



# editorial

11/8-9 07 July, 56

## Nicht die Menge machts?

### internationales

- 28 **Olympia in Geiselhaft**
- 28 **Grenzen der Pressefreiheit**  
Costa Rica: Keine Medienpräsenz für Andersdenkende
- 29 **Vogelfreie Chronisten**  
Im früheren Jugoslawien mehren sich Übergriffe gegen Journalisten
- 30 **Zweifel an Aufklärung im Mordfall Politkowskaja**
- 30 **Britisches Urteil stärkt Informationsrechte**
- 30 **Berlusconi Fernsehkette künftig mit Betriebsrat**
- 30 **Aktion für Abdul Karim al-Khaiwani, Jemen**

### rubriken

- 4 **Briefe an M**
- 32 **Service / Termine**
- 36 **Impressum**
- 36 **Leute / Preise**

Auf die Frage: Was willst Du künftig tun? antworten nicht wenige junge Leute sehr schnell: „Irgendetwas mit Medien!“ Genauer Nachfragen offenbart nicht selten falsche Vorstellungen beispielsweise vom Beruf eines Journalisten. Ein Stück weit ist das verständlich, weil Jungsein diese Unerfahrenheit immanent ist und weil die Medien selbst dieses Bild der Leichtigkeit eines öffentlich interessanten Jobs vermitteln, was ebenso in der Natur der Sache liegt. Die Faszination der Branche ist also ungebrochen und damit auch der Run auf Ausbildungs- und Studienplätze. Die Hochschulen surfen auf dieser Welle mit der Einrichtung neuer oder veränderter Studiengänge. Sie übertreffen sich dabei häufig in der Kreativität bei Namensgebungen und Kombivarianten kommunikativer Bereiche, mitunter auch solcher die nicht ohne weiteres vermehrt gehören wie PR und Journalismus. Die Bezeichnung vieler Studiengänge lässt den Studieninhalt nur erahnen. Reichen Kapazitäten oder Kompetenzen nicht aus, verschwindet ein Studien-

gang auch wieder. Dazu kommt die derzeitige Umstellung auf das Bachelor- und Mastersystem im gesamten deutschen Hochschulsystem, deren Auswirkungen auf die Ausbildungsqualität noch offen sind. Junge Studienanwärter im Bann der Medienbranche stehen derzeit vor Hunderten Angeboten. Toll! Oder gilt auch hier: Nicht die Menge machts? Was ist mit den Inhalten und der Qualität? Könnte mit mehr Übersichtlichkeit- und Nachhaltigkeit vielleicht Studienabbrüchen vorgebeugt werden? (Titelthema S. 8–13) Die Mühen der Ebene, den Druck der öffentlichen Aufgabe, erleben die Eleven in guten Praktika (S.13), in Volontariaten, spätestens mit dem Berufseinstieg. Kritische Spiegelung der eigenen Arbeit ist gefragt, um neben dem Handwerk auch die Inhalte in hoher Qualität, das heißt wahrhaftig und umfassend zu vermitteln. Immer wieder ist der Recherche-Prüfstein anzulegen. Dieser Qualitätsdebatte hat sich die Medienfachgruppe in ver.di verschrieben, sie zieht sich auch in dieser M wie

ein roter Faden durch die Beiträge. Mit einer Nachlese über die Berichterstattung zum G8 Gipfel (S. 14) werden neben der fragwürdigen Informationspolitik der Behörden auch die Fehlleistungen von Journalisten unter die Lupe genommen. Kritik ist ebenso angebracht, wenn Themen ausgeblendet, den Bürgern vorenthalten werden! (S. 15–16) Und die Behinderung freier Berichterstattung (S. 22) ist leider auch hierzulande immer wieder ein Thema, auch wenn deren Ausmaß in keinem Verhältnis zu den Einschränkungen der Pressefreiheit zum Beispiel im früheren Jugoslawien steht (S. 29).  
**Karin Wenk,**  
verantwortliche Redakteurin

Illustration: Hermann J. Heubrich



# aufgespießt

**Udo Seiwert-Fauti** | Bald ist es wieder soweit. Dann ist die all-herbstliche „Gewinnspiel Saison“ in den Privatsendern voll eröffnet. Das liegt nicht etwa daran, dass deutsche Privat- bzw. Kommerzsender zuviel Geld hätten, das sie gerne an die Hörer weitergeben möchten. Nein, es liegt an der alljährlich auch im Herbst stattfindenden Umfrage zur Medienanalyse. Wer jetzt nicht bei den Hörerquoten zulegt, verliert zukünftig viel Werbegeld. Also werden Hörer mit hohen Gewinnversprechen gelockt, vom Auto bis zu 100.000 Euro. Viele Gewinnspiele sehen oft gar keine Gewinner vor! Hauptsache die Hörer rufen an und die Quote steigt. Eine Reihe von Kolleginnen und Kollegen aus dem Privatradiobereich haben diese Spielchen satt, haben genug vom Hörerbetrug. Der Frust ist groß. Auch die „Öffentlich-rechtlichen“ machen in ihren Radioprogrammen Kritikpunkte aus. Und so waren sich die Teilnehmerinnen und Teilnehmer der Tagung „Radio Zukunft 2010“ der Bundeszentrale für politische Bildung in der Akademie für politische Bildung am Starnberger See einig, dass nun etwas geschehen müsse. Sie formulierten den „Tutzinger Appell“ und gründeten die Initiative „Fair Radio“. Endlich soll in vielen Redaktionen mal wieder die Recherche einziehen. Beiträge sollten nicht mehr nur wegen der Schnelligkeit oder der vermeintlichen Aktualität teilweise unre-

## Fair Radio

cherchiert ins Programm gehievt werden. Keine PR in redaktionellen Beiträgen! Auch müsse die „Schauspielerei“ abgeschafft werden. Da werden Beiträge angeblich von „vor Ort“ gesendet, bei denen aber niemand vor Ort war. Korrespondenten, die für alle arbeiten, werden urplötzlich zu eigenen Korrespondenten. All das kann doch nicht im Sinne des Radiojournalismus sein. Vor diesem Hintergrund fordert der „Tutzinger Appell“ ein offenes, transparentes und vor allem ehrlicheres Radio. Sechs Leitlinien wurden formuliert. Ziel ist es die Glaubwürdigkeit des Mediums Radio wieder zu stärken. „Nur Radio, das seine Hörer nicht belügt, wird als Medium im digitalen Zeitalter bestehen“, so die Überzeugung. Das ist anscheinend auf offene Ohren gestoßen, wie die Reaktionen beweisen. Interviews im Radio, großes Interesse im Internet, die Sache „Fair Radio“ ist ins Laufen gekommen. Die Bundeszentrale setzt sich ebenfalls mit der Plattform Hörfunker.de für mehr Qualität im Radio ein. Jetzt träumen alle einen Traum: Dass eines nicht zu fernem Tages viele Sender sich zum „Fair Radio Label“ bekennen und wieder stolz darauf sind, das ihr Programm verlässlich, ehrlich und transparent ist und das Tricks aller Art nicht mehr nötig hat. Das nämlich sind wir den Hörern schuldig! [www.fair-radio.de](http://www.fair-radio.de)