichtlich der Beitragshöhe ist festzuhalten, dass für die Berechnung der Beiträge als Jahresarbeitsverdienst für kraft Satzung versicherte Unternehmer 70 vom Hundert der jeweiligen Bezugsgröße (§ 18 Abs. 1 SGB IV) angesetzt wird. Arbeitsentgelt und Arbeitseinkommen aus anderen Erwerbstätigkeiten werden der Versicherungssumme bei der Berechnung von Geldleistungen nicht hinzugerechnet.

Es ist allerdings darauf hinzuweisen, dass die Leistungsgewährung der BG ETEM nicht davon abhängig gemacht wird, ob das der Berufsgenossenschaft angehörende Unternehmen Gewinne abwirft oder Verluste ausweist. Insofern berechnen sich die Beiträge auch für den Fall, dass das Unternehmen bzw. die Tätigkeit keine oder nur geringe Gewinne abwirft, nach einer Mindestversicherungssumme.

Mathias Hopp
Rechtsanwalt



DEUTSCHER
JOURNALISTEN
VERBAND e.V.

GEWERKSCHAFT
DER JOURNALISTINNEN
UND JOURNALISTEN

Impressum KIEK AN!

Mitgliederjournal des DJV LV M-V,
20. Jahrgang

Herausgeber:

Deutscher Journalisten-Verband e.V.
LV Mecklenburg-Vorpommern
Schusterstraße 3 • 19055 Schwerin
Tel: 03 85/56 56 32;
Fax: 03 85/5 50 83 89
E-Mail: info@djv-mv.de

Internet: www.djv-mv.de
Redaktion: Sibylle Ekat (V.i.S.d.P.)

Titelcollage: Reinhard Sobiech

Gesamtherstellung:
delego Wirtschaftsverlag Detlev Lüth
Klößesgang 5 • 19053 Schwerin
Tel.: 03 85/48 56 30 •
Fax: 03 85/48 56 324
(Es gilt die Anzeigenpreisliste Nr. 3
vom 1.1.2002)

Vertrieb: MZV – Mecklenburger
Zeitungsvertriebs GmbH,
Gutenbergstraße 1, 19061 Schwerin

Bankverbindung des Verlages:
Sparkasse Schwerin,

Konto Nr. 38 006 146, BLZ 140 514 62

Erscheinungsweise:

3 x jährlich – Bei höherer Gewalt kein Anspruch.
DJV-Mitglieder werden gebeten,
Adressänderungen nur dem LV mit-
zuteilen.

ISSN 0946-2813

Veröffentlichungen, die nicht ausdrücklich als Stellungnahme des DJV-Landesverbandes gekennzeichnet sind, stellen die persönliche Meinung des Verfassers dar. Für unverlangt eingesandte Manuskripte wird keine Haftung übernommen. Nachdruck, auch auszugsweise, nur mit Genehmigung der Redaktion.

Was gibt's Neues beim Minijob?

Der heutige Steuertipp kommt von Mathias Parbs, Steuerberater bei ECOVIS Grieger Mallison & Partner Steuerberatungsgesellschaft.

August-Bebel-Str. 11-12 in 18055 Rostock

Tel.: 0381 - 20 88 20

Fax: 0381 - 20 88 22 0

E-Mail: mathias.parbs@ecovis.com

Steuerlich gesehen gibt es keine Änderungen und somit bleibt es bei der attraktiven Möglichkeit, den Verdienst pauschal mit 2% versteuern zu lassen. Geschieht dieses, müssen die Einnahmen nicht mehr in der Einkommensteuererklärung deklariert werden und unterliegen somit auch nicht dem persönlichen Steuersatz.

Ab 01.01.2013 ist die Entgeltgrenze für geringfügig Beschäftigte (sog. Minijobber) von 400 auf 450 Euro monatlich angehoben worden. Entsprechend wurde die Grenze für das monatliche Gleitzoneentgelt (sog. Midijobs) von 800 auf 850 Euro angepasst.

Geringfügig Beschäftigte sind in der gesetzlichen Rentenversicherung grundsätzlich versicherungsfrei. Bisher konnten sie den pauschalen Betrag von 15 % durch eigene Mittel auf den Regelbeitrag aufstocken, um so höhere Rentenansprüche zu erwerben. Dies setzt aber eine ausdrückliche Erklärung des Minijobbers voraus. Da nur Wenige zum vollen Beitrag in der Rentenversicherung optieren, soll ihr Bewusstsein für ihre Alterssicherung gestärkt werden. Dazu wird das bestehende Regel-Ausnahme-Verhältnis umgekehrt.

Künftig ist für geringfügig Beschäftigte die Versicherungspflicht in der Rentenversicherung die Regel. Dabei tragen die Versicherten die Differenz in Höhe von 3,9 % zwischen Pau-

schalbeitrag des Arbeitgebers (15 %) und Regelbeitragsatz (ab 2013: 18,9 %). Den geringfügig Beschäftigten steht es jedoch frei, sich auf Antrag von der Versicherungspflicht in der gesetzlichen Rentenversicherung befreien zu lassen. Dann bleibt es bei dem Pauschalbeitrag des Arbeitgebers zur Rentenversicherung und es tritt Versicherungsfreiheit ein.

Die Befreiung von der Rentenversicherungspflicht kann jederzeit beantragt werden, ist aber für die Dauer der Beschäftigung(en) bindend. Der Antrag auf Befreiung von der Rentenversicherungspflicht wirkt grundsätzlich erst ab Beginn des Kalendermonats, in dem der Antrag beim Arbeitgeber eingeht, frühestens ab Beschäftigungsbeginn. Voraussetzung ist, dass der Arbeitgeber der Minijob-Zentrale die Befreiung bis zur nächsten Entgeltabrechnung, spätestens innerhalb von sechs Wochen nach Eingang des Befreiungsantrages, mit der Meldung zur Sozialversicherung anzeigt.

Für Personen, die bereits vor dem 01.01.2013 geringfügig beschäftigt waren, gilt: So lange sie die Entgeltgrenze von 400 EUR nicht überschreiten, bleiben sie in allen Versicherungszweigen weiterhin versicherungsfrei. Sie können durch einen ausdrücklichen Antrag die Versicherungspflicht in der gesetzlichen Rentenversicherung wählen. Haben sie den Verzicht auf die Rentenversicherungsfreiheit bereits vor 2013 ausgeübt, bleiben sie auch weiterhin versicherungspflichtig, da der frühere Verzicht nicht widerrufen werden kann und für die Dauer der Beschäftigung bindend ist.

Wird für diese Beschäftigten das Entgelt ab 2013 über die bisherige Minijob-Grenze erhöht, z. B. von 400 auf 450 Euro, gelten die Übergangs-

Versorgungswerk der Presse

offen für alle Medienberufe

Finanzielle Sicherheit im Alter und bei Berufsunfähigkeit mit Sonderkonditionen und hohem Leistungsspektrum.
 ➔ auch staatlich zuglagengeforderte Riester-Rente

Sprechen Sie uns direkt an oder wenden Sie sich an Ihren DJV-Landesverband in Schwerin.

Ihr Service-Partner in Mecklenburg-Vorpommern



GMFS
VERSICHERUNGSMAKLER

GMFS Versicherungsmakler GmbH
 Am Campus 1 - 11
 18182 Rostock-Bentwisch

Ihr Gesprächspartner: Hartmut Schmidt
 Tel.: 0381 - 649-346
 Fax: 0381 - 649-340
 Handy: 0172 3862 199
 E-Mail: hartmut.schmidt@gmfs.de
 www.gmfs.de



regelungen nicht. Vielmehr sind sie so zu werten, als ob sie das Beschäftigungsverhältnis zum 01.01.2013 neu aufgenommen hätten. Sie sind also zwar weiterhin kranken-, pflege- und arbeitslosenversicherungsfrei, unterliegen jedoch der Rentenversicherungspflicht. Nur mittels ausdrücklichen Antrags können Sie sich von der Rentenversicherungspflicht befreien lassen. Beschäftigte, die vor dem 01.01.2013 zwischen 400 bis 450 Euro verdient haben, bleiben grundsätzlich bis zum 31. Dezember 2014 nach der bisherigen Gleitzoneregelung versicherungspflichtig in allen Zweigen der Sozialversicherung. Sie können sich allerdings von der Versicherungspflicht in der Arbeitslosen-, Kranken- und Pflegeversicherung befreien lassen.

Der Antrag ist bis zum 02.04.2013 zu stellen und wirkt dann rückwirkend ab dem 01.01.2013. Eine Befreiung von der Rentenversicherungspflicht ist erst nach dem 31. Dezember 2014 möglich, wenn das Arbeitsentgelt aus dieser Beschäftigung auch nach diesem Zeitpunkt zwischen 400,01 Euro 450,00 Euro monatlich liegt.

Mitglieder**Neuaufnahmen:**

H a u s c h i l d, Christoph,
freier Kameramann
H e r d e r, Maxine,
Volontärin, SVZ
K i e s e l, Robert, Volontär,
Nordkurier
K l a f a c k, Manila,
Mitarbeiterin für
Öffentlichkeitsarbeit,
awekProtech GmbH
K n ü e s, Gabriele,
freie Journalistin
K o p p, Vanessa, Volontärin,
Ostsee-Zeitung
M ü n c h o w, Andreas,
freier Journalist
P r a c h t e l, Anne Maria,
Volontärin, Ostsee-Zeitung
R o e s e, Katharina,
Volontärin, SVZ
S c h w a r z, Klaus-Eberhard,
Chefredakteur,
VISIO/Wirtschaftsspiegel MV
Z e c h e r, Dr. Andreas,
freier Journalist
Z s c h ä c h n e r, Anne,
freie Journalistin

überwiesen von:

A u e r m a n n, Marcel,
Leitender Redakteur,
Nordkurier
vom DJV-Landesverband
Baden-Württemberg

ausgeschieden:

B ö h m, Susanne
D ü c k, Virginie
G o l d b a c h, Peter
H a r t i g, Ute
H ü b e l, Gerhard
J o r d a n, Lutz
K ö h n, Gerhard
K r e u s c h, Daniel
L ü b b e r t, Anke
N e n t w i g, Jeanette
S c h n e i d e r, Steffen
S c h ö n e, Jens-Peter
S t a p e l, Dieter
T r e t r o p p, Stefan
V o g t, Helmuth

**Sprechtag der
Geschäftsführerin
Rostock, Hotel „Sonne“
(Foyer) 10 -12 Uhr**

Donnerstag, 04.04.2013
Donnerstag, 02.05.2013
Donnerstag, 30.05.2013
Donnerstag, 04.07.2013

**Dr. Uwe Hornauer
neuer Aufsichtsrats-
vorsitzender
der FilmLand gGmbH**



Dr. Uwe Hornauer

Foto: MMV

Am 25. Februar 2013 konstituierte sich ein neuer Aufsichtsrat für die FilmLand Mecklenburg-Vorpommern gGmbH.

Die Neuformierung war insbesondere durch das Ausscheiden des langjährigen Vorsitzenden des Gremiums, Gerd Schneider, Ende des vergangenen Jahres notwendig geworden.

Dem neuen Aufsichtsrat gehören an: Elke Haferburg (Norddeutscher Rundfunk), Andreas Gruczek (*Schweriner Volkszeitung*), Helmut Morsbach (früherer Vorstandsvorsitzender der DEFA-Stiftung), Bernd Nottebaum (Stadt Schwerin), Martina Müller (Stadtmarketing Schwerin), Peter Uschner (Sparkasse Mecklenburg-Schwerin), Michael Pawlowski (Kinobetreiber), Christian Graf (Unternehmer) und Dr. Uwe Hornauer (Medienanstalt M-V).

Zum neuen Vorsitzenden des Aufsichtsrates wurde ohne Gegenstimme Dr. Uwe Hornauer gewählt. Ihn vertreten Martina Müller und Christian Graf.

Der DJV trauert um Karsten Henke van de Kamp



Im Verlaufe vieler Jahre Tätigkeit für den DJV begegnen einem im Verband – jenseits der Mitglieder – viele Kolleginnen und Kollegen. Manche bleiben eine flüchtige Erinnerung – verständlich, denn besonders auch im Ehrenamt ist der Wechsel Normalität. Andere, wenige, bleiben über lange Zeit geschätzte Mitstreiter. Dazu gehörte auch Karsten Henke van de Kamp.

Wer Karsten begegnete, war beeindruckt von seiner enormen Fach- und Sachkenntnis, und besonders von seinem einnehmenden Wesen, von seiner liebenswürdigen Art.

Er mochte unser Land, unsere Leute, war häufig mit seiner Frau per Wohnmobil hier unterwegs.

Und er war immer da, wenn wir ihn und seinen Rat brauchten. Regelmäßig telefonierte wir.

Noch Ende Dezember bat er mich, ihm einen KIEK AN! zu schicken. Sein so unerwartet früher Tod hinterlässt eine schmerzliche Lücke.

Unser Mitgefühl gilt seiner Familie, unsere Erinnerung einem besonderen Menschen.

Sibylle Ekat

Der Kollege Karsten Henke van de Kamp ist am 7. Februar an den Folgen seiner Lungenerkrankung gestorben. Er wurde nur 64 Jahre alt.

Viele Jahre arbeitete er für die *Lübecker Nachrichten* als Landeshauskorrespondent und war Mitglied der Landespressekonferenz in Kiel. Im Oktober 1988 wechselte er zum Norddeutschen Rundfunk nach Hamburg und arbeitete als festangestellter Redakteur für die aktuelle Redaktion der *Hamburg Welle* (heute: 90,3). Zuletzt war er als Referent in der Personalabteilung tätig.

Kollege Henke engagierte sich intensiv im Personalrat und leitete jahrelang die Tarifkommission des DJV im NDR. Während dieser Zeit beteiligte er sich an der Ausgestaltung des Versorgungstarifvertrages und später im Vorstand der Baden Badener Pensionskasse, dem ARD-Altersversorgungswerk.

Die Delegierten der DJV-Bundesverbandstage erinnern sich gerne an seine Tätigkeit im Präsidium.

Im Landesverband Schleswig-Holstein bekleidete er 20 Jahre lang Ämter im Landesvorstand. Zunächst das des Schatzmeisters und anschließend das des stellvertretenden Vorsitzenden.

Karsten Henke van de Kamp war bei den Kolleginnen und Kollegen sehr beliebt und ein erfahrener Ansprechpartner.

Die Tarifkommission im NDR ist bestürzt und traurig, denn es gab noch Pläne für Veranstaltungen in den kommenden Monaten.

Alexander Thomasow, DJV-Tarifbeauftragter im NDR

Journalist, Theatermann, Charakterkopf

Zum Tod von Knut Degner

Die Nachricht kam nicht unerwartet. Doch als sie zur Gewissheit wurde, saß die Trauer tief.

Mit dem Tod von Knut Degner hat die Landespressekonferenz einen ihrer herausragenden Köpfe verloren. Und nicht nur sie: Die Journalistenschaft des ganzen Landes ist ärmer geworden. Denn Knut Degner hat die Dinge, um die es ihm wirklich ging, immer mit Leidenschaft betrieben.

Dazu gehörten seine Stationen als Pressesprecher, als Agenturjournalist oder als Mitarbeiter der Ostseewelle in Schwerin genauso wie sein künstlerisches Engagement als Schauspieler danach.

Halbe Sachen waren mit ihm nicht zu machen. Vielleicht lag es an seiner Sicht als Seiteneinsteiger, dass er sich einen Blick auf Themen bewahrte, der gelegentlich überrascht hat. Denn Knut Degner war über das Theater zum Journalismus gekommen.

Er hatte einen feinen Sinn für Dialoge, für Szenarien und gewiss auch für manche gute Pointe. Vor allem aber war er konsequent. Das hat ihn mit dem Politikbetrieb im Land oft in Konflikte gebracht. So sehr er in den Jahren nach 1990 als Pressesprecher am Aufbau der SPD im Lande beteiligt war –



Foto: Cornelius Kettler

nach der erlebten Hilflosigkeit von Politik im Zusammenhang mit dem Pogrom von Rostock-Lichtenhagen hat er ihr ebenso engagiert den Rücken gekehrt.

Doch der Rollenwechsel war niemals Absage an politisches Handeln. Im Gegenteil: Seine Recherchen und Artikel, seine Radiobeiträge und Kommentare waren immer getragen vom politischen Interesse und persönlicher Leidenschaft. Knut Degner war einer der ersten regionalen Journalisten, der sich tiefgründig mit dem Entstehen des Rechtsradikalismus in unserem Land beschäftigt hat. Lange bevor die NPD in den

Landtag zog, hat er Strukturen und Netzwerke der Neonazis durchschaut und dargestellt. Mit Nachdruck hat er vor dem Unterschätzen rechtsradikaler Umtriebe gewarnt. Auch hier zeigte er Engagement und die ihm eigene Beharrlichkeit. Rechnet man dann noch seine jahrelange Mitarbeit im Vorstand der Landespressekonferenz dazu und sein Eintreten für die Sache der Journalisten insgesamt, so fügt sich das alles zu einem Bild, das in sich schlüssig ist.

Wir haben mit ihm jemanden verloren, für den Leben und Handeln nicht getrennte Wege

gegangen sind. Selbst dann nicht, als er zunehmend wieder in seinen alten Beruf als Schauspieler zurückfand. Denn auch von dort hat er sich eingemischt und zu Wort gemeldet. So wie man es erwarten konnte von einem Kopf, der vor allem eines hatte, was heute selten geworden ist: Charakter.

**Jürgen Hingst,
Vorsitzender der
Landespressekonferenz**

Das war Spitze, Brüderle und Schwesterle!

Ein paar Grimme-Preis-verdächtige Erkenntnisse über Kamelschwänze, Krawatten, verbotene Neger und ein Tipp an einen tiefbraunen Volksgenossen

Hallo Freunde!

Schon die ersten Wochen dieses Jahres steckten ja voll mit medial-politisch weltbewegendem Diskussionsstoff. Womit also beginnen bei meiner Nachlese aus diesem Informationsdschungel?

Okay, Wortspiel verstanden: natürlich im Dschungelcamp. Also mit eigenen Augen gesehen habe ich ja mal wieder nix davon in meinem Home-TeVau. Aber auf unsere Kollegen von BILD war natürlich wie immer Verlass. Haben Sie uns doch täglich mit grauenvollen Bildern und knallharten Protest-Kommentaren dazu auf ihren Titelseiten dokumentiert, wie schrecklich diese Ekel-Tests sind. Vor allem natürlich für die Teilnehmer.

Und dann hat der Markus Lanz das Ganze auf die Speerspitze getrieben, als er so ein armes Gewinner-Würstchen vom Vorjahr in seine Talk-Show holte und von der Katrin Sass vor Millionen Zuschauern fertig machen ließ. Was hat die sich darüber empört, dass dieses sooo beliebte Fernseh-Format für den Grimme-Preis nominiert wurde. Das war doch der blanke Neid, der aus jedem ihrer Giftsätze sprühte über die Kamelschwanz-Fresser, die ja bloß mit erhobenem Haupt das Camp wieder verlassen wollten! Frei nach dem Motto: „Good bye, Lenin!“ Aber immerhin ist sie dann in diversen Zeitungskommentaren mit Klaus Kinsky verglichen worden, der ja auch ein bedeutender Schauspieler war. Eine vielleicht etwas zweifelhafte Ehrung für unsere Mäkelbörger Deern, aber wenigstens gut für jede Menge Schlagzeilen.

Für die hat bekanntlich kürzlich auch der „Spitzenmann“ einer vom Untergang bedrohten Volkspartei

gesorgt. Dank der tapferen Enthüllungsgeschichte einer Kollegin vom renommierten Vorkämpfer-Magazin für Frauenrechte, dem *Stern*. Die hatte zuvor ein ganzes Jahr lang unter dem Trauma eines verbal-sexistischen Übergriffes von Rainer Brüderle gelitten. Der anscheinend schon damals „spitze“ FDP-Mann muss da wohl zu mitternächtlicher Stunde was bei ihrer Vorstellung missverstanden haben. Von wegen: „Laura Himmelreich vom *Stern*.“ Nach zwölf Gläsern „Kröver Nacktarsch“ hat der Brüderle dem Schwesterle in der Nachtbar wahrscheinlich nur

zierte Brauch, den die Damenwelt in Karnevals-Hochburgen alljährlich zur „Weiber-Fastnacht“ betreibt. Und von diesem ehrabschneidenden Aktionismus bis zum Abtrennen und Verspeisen von Kamelschwänzen ist es da wohl auch nur ein kleiner, wengleich schmerzhafter Schnitt.

Einen Kommentar zur Diskussion um religiöse Zwangsbeschneidungen erspare ich mir an dieser Stelle, denn die fand ja bereits im Vorjahr statt. Im Gegensatz zur Neger-Debatte. Soll nun also das heutige Schimpfwort

Barde ist ja nun gerade auf dem „Rammstein“-Tripp und hat sicher derzeit kein Ohr für „Neger, Neger, Schornsteinfeger“ Sprüche.

Da fällt mir als Stichwortgeber dann nur noch ein Experte für tiefbraune Sachfragen ein: Udo Pastörs. Doch der NPD-Frontmann aus dem Schweriner Landtag muss sich ja auch erst mal wieder mit juristischen Spitzfindigkeiten um seine Person herum schlagen. Hatte er doch öffentlich behauptet, dass die meisten früheren deutschen Bundespräsidenten selbst Mitglied in der Partei seiner geistigen Vorfahren gewesen seien. Wer hat dem Volksgenossen bloß diesen Floh ins Ohr gesetzt? Ein V-Mann des Verfassungsschutzes vielleicht? Man weiß bei denen ja nie...

Da sollte sich der Herr Pastörs bei der Vorbereitung auf seinen Prozess am besten mal mit Frau Himmelreich konsultieren. In den „Hitler-Tagebüchern“ des *Stern* findet sich doch bestimmt noch so mancher Hinweis auf mögliche Verstrickungen. Es sei denn, auch diese aufschlussreichen Zeitdokumente wurden von einem Geheimdienst verfasst. Dann müssten am Ende unsere obersten (Achtung, letztes Wortspiel!) Verfassungsrichter mal wieder die Richtung vorgeben. Denn ZDF-Mann Guido Knopp ist als wichtigster Aufklärer über unsere braune Vergangenheit inzwischen ja leider schon in den Ruhestand gegangen.

Ich bleibe jedoch weiter auf jeder heißen Spur, verspricht euer



Karikatur: Günter Endlich

die Sterne vom Himmel holen wollen. Und das versprechen die Freidemokraten ja nun wirklich jedem Leichtgläubigen seit Jahren. Wozu also die ganze Aufregung?

Die südländische Dirndl-Industrie wird freilich über so viel Schleichwerbung nicht verärgert gewesen sein. Ebenso wie die Krawatten-Fabrikanten. Denn die feministische Vorzeige-Inkone Alice Schwarzer durfte in der wochenlangen Sexismus-Debatte ja auch mal wieder ihren alten Gag platzieren: Nämlich, dass der Herrenschlips lediglich ein überkommenes Phallus-Symbol ist. Ganz schön spitzfindig. Aber daraus erklärt sich vielleicht auch der an männlichen Schlipsträgern prakti-

„Neger“ künftig nicht nur auf Schaumküsschen-Verpackungen, sondern auch in alten Kinderbüchern ersetzt werden? Ich finde: ja! Aber wodurch nur? Etwa: „besonders stark pigmentierte Mitbürger“? Und sollte sich dann TTT-Moderator Dieter Mohr auch umbenennen, etwa in Dieter Schwarz? Oder wäre das auch schon wieder politisch inkorrekt? Der Fachmann für genspezifische Wissenschaften, Thilo Sarazzin, schwieg dazu leider (noch) bis zu unserem Redaktionsschluss.

Vielleicht kann aber Heino weiterhelfen. Mit seiner Interpretation von „Schwarzbraun ist die Haselnuss“ hat er uns doch schon mal einen Weg gewiesen. Aber der alte

Karl Kuirsch

Antrag auf Ausstellung eines Presseausweises

Bitte deutlich lesbar ausfüllen

Ausstellender Landesverband (vom Landesverband auszufüllen)

DJV-Landesverband Mecklenburg-Vorpommern
Schusterstraße 3
19055 Schwerin

2013

Foto
(bitte aufkleben, nicht mit Drahtklammern fixieren)

Farbe

Auch digital
info@djv-mv.de
möglich

Bitte ankreuzen: Mitglied Nichtmitglied

Erstantrag Folgeantrag Bisherige Presseausweis-Nr: _____

Herr Frau

Akad. Titel, Vorname'

Nachname'

PRIVATE ANSCHRIFT

Straße und Hausnummer'

PLZ/Wohnort'

Notwendige Adresszusätze:

Land

Staatsangehörigkeit

Geburtsdatum (Tag/Monat/Jahr)' Geburtsort'

! Bitte nur die vorgegebenen Kästchen verwenden, es handelt sich jeweils um die auf dem Presseausweis maximal druckbare Zeichenanzahl

Angestellt Freie journalistische Tätigkeit

Arbeitgeber

Bitte ankreuzen:

- Tageszeitung Pressestelle Zeitschrift Anzeigenblatt Hörfunk Online-Medien
- Fernsehen Pressebüro Nachrichtenagentur Sonstiges Wort Bild/Kamera

Tätigkeitsbezeichnung

Medium

Redaktion

Tel. (dstl.)

Tel. (priv.)

Fax (dstl.)

Fax (priv.)

Handy (d.)

Handy (p.)

E-Mail (dstl.)

@

E-Mail (priv.)

@

PKW-Schild „Presse“ wird zusätzlich beantragt: ja nein

Neue Presseausweis-Nr.
(vom Landesverband auszufüllen)

2

Hiermit bestätige ich, dass ich bei keinem anderen Landesverband/-bezirk den Presseausweis beantragt habe. Ich habe Kenntnis davon genommen, dass der Presseausweis nur an hauptberuflich tätige Journalistinnen und Journalisten ausgegeben wird. Ich verpflichte mich, den Presseausweis nur in Ausübung journalistischer Tätigkeit und nicht bei privaten Anlässen zu benutzen. Mir ist bekannt, dass der Presseausweis Eigentum des ausstellenden Landesverbandes/-bezirktes bleibt und von diesem jederzeit zurückgefordert werden kann, insbesondere wegen missbräuchlicher Benutzung. Wenn ich nicht mehr hauptberuflich journalistisch tätig sein sollte, werde ich den Presseausweis unverzüglich dem zuständigen Landesverband/-bezirk zurückgeben. Das gleiche gilt bei Austritt aus dem Landesverband/-bezirk.

Die erforderlichen Nachweise über die hauptberufliche journalistische Tätigkeit (z.B. Arbeitsvertrag, Impressum, KSK-Bescheinigung, Pauschalisten-Vertrag, Honorarmachweis der letzten 6 Monate) habe ich beigefügt. Mir ist bekannt, dass diese Nachweise die eigenverantwortliche Prüfung des Landesverbandes nicht ersetzen können.

Mir ist bekannt, dass die vorstehenden Angaben zum Zwecke der Ausstellung eines Presseausweises elektronisch erhoben, verarbeitet und genutzt werden. Dies geschieht in Erfüllung der Vereinbarung der ausstellungsberechtigten Verbände, wonach jeder ausstellungsberechtigte Verband vor der Ausstellung der bei ihm beantragten Presseausweise die anderen ausstellungsberechtigten Verbände zum Zwecke der Prüfung eines Einspruchs gegen die Ausstellung einzelner Presseausweise darüber unterrichten darf, an wen er Presseausweise ausgeben will.

X

Datum _____ Unterschrift des Antragstellers _____

ZUR INTERNEN BEARBEITUNG

Ortsverein													
Bezirksverband													
Presseausweis Nr.						bezahlt am							
Presse-Autoschild	ja	nein									bezahlt am		
Mitglieds-Nr.													
Ausstellender Landesverband													

Hinweise zum Presseausweis 2013

Zehntausende professionelle Journalisten haben und brauchen ihn: Der Presseausweis ist unerlässliches Hilfsmittel für die Recherche und den freien Zugang

zu Veranstaltungen. Veranstalter und Institutionen können überprüfen, ob sie es tatsächlich mit hauptberuflich tätigen Journalisten zu tun haben. Denn nur an

solche stellen der Deutsche Journalisten-Verband, die Deutsche Journalisten-Union (verdi), der Bundesverband Deutscher Zeitungsverleger, der Verband

Deutscher Zeitschriftenverleger, Freelens und der Verband Deutscher Sportjournalisten den Presseausweis aus.



Der Presseausweis ist eine farbige Plastikkarte im Scheckkartenformat.

Was muss man beachten:

- 1. Die Presseausweise werden jährlich neu ausgestellt.
- 2. Der Antrag kann nebst Farbfoto bereits im Herbst in die Lan-

desgeschäftsstelle geschickt werden. Das beugt einem möglichen Herstellungsstau zum Jahresende vor!

- 3. Freie Journalisten fügen dem Presseausweis-Antrag Nachweise ihrer hauptberuflichen journalistischen Tätigkeit bei, wie im Kopf des Antrages beschrieben.
- 4. Journalisten, die nicht Mitglieder des DJV sind, reichen jährlich einen Antrag nebst Farbfoto und entsprechenden Nachweisen ihrer hauptberuflichen journalistischen Tätigkeit her. Die Gebühr für die Ausstellung des Presseausweises für Nichtmitglieder beträgt jährlich ⁷⁵ €. Bei Verlust und erforderlicher Neuausstellung werden 25 € Ausstellungsgebühr erhoben.
- 5. Autopressschilder werden auch an Nicht-DJV-Mitglieder ausgegeben. Der Preis für ein Autopressschild beträgt 5 €. Bei Verlust sind erneut 5 € zu zahlen.
- 6. Der Verlust eines Presseausweises ist umgehend der DJV-Landesgeschäftsstelle mitzuteilen. Die Neuausstellung kostet 25 €.
- 7. Der Ausweis ist Eigentum des ausstellenden Verbandes. Bei Beendigung der Mitgliedschaft wird der Presseausweis eingezogen. Das gilt auch, falls keine hauptberufliche journalistische Tätigkeit nachgewiesen wird.



AUFNAHMEANTRAG DEUTSCHER JOURNALISTEN-VERBAND

LANDESV ERBAND Schusterstraße 3
MECKLENBURG/ 19055 Schwerin
VORPOMMERN Tel. 56 56 32
Fax 55 083 89

1. Name: _____ Vorname: _____
Geburtsdatum: _____ Geburtsort: _____ Staatsangehörigkeit: _____
Privatanschrift: _____
(Straße, PLZ, Ort)
Dienstanschrift: _____
Telefon (privat, mit Vorwahl): _____ Telefon (dienstlich, mit Vorwahl): _____
Fax: _____ Fax: _____
E-Mail: _____ Handy: _____

2. Derzeitige Tätigkeit: Wortjournalist/in Bildjournalist/in

bei Zeitung Zeitschrift Anzeigenblatt
 öffentl.-rechtl. Rundfunk priv. Rundfunkanbieter Presseagentur
 Pressestelle Verwaltung Pressestelle Wirtschaft oder: _____

Sparte/Ressort: _____ Titel des Organs: _____

Name und Anschrift des Arbeitgebers: _____

- als Volontär/in Volontariatsdauer vom: _____ bis (voraussichtlich): _____

- Festangestellt als: Redakteur/in Ressortleiter/in Chef/in vom Dienst
 Stellvertr. Chefredakteur/in Chefredakteur/in
 verantw. Redakteur/in für

Festangestellt seit: _____ Berufsjahre (lt. Anstellungsvertrag): _____

- Freie(r) Journalist/in seit: _____ Pauschalvertrag ja nein

vorwiegend tätig für:

- Student/in* Studium voraussichtlich bis: _____

3. Nachweis der hauptberuflich (überwiegend) journalistischen Tätigkeit bzw. journalistischen Ausbildung

ist beigelegt: Redakteursvertrag Volontärsvertrag Honorarnachweis der letzten 6 Monate (in Kopie)
 Pauschalvertrag Immatrikulationsbescheinigung

4. Welcher regionalen Journalistenvereinigung im DJV-Landesverband möchten Sie angehören? _____
(Wahlweise Wohn- oder Arbeitsort)

5. Betriebsrats- oder Personalratstätigkeit ja nein

* Bei Studierenden der Fachrichtungen Journalistik, Publizistik, Zeitungswissenschaften oder Kommunikationsdesign (Fotografie), im Haupt- oder Nebenfach, genügt der entsprechende Studiennachweis. Studierende anderer Fachrichtungen müssen ihre journalistische Berufsabsicht in anderer Weise glaubhaft machen, z.B. indem sie nachweisen, daß sie

- ein Volontariat absolviert haben,
- journalistisch tätig sind (Beleg durch Zeitungsausschnitte, Einkommensnachweise o. ä.),
- in Redaktionen hospitierten oder hospitiert haben.

6. Statistische Angaben

(Sie erleichtern unsere gewerkschaftliche Arbeit sehr, wenn Sie folgende Fragen beantworten.)

a) **Schulbildung:** mittlere Reife Abitur Studium, Fakultät

Erreichter Abschluß: _____ (Für Studenten:) Angestrebter Abschluß: _____

Berufliche Ausbildung und bisherige Tätigkeit:

Volontariat von _____ bis _____ bei _____

Weitere berufliche Tätigkeiten:

von _____ bis _____ bei _____ als _____

von _____ bis _____ bei _____ als _____

von _____ bis _____ bei _____ als _____

b) **Mitgliedschaft in anderen Gewerkschaften oder journalistischen Berufsorganisationen:**

(bitte auflisten) _____

c) **Frühere Mitgliedschaft im DJV** von _____ bis _____

d) Versicherungen

Versorgungswerk der Presse: ja nein obligatorisch freiwillig

Künstlersozialkasse: ja nein

Betriebliche Altersversorgung: ja nein

Rechtsschutzversicherung: ja nein

Ich bin damit einverstanden, daß nach meiner Aufnahme in den Verband die vorstehenden Angaben elektronisch verarbeitet, insbesondere gespeichert und übermittelt werden können, jedoch nur im Rahmen der Zweckbestimmung des Mitgliedschaftsverhältnisses.

Hiermit beantrage ich die Mitgliedschaft im DJV-Landesverband.

Veränderungen der Angaben werde ich unaufgefordert mitteilen.

Ich habe erhalten:

1. Satzung des Landesverbandes
2. Rechtsschutzordnung
3. Mitteilung über die Beitragssätze

Ort: _____ Datum: _____ Unterschrift: _____

BEITRAGS-EINZUGSERMÄCHTIGUNG

Hiermit ermächtige ich den DJV-Landesverband, für den Fall meiner Aufnahme in den Landesverband, für die Dauer meiner Mitgliedschaft die von mir zu entrichtenden Mitgliedsbeitragszahlungen zu Lasten meines

Kontos bei der/dem _____
(genaue Bezeichnung der kontoführenden Sparkasse, Bank, Postgiroamt)

im Lastschriftverfahren quartalsweise halbjährlich jährlich abzubuchen.

Bankleitzahl: _____

Konto-Nr.: _____ Beitragshöhe: Euro _____

Ort: _____ Datum: _____ Unterschrift: _____

Mit Presse-Renten

Steuern sparen

Premium-Vorsorge für Medienmenschen



In 2013
4,5 %

Fehlt Ihre Pressestelle?

Anruf genügt, ab 80 EURO sind Sie dabei!

Telefon: 03 85/56 56 32 • Fax: 03 85/5 50 83 89

E-Mail: Info@djv-mv.de

**SPD-Landtagsfraktion
Mecklenburg-Vorpommern**

Fraktionsvorsitzender:
Dr. Norbert Nieszery

Parlamentarischer Geschäftsführer:
Heinz Müller

Fraktionsgeschäftsführerin:
Bettina Eberhardt

Pressesprecher:
Alexander Kujat

Tel.: 0385 525-2360 Mobil: 0173-9 11 09 35
alexander.kujat@spd.landtag-mv.de

Lennéstr. 1, 19053 Schwerin
Telefon: 0385 525-2355
Fax: 0385 525-2601
E-Mail: info@spd.landtag-mv.de



www.spd-fraktion-mv.de



Unternehmenskommunikation:
Anne Leibold

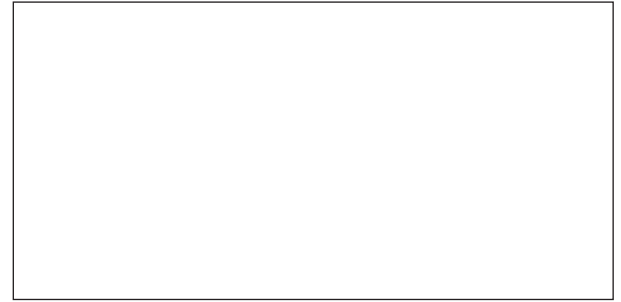
Unternehmenssprecherin:
Claudia Röhr
Tel. +49 (0) 3841 – 30306-412
Mail: claudia.roehr@german-pellets.de

German Pellets GmbH
Am Torney 2a
23970 Wismar
www.german-pellets.de

Deutscher Journalisten-Verband e. V.
LV Mecklenburg-Vorpommern
Schusterstraße 3
19055 Schwerin

Entgelt bezahlt

A 125 15 F



Anzeige

FrISChe Nachrichten
und neue Ideen



Deutschlands größter Bauernmarkt baut um und aus,
wird noch uriger und fantasievoller. Immer wieder er-
finden wir uns neu und schreiben Erfolgsgeschichten.

Pressekontakt: Nadja Schriever
(038202) 40 52 10 | presse@karls.de | karls.de



Bauernmarkt
in Rövershagen