JournalistenBlatt 2 2013

Die Journalistenverbände informieren Ausgabe 2 | 2013

Journalistenzentrum DEUTSCHLAND

DPV Deutscher Presse Verband

bdfj: bundesvereinigung der fachjournalisten

Foto: Sam72

Journalistische Sorgfaltspflicht: Indizienberichte bergen oft Gefahren einer Vorverurteilung durch die Öffentlichkeit

Höchst verdächtig …

Was Journalisten bei Verdachtsberichterstattung beachten müssen

Die Thematik der so genannten Verdachtsberichterstattung und die Voraussetzungen, unter denen sie zulässig ist, war in den vergangenen Jahren mehrfach Gegenstand von Fachartikeln. Dieser Beitrag nimmt ein aktuelles Urteil des Bundesgerichtshofes vom 19. März 2013, Az. VI ZR 93/12, zum Anlass, um noch einmal auf die Umstände einzugehen, die vorliegen müssen, damit die Berichterstattung über Personen oder Personengruppen zulässig ist, die der Begehung von Straftaten verdächtigt werden.

Nichts ist doch so spannend und bisweilen amüsant, wie in den Niederungen der menschlichen Seele bzw. anderer Leute Giftschränken zu stöbern. Glücklicherweise sind wir in Deutschland durch das verfassungsmäßig garantierte Persönlichkeitsrecht weitgehend davor geschützt, dass Details über etwaige Konflikte mit dem Gesetz allein zum Amüsement Anderer in die Öffentlichkeit getragen werden. Dies gilt allerdings nur soweit, wie das Persönlichkeitsrecht des Betroffenen das öffentliche Informationsinteresse nicht überwiegt. Dies indes ist stets eine Frage des Einzelfalls. Insoweit verbietet sich jede schematische Lösung.

Verdachtsberichterstattung ist zunächst einmal ein Privileg der Medien. Grundsätzlich darf nämlich bereits über den Verdacht einer Straftat oder eines sonstigen Missstandes berichtet werden, wenn daran ein besonderes öffentliches Informationsinteresse besteht. Weil das wiederum zur öffentlichen Vorverurteilung führen kann, gelten hierfür aber besondere Sorgfaltsmaßstäbe:

Liebe Kollegen,
sehr geehrter Leser,

die Übernahme von Prozesskosten sowie die Rechtsvertretung von Journalisten, welche im Rahmen ihrer Arbeit mit juristischem Neuland konfrontiert werden, ist ein Schwerpunktthema der Berufsverbände DPV und bdfj. Die Leistung Grundsatzentscheidung ermöglicht, Fragen gerichtlich klären zu lassen, zu dessen Verfahrensfinanzierung der Einzelne meist nicht in der Lage wäre. Das betrifft auch den Gang in höhere und höchstrichterliche Instanzen. Denn wer gegen einen Goliath antritt, für den die Kosten eines Rechtsstreits eine untergeordnete Rolle spielen, braucht einen starken Partner im Rücken. Darüber berichten wir auf den ersten Seiten.

Aufmerksam machen möchten wir Sie auf die komplett überarbeitete Datenbank Journalisten-im-Netz.de. Seit über 1 ½ Jahrzehnten bestehend, setzt diese mit dem aktuellen Relaunch wieder Maßstäbe, an denen unser Team seit Monaten gearbeitet hat. Auf Seite 13 gibt es einen ersten Überblick – und unter www.Journalisten-im-Netz.de die Möglichkeit zur Teilnahme.

Das Journalistenzentrum Deutschland kooperiert eng mit den maßgeblichen Organisationen, welche gemeinsam mit uns für die Pressefreiheit kämpfen. Diese brauchen Ihre Hilfe! (Seite 22)

Danke sagt
Ihre Redaktion des JournalistenBlatt

1. Der BGH und die BILD Zeitung

In dem aktuellen Fall, den kürzlich der BGH zu entscheiden hatte, war ausnahmsweise ein Journalist selbst Betroffener der Berichterstattung durch die Medien. Der Kläger war bis zu ▶

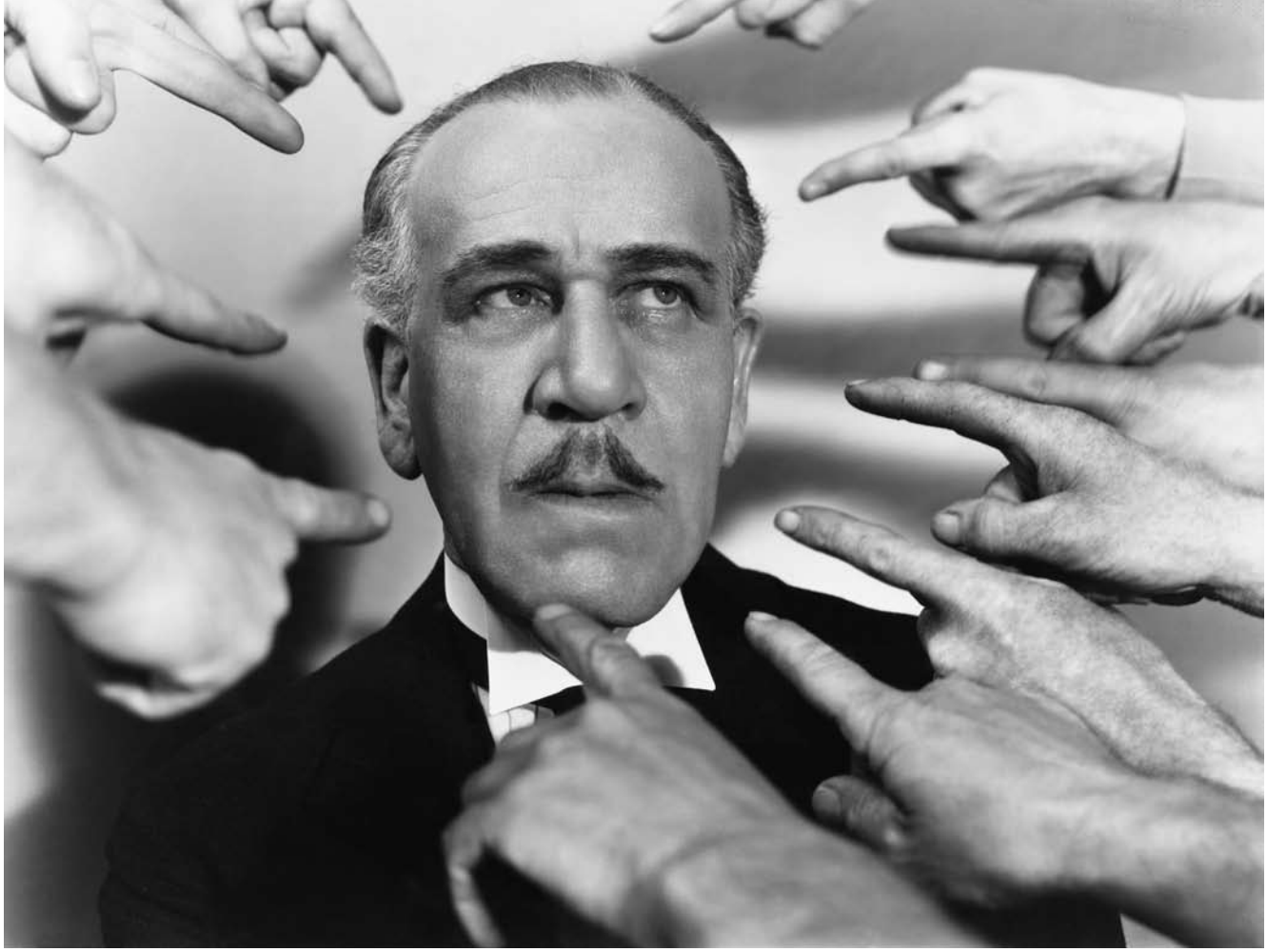

Foto: Everett Collection

Eine durch Medienberichterstattungen bewirkte Stigmatisierung kann das Persönlichkeitsrecht verletzen

seiner Verhaftung im März 2010 wegen des Verdachts der Vergewaltigung einer damaligen Freundin als Fernsehmoderator und Journalist tätig. Er wendete sich mit seinem Unterlassungsbegehren gegen eine ihn betreffende Online-Berichterstattung, welche der Beklagte -während eines gegen den Kläger geführten Strafverfahrens- im Internetportal bild.de betrieb.

Kurz nach seiner Verhaftung hatte eine intensive Medienberichterstattung über das gegen ihn wegen schwerer Vergewaltigung und gefährlicher Körperverletzung eingeleitete Strafverfahren eingesetzt. Außerdem war sein bis zu diesem Zeitpunkt der breiten Öffentlichkeit unbekanntes Privatleben, insbesondere seine Beziehungen zu Frauen, Ziel der Berichterstattung.

Durch ein (rechtskräftiges) Urteil wurde er bereits vor einiger Zeit von den Tatvorwürfen freigesprochen.

In dem vom Bundesgerichtshof verhandelten Rechtsstreit hat der Kläger das verklagte Presseorgan auf Unterlassung der Veröffentlichung in Anspruch genommen. Gegenstand des Rechtsstreits waren Äußerungen in einem Artikel mit der Überschrift „Magazin ‚Focus‘ veröffentlicht intime Details – Der K….-Krimi: Neue Indizien aus der Tatnacht“.

Anlass der Publikation waren bekannt gewordene Passagen aus der Einlassung des Klägers in seiner ersten richterlichen Vernehmung. Das Protokoll dieses Verhörs wurde später in der öffentlichen Hauptverhandlung im Strafverfahren verlesen.

Das vorinstanzliche Landgericht hatte die Beklagte verurteilt, jene Äußerungen wie in dem Artikel vom 13. Juni 2010 zu unterlassen, aus denen sich Rückschlüsse auf die sexuellen Neigungen des Klägers ergeben. Das Oberlandesgericht hatte die Berufung der Beklagten zurückgewiesen.

Auf die Revision der Beklagten hat der unter anderem für den Schutz des allgemeinen Persönlichkeitsrechts zuständige VI. Zivilsenat des Bundesgerichtshofs die Unterlassungsklage abgewiesen.

Wegen der aus dem Rechtsstaatsprinzip (Art. 20 Abs. 3 Grundgesetz) folgenden und in Art. 6 Abs. 2 der europäischen Menschenrechtskonvention anerkannten Unschuldsvermutung und einer möglichen, durch die Medienberichterstattung bewirkten Stigmatisierung war die Veröffentlichung im Juni 2010 wegen einer Verletzung des Persönlichkeitsrechts des Klägers rechtswidrig. Ein Unterlassungsanspruch des Klägers besteht nach Angaben der Richter gleichwohl nicht. Nach Verlesung des Protokolls über seine haftrichterliche Vernehmung in der öffentlichen Hauptverhandlung war eine aktuelle Prozessberichterstattung unter Einbeziehung der beanstandeten Äußerungen zulässig. Infolgedessen ist die für den Unterlassungsanspruch erforderliche Wiederholungsgefahr entfallen. Der Unterlassungsanspruch ist auch nicht wieder neu entstanden.

Der Kläger hat sich mit seinem Unterlassungsantrag gegen die aktuelle Berichterstattung im Strafverfahren gewandt. Umstände dafür, dass die Beklagte eine erneute Veröffentlichung in dieser Form vornehmen könnte, waren nicht ersichtlich. Soweit dazu.

2. Es kann jeden Journalisten (be)treffen

Ein Mitglied des DPV Deutscher Presse Verband – Verband für Journalisten musste unlängst erfahren, was es bedeutet, wenn sich eine in herausgehobener öffentlicher Position befindliche Person dagegen wehrt, mit der Berichterstattung über ein laufendes Strafverfahren konfrontiert zu werden.

Das Mitglied hatte in der Internetausgabe eines Magazins darüber berichtet, dass „…eine Tierärztin und Präsidentin der Tierärztekammer…“ vertrauliche Daten der Kammermitglieder an die Presse weitergegeben habe.

Dagegen wandte sich die betroffene Ärztin und überzog die Journalistin mit einer ganzen Serie von Abmahnungen, einstweiligen Verfügungen und Hauptsacheverfahren. Gegenstand der Berichterstattung waren in allen Fällen Artikel über laufende Strafverfahren in Bezug auf den Tatbestand des Verrats von Privatgeheimnissen durch Weitergabe von Namen an Presseorgane.

Dies wollte die Tierärztin nicht hinnehmen und erwirkte vor dem Landgericht Hamburg mehrere einstweilige Verfügungen gegen die Journalistin, die in jedem der Fälle zur Unterlassung ihrer Berichterstattung verurteilt wurde. Das Journalistenzentrum Deutschland hatte im Rahmen seiner Leistungen für die Mitglieder seiner Trägerverbände DPV und bdfj die Prozessfinanzierung übernommen, weil es galt, hier eine sogenannte Grundsatzentscheidung herbeizuführen (www.grundsatzentscheidung.org).

Eines der vorgenannten Verfahren ging nun in die Berufung, in der auch das Hanseatische Oberlandesgericht bescheinigte, es habe sich um eine unzulässige, weil nicht den Voraussetzungen des Bundesgerichtshofes für die Zulässigkeit einer Verdachtsberichterstattung entsprechende journalistische Aufarbeitung des aktuellen Tagesgeschehens gehandelt. Über einen Verdacht darf nur berichtet werden, wenn an der Information ein berechtigtes Interesse der Öffentlichkeit besteht. Hierzu ist es grundsätzlich notwendig, dass es sich um einen aktuellen Fall schwerer oder in anderer Weise hervorstechender Kriminalität handelt. In Einzelfällen kann aber ebenfalls ein Fall von kleiner oder mittlerer Kriminalität ein solcher Sachverhalt sein, der von öffentlichem Interesse ist und eine Verdachtsberichtserstattung rechtfertigt (LG Köln, AfP 2003, 563, 564).

Grundsätzlich kann auch ein sich später als falsch herausstellender Verdacht zum zulässigen Gegenstand der Berichterstattung gemacht werden. Allerdings sind dabei an die Recherche erhöhte Anforderungen zu stellen - es ist insbesondere eine Eigenrecherche vorzunehmen. Eine Bezugnahme auf das „Hörensagen“ ist demgegenüber genauso wenig ausreichend wie eine einfache Bezugnahme auf ansonsten privilegierte Quellen (Nachrichtenagenturen, aber auch Pressemitteilungen der Justiz). Solche Quellen müssen in diesem Fall eben so weit wie möglich nachrecherchiert werden. Es muss besonders geprüft werden, ob eine Verlautbarung aus jenen Quellen nicht ihrerseits den geschützten Rahmen einer Verdachtsberichterstattung sprengt, etwa durch eine buchstäbliche öffentliche Vorverurteilung.

Im Zuge einer Verdachtsberichterstattung müssen stets auch Tatsachen und Argumente Berücksichtigung finden, die für die Unschuld des Betroffenen streiten (BVerfGE 35, 202, 232). Insbesondere muss dem Betroffenen die Möglichkeit zur Stellungnahme ge- ▶

Foto: Everett Collection

Auch der Betroffene muss die Gelegenheit erhalten, Stellung zu nehmen

Foto: Everett Collection

Sind Kinder oder Jugendliche betroffen, gilt besondere Zurückhaltung!

Foto: Everett Collection

Erfolgt ein Freispruch, sollten die Medien auch darüber berichten

boten werden (BGH, NJW 2000, 1036, 1037 m.w.N. = BGHZ 143, 199 ff.), er muss Gelegenheit haben, sich zu dem konkreten Verdacht zu äußern. Weiter muss seine Stellungnahme in die Berichterstattung eingehen.

Die Verdachtsberichterstattung darf keine Vorverurteilung des Betroffenen enthalten. Sie darf nicht den Eindruck erwecken, der Betroffene sei schon überführt. Eine durch Sensationslust geprägte, bewusst einseitige oder verfälschende Darstellung ist unzulässig (BVerfG, NJW 2009, 350). Somit ist beispielsweise auf die Bezeichnung "mutmaßlicher Täter" zurückzugreifen.

Im Verdachtsstadium ist eine identifizierende Berichterstattung wegen der „Prangerwirkung" für den Betroffenen nur dann zulässig, wenn in der Identität ein eigener Informationswert liegt (BVerfG, NJW 2009, 350 ff.) und der Artikel sich an die bereits genannten publizistischen Grundsätze hält. Das bedeutet: Die Zulässigkeit einer Verletzung der persönlichen Sphäre eines mutmaßlichen Täters durch eine Verdachtsberichterstattung wird durch den Grundsatz der Verhältnismäßigkeit begrenzt. Mit der Folge, dass stets eine Einzelfallentscheidung notwendig ist, wann eine Berichterstattung unter Namensnennung und Abbildung konkret zulässig ist (BGH NJW 2006, 599, 600). Dabei kann im Rahmen der vorzunehmenden Abwägung zwischen dem allgemeinen Persönlichkeitsrecht des mutmaßlichen Täters und des öffentlichen Informationsinteresses unter anderem auch die Schwere der zur Last gelegten Straftat für die Zulässigkeit einer Berichterstattung sprechen.

Insoweit sind nun bei einer Bildberichterstattung, die den Betroffenen zeigt, die Vorschriften der §§ 22 ff. KUG und die dazu entwickelten Grundsätze zur zulässigen Bildberichterstattung zu beachten. Hierbei ist insbesondere relevant, dass ein Verdächtiger bei aufsehenerregenden Straftaten regelmäßig zur "Person der Zeitgeschichte" i.S.v. § 23 KUG wird.

Die bloße Tatsache, dass gegen jemanden ein Ermittlungsverfahren läuft, rechtfertigt jedoch grundsätzlich noch keine (identifizierende) Berichterstattung (OLG Düsseldorf, AfP 1995, 500, 501). Genauso ist bei Beteiligung von Kindern und Jugendlichen Zurückhaltung bei der identifizierenden Berichterstattung geboten (BGH NJW 2006, 599, 600). Stellt sich im Nachhinein der geäußerte Verdacht als falsch heraus oder erfolgt ein Freispruch, so sind die Medien gehalten, auch hierüber zu berichten (Presse-kodex-RiLi 13.2).

Rechtsfolgen einer unzulässigen Verdachtsberichterstattung können die üblichen medienrechtlichen Ansprüche, insbesondere Unterlassung, Berichtigung, Geldentschädigung und Schadensersatz sein.

Auch wenn das Mitglied der Berufsorganisation im vorliegenden Fall unterlegen ist, war es doch wichtig, durch gerichtliche Klärung klare Richtlinien für Berichterstatter in künftigen Fällen dieser Art zu schaffen. Alle Journalisten, als Mitglieder von DPV oder bdfj, sind dazu aufgerufen, sich vertrauensvoll an die Verbände zu wenden, sofern sie der Auffassung sind, ihr Rechtsfall berühre ebenfalls die rechtlichen Interessen anderer Kollegen. Die Verbände werden jeden Einzelfall daraufhin überprüfen, ob eine Übernahme von Prozessführung und -finanzierung zur Rechtsfortbildung in Betracht gezogen werden kann. Die Grundsatzentscheidung kommt der Entwicklung der Gesetzgebung, der Judikatur und der Rechtspflege zugute. Mit dieser Leistung bieten die Berufsverbände ihren Mitgliedern die Möglichkeit, einen wichtigen Rechtsstreit selbst bei hohem Streitwert und 5-stelligen Verfahrenskosten durchzusetzen. Denn was heute noch das Problem eines einzelnen Journalisten ist, kann schon morgen Auswirkungen auf die ganze Medienlandschaft haben. So dient die Grundsatzentscheidung einer erhöhten Rechtssicherheit und damit allen Journalisten. Nähere Informationen zum Thema gibt es unter www.grundsatzentscheidung.org.

Olaf Kretzschmar ist der Spezialist für Medien- und Presserecht im Journalistenzentrum Deutschland. Er steht den Mitgliedern von DPV und bdfj auch innerhalb der kostenfreien Rechtsberatung für Fragen zur Verfügung.
Der Journalist und Hausjustiziar führt eine eigene Kanzlei (www.kiel-recht.de) und verfasst im „Brennpunkt Recht" regelmäßig Fachartikel.

Rangkämpfe werden bei Männern nicht im sanften Dialog, sondern durch starkes Auftreten geführt

Foto: Maridav

Gorillas im Nebel

Wie Frauen mit Männern im Journalismus erfolgreich arbeiten

Männer und Frauen sprechen unterschiedliche Sprachen. Wollen Sie sich als Journalistin gegenüber Ihren männlichen Kollegen behaupten, sollten Sie zumindest ein paar Floskeln beherrschen.

Auseinandersetzungen haben für Männer meist sportlichen Charakter

Während männliche Medienschaffende unbewusst sehr auf die Verteidigung ihres Territoriums, meist in Gestalt eines Büros, des geliebten Automobils oder auch des persönlichen Redaktionsparkplatzes achten, spielt für Frauen diese Form von Revierverhalten normalerweise keine Rolle. Haben Sie schon einmal das Büro Ihres Kollegen betreten, ohne vorher anzuklopfen oder zumindest im Türrahmen kurz zu warten? Ja? Dann wissen Sie, was ich meine. Frauen, die sich regelmäßig darüber wundern, weshalb ihr sonst so sanftmütiger Klaus im Straßenverkehr zur mordlustigen Bestie mutiert, kennen jetzt den Grund: Klaus' Automobil ist sein Revier und wer ihm zu nahe kommt, wird verjagt.

Auch Rangspiele in Form von kleinen, harmlosen Sticheleien oder Statussymbole besitzen für Männer große Bedeutung. Frauen können einfach nicht verstehen, dass sich Männer gegenseitig leidenschaftlich gerne ansticheln, ohne anschließend sauer aufeinander zu sein.

„Toll siehst du aus. Hattest du einen Unfall?"

Sätze wie dieser sind unter Männern keine Seltenheit. Jetzt stellen Sie sich vor, ein Mann wirft einer Frau einen derartigen Spruch zu. Während der Kollege mit einer deftigen Antwort kontert und sich beide zufrieden auf die Schultern klopfen, wäre die Kollegin einige Wochen lang tödlich beleidigt. Außerdem fragt sie sich anschließend tagelang, was an ihrem Aussehen falsch sei. Männer finden nichts Ungewöhnliches daran, Hiebe auszuteilen und auch einzustecken. Auseinandersetzungen besitzen für ▶

Foto: wavebreakmedia

Auseinandersetzungen haben für das männliche Geschlecht eher sportlichen Charakter

Foto: SueC

Wer als Frau erfolgreich sein will, muss sich behaupten können

sung und Verständnis. Verständlich, dass dann bei Frauen jegliche unbedachten Äußerungen schmerzhafte Spuren hinterlassen.

Jungs poltern, Mädchen reden miteinander

Beobachten wir jedoch das Verhalten von Kindern in Gruppen, werden uns die geschlechterspezifischen Unterschiede schnell klar: Mädchen neigen dazu, in einer kleinen Gruppe zu spielen oder sich gar nur auf die einzige, beste Freundin zu konzentrieren. Würde sie dann mit ihren Erfolgen versuchen aufzutrumpfen? Würde sie die Führerschaft in der Gruppe beanspruchen? Normalerweise nicht, denn von Kindheit an lernen die meisten Mädchen, dass sie sich bei Gleichaltrigen unbeliebt machen, sollten sie zu selbstsicher erscheinen. Eine Clique Mädchen wird diejenige ausschließen, die Aufmerksamkeit auf ihre eigene Überlegenheit lenkt. Auf diese Weise lernen sie, auf eine Art zu sprechen, die ihre eigenen Bedürfnisse mit denen von anderen ausbalanciert.

Jungs spielen normalerweise in größeren Gruppen, in denen jedoch nicht jeder gleichrangig behandelt wird. Diejenigen mit hohem Status werden diesen eher herausstellen,

Beanspruchen Sie Raum – Schüchternheit gilt oft als Schwäche!

Foto: bikeriderlondon

► sie normalerweise sportlichen Charakter, daher können sie verbale Gefechte exzellent von persönlichen Angriffen trennen.

Männer führen permanent – von Kindesbeinen an – kleinere und größere Rangkämpfe durch, und so lösen sie auch Konflikte: nicht die Inhalte, sondern die Art und Weise, WIE sie kommunizieren und mit welchen Gesten, besitzt für Männer entscheidende Bedeutung. Sie poltern, nehmen Raum ein, indem sie ihre Hände in die Hüften stützen, mit dem Finger auf den Kontrahenten zeigen oder einfach die Stimme heben.

So etwas ruft bei Frauen nur verständnisloses Kopfschütteln hervor. Sie entwickelten im Laufe der Evolution eine andere – erfolgreiche – Strategie: die Kommunikation. Frauen suchen den Dialog, um offene Fragen zu klären, um Probleme aus der Welt zu schaffen. Diese Vorgehensweise entspringt ihrem tiefen Wunsch nach Lö-

Foto: Monkey Business Images

Bescheidene Zurückhaltung ist im Job meist nicht angebracht, wenn man erfolgreich sein will

als ihn herunterzuspielen. Das erwarten übrigens auch die anderen innerhalb der Gruppe. Jungen lernen zudem, Sprache einzusetzen, um ihren Gruppenstatus zu verhandeln, indem sie ihre Fähigkeiten und ihre Kenntnisse darstellen und sich gegenseitig herausfordern, um miteinander in Wettbewerb zu treten.

Ein Raubtierkäfig, genannt „Meeting"

Kennen Sie diese Situation? Da macht die sympathische Kollegin den – vorwiegend männlichen – Kollegen einen tollen Themenvorschlag im Rahmen der Redaktionskonferenz. Natürlich trägt sie nicht zu dick auf, gibt sich bescheiden. Es ist nicht unbedingt ihre Sache, dabei aufzustehen und schon gar nicht, deswegen die Stimme anzuheben. Die Kollegen hören sie auch so gut genug. Das Ergebnis: wohlwollendes Nicken unter den männlichen Artgenossen und weiter geht es in der Agenda.

Kurz darauf, im selben Meeting, unterbreitet der stets eloquente Gustav der Kollegenschaft einen fantastischen Vorschlag, der auch sofort begeistert angenommen wird. Der netten Kollegin bleibt nichts anderes übrig, als ihren Mund wieder zu schließen, denn es handelte sich um exakt ihre Idee, die der Gustav da vortrug.

So in etwa erleben wir es tagtäglich in heimischen Redaktionen.

Unter Löwen

Liebe Frauen, Bescheidenheit und schüchterne Zurückhaltung weckt bei Männern manchmal eine Art Beschützerinstinkt, aber nicht im beruflichen Umfeld! Dort wird dieses Verhalten als Schwäche verstanden und die Kollegin gleicht dann einer verwundeten Gazelle inmitten eines Rudels Löwen.

Wenn Sie als Journalistin im beruflichen Umgang mit Männern erfolgreich sein wollen, rate ich Ihnen zu folgender Strategie:

Beanspruchen Sie Raum

Es ist IHR Büro, und Sie stellen hier die Regeln auf. Achten Sie in Meetings auch mal darauf, ausladende Bewegungen einzusetzen. Verletzen Sie dabei aber niemanden.

Nutzen Sie Kommunikation als Mittel zum Zweck

Auch falls es Ihnen seltsam und unangebracht erscheint: reden Sie über Ihre Erfolge, führen Sie ruhig aus, welche Katastrophen passieren, sollte der Verlag, die Redaktion etc. Ihre Idee nicht umsetzen. Übertrieben? Vielleicht, jedoch notwendig! Modulieren Sie die Stimme, sprechen Sie lauter, natürlich an die Situation angepasst. Eventuell kommen Sie sich affig vor, die Kollegen allerdings verstehen Ihre Botschaft und nehmen Sie in ihr Rudel auf.

Lächeln und loben Sie

Sollte Sie ein Mann vor versammelter Gruppe angreifen (Rangspiele!), und Ihnen fällt keine Antwort ein, dann lächeln Sie. Nicht schüchtern, legen Sie ein überlegenes Schmunzeln auf. Während Ihr Gegenüber zunehmend unsicherer wird, konstruieren Sie in Ruhe die passende Reaktion. Übrigens: ein Lob an der richtigen Stelle öffnet bei Männern Tür und Tor!

Wenn Sie inmitten Ihrer männlichen Kollegen erfolgreich sein wollen, empfehle ich Ihnen, mehr Raum zu beanspruchen und unbedingt von Ihren Erfolgen zu erzählen! Niemand erwartet, dass Sie sich mit dem Hans-Dieter aus der Nachbar-Redaktion prügelnd auf dem Boden wälzen. Lehnen Sie sich jedoch in der nächsten Besprechung ruhig mal nach vorne und stützen Sie Ihre Arme auf dem Tisch auf. Sollten Sie dann auch noch etwas lauter sprechen, werden Sie sich wundern, was plötzlich passiert. ▮

Markus Miksch, Jahrgang 1971, studierte Betriebswirtschaft und arbeitet unter anderem gemeinsam mit dem Journalistenzentrum Deutschland als Erfolgscoach, Autor und freier Journalist. 2008 erschien sein Erstlingswerk „Bluthunger", danach folgten weitere Veröffentlichungen als Print und eBook, teilweise unter verschiedenen Pseudonymen. In seinem Blog www.mark-enblog.de unterhält er seine inzwischen treue Leserschaft mit Artikeln über unterschiedlichste gesellschaftliche Themen.
Kontakt: kontakt@markusmiksch.de

Auf der Suche nach Puzzleteilen

Wo die Möglichkeiten und Grenzen journalistischer Recherche liegen

Recherche: suchen, sammeln, prüfen, aufdecken

Foto: alphaspirit

Journalisten sollen von den Geschehnissen in der Welt berichten, sie sollen sie einordnen – und dabei möglichst neutral bleiben. Sie sollen kritisch hinterfragen und Missstände aufzeigen. So definieren Medienschaffende selbst ihre Aufgaben – laut einer Studie, die Wissenschaftler der LMU München durchgeführt haben. Demnach sehen sich Journalisten hauptsächlich in der Funktion, komplexe Sachverhalte zu erklären und zu vermitteln. Sie sollen möglichst genau informieren und die Realität so abbilden, wie sie ist. Was genau Realität bedeutet, ist eine philosophische Frage. Für Journalisten heißt es, möglichst viele Puzzleteile zu sammeln.

Die Suche nach diesen Puzzleteilen ist jedoch nicht immer einfach. Manchmal sind sie in irgendwelchen Archiven verschollen oder sie werden bewusst versteckt. Welche Mittel haben Journalisten zur Verfügung, um ihrem beruflichen Selbstverständnis gerecht zu werden und der Realität ein Stückchen näher zu kommen?

Berufsverbände prüfen die journalistische Tätigkeit

Zunächst einmal ist es wichtig zu wissen, dass die Berufsbezeichnung „Journalist“ in Deutschland nicht geschützt ist. Das heißt, es gibt keine zwingend vorgeschriebene Ausbildung, keine Prüfung, kein Zeugnis. Mit Einschränkung kann sich jeder, der berichterstattend tätig ist, Journalist nennen. Das einzige Dokument, das Journalisten bei Behörden als Beleg ihrer Tätigkeit vorlegen können, ist ein allgemein anerkannter Presseausweis. Die Journalistenverbände wie DPV und bdfj, die ihn ausgeben, müssen prüfen, ob derjenige tatsächlich als Journalist arbeitet, und wenn ja, in welchem Umfang.

Der Presseausweis öffnet so manche Tür bei der Suche nach besagten Puzzleteilen. Er wird in der Regel zur Akkreditierung von Medienvertretern bei Veranstaltungen wie Messen und Konzerten, bei Pressekonferenzen oder bei Gerichtsverhandlungen verlangt. Gelegentlich muss auch ein schriftlicher Auftrag der Redaktion vorgelegt werden. Wenn diese Hürde genommen ist, können sich Journalisten auf Gesetze berufen, die ihnen den Zugang zu bestimmten Informationen erleichtern sollen. Ganz oben steht dabei das in Artikel 5 des Grundgesetzes verankerte Recht auf Pressefreiheit. Dieses Grundrecht wird in den Pressege-

Journalistenzentrum Deutschland

Verantwortungsbewusste Berufsverbände stellen erst nach sorgfältiger Prüfung einen allgemein anerkannten Presseausweis aus

Foto: Pavel L Photo and Video

Häufig reicht die Vorlage eines Redaktionsauftrages alleine nicht, um sich zu akkreditieren – ein allgemein anerkannter Presseausweis wird verlangt

setzen der einzelnen Bundesländer näher bestimmt. So steht zum Beispiel in §4 des Pressegesetzes von Baden-Württemberg: „Die Behörden sind verpflichtet, den Vertretern der Presse die der Erfüllung ihrer öffentlichen Aufgabe dienenden Auskünfte zu erteilen." Bayern formuliert es so: „Die Presse hat gegenüber Behörden ein Recht auf Auskunft. Sie kann es nur durch Redakteure oder andere von ihnen genügend ausgewiesene Mitarbeiter von Zeitungen oder Zeitschriften ausüben."

Außerdem haben die meisten Bundesländer ein eigenes Informationsfreiheitsgesetz erlassen, das jedem Bürger – und damit auch jedem Journalisten – auf Antrag mehr Transparenz bei Behördenvorgängen ermöglichen soll. Ähnliches gilt für das Umwelt- und für das Verbraucherinformationsgesetz.

Snowden: ein Whistleblower gibt sich zu erkennen – und wird gejagt

Dass behördliche Hürden trotz Transparenzgebot oft nicht so leicht zu überwinden sind, merken Journalisten bei ihrer Arbeit immer wieder. Nicht ohne Grund verleiht die Journalistenvereinigung „Netzwerk Recherche" regelmäßig die Verschlossene Auster „für den Informationsblockierer des Jahres". Vor kurzem wurde Bundesinnenminister Hans-Peter Friedrich dieser Negativpreis verliehen. Kritisiert wurde er dabei vor allem wegen seiner restriktiven Haltung zum Auskunftsrecht von Journalisten bei Bundesbehörden.

Was passieren kann, wenn staatliche Organe bewusst Informationen geheim halten wollen, zeigen die Enthüllungen über den amerikanischen Geheimdienst NSA. In diesem Fall hat sich der „Whistleblower" Edward Snowden selbst zu erkennen gegeben. In vielen anderen Fällen verlangen Informanten Quellenschutz, wenn sie Journalisten wichtige Hinweise geben oder geheime Dokumente zuspielen. Das bedeutet, dass sie anonym bleiben wollen und auch im Fall einer Klage nicht zu einer Zeugenaussage vor Gericht bereit sind. Die Möglichkeit des Quellenschutzes ist in Deutschland vom Bundesverfassungsgericht bestätigt worden. In einem besonders prominenten Fall spielte der Quellenschutz eine entscheidende Rolle: der Radsportler Jan Ullrich prozessierte 14 Jahre lang gegen den *SPIEGEL*, weil ihn das Magazin unter Berufung auf anonyme Quellen des Dopings bezichtigt hatte. Allerdings bestätigte Ullrich schließlich doch noch die Dopingvorwürfe. *DER SPIEGEL* hält seinen Informanten nach wie vor geheim.

Obwohl ein demokratischer Staat wie die Bundesrepublik Deutschland der Pressefreiheit im Gesetz einen hohen Stellenwert einräumt, gibt es natürlich auch Grenzen für Journalisten: bei der Suche nach Puzzleteilen dürfen sie nicht gegen geltendes Recht verstoßen.

Foto: E. Valeriy

Die Pressegesetze verbriefen gegenüber den Behörden ein Recht auf Auskunft

Mirjam Büttner ist Journalistin und arbeitet im Medienbüro Hamburg – einer kirchlichen Aus- und Weiterbildungseinrichtung für Print, Radio, TV und Online, die seit über 20 Jahren besteht. Beim Journalistenzentrum Deutschland steht sie den Mitgliedern von DPV und bdfj über die Journalistenberatung gerne zur Verfügung.

Warum Gründer scheitern – Sie aber nicht

Die gute Nachricht vorweg: Die meisten Gründer, die mit ihrer Idee scheitern, kommen mit einem blauen Auge davon. Nur 15 Prozent aller Schließungen junger Unternehmen müssen einen Insolvenzantrag stellen. Das besagt eine Studie im Auftrag des Bundesministeriums für Wirtschaft und Technologie, die bereits vor drei Jahren vorgestellt wurde. Aber an der grundsätzlichen Problematik hat sich seitdem nichts verändert: Die größten Probleme haben Unternehmen, die noch keine fünf Jahre am Markt sind. Wer es über diese erste Hürde geschafft hat, wird mit großer Sicherheit auch die nächsten Jahre erfolgreich sein.

Doch welche Steine sind es, die ein Gründer in dieser ersten Zeit aus dem Weg räumen muss, oder anders gesagt: Welche Ursachen sind es, die Gründer scheitern lassen?

Zehn Gründe fürs Scheitern – ziehen Sie daraus die richtigen Schlüsse für Ihre Selbständigkeit:

Lesen, schreiben – rechnen!

Gerade kreative Gründer stehen mit der Betriebswirtschaft auf Kriegsfuß. Dabei sind mangelnde BWL-Kenntnisse sehr oft der Grund, warum Jung-Unternehmer in die Pleite steuern. Betriebswirtschaftliches Know-how ist eine wichtige Grundlage, um ein Unternehmen erfolgreich zu gründen und zu steuern.

Tipp: Erwerben und vertiefen Sie betriebswirtschaftliche (Grund)-Kenntnisse über entsprechende Workshops, finden Sie Mitstreiter mit der geeigneten Management-Kompetenz und bringen Sie mit ihnen gemeinsam das Unternehmen voran.

Auf dem Boden bleiben!

Wer seine Kosten nicht im Griff hat, hat ein Problem. Verschärft wird dieses noch durch Größenwahn in der Anfangszeit: Da wird statt eines Schreibtisches in einer Bürogemeinschaft gleich die ganze Etage im schicken Loft gemietet – samt Sekretärin und Luxusmöbeln. Oder das Marktpotenzial wird überschätzt, neue Aufträge lassen sich nur mühsam akquirieren, das Geld sprudelt nicht so wie erwartet.

Foto: Sergey Nivens

No (Business) Plan – gerade Kreative verzetteln sich oft mangels Know-how

Foto: R. Legosyn

Auf dem Teppich bleiben: Größenwahn bringt Probleme

Tipp: Erstellen Sie einen realistischen Business-Plan (ja, der ist auch für journalistische Berufe unerlässlich!) mit regelmäßiger Kontrolle von Soll und Ist. Er hilft Ihnen dabei, die Realität nicht aus dem Blick zu verlieren.

Work-life-balance

Wer sich ohne Rückhalt seiner Familie selbständig macht, hat es schwer. Denn ein neues Unternehmen braucht – gerade in der Anfangszeit – die volle Aufmerksamkeit des Gründers. Eine 60-Stunden-Woche ist da keine Seltenheit, und es gibt keine Gewerkschaft, die für einen kämpft.

Tipp: Die Entscheidung für ein eigenes Unternehmen und wichtige Weichenstellungen während der Selbständigkeit sollten Sie mit Familie und Freunden abstimmen. Wenn Sie einen Partner oder eine Partnerin hinter sich wissen, können Sie ruhigen Gewissens auch Ihre Firma voranbringen.

Kenne Deinen Markt!

In vielen Berufen, auch im Dienstleistungsbereich, ist eine genaue Marktanalyse sehr wichtig. Man sollte seine Branche, seine möglichen Konkurrenten, seine Kunden und die Trends kennen. Sonst wird der Gründer schnell von der Konkurrenz abgehängt. Plötzlich bleiben die Kunden aus und damit der Umsatz.

Tipp: Vor der Gründung sollten Sie eine genaue Marktanalyse durchführen. Idealerweise umfasst diese eine Kundenbefragung und eine Konkurrenzanalyse. Aber auch im weiteren Verlauf sollten Sie die Konkurrenz beobachten und neue Trends im Auge behalten.

Was will mein Kunde?

Unternehmen scheitern, weil sie ihre Zielgruppe nicht verstanden haben. Stichwort: Kundennutzen. Gerade im kreativen Bereich muss sich der Unternehmer viel mehr von der Anbieterperspektive verabschieden und in die Nachfragerperspektive wechseln.

Tipp: Die oben genannte Kundenbefragung kann Ihnen wertvolle Hinweise auf die Bedürfnisse Ihrer Kunden liefern. Nur dann bieten Sie Ihren Kunden einen wirklichen Nutzen, wenn Sie eine Lösung für ein konkretes Problem bereitstellen.

Sei einzigartig!

Ein Produkt oder eine Dienstleistung lässt sich oft nicht vor Nachahmern schützen. Diese können dann schnell kopieren und günstiger anbieten – der Untergang der eigenen Geschäftsidee ist programmiert.

Tipp: Verwenden Sie mehr Zeit darauf, ein Alleinstellungsmerkmal (den sogenannten USP) zu definieren. Im Journalismus heißt das beispielsweise: Weg vom Wald-und-Wiesen-Schreiber hin zum Spezialisten für ein ganz bestimmtes Thema, ein spezielles Medium oder eine genau definierte Region. ▶

Foto: Eric Isselee

USP definieren – Einzigartigkeit macht einen zum Spezialisten

Geld in der Kasse

Viele Neugründungen scheitern an der fehlenden Liquidität. Es kann durchaus sein, dass zwar die Menge und das Volumen der Aufträge stimmen – aber die Zahlungsmoral der Kunden zu wünschen übrig lässt. Schon manch Unternehmer musste schließen, weil – gerade Großunternehmen – (zu) spät zahlen.

Tipp: Ein Finanzplan ist ein absolutes Muss für jeden Jungunternehmer! Darin planen Sie Ihre Investitionen und Kredite. So können Sie drohende Liquiditätsengpässe frühzeitig erkennen und eine Pleite verhindern.

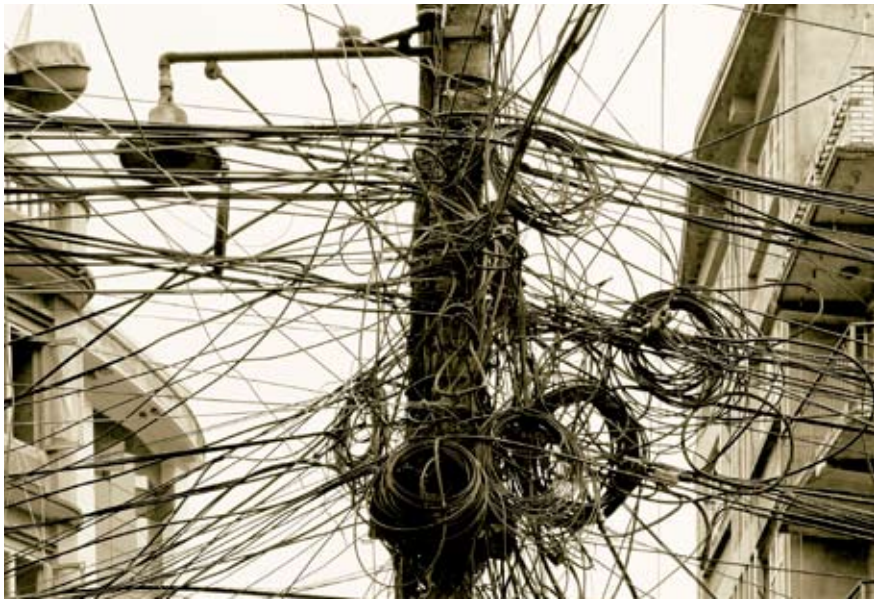

Foto: V. Petrakov

Kreatives Chaos kann kurzzeitig beflügeln, bringt aber langfristig oft den Ruin

Ordnung ist das halbe Unternehmen

Kreatives Chaos – das mag manchen Journalisten beflügeln. Einem Unternehmen bringt es oft den Ruin. Ordnung ist keine Tugend, sondern eine Notwendigkeit. Insbesondere in der Buchhaltung!

Tipp: Zumindest, was die Belege und Buchungen betrifft, sollten Sie den Überblick behalten (und seien es die berühmten Schuhkartons, in denen Sie Ihre Belege sammeln). Nur wenn Sie wissen, welche wirtschaftlichen Aktivitäten anstehen, können Sie auch professionell wirtschaften – und bei der nächsten Steuerprüfung ohne schlechtes Gewissen bestehen.

Diversität im Team

Oft machen sich Gründer gemeinsam mit anderen Gründern selbständig, die ihnen bis aufs Haar gleichen: zwei Grafikerinnen, die beide kreativ sind, aber wenig mit Buchhaltung anfangen können, zwei Journalisten, beide Edelfedern, aber haben Schwierigkeiten, Neukunden zu akquirieren. In solchen Fällen ist das Unternehmen von Anfang an in seiner Existenz bedroht.

Tipp: Als Gründer sollten Sie auf Heterogenität im Team setzen. In jedem Unternehmen sind unterschiedliche Talente gefragt: strategische Weitsicht, technisches Know-how, ein geschickter Umgang mit Finanzen, personelle Kompetenz. Sie sollten also versuchen, durch geschickte Personalauswahl bestehende Schwächen im Team auszugleichen, um das Unternehmen gut aufzustellen.

Echt schwach!

Viele Gründer haben eine rosarote Brille auf, wenn sie ihr Unternehmen betrachten. Risiken und Schwächen blenden sie oft aus. Ein weiterer Grund für so manches Scheitern …

Tipp: Behalten Sie die Realität im Auge. Eine vernünftige Schwachstellen-Analyse hilft dabei, böse Überraschungen zu vermeiden.

Wenn Sie noch weitere Unterstützung beim Umsetzen Ihrer Geschäftsidee oder im Laufe der ersten Jahre Ihrer Selbständigkeit brauchen: Die Politik unterstützt Gründer, indem sie Gründercoaching fördert und zinsverbilligte Kredite über die KfW bereitstellt. Ein erster Schritt kann übrigens ein Anruf bei der Existenzgründungsberatung des Journalistenzentrum Deutschland sein.

Walther Bruckschen (Jahrgang 1961), Diplom-Kaufmann und Unternehmensberater, besitzt langjährige Erfahrungen als Chefredakteur von Fachzeitschriften und ist als freiberuflicher Journalist, Agenturgründer und Geschäftsführer sowie PR- und Marketingberater tätig. Als Q-plus-zertifizierter Gründungsberater ist er in der Beraterbörse der KfW gelistet und hat sich auf Gründer- und Führungskräftecoaching in der Medienbranche spezialisiert. Er betreut seit Januar 2013 federführend die Existenzgründungsberatung des Journalistenzentrum Deutschland.

Foto: Zurbargan

Und immer schön die Realität im Auge behalten!

Relaunch der Datenbank Journalisten-im-Netz.de

Die Webseite Journalisten-im-Netz.de bot schon in der Vergangenheit Redaktionen, Presseabteilungen und Unternehmen die Möglichkeit, einfach und bequem den Kontakt zu Journalisten herzustellen. Potentielle Auftrag- und Arbeitgeber sind hier seit langem richtig, wenn Aufträge erteilt oder Arbeitsverhältnisse geschaffen werden sollen.

Den Berichterstattern des Journalistenzentrum Deutschland bietet sich die Eintragung in eine technologisch aktuelle Datenbank. Anschauliche Arbeitsproben in Form von Wort und Bild, Ton oder Film können ganz einfach hinterlegt werden und geben den Besuchern einen vielfältigen Eindruck zum Leistungsportfolio. Noch einmal erheblich verbessert wurden die Suchfunktionen. Deren zielgenaue Ergebnisse erleichtern es den Auftraggebern, einen passenden Experten zu finden. Es können sich ausschließlich akkreditierte Journalisten von DPV und bdfj präsentieren, womit ein hoher Grad an Qualität und Sicherheit der Inhalte gewährleistet wird.

Egal ob als Freiberufler oder Festangestellter – in dieser hervorragenden Form der Präsentation für Journalisten können sich alle registrierten Nutzer ihren potentiellen Auftrag- und Arbeitgebern vorstellen, um sich beruflich zu verbessern und freie Arbeiten oder bisher nicht veröffentlichte Reportagen unterzubringen.

Der Relaunch bringt ebenso eine komplette Aktualisierung des bisher auch grafisch angestaubten Internetauftritts mit sich. Die Inhalte wurden komplett überarbeitet und warten mit einem Spezialverzeichnis „Wissensnetzwerk“ sowie Linkverzeichnissen mit wertvollen Informationen zu Spezialthemen auf. Ganz neu ist die „Jobbörse“. Hier bieten Medienhäuser Jobs für Medienmacher an.

Auch nach der Neukonzeption steht dieses Portal übrigens ohne zusätzliche Kosten und Verpflichtungen für alle Seiten zur Verfügung. Redaktionen und andere Interessierte können die Datenbank jederzeit und beliebig häufig zur qualifizierten Mitarbeitersuche nutzen, während deren Präsentationsmöglichkeiten für die Journalisten von DPV und bdfj kostenfrei in der Mitgliedschaft enthalten sind.

Unter www.Journalisten-im-Netz.de können Sie sich mit dem Relaunch vertraut machen!

Journalistenzentrum Deutschland

Generiert mehr Aufträge und bessere Jobs

Als Journalist in Pakistan

Eine zehntägige Pressereise durch das „gefährlichste Land der Welt“

Faruk Sattar zögert nicht eine Sekunde: „Unmöglich.“ In dieses Viertel von Karachi kann er westliche Journalisten derzeit nicht bringen. Es grenzt an den von Taliban dominierten Stadtteil Lyari. Fast täglich kommt es dort zu Explosionen, Entführungen oder Schießereien. „Der Löwe wütet in Karachi“, sagt der 54-Jährige. Wie ein General in einer Schlacht umkreist Sattar die gefährlichen Gebiete der pakistanischen Hafenmetropole auf dem Stadtplan an der Wand.

Der zierliche Mann ist Chef der weltlichen Partei MQM. Die Bewegung wurde nach der Teilung von Britisch-Indien 1947 durch muslimische Auswanderer aus dem indischen Teil im nun unabhängigen Pakistan gegründet und hat in Karachi ihr Machtzentrum aufgebaut. Sie bestimmt seit Jahrzehnten mit einem beeindruckenden Wählerzuspruch die Politik in der 18-Millionen-Einwohner-Stadt und ist daher auch die erste Anlaufstation für eine Gruppe deutscher Berichterstatter auf einer insgesamt zehntägigen Rundreise durch ein Land, das oft als das gefährlichste Land der Welt bezeichnet wird.

Eigentlich hatte der Organisator der Pressereise, das Journalistenzentrum Deutschland, eine Tour mit den sechs Korrespondenten durch Sattars Wahlkreis geplant. Aber der Wahlkampf in Pakistan Anfang Mai ähnelt einem Krieg, und so ist Sattar ungewollt zu einem Kämpfer gegen den Terror geworden – als charismatischer Wortführer seiner Partei. Das Treffen mit Sattar und der Senatorin Nasreen Jalil findet im MQM-Hauptquartier statt, welches einer Festung gleicht, mit all den Straßensperren drum herum, den Sandsackburgen und den Wachtürmen. Nur Stunden nach diesem Hintergrundgespräch wird ein befreundeter Kandidat mit seinem dreijährigen

Evakuierungsfahrzeuge können in Pakistan für Journalisten überlebensnotwendig werden

Sohn erschossen, als beide aus einer Moschee treten. Kurz darauf explodiert eine Bombe in einer Rikscha. Lediglich drei Blocks entfernt von dem Hotel, wo auch die Journalistengruppe untergebracht ist. Bis dahin war die

Polizeiparole auf der Uniform: Mut machend für die Bevölkerung sowie für die eigenen Reihen

Angst nur abstrakt, nun ist sie zum ersten Mal greifbar. Doch der zuständige Fachgruppenleiter des Journalistenzentrum Deutschland, Shams Ul-Haq, ein deutsch-pakistanischer Journalist, beruhigt: „Die MQM-Leute kennen ihre Stadt, sie werden nichts unternehmen, was die Gäste unnötig in Gefahr bringt.“ Ein Restrisiko bleibt natürlich immer – vor allem hier in Karachi, der ersten Station der Pressereise.

Es wartet ein dicht gepacktes Programm in den vier Tagen an der Küste. Ein Besuch im Krankenhaus samt Rettungsdienst, eine neugebaute Universität, zwei Modedesigner, ein Fernsehsender und Politiker aller Parteien geben ein erstes Bild vom Chaos in Pakistan. Ein Einblick in den Spagat zwischen ausgelassenem Leben und dem an jeder Ecke wartenden Tod. Wie ge-

Wahl-„Kampf“ findet in Pakistan auch auf der Straße statt

Fotos: Journalistenzentrum Deutschland

fährlich das Land für Politiker und Journalisten ist, zeigt ein Besuch beim Präsidenten der Paschtunenpartei. Shahi Syed bittet auf den roten weichen Teppich in seinem großzügigen Anwesen. Syed ist Paschtune, so wie auch die meisten Taliban. Seine weltliche Partei regierte seit 2008 im Grenzgebiet zu Afghanistan und in der Hauptstadt Islamabad. Und nun muss er sich vor den Taliban verstecken. Die Polizei sperrt sein Haus weiträumig ab. Wahlbeobachter trauen sich nach eigener Aussage nicht mehr zu ihm. In seinem Haus trifft sich der Parteichef oft mit seinen politischen Weggefährten, erzählt der Mann mit beeindruckender Leibesfülle und einem tiefschwarzen Schnurrbart. Sobald diese aber das Haus verlassen haben, kommt ein Anruf. Die Taliban kennen ihn. „Waren sie da? Fragt mich dann ein Talib“, erzählt Syed. Zwischen seinen Sätzen lässt er immer eine Pause, damit sich deren Wirkung im Raum ausbreiten kann. „Er wisse, dass ich meine Leute getroffen habe. Wenn ich wolle, dass sie weiterleben, dann muss ich bezahlen“, erzählt Syed. Er muss dann eine Summe mit dem Talib verhandeln, sonst wird der Parteifreund umgebracht. Dann lädt Syed zu Tisch, wie es in Pakistan als Geste der Gastfreundschaft üblich ist. Es gibt Kekse, Kuchen, Hühnerbeine und Tee.

Auch der Presseklub von Karachi und die Wirtschaftskammern von Karachi und Lahore tafeln für die deutschen Journalisten auf. Immer wieder geht es um die gleichen Themen, die das Land so fest im Griff haben: Die korrupten Eliten in der Politik und die Taliban. Viele Paschtunen aus den ländlichen Regionen sind vor den Kämpfen in den vergangenen Jahren in die Stadt geströmt und haben diese zu einem Moloch aufblähen lassen. Vor allem im Swat-Tal hat die Armee die Taliban intensiv und zum Teil sehr erfolgreich bekämpft und dabei die verängstigten einfachen Paschtunen massenweise mitvertrieben. Sie finden jetzt in den Elendsvierteln Unterschlupf und halten sich oft mit Kleinkriminalität über Wasser – gestützt von Taliban. Dank der Kooperation haben Kriminelle und Taliban eine verlässliche Organisation in Karachi, die viel Geld mit Erpressung einbringt und ihnen Anschläge ermöglicht. Diese mafiaähnlichen Strukturen sind auch in vielen anderen Bereichen aktiv. Selbst der Marmorhandel soll dank einer Art Kartells Geld in die Kassen der islamistischen Extremisten spülen, ist bei der Fahrt durchs Marmorviertel zu erfahren. Entführungen bringen aber eindeutig mehr.

Pakistanische Kollegen beim Fernsehen arbeiten wenig anders als in Europa

Ein Beispiel bekommen die Journalisten bei einer neuen Polizeieinheit, durch die sie geführt werden. Im Verhörraum der Kriminalpolizei sitzen zwei ältere Männer mit traditionellen weißen Gewändern und Turbanen auf dem Kopf. Ein Bruder von ihnen wurde vor einem Geschäft verschleppt, vor den Augen seines kleinen Sohnes. Dieser wurde einfach auf der Straße stehen gelassen. Nun fordern die Entführer, die sich als Taliban ausgeben, 50 Millionen Rupien, etwa 500.000 Euro. „132 Entführungen dieser Art hat es im Jahr 2012 gegeben“, erklärt Ahmed Chinoy den Journalisten. Er ist der Chef einer neuen Aufklärungsstelle der Stadt. „Hier wird eine riesige Datenbank aufgebaut. Dadurch hat sich die Aufklärungsrate erhöht, aber eben auch die Zahl der Verbrechen, jedenfalls auf dem Papier. Denn die Verbrechen werden nun endlich zentral erfasst.“ Auf die Frage, ob Mohammed A. wieder freikommt antwortet Chinoy: „Zu 99 Prozent“. Vermutlich muss nach langen Verhandlungen doch wieder einmal an die Taliban gezahlt werden.

In Lahore kann man sich immerhin auch als westlicher Gast frei in der Stadt bewegen. Lahore, an der Grenze zu Indien, bietet mit seinem historischen Fort sogar eine der größten touristischen Attraktionen des Landes. Auch das Spektakel beim berühmten Fahnenwechsel an der Grenze, wo

In Islamabad fühlen sich Besucher überwiegend sicher

täglich tausende Inder und Pakistanis ihre Truppen anfeuern und bejubeln, gibt einen etwas anderen Blick auf Pakistan und lässt bei all den Terminen Zeit, die Gedanken zu ordnen. Während das Leben in Lahore eine gewisse Leichtigkeit hat, ist die Hauptstadt Islamabad so stark abgesichert, dass Attentäter schlicht keine Chance haben. „Inschallah – so Gott will“, wie alle Muslime in Pakistan derzeit besonders häufig nachschieben.

Ingo Hasewend ist stellvertretender Außenpolitik-Chef der Kleinen Zeitung in Graz. Der Sport- und Wirtschaftswissenschaftler hat beim Nachrichtensender n-tv begonnen und war danach ein Jahrzehnt beim Tagesspiegel. Das für den 40-jährigen Berliner schönste Missverständnis in seiner neuen Heimat Österreich: „Viele unterschätzen unser Blatt wegen des Namens – die Kleine Zeitung ist in Wirklichkeit die zweitgrößte Tageszeitung des Landes.“

§ Steuerrecht

Vermietung von Wohnraum an Angehörige

Foto: mubus7, PSJo

Eine Immobilie kann auch für Journalisten eine sinnvolle Altersvorsorge darstellen

Bei Vermietung an Angehörige gelten wichtige Regeln, damit das Finanzamt etwaige Verluste anerkennt

Journalisten sind, wie auch andere Steuerpflichtige, immer mehr darauf angewiesen, sich eine zusätzliche private Altersversorgung aufzubauen. Häufig wird in diesem Zusammenhang der Erwerb einer Immobilie erwogen. Und ebenso häufig erfolgt dann eine Vermietung dieser Immobilie an Angehörige, wie zum Beispiel an die eigenen Kinder.

Soll Wohnraum an Angehörige vermietet werden, ist dies meist mit der Geltendmachung von Vermietungsverlusten verbunden. Das Finanzamt prüft daher besonders kritisch, ob bei dieser Vermietung wie unter fremden Dritten vorgegangen wurde. Sollte dies nämlich nicht der Fall sein, wird das Mietverhältnis steuerlich nicht anerkannt und das Finanzamt wird den Verlust versagen. Mit Wirkung vom 1. Januar 2012 wurden die Grenzen bei verbilligter Überlassung von Wohnraum vereinheitlicht.

Ab dem ersten Januar letzten Jahres gelten 66 % bzw. 2/3 der ortsüblichen Miete als maßgeblicher Ansatz für eine vollentgeltliche Vermietung mit vollem Werbungskostenabzug (§ 21 Abs. 2 EstG). Ebenso mit Wirkung vom 1. Januar 2012 gilt: beträgt die vereinbarte Miethöhe mindestens 66 % der ortsüblichen Miete, so gilt die Vermietung als vollentgeltlich und erlaubt den vollen Abzug der mit der Vermietung zusammenhängenden Werbungskosten.

Die früher aufwendig zu erstellende Ertragsprognose ist dann entfallen.

Beträgt die vereinbarte Miethöhe weniger als 66 % der ortsüblichen Miete, ist eine Aufteilung in einen entgeltlichen und einen unentgeltlichen Teil vorzunehmen. Als Folge davon werden dann die Aufwendungen nur anteilig als Werbungskosten bei den

Einkünften aus Vermietung und Verpachtung in der Einkommensteuererklärung abziehbar.

Mehr Rechtsicherheit durch klare Regelungen

Was die ortsübliche Miete ist, kann dem örtlichen Mietspiegel entnommen werden; sollte kein Mietspiegel vorhanden sein, wird die ortsübliche Miete gemäß § 558 Abs. 2 BGB anhand von wohnwertbildenden Faktoren ermittelt (vergleichbare Art, Größe, Ausstattung, Beschaffenheit und Lage). Festzuhalten ist, dass mit der Vereinfachung auf 66 % der ortsüblichen Miete sowohl das Finanzamt als auch der Steuerpflichtige mehr Rechtssicherheit erhält.

Bei Mietverträgen mit Kindern gilt folgendes: Sie dürfen mit einem volljährigen, unterhaltsberechtigten und unverheirateten Kind einen Mietvertrag abschließen – auch wenn das Kind keine eigenen Einkünfte hat, Sie dem Kind deshalb Unterhalt zahlen und ein Teil dieses Geldes als Mietzahlung wieder an Sie zurückfließt (BFH, Urt. v. 19.10.1999, IX R 39/99, BStBl. 2000 II S. 224).

Der Bundesfinanzhof lässt es auch zu, dass Sie die Unterhaltszahlungen mit der Miete verrechnen und Ihrem Kind nur die Differenz als Barunterhalt überweisen (BFH, Urt. 19.1.1999, IX R 30/98, BStBl. 2000 II S. 223). Eine sich aus der Nebenkostenabrechnung ergebende Nachzahlung darf dem Kind aber nicht erlassen werden, da dies unter Fremden auch nicht üblich wäre.

Zusätzlich zur Miethöhe sollten unbedingt folgende Grundsätze hinsichtlich der steuerlichen Gestaltung des Mietverhältnisses beachtet werden:

- Der Abschluss eines schriftlichen Mietvertrages ist zwar auch zwischen Angehörigen nicht vorgeschrieben. Es ist aber trotzdem empfehlenswert, die Vereinbarungen schriftlich zu fixieren, beispielsweise durch einen Formularmietvertrag. Es sollten klare Vereinbarungen darüber getroffen werden, welche Nebenkosten von den Angehörigen zu tragen sind und wie die Nebenkosten abgerechnet werden. Bei sogenannten Studentenbuden ist die Finanzverwaltung hinsichtlich der Umlagevereinbarung auf Grund der höchstrichterlichen Rechtsprechung großzügiger; hier ist es sogar möglich, eine Warmmiete zu vereinbaren und die Nebenkosten nicht mehr abzurechnen. Dies wird häufig auch mit fremden Dritten so praktiziert.

Foto: PhotographyByMK

Die Abrechnung von Nebenkosten muss geklärt sein

Foto: PSJo

Nur vollentgeltliche Vermietung erlaubt den Abzug von Werbungskosten bei Vermietungen

- Weiterhin muss die Miete laufend bezahlt werden. Wird diese nur unregelmäßig gezahlt oder sogar gestundet, wird das Mietverhältnis mit einem Angehörigen nicht anerkannt (BFH, Urt. 19.06.1991, IX R 306/87, BStBl. 1992 II S. 25).

- Die Wohnung muss dem Mieter jederzeit zur Verfügung stehen und während seiner Abwesenheit darf keine Nutzung zu eigenen Wohnzwecken durch den Vermieter erfolgen.

Wird das Vorhergesagte beachtet, sollte einer steuerlichen Anerkennung bei der Vermietung von Wohnraum an einen Angehörigen nichts mehr im Wege stehen.

Dipl.-Kffr. Gabriele Krink ist seit langem als Steuerberaterin etabliert. Die Tätigkeits- und Interessenschwerpunkte ihrer Kanzlei liegen u. a. auf der Betreuung von freien Berufen und dem engagierten Beistand für fest angestellte Journalisten & Kommunikationsfachleute. Sie leitet federführend das Team, welches den Mitgliedern von DPV und bdfj im Rahmen der kostenfreien Steuerberatung kompetent zur Seite steht.

„Das ist Training fürs Leben!“

„Was ist sechs Wochen nach dem Seminar ‚Rhetorik für Journalisten‘ eigentlich noch zum Thema Kommunikation in meinem Gehirn gespeichert? Und haben sich mein berufliches Auftreten, mein Stil, Vorträge zu halten oder mein Biss bei Interviewfragen durch die Fortbildung verbessert?“

All diese Fragen stelle ich mir, während ich mich rückblickend mit dem besuchten Rhetoriktraining beschäftige, welches am 18. und 19. April in den Räumen des Journalistenzentrum Deutschland stattgefunden hat. Stück für Stück kommen tatsächlich jede Menge Erinnerungen zurück, vermischt mit vielen Gefühlen; guten und nicht so guten, intensiven und blassen. Insgesamt, das spüre ich deutlich, haben die Tage in Hamburg mein Bewusstsein enorm geschärft, wie mich Gesprächspartner privat und beruflich wahrnehmen und ich mich mit rhetorischen Mitteln präsentieren kann. Für mich war das demnach tatsächlich ein Training für alle Bereiche des Lebens, das wird mir gerade klar.

Besonders genau kann ich mich an einen Fehler erinnern, der mir bei einem Kurzvortrag am ersten Schulungstag unterlaufen ist und an die damit verbundenen Emotionen, Ärger und Verwunderung. Mächtig Ärger darüber, dass ich an einer Stelle der Minipräsentation plötzlich nicht mehr weiter wusste. Und Verwunderung darüber, als ich wenig später bei der Videoanalyse, aus der Position des Zuschauers heraus, den Lapsus kaum wahrnehmen konnte. Denn was sich coram puplico elend lang und blamabel angefühlt hatte, dauerte real gerade mal fünf Sekunden. Die Dissonanz war für die Zuschauer tatsächlich kaum wahrnehmbar. Für mich war das ein echtes Aha-Erlebnis, das mir jetzt bei meiner Arbeit mehr Sicherheit gibt.

Es sind genau solche Einsichten und Erfahrungen, die hochwertige Rhetorikseminare wie das des Journalistenzentrum Deutschland für den Beruf so wertvoll machen. Weil die meisten Seminarsituationen per Kamera aufgezeichnet wurden, hatte jeder Teilnehmer die ansonsten eher seltene Gelegenheit, sich selbst in Aktion zu erleben. Untugenden der Gestik oder Mimik, beim Blickkontakt oder der Körperhaltung und -spannung wurden so schonungslos aufgedeckt. Und manch einer wunderte sich, wie viele Ähs und Betonungsgirlanden die eigene Rede zieren oder wie unstrukturiert er argumentierte.

Das ging auch den anderen Teilnehmern des Seminars im April 2013 nicht anders. Und hier gleich ein Dank an den Veranstalter. Obwohl nach überraschenden Absagen nur noch vier Mutige an der Barriere zur besseren Rhetorik gewartet haben, hat der Verband die Veranstaltung nicht kurz vor knapp annulliert. Vielmehr hat er ihr mit eigenen finanziellen Mitteln die Geburtswehen sogar noch erleichtert.

Der geringen Teilnehmerzahl ist es dann auch zu verdanken, dass die Weiterbildung fast zum Einzelcoaching mutieren konnte. So hatte Rhetoriktrainer Michael Kleist, seines Zeichens Kommunikationswissenschaftler und Coach für Persönlichkeitsentwicklung, genug Zeit, individuell auf jeden Einzelnen einzugehen. Mit dem Multitalent Kleist als Dozenten, der nebenher auch noch professionell Fallschirm springt, an der Universität München unterrichtet und Bücher schreibt, hat das Journalistenzentrum Deutschland eine wirklich gute Wahl getroffen. Durch seine lockere und verbindliche Art durften die Journalisten die Begegnung mit den eigenen Verbesserungspotentialen als echte Bereicherung erleben. Das lag auch an Michaels striktem Interpretationsverbot, an das sich die Seminaristen in Feedbackrunden halten mussten. Beschrieben werden durften ausschließlich Beobachtungen, peinliche Momente konnten so nie entstehen.

Geschont hat Michael Kleist die Teilnehmer dennoch nicht. Die Vorbereitungszeiten für Kurzvorträge oder Fragerunden waren kurz und knackig, die Analysen sehr ehrlich und die Seminarzeiten wurden voll ausgeschöpft.

Die Räumlichkeiten bieten viel Platz für Kreativität

Foto: Journalistenzentrum Deutschland

Wer da die Hoffnung hatte, zumindest abends an der Hotelbar ausgiebig zu entspannen, wurde enttäuscht: für den Morgen des zweiten Seminartages musste jeder noch einen Vortrag vorbereiten. Dieser sollte zeigen, was jeder Einzelne bis dahin auf dem Weg zur besseren Rhetorik und Präsentation bereits gelernt hatte. Schade, dass nach dem gemütlichen Mittagessen beim Italiener dann die Zeit fehlte, auch noch Fragetechniken oder das Verhalten in Konfliktsituationen, wie in der Seminarausschreibung angekündigt, ähnlich intensiv zu vermitteln und dass diese nur relativ kurz angerissen wurden.

Da bleibt die Hoffnung, dass das Journalistenzentrum Deutschland nachlegt und „Rhetorik für Journalisten Teil II“ anbietet. Damit könnten solche wichtigen Inhalte genauso ausgiebig trainiert werden, wie die Grundlagen der Rhetorik in diesem Seminar. Wenn möglich bitte wieder mit Michael Kleist, dann bin ich auf jeden Fall dabei. Zusammen mit dem bereits in der Vergangenheit und auch dem diesjährigen vom Journalistenzentrum Deutschland angebotenen Workshop „Der Journalist als Marke“, gehalten von Michael Thiel, hätten Presseleute so die Chance, sich wirklich umfassend fit oder noch fitter zu machen für ein Berufsumfeld, das auf allen Ebenen hohe kommunikative Kompetenzen verlangt. ▮

Reiner Rosenfeld, (53) seit 2007 Mitglied im DPV, arbeitet als freier Journalist, Fachbuchautor und Dozent.
Sein journalistischer Schwerpunkt liegt im Bereich Transport und Logistik.
Hier veröffentlicht er überwiegend Fotoreportagen in deutschen und internationalen Medien.

Krankenversicherung für DPV-Mitglieder

Journalisten-Gruppenvertrag

Foto: Olimpik

Vielleicht steht bei Ihnen die Frage im Raum, ob Sie sich privat krankenversichern möchten. Für diesen Fall möchten wir Sie auf den bestehenden Gruppenversicherungsvertrag mit der Deutschen Krankenversicherung (DKV) aufmerksam machen.

Den Journalisten des DPV stehen unter anderem folgende Vorteile zur Verfügung:

- Attraktive Beiträge
- Mitversicherung der Familienangehörigen zu gleichen Konditionen
- Keine Wartezeiten: Die Versicherung tritt sofort in Kraft
- Annahmegarantie: Die DKV verzichtet auf ihr Recht, einzelne Beitrittserklärungen abzulehnen
- Unter bestimmten Voraussetzungen ist eine Beitragsrückerstattung möglich
- Betreuung vor Ort durch regionale Mitarbeiter.

Die DKV ist seit vielen Jahren Teil und Gesundheitsversicherer der Ergo, einer der großen Versicherungsgruppen in Deutschland und Europa. 20 Millionen Kunden in Deutschland setzen auf die Größe, Leistungsfähigkeit und Finanzstärke der Ergo. Dabei ist die DKV seit Jahrzehnten auf die Gruppenversicherung von Journalisten spezialisiert und kooperiert mit den etablierten Berufsorganisationen.

Die einheitliche Marke Ergo bündelt die breite Palette von Produkten und Leistungen in der Schaden-, Unfall- und Lebensversicherung, die durch ein breites Angebot der Spezialversicherer ergänzt wird.

Aufgrund des Erfordernisses der Hauptberuflichkeit steht dieser Gruppenvertrag nur DPV-Kollegen zur Verfügung. Diese können sich an folgenden Kontakt wenden, um dann mit ihrem persönlichen Ansprechpartner ihre individuelle Situation zu beraten:

DKV
Deutsche Krankenversicherung

DKV
Deutsche Krankenversicherung AG
Kooperation Verbände und GKV
Postfach
D-50594 Köln
Tel. 0221/57 8-45 85
Fax 0221/57 8-21 15
journalist@dkv.com
www.dkv.com/journalisten

Den eigenen USP zu finden, ist eine Herausforderung

Foto: Thinglass

Seminar am 24. und 25. Oktober 2013 in Hamburg

Zu mehr Erfolg mit dem Seminar „Der Journalist als Marke"!

Der bekannte Personal-Coach und Diplom-Psychologe Michael Thiel gibt sein Wissen weiter.

Verstehen Sie die Eigenschaften einer Marke

Wie funktioniert eine Marke und welche psychologischen Eigenschaften einer starken Marke kann man als Journalist auf die eigene Person übertragen, um sich erfolgreicher im Medienbusiness zu positionieren? Dieser Workshop wird persönliche Stärken und Schwächen, besondere Talente und Fähigkeiten jedes Teilnehmers aufzeigen, um sich im Job besser „verkaufen" zu können. Unter Anleitung des medienerfahrenen Diplom-Psychologen Michael Thiel kann jeder individuell herausfinden, welcher Typ er ist, um sich dann in eine positive Richtung weiter zu entwickeln und schließlich sein volles Potenzial ausschöpfen zu können.

Verkaufen Sie sich richtig

Ihr berufliches Handwerkszeug beherrschen die meisten Journalisten. Die eigenen Ideen, Artikel, Fotos, Videos oder Konzepte „an den Mann" zu bringen, daran scheitert es jedoch gelegentlich. Egal ob man als Print-, Online-, Foto- oder Rundfunkjournalist oder als Auslandskorrespondent oder Lokaljournalist, Festangestellter oder Freiberufler tätig ist – sich zu positionieren, sicher aufzutreten und seine Persönlichkeit hervorzuheben, kann man lernen.

Verbessern Sie Ihre beruflichen Chancen

In diesem vom Journalistenzentrum Deutschland angebotenen Seminar wird vermittelt, wie man es als Journalist schafft, echte, sichere Bindungen zu seinen Auftraggebern, Partnern, Freunden, Kollegen oder seinen Vorgesetzten aufzubauen und zu halten. Kurze Vorträge, Kleingruppenarbeit, gegenseitige Interviews und Rollenspiele sowie Übungen rund um das Thema „Selbsterkenntnis und Selbstdarstellung" stehen im Mittelpunkt des zweitägigen Workshops. Praktische Übungen helfen, wie man sich selbst als einzigartige Marke darstellen kann, damit man einen unverwechselbaren Eindruck auf seine Umwelt macht und somit erfolgreicher im Beruf agieren kann:

- Welche Facetten unterstreichen Ihre Persönlichkeit, welche vertuschen sie?
- Was ist Ihr USP (Unique Selling Proposition – Alleinstellungsmerkmal)?
- Welche Themen liegen Ihnen besonders und wie machen Sie daraus Ihre Stärken?
- Wie können Sie sich einfallsreich positionieren, präsentieren und vermarkten?
- Weshalb haben Sie Aufträge/Jobs nicht bekommen, die Sie haben wollten?
- Was machen Ihre Konkurrenten anders?

Das Seminar wird vom Journalistenzentrum Deutschland veranstaltet und gefördert. Der Workshop findet in den Konferenzräumen von DPV und bdfj in der Stresemannstraße 375 in Hamburg-Altona statt. Die loftähnliche Umgebung bietet viel Raum für kreative Ideen und Konzepte. Getränke und Mittagstisch (bzw. Mittagessen in fußläufiger Umgebung) sind im Seminarpreis enthalten.

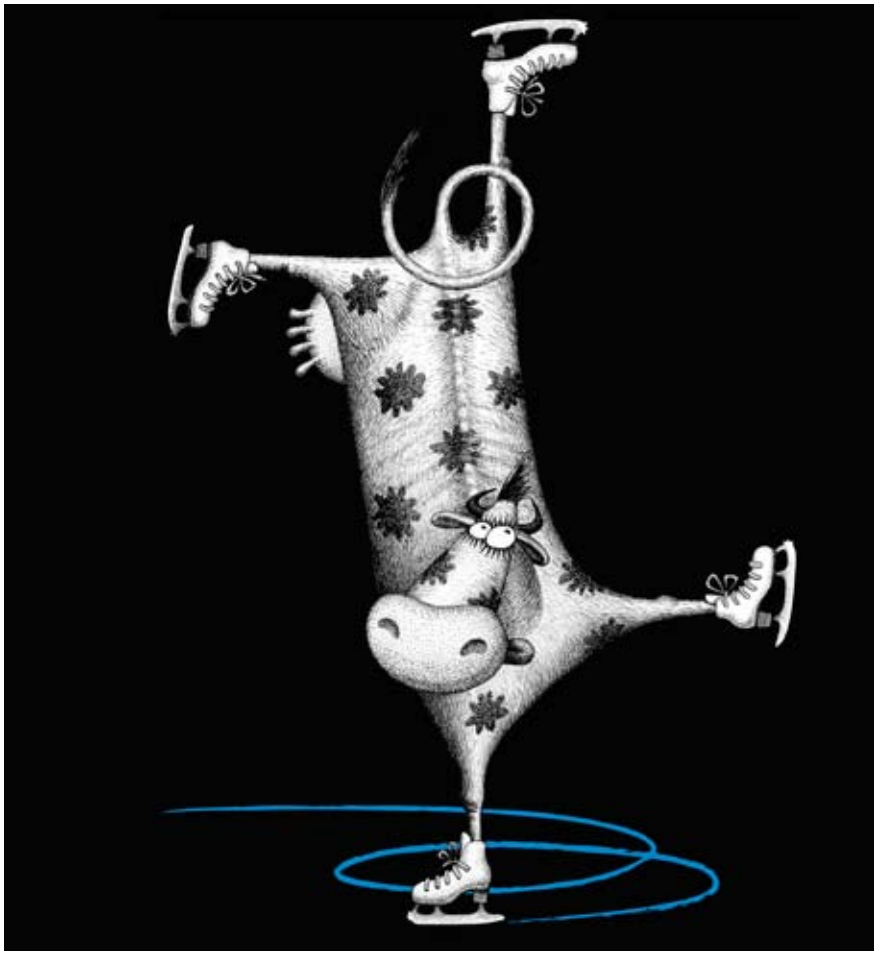

Foto: Guakanagari

Handwerkszeug beherrschen ist Pflicht.
Die Kür: sich richtig verkaufen können

Einen Anfahrtsplan sowie eine Hotelliste mit Übernachtungsmöglichkeiten von günstig bis exklusiv finden Sie unter www.presseseminare.org. Auf Wunsch werden Ihnen diese Unterlagen auch gerne per Post zugesandt. Das Seminar richtet sich an Journalisten aller Medien. Jeder Teilnehmer erhält ein Zertifikat über die Fortbildungsmaßnahme.

Seminargebühr
EUR 230,-- für Mitglieder von DPV und bdfj
(Frühbucherrabatt bis 10.10.13, danach EUR 250,--)
EUR 250,-- für Nichtmitglieder
(Frühbucherrabatt bis 10.10.13, danach EUR 270,--).
Die Teilnehmerzahl ist begrenzt.

Das Seminar findet am 24. und 25. Oktober 2013 (Donnerstag und Freitag) jeweils von 9.00 bis 17.00 Uhr statt. Kaffeepausen, Getränke und ein gemeinsamer Mittagstisch (bzw. Mittagessen in fußläufiger Umgebung) sind im Teilnahmebetrag enthalten.

Buchung und Rückfragen
Journalistenzentrum Deutschland
Stresemannstraße 375
D-22761 Hamburg
Tel. 040/8 99 77 99
Fax 040/8 99 77 79
seminare@journalistenverbaende.de.

Das Seminar ist auch online buchbar. Gehen Sie dazu und für weitere Informationen auf
www.presseseminare.org

Nach Ihrer Anmeldung erhalten Sie einen Vorab-Fragebogen zu Ihren Wünschen und Vorstellungen zum Seminar. Der Veranstaltungsort ist leider nicht barrierefrei.

Nutzen Sie den Frühbucherrabatt bis zum 10. Oktober 2013!

Der Dozent Michael Thiel ist Diplom Psychologe und arbeitet seit mehr als 20 Jahren als Psychologe und Personal-Coach. Sein Handwerk lernte er unter anderem in den USA bei dem 2007 verstorbenen Paul Watzlawik und bei Friedemann Schulz von Thun in Hamburg. Neben seiner psychotherapeutischen Tätigkeit ist er als Berater vieler Firmen wie Nestle, Unilever, Springer Verlag oder BMW tätig und gibt entsprechende Seminare. Außerdem ist er vielen als TV-Moderator z.B. von „Räum Dein Leben auf!“ (WDR/NDR), „Familienhilfe mit Herz“ (RTL) und „Schluss mit Hotel Mama!“ (Kabel1) bekannt. Mit seiner Kollegin Annika Lohstroh betreibt er seit über 13 Jahren äußerst erfolgreich ein Medienbüro in Hamburg. Zusammen haben sie das Buch „Raus aus der Sackgasse – wie Sie sich aus verfahrenen Situationen befreien und wieder durchstarten“ (Droemer Knaur Verlag) geschrieben. Im Januar 2011 erschien im Gütersloher Verlag ihr letztes Werk „Deutschland, einig Jammerland – wie man durch Nörgeln nach oben kommt!“.

Illu: TonTonic

Für die Pressefreiheit – helfen Sie mit!

Bereits seit längerem unterstützt das Journalistenzentrum Deutschland zu ganz wesentlichen Teilen die Gründung einer unabhängigen Organisation zur Verbesserung der Pressefreiheit im Nahen Osten. Die gemeinnützige Institution Social Human Broadcast engagiert sich für die Verteidigung der Meinungsfreiheit.

Social Human Broadcast berichtet zu vielen Aspekten, welche die Zivilgesellschaft betreffen, aus dem Nahen Osten und insbesondere aus dem Iran. Als gemeinnützige Organisation möchte Social Human Broadcast die gesellschaftliche, politische und demokratische Entwicklung in persisch-sprachigen Gebieten unterstützen. Wer unvoreingenommen an das Thema herangeht, weiß schließlich, dass es um die Presse- und Meinungsfreiheit vor Ort schlecht bestellt ist. Der Iran taucht in unabhängigen Studien immer dann auf, wenn es um die Beschneidung fundamentaler Menschenrechte wie die freie Meinungsäußerung geht. Nicht wenige Journalisten, welche auch kritische Themen beleuchtet haben, sind inhaftiert. Anderen ist es auch deshalb nicht möglich, frei zu berichten. Hier setzt Social Human Broadcast an und bietet ein Verbreitungsportal für Themen, welche im Iran selber nicht publiziert werden können. Schließlich trägt Social Human Broadcast durch seine Öffentlichkeitsarbeit und die veranstalteten Konferenzen dazu bei, dass der Iran im Ausland nicht nur unter sicherheitspolitischen Aspekten betrachtet wird.

Seit dem Jahr 2009 aktiv für freie Meinungsäußerung

Bereits kurz nach den Wahlen im Iran im Jahr 2009 hat die Vorsitzende von Social Human Broadcast, Shahla Bahardoost, zusammen mit sechs bekannten iranischen Journalisten mit der Herausgabe der Onlinezeitung „Grün“ begonnen. Shahla Bahardoost ist als Journalistin tätig und berichtet über die politische Situation im Iran – vor und nach den Veränderungen im Jahre 1979.

Foto: Social Human Broadcast

Eine engagierte Vorsitzende leitet den Verein

Schließlich entstand die Website Alborznews mit vielfältigen Verbreitungsmöglichkeiten. Alborznews als eine unabhängige News- und Informationsquelle ist für viele Menschen im Iran ein sehr wichtiger Bezugspunkt. Seit November 2012 wird Alborznews von dem gemeinnützigen Verein Social Human Broadcast betrieben. Zur Umsetzung der gemeinnützigen Ziele im Kampf um die Pressefreiheit benötigt der Verein Ihre Hilfe.

So können Sie Mitglied der Pressefreiheits-organisation werden

Erst Ihre Mitgliedschaft oder Spende ermöglicht das Engagement für die Meinungs- und Pressefreiheit! Alborznews von Social Human Broadcast steht in dem Ruf, eine der führenden persisch-sprachigen Online-Publikationen zu sein, in denen Meinungen unzensiert zu Wort kommen. Über eine Mitgliedschaft unterstützen Sie eine uneingeschränkte Berichterstattung zu den politischen und gesellschaftlichen Themen, die persisch-sprachige Menschen betreffen. Um Mitglied zu werden, gehen Sie auf www.shb-ev.org und rufen unter dem Button „Mitgliedschaft“ den Mitgliedsantrag ab. Oder Sie verwenden die nachfolgenden Kontodaten, um sich mit einer Spende für Meinungsfreiheit und Demokratie zu engagieren. Social Human Broadcast nutzt seine Erfahrung und seinen Einfluss, um frei zu berichten. Mit Ihrer Unterstützung kann Social Human Broadcast dort eingreifen, wo es am nötigsten ist. Jeder Beitrag stärkt die Fähigkeit, die Presse- und Meinungsfreiheit zu verteidigen.

Spenden per Überweisung
Social Human Broadcast
Hamburger Sparkasse
BLZ: 200 505 50
Konto: 1051 217 097
BIC/SWIFT: HASPDEHHXXX
IBAN: DE09 20050550 1051217097

Spenden per PAYPAL
paypal@shb-ev.org

Mitglied werden
www.shb-ev.org
> Button „Mitgliedschaft“

Foto: Social Human Broadcast

Weltweit ist die Lage in vielen Teilen sehr ernst

PressCreditCard

Jetzt beantragen und Fiat oder Vespa gewinnen

Damit Sie die Sommerzeit noch mehr genießen können, gibt es im Rahmen unseres Verbandskartenprogramms gemeinsam mit MasterCard attraktive Preise im Gesamtwert von über EUR 25.000,-- zu gewinnen. Alle Mitglieder, welche die PressCreditCard noch nicht besitzen und diese bis zum 31. Oktober 2013 beantragen, nehmen automatisch an einem Gewinnspiel teil:

1. Preis	ein Fiat 500
2. Preis	eine Vespa LX 50 4T
3.–100. Preis	jeweils ein 100 EURO Tankgutschein

Voraussetzung ist, dass die erste Kartennutzung bis zum 30. November des Jahres erfolgt. Weitere Infos finden Sie unter
www.advanzia.com/GrossesGewinnspiel2013
Dort erfahren auch Mitglieder, welche bereits im Besitz der PressCreditCard sind, von alternativen Teilnahmemöglichkeiten.

Für Antragsformulare sowie eine Beschreibung der im Rahmen der DPV- oder bdfj-Mitgliedschaft kostenfreien goldenen Kreditkarte besuchen Sie bitte
www.PressCreditCard.de

Impressum

Herausgeber:
Journalistenzentrum Deutschland e. V.
Stresemannstr. 375
D-22761 Hamburg
Tel. 040/8 99 77 99
Fax 040/8 99 77 79
redaktion@JournalistenBlatt.de
www.JournalistenBlatt.de
Chefredaktion: Kerstin Nyst
V.i.S.d.P.: Andreas Christensen
Grafik: Oliver-Sven Reblin

Engagement – RückBLENDE

August 2013

Konzeptionelle Neuorientierung des BFB Magazins

Die Sprecherin und Chefredakteurin des Journalistenzentrum Deutschland Kerstin Nyst arbeitet mit Kollegen an einem inhaltlichen und optischen Facelift der Zeitschrift „der freie beruf“. Der DPV ist, auch stellvertretend für die Kollegen von der bdfj, langjähriges Mitglied des Bundesverbandes der Freien Berufe, dem Dachverband der Spitzenvereinigungen der Freiberufler.

Journalisten-Rad-Weltmeisterschaft

Das Journalistenzentrum Deutschland unterstützt Kollegen bei der Teilnahme an der 14. Journalisten-Rad-Weltmeisterschaft in Tirol. Die Rennen finden im Rahmen einer offiziellen Weltmeisterschaft nach den Regeln des Internationalen Radsport-Weltverbandes statt und locken bis zu 3.500 Reporter und Redakteure.

Verleihung Filmpreis

Das Journalistenzentrum Deutschland repräsentiert auf Einladung eines Bundesministers die Berufsverbände DPV und bdfj bei der Verleihung des Deutschen Wirtschaftsfilmpreises in Berlin.

Juli 2013

Pressebereich erweitert

Der Pressebereich wurde erweitert: hier finden Sie nunmehr nicht nur die vollständigen Kontaktdaten unseres Sprechers und alle aktuellen Pressemitteilungen. Links zu den wichtigsten Webseiten und Social Media Plattformen sowie Downloadmöglichkeiten von Pressebildern bieten interessierten Journalisten die Möglichkeit, sich zu dem Engagement und den Leistungen von DPV und bdfj ausführlich zu informieren.

Juni 2013

Studie „Herausforderungen deutscher Interessengemeinschaften und -verbände“

Das Journalistenzentrum Deutschland beteiligt sich an der großen Studie „Herausforderungen deutscher Interessengemeinschaften und -verbände“. Damit möchten wir das Anforderungsprofil der Journalistenverbände in Deutschland kommunizieren und dazu beitragen, Möglichkeiten weiterer Verbesserungen zu erarbeiten und zu etablieren.

Vertreter des Journalistenzentrum Deutschland erneut in Vorstand des International Press Institute IPI gewählt

Im Haus der DPA (Deutsche Presse Agentur) werden bei einer Versammlung der deutschen Sektion des International Press Institute IPI Maßnahmen zur Sicherung der Pressefreiheit erörtert und beschlossen. Dabei nehmen mit Alexandra Föderl-Schmid (Chefredakteurin *Der Standard*) und Markus Spillmann (Chefredakteur *Neue Zürcher Zeitung*) auch Board-Member aus Österreich und der Schweiz teil, um gemeinsame Synergien zu koordinieren. Bei den Wahlen zum Vorstand wird ein Vertreter des Journalistenzentrum Deutschland im Amt bestätigt.

Mai 2013

Kongress International Press Institute

Nachdem der jordanische Premierminister die Veranstaltung eröffnet hat, diskutieren Journalisten und Fachleute über die Möglichkeiten der Presse im Nahen Osten. Ein gewichtiges Thema spielt dabei die Lage in Syrien. Der Präsident der Syrian Journalists Association (SJA) berät mit Vertretern des Journalistenzentrum Deutschland über eine Kooperation. Digitale Rechte, die Rolle von Frauen und Religion in den Medien oder die Kontrolle des Internets sind weitere Diskussionspunkte, über welche sich hochrangige Pressevertreter miteinander austauschen.

Forum „Verteidigung der Pressefreiheit in der arabischen Welt“

Vertreter von DPV und bdfj beteiligen sich an einer der wichtigsten Veranstaltungen zum Thema, zu welcher das Center of Defending Freedom of Journalism eingeladen hat. Gemeinsam werden Wege diskutiert und vereinbart, um die Verbreitung der Pressefreiheit in der arabischen Welt zu fördern und zu forcieren.

Pressereise nach Südasien

Nur Tage vor den Wahlen im Atomstaat Pakistan veranstaltet das Journalistenzentrum Deutschland eine Pressereise in die Region. Gemeinsam mit Kollegen von Süddeutsche Zeitung, Kleine Zeitung (Wien), Al Jazeera sowie Freelancern und Bildredakteuren werden Termine und Interviews mit hochrangigen Politikern und Persönlichkeiten wahrgenommen. Gespräche mit Repräsentanten aus Kunst und Wirtschaft sowie Begegnungen mit Bürgern aller Schichten lassen die Exkursion zu einem Erfolg für die mitgereisten Korrespondenten werden.

April 2013

Seminar „Rhetorik für Journalisten“

In den Seminarräumen des Journalistenzentrum Deutschland trifft sich eine Gruppe Journalisten, um an dem Workshop „Rhetorik für Journalisten“ teilzunehmen. Der Workshop bietet den Teilnehmern Grundlagen der Rhetorik in Theorie und Praxis. Die eigene Kommunikationskompetenz wird durch entsprechende Übungen gezielt gestärkt. Gemeinsam mit Dozent Michael Kleist (Kommunikationswissenschaftler, Werbepsychologe und Lehrbeauftragter für Rhetorik an der LMU in München) arbeiten die Teilnehmer zwei Tage an persönlichen Stärken und Schwächen, um das eigene Image und die Selbstpräsentation zu optimieren als auch Kompetenz, Seriosität und Sympathie zu vermitteln.

Altersabsicherung von selbständigen Journalisten

Das Journalistenzentrum Deutschland beteiligt sich an einer Studie des Instituts für empirische Soziologie (Friedrich-Alexander-Universität Erlangen-Nürnberg). Ausgewählte Institutionen beschäftigen sich mit der Frage der Altersabsicherung von Selbständigen. Die Verbände DPV und bdfj repräsentieren dabei das Berufsbild des Journalisten.

Das Journalistenzentrum Deutschland ist Förderer und Juror beim 5. Internationalen KreativWettbewerb 2013

Das Journalistenzentrum Deutschland engagiert sich beim 5. Internationalen KreativWettbewerb 2013 als Förderer, Kooperationspartner und als Juror in der Disziplin Journalismus. Die Jury dieser Disziplin besteht aus Dr. Thomas Hanitzsch, Professor für Kommunikationswissenschaft mit Schwerpunkt Journalismusforschung an der LMU München, Prof. Dr. Markus Behmer, Dozent für Kommunikation (Journalismus) an der Universität Bamberg sowie Kerstin Nyst, Pressesprecherin des Journalistenzentrum Deutschland.

März 2013

Verbreitung der Pressefreiheit im Iran

Die Verbände DPV und bdfj bringen ihre Erfahrungen ein, um die Pressefreiheitsorganisation Social Human Broadcast in ihrer Öffentlichkeitsarbeit zu unterstützen. Den neuen Flyer finden Sie auf den Webseiten der Organisation. Wir appellieren an alle Medienschaffenden, die gemeinnützige Institution mit Sitz in Deutschland durch Spenden oder eine Mitgliedschaft zu unterstützen.

Februar 2013

Berufsverbände „stiften“ Bund der Ehe

Im letzten Jahr hatte das Journalistenzentrum Deutschland eine Pressereise von Medienstudenten aus Asien organisiert. Während eines Aufenthalts bei der Deutschen Welle in Berlin lernten sich eine angehende Journalistin und ein Kollege kennen und schätzen – in wenigen Wochen läuten nun die Hochzeitsglocken. Im Namen der angeschlossenen Berichterstatter gratulieren DPV und bdfj ganz verstärkt und wünschen für eine gemeinsame Zukunft alles Gute.

Aktuelle Hinweise zum Engagement des Journalistenzentrum Deutschland finden Sie unter www.berufsvertretung.de