



JOURNALILLE

Informationen für unsere Mitglieder

**Saarländischer
Journalisten Verband**

Gewerkschaft der Journalistinnen und Journalisten

Internet: www.saarcom.de/sjv
e-Mail: sjv@saarcom.de

Mit neuem Schwung gemeinsam an die Arbeit

Die Mitgliederversammlung hat Ende März Jörg Laskowski, Redakteur bei der SZ, zum neuen stellvertretenden SJV-Vorsitzenden gewählt. Er ist an die Stelle von Martin Rolshausen getreten, der kurz vor Ende des Streiks sein Amt niederlegte und inzwischen auch den Verband verlassen hat. Ich will nicht nachtreten; nur so viel: verstehen kann ich den Kollegen inzwischen nicht mehr.

Mit Jörg (Spitzname und Zeitungskürzel „fitz“) haben wir nun einen engagierten Zeitungsmann im Vorstand, der sich neuerdings auch bei den Streikleiterkonferenzen des DJV auf die unweigerlich kommenden künftigen Anschläge der Verleger auf die sozialen Besitzstände der Zeitungsredakteurinnen und -redakteure vorbereitet.

In diesem Zusammenhang noch ein Nachtrag zum Streik: im Gegensatz zu anderen Verlagen, bei denen es zum Teil heftige Sanktionen gegen Streikende gab, blieb dies bei der „Saarbrücker Zeitung“ bislang aus. Dies erkennen wir ausdrücklich an.

Außerdem gab es bei der SZ zwei Abteilungsversammlungen der

Redaktion. Beide Male waren Chefredakteur und Betriebsräte mit von der Partie.

Beide Male kam das Thema Arbeitszeiterfassung auf den Tisch.

Etliche Redakteure, vor allem aus den Außenredaktionen, klagten ihr Überstunden-Leid. Es folgten Verhandlungen zwischen Betriebsrat und Geschäftsführung. Und jetzt erklärt der Betriebsrat der SZ auf einem Aushang: „Die Verhandlungen zu Arbeitszeitfragen der Redaktion gestalten sich schwieriger als angenommen.“

War einmal eine pauschale Freizeitabgeltung für entstandene Mehrarbeit im Gespräch, muss der Betriebsrat mit Ernüchterung feststellen, dass bei Geschäftsführung und Chefredaktion vorerst davon nun keine Rede mehr ist. Eine Arbeitsgruppe soll bis spätestens Ende September in Technik und Arbeitsablauf Verbesserungs-

potentiale aufzeigen, um so das Entstehen von Überstunden zu verhindern“. Sagen wir mal so: Man darf gespannt sein, wie es weitergeht.



Aber es gibt auch Positives zum Ausgleich: Bei seiner konstituierenden Sitzung am 6. Mai hat der neue SJV-Vorstand unter anderem beschlossen, die Streik-Veteranen der SZ hin und wieder zum - hoffentlich heftigen - Gedankenaustausch am Stammtisch einzuladen, natürlich ins Carré (Selbstverständlich sind auch Redakteurinnen und Redakteure willkommen, die nicht gestreikt haben - das ist doch keine Frage).

Da wird sich bestimmt manch' spannendes Gespräch entspinnen. Schließlich ist in der Zwischenzeit ja allerhand passiert. Wir freuen uns auf jeden, der das dringende

Bedürfnis hat, zu diesem oder jenem Thema seine Meinung zu sagen oder gar Vorschläge zu machen, womöglich sogar dazu, wie sich die Redaktion künftig das Leben erleichtern könnte.

Neu im Vorstand sind neben Jörg Laskowski als Beisitzer Anja Geis (Online-Redakteurin beim SR) und Michael Beer (Redakteur bei der SZ). Beide bedeuten eine merklige Verjüngung des Vorstandes; auch sie sind mit Tatkraft bei der Sache. Packen wir's gemeinsam an.

Danken möchte ich Conrad Dawo, der sein Beisitzeramt zur Verfügung stellte, um dem Nachwuchs Platz zu schaffen. Conrad hat sich als früherer Vorsitzender, als Vater des Presseclubs und als „Verbandshistoriker“ um den SJV verdient gemacht. Allerdings zieht er sich nicht völlig zurück: als Mitglied im Landesmedienrat bleibt er uns auch weiterhin aktiv erhalten. Auch dafür sind wir ihm dankbar.

Herzliche Grüsse

Ihr

Schorsch Klein

Der Streik mobilisiert - auch lange danach



Die Tage im Streiklokal haben die Kolleginnen und Kollegen von der SZ zusammen geschweißt. Überrascht haben viele registriert, wer sich alles engagierte und wer alles das Wort ergriff.

Doch was kommt danach? Verliert sich nicht alles wieder im Alltagsgeschäft? fragten sich nicht wenige. Eine Auswirkung konnten die SJV-Mitglieder jedoch schon bei der Mitgliederversammlung feststellen: „Die

Verleger wollen meinen Beruf abschaffen. Die meisten Redakteure haben das noch nicht gemerkt. Ich möchte zeigen, dass man auch weiter lebt, wenn man sich wehrt.“

Mit diesen Worten stellte sich Jörg Laskowski (auf dem Foto rechts, vorne) vor und wurde zum 1. Stellvertretenden Vorsitzenden gewählt.

Fortsetzung Seite 4

Ein externer Berater macht das "Salü"-Programm

■ Seit der Vergabe der landesweiten UKW-Frequenz 103,7 im Dezember 2003 an die SR-Jugendwelle „Unser Ding“ liegen beim erfolgsvervöhnten Privatrado „Radio Salü“ die Nerven blank. Deuteten die Signale aus der Staatskanzlei Mitte letzten Jahres doch darauf hin, dass „Salü“ mit seinem zweiten Programm „Radio Salü Gold“ auf Sendung würde gehen können. Der französische Medienmulti „Lagardère“, dessen Tochter „Europe 1“ mit 45 Prozent an Radio Salü beteiligt ist, bemühte gar den französischen Kultusminister, entsprechenden Nachdruck beim saarländischen Ministerpräsidenten zu entwickeln. Es half nichts. Die Landesmedienanstalt, respektive die

Hörer und damit auch Werbekunden ab. Eine erste Konsequenz wurde bereits gezogen und „Radio Salü Gold“ zumindest vorläufig eingestellt.

Radio Salü strahlt mit 34,6 Prozent Höreranteil nach wie vor das im Saarland erfolgreichste Programm aus, auch wenn lukrative Gewinnspiele auf für Media Analysen relevanten Programmplätzen die Hörerzahlen hochpuschen und die Verweildauer der Salü-Hörerschaft zugleich rapide abnimmt. Der Sender gilt als Gelddruckmaschine. Er ist mit „Radio Rockland“ in Pirmasens, „100,5 Das Hitradio“ in Eupen und „Antenne AC“ in Aachen an drei weiteren Privatradios beteiligt. Während bundesweit Privatradios rückläufige Werbeeinnahmen von 10 bis 15 Prozent verzeichnen, belaufen sich die Verluste von „Salü“ derzeit auf 6 bis 8 Prozent. Insider der saarländischen Radioszene wollen sogar wissen, daß wiederum 70 Prozent dieser Verluste auf die mangelnde Kompetenz der Marketing-Leitung zurückzuführen seien. Inzwischen ist sogar der als verschlafen verurufene Aufsichtsrats-

Leiter der Marketingabteilung regelmäßig auf quotenrelevante Trends und hält das Informationsangebot auf einem gerade noch vertretbare Minimum.

gramm regelmäßig auf quotenrelevante Trends und hält das Informationsangebot auf einem gerade noch vertretbare Minimum. Die Personalstruktur des Senders (knapp 60 Mitarbeiter, davon etwa 30 Festangestellte) illustriert diese Entwicklung. Den Machern des Programms steht eine als aufgeblähte empfundene Marketingabteilung (9 Mitarbeiter) gegenüber, in der zudem eine hohe Fluktuation herrscht. Seit Mitte der 90er Jahre wurde die Zahl der Chefs vom Dienst von drei auf einen abgesenkt. An die Stelle eines Chefredakteurs ist ein stellvertretender Programmleiter getreten, dessen Kompetenz ausgewiesenermaßen nicht im Journalismus liegt.

Die Redakteure von „Salü“ stöhnen unter absurden Vorgaben: Fixierung auf O-Töne, Regionalisierung der Themen um jeden Preis, Verwendung von Kundenthemen, die Lancierung von Meldungen wichtiger Werbekunden. Und Werkstudenten werden sogar als Lieferanten von Programmen missbraucht, statt solide ausgebildet zu werden.

Zur Stimmungsaufhellung trägt die Tatsache wenig bei, dass die Entlohnung etwa ein Drittel unter dem Niveau der SR-Gehälter liegt, auch wenn sich Radio Salü an den jährlichen SR-Tarifabschlüssen orientiert. Und damit liegt das Gehalt immer noch besser als bei „JAM FM“, das sich schon jetzt den traurigen Ruf erworben hat, seine insgesamt 10 Mitarbeiter unterhalb der Schmerzgrenze zu bezahlen. Selbst als freier Mitarbeiter kann man bei Radio Salü noch ordentlich Geld verdienen. Den wenigen gut Verdienenden der Führungsetage steht allerdings die große Mehrzahl bescheiden entlohnter Mitarbeiter gegenüber. Andere Schwierigkeiten sieht der im Mai 2002 gewählte fünfköpfige Betriebsrat darin, grundlegende Mitbestimmungsrechte durchzusetzen. Allein drei Prozesse vor dem Arbeitsgericht sollten den Status der freien und festen Mitarbeiter klären.

Während die Geschäftsführung, um Präzedenzfälle zu vermeiden, hier eilig außergerichtliche Einigungen anstrebte, wartet sie in einer anderen Frage geduldig auf den Urteilspruch. Einmal mehr soll der externe Berater auf die veränderte Situation eine passende Antwort für „Salü“-Programm und Image liefern. Ob Geschäftsführer Meinecke an der Neuausrichtung des Senderprofils noch zur Gänze mitwirken wird - wer weiß. Die Gerüchte, daß er sich demnächst einen neuen Job suchen muß, verdichten sich immer mehr.



Staatskanzlei, entschied sich für eine Stärkung des angeschlagenen SR. Selbst die angebliche Drohung von „Salü“-Geschäftsführer Jan-Michael Meinecke, bei einer negativen Entscheidung bis zu 30 Prozent der Belegschaft zu entlassen, beeindruckte die Politiker bestenfalls kontraproduktiv.

Das sei Unsinn, behauptet Meinecke, er habe nur darauf hingewiesen, dass eine Berücksichtigung von „Unser Ding“ das Duale System beschädigen und Gefahr für ein mittelständiges Unternehmen wie Radio Salü bedeuten würde. Es seien Einnahmeverluste von bis zu 750 000 Euro zu befürchten, die die Personalkosten von etwa 10 Mitarbeitern oder 20 Prozent der Belegschaft abdecken. Die Konkurrenz - darunter der neu in Saarbrücken ansässige black-music-Sender „Jam-FM“, der zudem mit einer kleinen Frequenz bedacht wurde - fischte gerade bei einer wichtigen Kerngruppe - der 14 bis 29jährigen - bis zu einem Drittel „Salü“-

gewacht und hat den Leiter der Marketingabteilung ausgetauscht. Aber solange die Quote stimmt und die Dividenden regelmäßig überwiesen werden, kümmert er sich herzlich wenig um die vielfach beklagte Wandlung von Radio Salü zu einem austauschbaren Formatrado.

Denn spätestens seit der Inthronisierung (1998) des derzeitigen Geschäftsführers Meinecke ist nichts mehr von der anfänglichen Zielsetzung übriggeblieben, ein Radio mit hoher regionaler Identifikation und deutsch-französischem Charakter zu bieten. Die Hamburger Beratungsfirma „Coleman Research Europe“, die ihre Erfolgskonzepte bundesweit verkauft und allerorts für ein verwechselbares privates Hörfunkangebot sorgt, stylt das Salü-Pro-



Uwe Loebens

Fernsehen mit dem Charme eines Provisoriums

■ Wer den privaten Fernsehsender „Saar TV“ auf den Saarbrücker Saarterrassen besucht, glaubt eine merkwürdige Zeitreise zu unternehmen. Nachdem die Kirch-Pleite bundesweit den Medienboom entzaubert hat und Medienmogulen seither der Ruch des Halbseidene anhaftet, dümpelt hier eine verspätete Welle des Aufbruchs. Noch immer verbreitet der Sender den Charme des Vorläufigen, so als produziere er aus gerade geöffneten Umzugskisten heraus.

Für Karl Rauber, dem für Medienfragen zuständigen Staatssekretär in der Staatskanzlei, ist es keine Frage, ob das Saarland diesen zweiten Fernsehsender braucht. Als Mitglied einer Landesregierung, die den „Medienstandort Saarland“ proklamiert hat, muss er sogar darauf bestehen. Ein Medienstandort mit nur einem Fernsehanbieter, dem SR, übt wohl kaum genügend Anziehungskraft auf erhoffte Investoren aus. Um Saar TV am Leben zu erhalten, hat die Landesregierung deshalb allein im letzten Jahr einen beachtlichen Geldbetrag sozusagen als Kulturförderung zugesprochen. Und dass sich unter den Gesellschaftern auch die Saarland Sportfoto GmbH befindet, wertet Rauber als eine Art ideellen Sponsorings.

Der vor mehr als sieben Jahren mit 5 Mio. Euro gegründete Sender steht finanziell mehr denn je auf tönernen Füßen. Gründungsmitglied und Hauptgesellschafter, die Media Information Broadcasting (MIB), die u.a. dem SR Filmbereiche zuliefert und Kamerateams vermittelt, hat Saar TV ohnehin von Beginn an als Abschreibungsprojekt betrachtet. Sie scheint sich inzwischen selbst in schwierigem Fahrwassern zu bewegen. Die Klagen über die schlechte Zahlungsmoral von MIB gegenüber den von ihr engagierten Kamerateams häufen sich - trotz der vom SR garantierten 260 Drehtage. Und Insider bewerten den Einstieg des MIB-Teilhabers und Saar TV-Geschäfts-

führers Frank Eckstein in eine Anwaltskanzlei als erste Absetzbewegung.

Frank Eckstein bestätigt zwar, dass zuletzt Verluste bei den Werbeeinnahmen zu verzeichnen waren. Aber im Gegensatz zu anderen regionalen Fernsehsendern, denen die Kirch-Pleite das Genick brach, habe Saar TV die Krise umschiff. Ausschlaggebend dafür sei ein auf regionale Kunden ausgerichtetes, stetig neu zu entwickelndes Werbeangebot. Daneben verdiene der Sender Geld mit sogenannten Informercials und Auftragsproduktionen. Er verkaufe an fast alle großen Sendeanstalten Bild- und Tonmaterial für Berichte aus der Region. Auch die Untervermietung der Frequenz außerhalb der Saar TV-Sendezeiten an „Neun Live“ wird sich rechnen.

Die nahe liegende Gefahr einer unlauteren Vermischung von der für den Privatsender überlebensnotwendigen Werbung und Information wird dabei von Saar TV nicht



gesehen. Auch wenn bei einer Serie wie „Innovatives Saarland“ die Grenze zur Firmenwerbung kaum mehr zu ziehen ist - in der Regel achtet die Landesmedienanstalt auf die Kennzeichnung von Werbesendungen. Dagegen versage, so Eckstein, zu Lasten der Privaten die Selbstkontrolle der öffentlich-rechtlichen Sender kläglich. Es sei dabei an die als Magazin getarnte SR-Dauerwerbesendung „Wellness“ erinnert oder an die Abtrennung der Wetterinformation vom

„Aktuellen Bericht“, um zwei zusätzliche Sendeplätze für das Sponsoring der Deutschen Bahn zu schaffen.

Die knappen Finanzen würden zwangsläufig durch „gesteigerte Leidenschaft der Mitarbeiter kompensiert“, so Eckstein. Chefredakteur Stefan Kühlein versucht mit insgesamt 18 Mitarbeitern (2 Redakteure, 6 freie ModeratorInnen, der Rest Azubis) täglich ein fünfständiges Programm auf die Beine zu stellen. Besonders nach dem mit der Kirchpleite Saar TV den Zugriff auf dessen Spielfilmarchiv verlor, gelingt dies nur mit einer Vielzahl von Wiederholungen und mit Selbstaussbeutung bei beschämender Entlohnung.

Ganz im Sinne des sog. Ballungsraumfernsehens, das auf die „punktgenaue Ansprache der attraktiven, Konsum orientierten, urbanen Zielgruppe“ der 14- bis 49-jährigen setzt, will Kühlein mit regionaler Informationskompetenz

bzw. mit bürgernahem Info- und Entertainment überzeugen. Der Mix aus - hier bleibt Kühlein unerbittlich - seriösen Regionalnachrichten, Boulevard und Sport in den „Saar News“ etwa soll den Zuschauern ein saarländisches Identifikationsangebot offerieren. Ständig werden, um Sendeplatz zu füllen, neue Formate von unterschiedlichem Niveau entwickelt. Während das von Eckstein ausgedachte „Erotik-Horoskop“ ein peinlicher Programmunfall war,

bietet z. B. das für ein Privatfernsehen ungewöhnliche, von Energis, Saartoto und Staatstheater gesponserte „Theater - Theater“ eine respektable Kulturinformation.

Die etwa 83.000 Zuschauer täglich stört es wenig, dass die Qualität des Programms mit dem Talent und dem Engagement der Azubis, die es im Wesentlichen erstellen, steht oder fällt.

Die Mehrzahl der Sendungen wirken demnach auch, als übe Saar TV Fernsehen noch ein. Der Sender ist sogar stolz auf seine Erfolge bei der Ausbildung von Videojournalisten und Mediengestaltern, die in großen Anstalten einen Arbeitsplatz gefunden hätten.

In der Tat bietet Saar TV angehenden Fernsehmachern die einmalige Chance, sich von Beginn an mit schnell gesteigerter Eigenverantwortlichkeit in allen Bereichen der elektronischen Berichterstattung zu qualifizieren. Kritiker halten aber auch hier einen Wermutstropfen bereit. Kaum hätten die Videojournalisten und Mediengestalter ihre Ausbildung abgeschlossen, müssten sie ihren Platz für kostengünstigere Azubis wieder räumen.

Auf Dauer aber ist der Sender mit seiner Abhängigkeit vom Nachwuchs weder qualitativ und schon gar nicht finanziell zu halten. Ein Programm- und Werbeverbundsystem mit Ballungsraumsendern auf der Achse Mannheim, Frankfurt scheint mehr Erfolg zu versprechen.

Und wenn es, so Eckstein, gelänge, bei den großen Privaten ein von Saar TV bestrittenes Saarland-Regionalfenster, wie es für andere Bundesländer bereits existiert, zu öffnen, dann wäre viel gewonnen. Vielleicht fragt man sich dann auch nicht mehr, ob das Saarland wirklich einen zweiten Fernsehsender braucht.

Der Streik mobilisiert - auch lange danach

Die SZ-Kollegen zeigen Präsenz im Vorstand

Fortsetzung von Seite 1

■ Ähnlich drückte sich Michael Beer aus: Er habe aus der Streikzeit gelernt, dass man den Hintern hochkriegen müsse, um etwas zu bewegen. Wenn er im Vorstand etwas dazu beitragen könne, wolle er das gerne tun. Die Mitglieder wählten ihn auch prompt als Beisitzer.

Die beiden Kollegen von der Saarbrücker Zeitung setzten das um, das der Vorsitzende Hans-Georg-Klein zuvor angesprochen hatte. Der Streik sei das größte Ereignis dieses Jahres und auch seit Bestehen des Verbandes gewesen. Zum ersten Mal sei eine Redaktion der Tageszeitung in den Streik gegangen. 90 Prozent hätten sich für den Streik ausgesprochen und 80 Prozent beteiligt. Das zeige, wie die Stimmung in der Belegschaft geherrscht habe. Ein Novum auch: Die Redakteure „sagten denen da oben, was sie wollten und hörten sich keine Monologe an“. Die Kolleginnen und Kollegen können, so Klein, stolz auf sich sein. Das Ergebnis dagegen sei miserabel und traurig. Aber alle hätten daraus gelernt: „Wenn wir an einem Strick ziehen, können wir etwas erreichen“.

Klein hob auch die gute Zusammenarbeit mit den Kollegen von ver.di hervor. Der SJV werde die „Streikmannschaft“ regelmäßig zusam-

menholen. In Richtung Verleger sagte Kollege Klein: „Im nächsten und übernächsten Jahr wird es noch viel haariger“.

Neu im Vorstand auch Anja Geis, Onlinerin vom Saarländischen Rundfunk. Wieder gewählt wurden neben dem Vorsitzenden Hans-Georg Klein (mit großer Mehrheit) Ulli Wagner als 2. Stellvertreterin, Fred Eric Schmitt als Generalsekretär, Klaus-Dieter Tiator als Schatzmeister, Lisa Huth als Schriftführerin sowie Uwe Bellhäuser, Gerhard Franz und Dietmar Klostermann als Beisitzer, alle einstimmig. Der Schatzmeister beschrieb die Kassenlage als „weiterhin gut“. Der SJV schreibe schwarze Zahlen. Durch eiserne Haushaltsführung seien die Ausgaben erheblich gesenkt worden. Die Rechtsschutzfälle seien dagegen um ein Vielfaches angestiegen, daran werde sich vorläufig auch nichts ändern.

Derzeit ist, so Tiator, keine Beitragserhöhung geplant. Eine Veränderung der Beitragsordnung steht erst im Laufe des Jahres an, der SJV wartet auf die Vorschläge des Bundesverbandes. Das Thema „Gender Mainstreaming“ fand in der Mitgliederversammlung großes Interesse, wurde zunächst aber nicht behandelt.

Lisa Huth



Gäste beim SJV-Verbandstag waren Ulli Heuser, Vorsitzender des Hessischen Journalistenverbandes, und DJV-Vorstandsmitglied Barbara Deller-Leppert.



Bitte vormerken: SJV-Verbandsausflug vom 30.10. bis 1.11. nach Paris

Eigentlich wollten wir ja im Mai an den Bodensee. Aber der Streik bei der SZ hatte die Kräfte gebunden und eine vernünftige Planung unseres Jahresausflugs nicht mehr zugelassen. Nachdem sich jetzt auch wieder an unbeschwerter Geselligkeit denken lässt, folgen wir der Anregung einiger KollegInnen und schlagen Paris als neues Ziel vor. Vor zehn Jahren waren wir zum letzten Mal gemeinsam dort, und viele haben die Tage in dieser schönen Stadt noch in guter Erinnerung.

Bitte vormerken: Reisettermin ist der 30. Oktober bis 1. November (Sa.; So. Mo. (Allerheiligen). Bus und Hotel (Mercure-Defense) sind reserviert. Weiteres demnächst in einem Rundschreiben.

Neue Sprecher der Fachgruppen

■ Beim Fachgruppen-Treffen am 1. Juni 2004 wurden für die Bereiche "Junge", "Freie" und "Rundfunk" neue Sprecher gewählt. Sie sind Ansprechpartner des jeweiligen Fachbereichs und werden künftig zu allen SJV-Vorstandssitzungen eingeladen.

■ Der Fachausschuss Junge Journalisten wird vertreten durch Gudrun Walker, Volutarin bei der Saarbrücker Zeitung (0681/502-2603; 0179 - 465 46 82; g.walker@sz-sb.de; gudrunwalker@aol.com).

■ Sprecher des Fachausschusses Freie Journalisten ist Kai Florian Becker (0681-8579267; KAIFLORIAN@aol.com).

■ Der Fachausschuss Rundfunk wird geleitet von Martin Grasmück (SR); (0681/602-3056; 0170/54 03 061; mgrasmueck@sr-online.de). Stellvertreterin ist Ulli Wagner. Die stellvertretenden Sprecher der beiden anderen Fachausschüsse sollen in einer der nächsten Sitzungen nachgewählt werden.

IJF wählt Uli Rimmel in den Vorstand

■ Der stellvertretende Bundesvorsitzende des Deutschen Journalisten-Verbandes Uli Rimmel wurde erstmals in den Vorstand der Internationalen Journalisten-Föderation (IJF) gewählt. Darüber hinaus bestätigte der 25. IJF-Kongress vom 26. bis 30. Mai in Athen den Australier Christopher Warren in seinem Amt als Vorsitzender. Der 49-jährige Rimmel ist im Hauptberuf als Redaktionsleiter bei der Rheinpfalz tätig, seit 2002 frei gestellter Betriebsratsvorsitzender. „Auf der internationalen Ebene will ich mich vor allem um das Arbeits- und Betriebsrätereck kümmern“, kündigte er an.

Im Vorstand der IJF folgt Uli Rimmel auf das ehemalige DJV-Vorstandsmitglied Gustl Glattfelder. Er hatte 14 Jahre lang im Vorstand der IJF mit Engagement für die Rechte von Journalistinnen und Journalisten in aller Welt gekämpft.

JOURNAILLE

Infos für SJV-Mitglieder

Herausgeber: Saarländischer Journalistenverband (SJV)
St. Johanner Markt 5
66111 Saarbrücken
Telefon: (0681) 390 86 68
Fax: (0681) 390 86 56
e-Mail: sjv@saarcom.de
Internet: www.saarcom.de/sjv
Redaktion: Fred Eric Schmitt
Druck: GBQ, Völklingen
Fotos: R. Oettinger