MEDIENPOLITIK

Nachhilfe für Entscheider

Ein neues Institut für Medien- und Kommunikationspolitik (IfM) mit Sitz in Köln und Berlin will von Januar 2005 an ein weithin brachliegendes Politikfeld reaktivieren: die Medienpolitik. Trotz wichtiger Themen und Trends wie der Digitalisierung und dem Einzug neuer Investoren wie bei der aktuellen Übernahme der Viva Media AG durch Viacom hat das Thema zuletzt massiv an politischem Stellenwert eingebüßt. Es fehlt an prägnanten Köpfen und vor allem an Sachkompetenz, die über die üblichen populistischen Wortmeldungen zum Thema Gebühren und Bundesliga im Fernsehen hinausreicht. So jedenfalls die Analyse des Ex-Grimme-Instituts-Chefs Lutz Hachmeister, der mit dem IfM nun Abhilfe schaffen will. Von Januar an will der Medienforscher, Buchautor und Filmproduzent („Schleyer") mit zunächst einer Hand voll Mitarbeiter und einem Budget von 850 000 Euro etwa eine Internet-Datenbank zu Medienkonzernen und -produzenten aufbauen, ein Handbuch zur Medienpolitik herausbringen und einen Vergleich der Qualitätspresse erarbeiten. Zudem will das Institut politische Entscheider und Unternehmen beraten. „Wir verfolgen keine ökonomischen Interessen", so der designierte Gründungsdirektor, „und werden unabhängig und neutral agieren." Bislang haben etwa das ZDF, Premiere und Holtzbrinck finanzielle und ideelle Unterstützung angekündigt.

NDR

Hachmeister

AXEL NICKOLAUS

NDR-Sinfoniker beim Schleswig-Holstein Musik Festival

GEBÜHREN

Spendabler Sponsor NDR

Während sich die Ministerpräsidenten, begleitet von Intendantenprotesten, am Donnerstag auf eine Verschiebung der Gebührenerhöhung auf Anfang April 2005 und eine Minderung der Summe von 1,09 Euro auf „deutlich unter einem Euro" verständigt haben, scheinen die betroffenen Anstalten noch Geld übrig zu haben. So hat der NDR seine Rolle als Kulturmäzen und „Medienpartner" des Schleswig-Holstein Musik Festival (SHMF) massiv ausgeweitet. Wenn am 10. Juli das diesjährige Musikfest beginnt, werden die Klangkörper der Anstalt wie das NDR Sinfonieorchester, die NDR Big Band, der NDR Chor sowie die NDR Radiophilharmonie insgesamt 14 Veranstaltungen bestreiten – doppelt so viele wie vor dem Amtsantritt des SHMF-Intendanten Rolf Beck. Für das Festival agiert der gebührenfinanzierte Medienpartner zu Traumkonditionen. So verbleiben, wie der NDR bestätigt, sämtliche Einnahmen aus den Kartenverkäufen bei den Veranstaltern – nach Auskunft eines Insiders immerhin bis zu 70 000 Euro pro Konzert. Auch für die Miete der Kieler Ostseehalle in Höhe von über 35 000 Euro für das Abschlusskonzert 2003 stand der NDR gerade. Zudem übernimmt die Anstalt auch die TV-Honorare für die Künstler. Allein für das Vorjahres-Abschlusskonzert stellte das SHMF mit Datum vom 9. September 2003 dafür pauschal 50 000 Euro in Rechnung – auch wenn in vielen der Künstlerverträge ausdrücklich keine gesonderten TV-Honorare vorgesehen sind. „Im Ergebnis", räumt NDR-Hörfunkprogrammdirektor Gernot Romann ein, „kann für das SHMF hier gegebenenfalls ein Überschuss/Defizit entstehen." SHMF-Intendant Rolf Beck ist auch Chef der NDR-Klangkörper.

VERLAGE

Sparen statt stürmen

Für Ärger sorgte in der Redaktion der „Süddeutschen Zeitung" („SZ") eine Mitteilung der Gesellschafter des Blattes. Danach hätten sie eine „Neuausrichtung" der „SZ" beschlossen, mit der die Zeitung „auf dem nationalen Markt" weiter wachsen wolle. Geprüft werde die Einführung einer täglichen Beilage. Tatsächlich, so leitende Redakteure, sei auf der Gesellschafterversammlung vergangene Woche eher ein weiteres Sparprogramm beschlossen worden. 39 Stellen in bayerischen Regionalbüros würden gestrichen. Die Mitarbeiter sollen nicht entlassen, sondern mit Aufhebungsverträgen zum freiwilligen Ausscheiden bewegt werden. Zudem wollten die Gesellschafter den Gebäudekomplex in der Sendlinger Straße, in dem die Zentrale der „SZ" sitzt, verkaufen. Die versprochene Offensive dagegen, so „SZ"-Redakteure, bleibe ein vager Plan. Seit längerem arbeiten sie an einer täglichen Beilage, intern „SZ 2" genannt, mit der vor allem jüngere Leser angesprochen und Anzeigenkunden gewonnen werden sollen. Doch die Gesellschafterversammlung stimmte der Beilage nicht abschließend zu, sondern will zunächst die wirtschaftlichen Erfolgsaussichten des Projekts mit einer Reihe von Testausgaben prüfen lassen.

THOMAS EINBERGER / ARGUM

„SZ"-Zentrale in München