Journalistenblatt

1 2016

Die Journalistenverbände informieren

www.journalistenblatt.de

Journalistenzentrum DEUTSCHLAND

DPV Deutscher Presse Verband

bdfj: bundesvereinigung der fachjournalisten

Tilo Jung, YouTube-Kanal *Jung & Naiv*, Seite 4

Jung und gar nicht naiv

Markus Beckedahl: Digitale Freiheitsrechte 8

Stefan Niggemeier: Übermedien reden 10

Pro und Kontra: Stirbt lineares Fernsehen? 20

WENN NIEMAND MEHR ÜBER INHAFTIERTE JOURNALISTEN IN CHINA SCHREIBT, SIND DANN ALLE WIEDER FREI?

DZI Spenden-Siegel

REPORTER OHNE GRENZEN E.V. - WWW.REPORTER-OHNE-GRENZEN.DE
SPENDENKONTO IBAN: DE26 1009 0000 5667 7770 80 - BIC: BEVODEBB

REPORTER OHNE GRENZEN
FÜR INFORMATIONSFREIHEIT
[20 JAHRE]

Editorial

Liebe Kollegen,
zehn Jahre nach seinem ersten Erscheinen präsentieren wir Ihnen das **journalistenblatt** im neuen Format. Es erscheint in Zukunft nicht mehr als Beileger des Medienmagazins *NITRO*, bei deren Redaktion wir uns für die hervorragende Zusammenarbeit bedanken, sondern als eigenständige Publikation. Ebenso wie der Inhalt verdoppelt sich die Zahl der Ausgaben auf vier pro Jahr. Der Leitgedanke der Redaktion bleibt gleich: Was Journalisten wissen müssen.

Das **journalistenblatt** greift Themen auf, die für Medienmacher von Bedeutung sind.

Geändert hat sich das Ausgabeformat. Ab diesem Titel erscheint die Zeitschrift digital als E-Paper sowie im speicherfreundlichen PDF-Format. Sie können in Zukunft das aktuelle ebenso wie alle bisherigen Magazine unter **www.journalistenblatt.de** lesen, durchblättern, speichern und kommentieren. Wenn Sie eine aktuelle E-Mail-Adresse in der Geschäftsstelle hinterlegt haben, informieren wir Sie an jedem Erscheinungstag automatisch.

Alle potenziellen Autoren möchten wir noch einmal daran erinnern, dass sie uns Themenvorschläge und Artikel aus dem Bereich des Medienjournalismus einreichen können. Am einfachsten geschieht dies per E-Mail oder über das entsprechende Kontaktformular auf www.journalistenblatt.de.

Schließlich finden Sie auf unserem Webauftritt unter anderem ein Archiv mit allen bisherigen Ausgaben, welche Sie bei Interesse ganz bequem nachbestellen können, soweit vorrätig. Abgerundet wird die Sammlung durch eine Indexierung mit entsprechender Auffindefunktion.

Und nun rein ins Lesevergnügen.
Ihre Redaktion des **journalistenblatt**

www.journalistenblatt.de

Inhaltsverzeichnis

4 **Jung und gar nicht naiv**
Gespräch mit dem Journalisten Tilo Jung, einem der bekanntesten Onliner in der politischen Berichterstattung.

8 **Digitale Freiheitsrechte für alle!**
Markus Beckedahl versteht seinen Blog *netzpolitik.org* als journalistisches Angebot und erreicht bis zu 1,5 Millionen Leser jeden Monat.

10 **Übermedien reden**
Die neue Medienkritik-Website von Stefan Niggemeier und Boris Rosenkranz ist Anfang 2016 gestartet. Niggemeier im Interview zu diesem journalistischen Angebot.

14 **Fünf Gründe, warum freie Journalisten einen professionellen Blog brauchen**

16 **Was ist an Online-Recherche neu?**

20 **Pro und Kontra: Wird lineares Fernsehen sterben?**
Wie sieht die Zunkunft des klassischen Fernsehens aus?

22 **Fotografieren erlaubt**
Fotos von Außenansichten öffentlicher Gebäude und frei zugänglicher Kunstwerke werden europaweit nicht eingeschränkt.

24 **Vergiss mein nicht!**
Das Google-Urteil zum „Recht auf Vergessen" – eine Gefahr für die Meinungsfreiheit?

27 **Was hat das Jahr 2016 bisher Neues für Journalisten gebracht?**

28 **Das kann ja teuer werden!**
Ein Lehrstück über die Folgen unangemessener und falscher Berichterstattung.

30 **Bewirtungskosten: Sie dürfen auch in besseren Restaurants beruflich speisen**

31 **PressCreditCard: Siegel von n-tv als „beste Kreditkarte"**

32 **Clever und legal nutzen: Darlehen innerhalb der Familie**

33 **Künstlersozialversicherung: Halb beteiligt, voll versichert**

34 **Factoring – und das Warten (aufs Geld) hat ein Ende**
Rechnung raus – Geld rein! Factoringservice für Freelancer und Kleinunternehmen.

36 **Gefördert erfolgreich**
Was sich bei der Gründerunterstützung 2016 geändert hat.

38 **Verschlüsselung von E-Mails**
Nur 15 Prozent der Internetnutzer gehen auf Nummer sicher.

38 **Engagement – RückBLENDE, Impressum**

Titelfoto: Bernd Lammel

PROUD
TO BE
A DAD

Jung
und gar nicht naiv

Tilo Jung erreicht mit seinem YouTube-Kanal *Jung & Naiv – Politik für Desinteressierte,* Millionenklicks. Davon träumen die klassischen Medien.
Er ist 30 Jahre alt, Mitglied der Bundespressekonferenz und einer der bekanntesten YouTuber in der politischen Berichterstattung Deutschlands. Ohne jede Berührungsangst interviewt er Bundes- und EU-Politiker, Regierungssprecher, Minister, Staatssekretäre, Parteivorsitzende, Diplomaten und bringt viele mit seinen naiven Fragen in Erklärungsnot. Kompromisslos sendet er, was seine Interviewpartner sagen und lehnt Autorisierungen grundsätzlich ab. Die, die mit ihm reden, müssen also wissen, worauf sie sich einlassen.

? Tilo, Du bist im Februar 2013 mit *Jung & Naiv – Politik für Desinteressierte* auf YouTube gestartet. Sollte Dein Interviewportal aber nicht besser Jung und Provokant heißen?

! Wieso? Ich stelle junge und naive Fragen. Wenn sich jemand provoziert fühlt, ist das sein Problem.

? Es gibt Journalisten, die bezeichnen Dich als unverfroren, respektlos, penetrant, hartnäckig, unverschämt. Welche dieser Jacken ziehst Du Dir an?

! Wahrscheinlich alle. Ich will nicht bequem sein.

? Was verbindest Du mit der Bezeichnung Qualitätsmedien?

! Wenig. Die Qualitätsmedien sind für mich die alten Medien, die sich einbilden, nur sie böten Qualität. Doch ob jemand Qualität liefert, liegt für mich im Auge des Betrachters. Das muss nicht der *Spiegel*, die *FAZ*, das öffentlich-rechtliche Fernsehen oder das Radio sein. Auch wir können unseren Zuschauern Qualitätsjournalismus bieten. In der Regel liefern die, die sich Qualitätsjournalisten nennen, immer mehr Quantitätsjournalismus, den sie als Qualitätsjournalismus verkaufen. Nicht jede neue Information, nicht jedes neues Politikerzitat ist eine Nachricht.

? Was liest, hörst oder siehst Du am Morgen, um Dir einen Überblick über die aktuelle Nachrichtenlage zu verschaffen?

! Ich informiere mich sehr viel über Twitter, lese dort, was die Leute, die ich für relevant halte, twittern. Ab und zu lese ich auch den *dpa*-Ticker, weil dort vieles über die Arbeit der Bundesregierung gemeldet wird, was für meinen Job wichtig ist. Ich informiere mich nicht über Google-Schlagzeilen oder Nachrichtenplattformen.

> Wer meint, *Jung & Naiv* oder Tilo Jung seien dumm, ist in eine Falle getappt. Die Sendung heißt *Jung & Naiv,* und schon im Namen ist der ganze Anspruch enthalten.

? Du bist also nicht an der Meinung anderer Medien interessiert, sondern an relevanten Infos und Fakten?

! Eine Meinung versuche ich mir allein zu bilden, dafür brauche ich nicht die Meinung der Qualitätsjournalisten.

? Die *Frankfurter Allgemeine Zeitung* hat 2014 im Feuilleton ein ausführliches Interview abgedruckt, das Du mit dem Enthüllungsjournalisten Glenn Greenwald geführt hast. War das für Dich ein Ritterschlag – die *FAZ* gibt einem YouTuber so eine Plattform?

! Das Interview lief zuerst im Fernsehen auf *joiz* in gekürzter Fassung. Am nächsten Tag druckte es die *FAZ* ab. Gleichzeitig haben wir das ungekürzte Gespräch auf Youtube veröffentlicht. Für diese Chance, dass Passagen des Interviews mit Glenn auch in der *FAZ* zu lesen waren, bin ich Frank Schirrmacher noch heute sehr dankbar.

? Also doch ein Ritterschlag?

! Vielleicht. Ich fand es konsequent, dass die *FAZ* neue Wege ging, als das Thema Geheimdienste und Glenn Greenwald, der für den *Guardian* die Snowden-Dokumente aufarbeitet, relevant wurde. Frank Schirrmacher erkannte das und gab uns die Chance, das Interview auch in der *FAZ* abzudrucken. Ein Ritterschlag war für mich eher die Nominierung zum Deutschen Fernsehpreis. Damit hatte ich überhaupt nicht gerechnet, umso mehr hat es mich erfreut.

? Du bekamst schon ein Jahr, nachdem Du mit *Jung & Naiv* gestartet bist, dafür den Grimme Online Award. Wie erklärst Du Dir diese Turbo-Auszeichnung*?

! Offenbar gibt es immer noch wenige junge Journalisten, die mit Medien anders umgehen. Oder sie trauen sich nicht, neue Wege zu gehen und eigene Ideen umzusetzen. Es fehlt vielen auch an Ausdauer, denn oft kommt der Zuspruch für neue Projekte schleppend. Der schnelle Erfolg ist die Ausnahme. Vielleicht ist der Jury aufgefallen, dass ich mich trotzdem traue.

? Hat Dir der Grimme Online Award Türen geöffnet?

! Nicht wirklich. Ich erwähne den Preis zwar ab und zu in meinen Interviewanfragen und merke auch, dass das manche beeindruckt, aber viele eben nicht.

? Wenn Du in Deinen Interviews Ministern, Parteivorsitzenden und Regierenden – jung und natürlich völlig naiv – auf den Zahn fühlst, kannst Du da jedweden Wider- ▶

* Aus der Begründung der Jury: Das grenzenübergreifende Konzept von „Jung & Naiv" belegt, wie man im heutigen Newsgeschäft mit aktuellen Themen, geringen Mitteln und hohem persönlichen Einsatz den Spagat vom Bottom-up- zum Top-down-Medium schaffen kann. Und damit gleichzeitig in Web, Print und TV relevante Inhalte vermittelt.

Foto links: Bernd Lammel

Alexa O`Brien forscht zum Thema Nationale Sicherheit. Ihre Arbeiten wurden in *Vice News, The Cairo Review of Global Affairs, Wächter Großbritannien, Salon, The Daily Beast,* sowie in der *BBC* und im *ZDF* veröffentlicht.

Glenn Greenwald, US-amerikanischer Journalist, Blogger, Schriftsteller und Rechtsanwalt. Weltweite Bekanntheit erlangte Greenwald, als er die von Edward Snowden im Jahr 2013 übermittelten Dokumente zum streng geheimen NSA-Überwachungsprogramm PRISMA aufbereitete und Anfang Juni 2013 in der britischen Tageszeitung *The Guardian* zusammen mit einem Interview Snowdens veröffentlichte.

spruch Deinerseits oder Empörung über das Gesagte unterdrücken?

! Ich empöre mich und kritisiere laufend – allerdings durch die Blume. Der Zuschauer merkt meist, dass ich mit meinen Fragen ein Ziel verfolge oder auf eine ganz bestimmte Antwort warte – und die Gesprächspartner merken das natürlich auch. Im Interview mit Kanzleramtsminister Peter Altmaier war es zum Beispiel in den ersten 30 bis 40 Minuten so, dass er mir und der Öffentlichkeit erklären sollte, was überhaupt sein Job ist, welche Aufgaben er hat. In der letzten halben Stunde ging es deshalb um den BND, ausländische Geheimdienste, Edward Snowden und Drohnenmorde. Natürlich war mir klar, dass Altmaier dazu nicht viel sagen wird, aber die meisten Journalisten fragen erst gar nicht danach, weil sie sowieso wissen, dass er solche Fragen nicht beantwortet. Keine Antwort ist oft auch entlarvend.

? Dürfen Deine Interviewten denn schon vor dem offiziellen Sendetermin mal drauf gucken?

! Auf keinen Fall. Das ist eine absolut deutsche Unart. *Jung & Naiv* sendet vom ersten Hallo bis zum letzten Wort das gesamte Gespräch in voller Länge. Es wird nichts geschnitten, deshalb kann es auch keine Diskussionen geben.

? Kurz vor der Bundespressekonferenz im September 2015, das Mikrofon war schon an, lästerte der Sprecher des Auswärtigen Amtes, Schäfer, gemeinsam mit Regierungssprecher Seibert über Deinen rosa Pullover, dessen Farbe Seibert immerhin „lebensbejahend" fand. Comedian Oliver Polak teilte in der Welt so aus: „Ich glaube, Du bist einfach nur, ähm, wie soll ich sagen, sehr, ähm, wie war das Wort nochmal, ah ja – dumm." Wie gehst Du mit solchen Beleidigungen um?

! Mit Humor. Solche Aussagen sagen viel mehr über die Leute selbst aus als über mich. Wer meint, *Jung & Naiv* oder Tilo Jung seien dumm, ist in eine Falle getappt. Die Sendung heißt *Jung & Naiv*, und schon im Namen ist der ganze Anspruch enthalten. Ich stelle naive Fragen, die natürlich manchmal als dumm rüberkommen. Andere finden, dass ich keinen Journalismus mache. Was für ein Vorwurf, da könnten sie auch eine Comedy-Serie kritisieren, weil sie lustig ist.

? Und wie kommst Du mit Regierungssprecher Seibert sonst so klar?

! Mein 63. Interview führte ich mit ihm, da war ich aber noch nicht Mitglied der Bundespressekonferenz und Seibert dachte damals wohl noch, dass Internet und twitter irgendwie cool wären. Wir haben uns prima verstanden.

? Und jetzt nicht mehr?

! Ich glaube, er hat durch mein Mitwirken in der Bundespressekonferenz (BPK) für *Jung & Naiv* oder mich inzwischen nicht mehr so viel übrig. Dabei war es Seibert, der mich auf die Idee brachte, Mitglied der BPK zu werden. Er erzählte mir im besagten Interview 63, dass die Regierung dreimal pro Woche in die BPK geht und sich dort den Fragen der Journalisten stellt und ich könne dort auch Mitglied werden. Vielleicht ärgert er sich heute, dass er mir den Tipp gegeben hat.

? Nervst Du denn dort ständig mit provokanten Fragen?

! Klar. Und nicht nur die Politiker und deren Sprecher, sondern auch einige Journalistenkollegen. Doch das gehört für mich dazu, das macht mir nichts aus.

? Beschreib doch mal die Atmosphäre in der BPK, die zwischen den Journalisten und den Politikern herrscht.

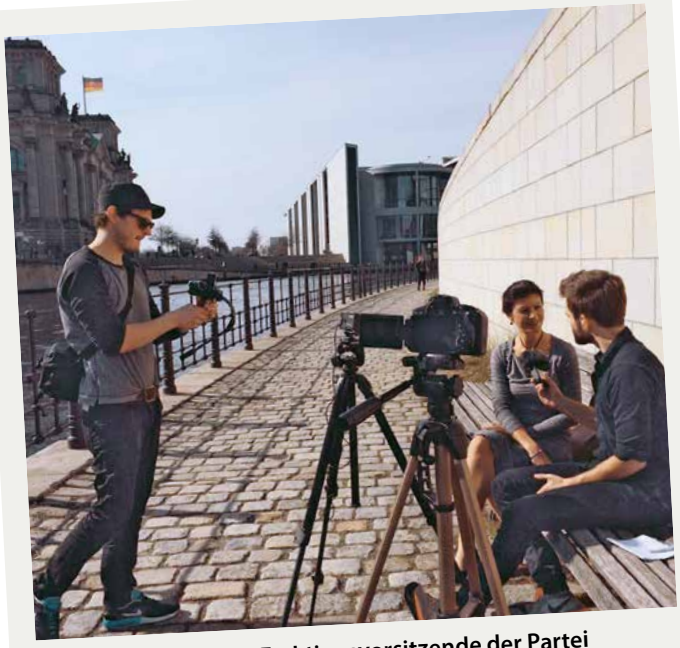
! Abgeklärt. Geschäftsmäßig. Journalisten brauchen Zitate von Politikern für ihren nächsten Beitrag, Politiker brauchen Journalisten als Überbringer ihrer Botschaften ans Volk.

? Fragt keiner mal kritisch nach – so wie Du?

! Natürlich, viele. Aber ich sehe selten, dass sich das in den Nachrichten niederschlägt. Wir machen Journalismus anders, stellen unsere Interviews und die BPK eins zu eins ins Netz. *Phoenix* schneidet auch alles mit und könnte die BPK zum Beispiel abends senden. Ich bin überzeugt, die Leute würden das einschalten, *Jung & Naiv* ist ja das beste Beispiel dafür. Aber die

Ich informiere mich fast ausschließlich über Twitter, lese dort, was die Leute, die ich für relevant halte, twittern.

Peter Altmaier, Bundesminister für besondere Aufgaben und Chef des Bundeskanzleramtes im Kabinett Merkel III.



Sahra Wagenknecht, Fraktionsvorsitzende der Partei DIE LINKE im Deutschen Bundestag.

Sender machen alles wie immer und wundern sich, dass sie weniger Erfolg haben.

? Wer guckt sich denn Deine Interviews lieber an: Interessierte oder Desinteressierte?

! Die Zahlen auf Facebook oder die Klickzahlen auf YouTube belegen das eindeutig. Einerseits gucken mir intelligente Menschen beim Fragen zu, weil sie das Format spannend finden. Andererseits sitzen auch die weniger interessierten User von Anfang bis Ende vor dem Monitor und lassen sich von mir mitnehmen.

? Bei wem zum Beispiel?

! Das Interview mit Bodo Ramelow, Ministerpräsident von Thüringen, dauerte anderthalb Stunden und 60 Prozent der Zuschauer sahen es sich bis zum Ende an. Davon träumen die Öffentlich-Rechtlichen bestimmt und auch manche Privatsender.

? Kommentieren die User bei YouTube oder Facebook Deine Interviews?

! Ohne Ende und von allen Seiten. Häufig leider auch mit rechter Hetze! Solche Einträge löschen wir sofort.

? Wie viele Interviews hast Du in den vergangenen drei Jahren geführt?

! 253.

? Wie viele haben zugeguckt?

! Bei Youtube liegen die Aufrufe bei etwa zehn Millionen, dort haben wir über 60 000 Abonnenten. Bei Facebook sind wir in der Regel auf dem gleichen Niveau mit der *Tagesschau, Extra3* und der *Heute Show* und erreichen wöchentlich im Schnitt vier bis fünf Millionen Menschen auf Facebook. Im Sommer 2015 waren es sogar neun Millionen.

? Wen möchtest Du unbedingt mal interviewen?

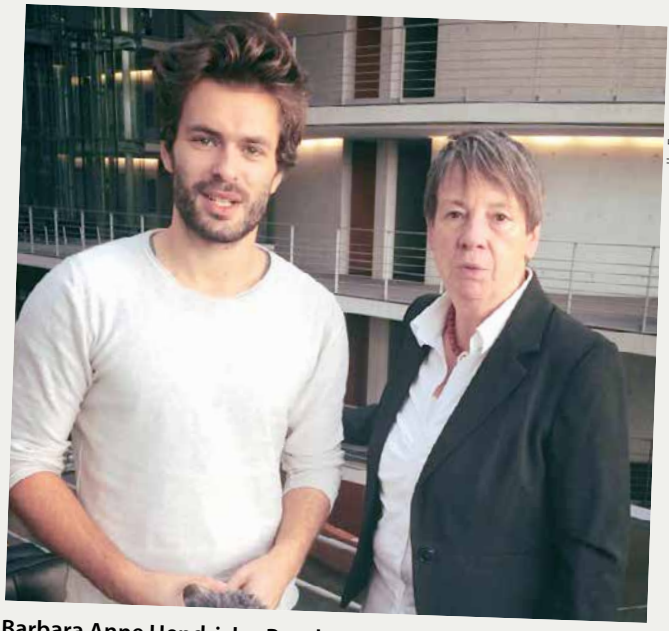
! Merkel, Obama und Putin. Alle drei zusammen.

? Kannst Du von Deiner Arbeit leben?

! Ja, durch das Crowdfunding immer besser. Im Abspann eines jeden Interviews sind alle User aufgezählt, die unsere Arbeit mit mehr als 20 Euro unterstützt haben. Im Dezember waren es zum Beispiel über 500.

DAS GESPRÄCH FÜHRTEN
BETTINA SCHELLONG-LAMMEL UND
HEIDE-ULRIKE WENDT

Jacob „Jake" Appelbaum ist ein US-amerikanischer Internetaktivist und Spezialist für Computersicherheit.
Er ist Entwickler und Fürsprecher des Anonymisierungsnetzwerks Tor und technischer Berater der Freedom of the Press Foundation.



alle Fotos: Jung & Naiv

Barbara Anne Hendricks, Bundesministerin für Umwelt, Naturschutz, Bau und Reaktorsicherheit im Kabinett Merkel III.

Markus Beckedahl ist der Gründer von *netzpolitik.org*, einer Plattform für digitale Freiheitsrechte. Der Blog thematisiert wichtige Aspekte rund um das Internet, die Gesellschaft und die Politik und will Orientierung geben, wie sich die Bürger mithilfe des Netzes für digitale Freiheiten und eine offene Gesellschaft engagieren können.

Markus Beckedahl versteht seinen Blog als journalistisches Angebot. Die aktuelle Version von *netzpolitik.org* ist seit mehr als zehn Jahren online. Ein Gespräch mit dem Netzpionier über die Akzeptanz von Bloggern als Journalisten, die Finanzierung seines politischen Blogs und die Vorratsdatenspeicherung.

DIGITALE FREIHEITS

? Es gibt für Sie mehrere Bezeichnungen, Herr Beckedahl: Chefredakteur, Netzpionier, Unternehmer, Journalist oder Blogger. Wie sehen Sie sich selbst?

! Als Journalist, Chefredakteur und Blogger.

? Sie befassen sich seit Jahren mit dem Bloggen und haben 2002 *netzpolitik.org* gegründet. Warum?

! Es gab zwei Auslöser. Der erste war der Weltgipfel zur Informationsgesellschaft, den die UNO zum Thema Internet im Jahr 2002 und 2005 veranstaltete. Ich bin 2002 zu dieser Konferenz gefahren – mit einem Schlafsack, weil ich mir in Genf kein Hotelzimmer leisten konnte. Dort begann ich, den Blog *Bagpacking to world politics* zu schreiben und über die Konferenz zu berichten. Außerdem gab es eine Kampagne gegen Software-Patente auf EU-Ebene. Ich habe im Europaparlament ausprobiert, wie Lobbying funktioniert. Im Jahr 2004 startete ich die jetzige Version von *netzpolitik.org*, die im Laufe der Jahre zunehmend journalistischer wurde.

? Wie hat sich in den vergangenen zehn Jahren das journalistische oder politische Bloggen verändert?

! Es gibt in Deutschland sehr wenige politische Blogger. Es gibt zwar genug politische Berichterstattung in fast allen Medien, aber politische Blogger gibt es eher an den linken und rechten politischen Rändern.

? Sehen Journalisten der klassischen Medien Blogger inzwischen als Konkurrenz?

! Diese Konkurrenz gibt es meiner Meinung nach nicht. Viele Journalisten, die mit Blogs experimentierten, gingen später zu klassischen Medien, um dort Innovationsprozesse in Gang zu bringen und die Online-Aktivitäten auszubauen.

? Das haben wir bei unseren Recherchen zum Schwerpunkt Blogger aber ganz anders gehört.

! Ich beschäftige mich auf *netzpolitik.org* mit politischem Journalismus. Wir können natürlich darüber diskutieren, ob das früher schon Journalismus war oder erst jetzt Journalismus ist oder ob das nicht immer ein und dasselbe war, jetzt aber in einem anderen Medium erscheint, nämlich in einem Blog.

? Wo würden Sie sich mit Ihrem Blog *netzpolitik.org* einordnen?

! Wir sind eine Mischung aus NGO und Medium. Wir machen Journalismus aus einer bestimmten Haltung heraus, stehen für digitale Grundrechte ein und vertreten die Öffentlichkeit.

? Akzeptieren Institutionen, Organisationen oder Verbände Politikblogger wie Sie als Journalisten?

> Es ist offenbar leichter, bei Bloggern den Rotstift anzusetzen, als bei den Kollegen des *Spiegel* oder anderer etablierter Medien.

! Das ändert sich gerade radikal. Ich brauchte zum Beispiel jahrelang keinen Presseausweis und konnte überall frei berichten, außer von der *Popkomm*, dort verlangte die Pressestelle eine Redaktionsbescheinigung. 2014 ließ ich mir dann einen Presseausweis ausstellen, weil mir der Bundestag die Jahresakkreditierung verweigerte.

? Warum?

! Es ging dabei um Sicherheitsaspekte und nicht darum, Blogger aus dem Parlament herauszuhalten. Ich erfuhr von der Pressestelle, dass sie an Jahreshausausweisen sparen sollten – und damit haben sie bei den Bloggern begonnen. Es ist bei Bloggern offenbar leichter, den Rotstift anzusetzen, als bei den Kollegen des *Spiegel* oder anderer etablierter Medien. Es zeigte sich, dass die Regularien nicht mehr zeitgemäß sind. Wir als Blogger haben aber die gleichen Grundrechte und müssen somit dieselben Zugangsmöglichkeiten erhalten.

? Im Grundgesetz steht nichts von Presseausweisen, sondern dass jeder berichten darf.

! Genau. Absurd war in meinem Fall, dass ich jahrelang als Gast an Ausschuss-Sitzungen teilnahm. Das hätte ich auch weiter so gehalten, aber auf der Gästetribüne wurden Laptops plötzlich untersagt, während die Kollegen auf der Pressetribüne ihre Computer weiterhin benutzen durften. Deshalb habe ich die Jahresakkreditierung beantragt, bekam sie aber erst nach

RECHTE FÜR ALLE!

langen Diskussionen über meinen Status – Blogger oder Journalist oder beides.

? Sie sind jetzt zehn Jahre erfolgreicher Politikblogger. Wie finanziert sich ein solches Medium im Netz?

! Gut. Wir machten im vergangenen Jahr etwa 250.000 Euro Umsatz, davon etwa 180.000 Euro Spenden.

? Finanziert sich der Blog auch über eine Paywall?

! Das habe ich mit meinen Kollegen und unserer Community diskutiert und wir entschieden uns dagegen. Wir orientierten uns stattdessen an der *taz*, die Erfahrungen mit Leserfinanzierung hat. Inzwischen sind wir, was die Spenden unserer Leser betrifft, erfolgreicher als die *taz*.

? Wie sieht es mit Werbung aus?

! Für Werbung sind wir zu speziell und zu klein, um attraktiv für Media-Agenturen zu sein.

? Wie viele Kollegen braucht ein Blog wie *netzpolitik.org*?

! Im Moment sind wir sieben.

? Alles Journalisten?

! Unser Team besteht zur Zeit aus zwei Politikwissenschaftlern, zwei Informatikern, zwei Praktikanten und mir. Buchhaltung, Personalwesen und Administration nutzen wir von *Newthinking* auf unserer Büroetage.

? Wie viele lesen *netzpolitik.org*?

! Es sind ungefähr 1,5 Millionen Besucher im Monat.

? Wie beurteilen Sie die neuen Gesetzesvorschläge zur Vorratsdatenspeicherung?

! Wir sind klar dagegen! Wir veröffentlichten in den letzten zehn Jahren auf *netzpolitik.org* etwa 1 500 Beiträge zur Vorratsdatenspeicherung, und ich meine, dass wir bei diesem Thema wirkliche Experten sind. Zwei unserer Kollegen haben ihre Doktorarbeiten zur Vorratsdatenspeicherung geschrieben. Wir bekamen zu diesem heiklen Thema sogar ein geheimes Papier zugespielt, das wir selbstverständlich öffentlich machten.

Markus Beckedahl *gründete 2004 den Blog netzpolitik.org und bloggt seitdem über Politik in der digitalen Gesellschaft. Sein Blog zählt zu den reichweitenstärksten Blogs im deutschsprachigen Raum und wurde mehrfach ausgezeichnet. Markus Beckedahl ist Mitbegründer der re:publika, der größten Internetkonferenz in Europa, die seit 2007 jedes Jahr in Berlin stattfindet. Er saß bis 2013 als Sachverständiger in der Enquete-Kommission des Deutschen Bundestages zu „Internet und digitale Gesellschaft" und ist Mitglied des Medienrates der Medienanstalt Berlin-Brandenburg sowie Mitglied der deutschen UNESCO-Kommission. Als Public-Project-Lead von Creative Commons Deutschland kümmert er sich um die Öffentlichkeitsarbeit der offenen Lizenzen, dazu setzt er sich als Vorsitzender des Digitale Gesellschaft e. V. für Informationsfreiheiten ein.*
www.netzpolitik.org
www.newthinking.org

DAS GESPRÄCH FÜHRTE
BETTINA SCHELLONG-LAMMEL

Foto: Bernd Lammel

Cartoon: Hauck & Bauer, Quelle: Übermedien.de

Übermedien reden

Die neue Medienkritik-Website von Stefan Niggemeier und seinem Kompagnon Boris Rosenkranz ist Anfang 2016 gestartet. Ganz wichtig: Website, nicht Blog. Niggemeier und Rosenkranz wollen mit *Übermedien.de* die Medienkritik zum Fulltimejob machen und verkaufen Abos zu 3,99 Euro pro Monat. Stefan Niggemeier spricht über zu viel Meinung in den Medien, über seinen Tunnelblick und den Wunsch, von *Übermedien* gut leben zu können.

? *Übermedien* – was bedeutet das: Du berichtest über Medien oder Du stehst über Medien?

! *Übermedien* bedeutet: Wir berichten über Medien. Wer möchte, kann da natürlich noch ein bisschen mehr hineininterpretieren. Aber nein, so größenwahnsinnig bin ich dann doch nicht. Wir berichten über Medien, Punkt!

? Wer sind denn wir?

! Boris Rosenkranz und ich. Wir beide sind *Übermedien*, wir haben uns das alles ausgedacht. Unser Plan ist natürlich, wenn alles gut läuft, viele Leute bei uns zu beschäftigen.

? *Die Zeit* nennt Dich den Journalistenflüsterer. Kannst Du mit diesem Titel etwas anfangen?

! Weiß ich nicht. Ich habe ein bisschen gefremdelt beim Lesen, denn was der Beitrag beschreibt, ist ziemlich das Gegenteil von dem, was wir wollen. Die These des Textes, wenn ich ihn richtig verstanden habe, ist: Die Einzigen, die sich wirklich für differenzierte Medienkritik interessieren, sind Journalisten und damit auch die Einzigen, die bereit sind, dafür zu zahlen. Ich hoffe, der Autor hat unrecht, denn wir möchten keinen neuen Branchendienst auf den Markt bringen, sondern vor allem Leser, Zuhörer, Zuschauer erreichen, die kritisch mit den Medien umgehen und mehr über Hintergründe erfahren möchten. Ich hoffe, dass sich genug Leute finden, die für diese Informationen Geld ausgeben.

? Pferdeflüsterer sind ja eigentlich dazu da, kranken Tieren zu helfen, wieder auf die Beine zu kommen. Als Journalistenflüsterer hieße das, Du müsstest armen geschundenen Journalisten ins Ohr flüstern: Ihr seid eigentlich toll.

! Wenn damit gemeint ist, dass wir Medien kritisieren sollten, um sie dadurch besser zu machen – warum nicht. Ich würde mir dieses Etikett jetzt aber trotzdem sehr ungerne anheften. Das hat so was von Wunderheiler.

? Außerdem liegt Dir das Flüstern ja eh nicht so.

! Im Moment liegt mir das Leise aber mehr als das Laute, denn in den Medien gibt es nichts anderes mehr, und auch die Medienkritik ist total überdreht. Da halte ich mich gerne mal zurück, will nicht noch zusätzlich provozieren.

? *Bildblog, Krautreporter, Niggemeier-Blog*, jetzt *Übermedien*: Bist Du einer, der sich immer neu erfindet? Oder willst Du mit neuen Ideen auf die veränderten Zeiten reagieren?

! Ich glaube, beides. Also *Bildblog* war der Beginn von allem. Nach etwa sechs Jahren hatte ich dann aber das Gefühl: Okay, das reicht, ich habe alles gesagt. An Mats Schönauer, der den *Bildblog* jetzt macht, kann man das sehr gut beobachten: Der bringt noch eine frische Wut mit. Der schlägt die *Bild* auf und stöhnt: NEIN! Das kann doch nicht wahr sein! Diese Wut hatte ich nach

Foto: Bernd Lammel

zehn Jahren nicht mehr, sondern einen richtigen Widerwillen, mich mit diesem Mist zu beschäftigen.

? Und wie lief es bei den *Krautreportern*?

! *Krautreporter* war für mich der erste Versuch, mich mit dieser Idee von Paid Content auseinanderzusetzen. Schon ein halbes Jahr, bevor Sebastian Esser auf mich zu kam, hatte ich überlegt, wie ich mit meinem Blog Geld verdienen kann. Die *Krautreporter*-Idee gefiel mir auch sehr gut, und ich war bereit, sie gemeinsam mit anderen auszuprobieren. Das hat für mich aber so nicht funktioniert, denn jeder machte sein Ding, es entstand keine redaktionelle Einheit, und die Leser sind daraus auch nicht richtig schlau geworden. Ich habe dabei trotzdem viel gelernt und versuche eben jetzt, mein eigenes Ding zu machen.

? Im Januar ging *Übermedien* an den Start. Wie ist es denn angelaufen?

! Ganz gut, aber für Statistiken ist es noch zu früh. Auf jeden Fall steigt die Zahl der Abonnenten, es gibt eine Reihe von Beiträgen, die eine hohe Aufmerksamkeit erzielen und uns bekannt machen.

? Wie viel kostet ein Abo?

! 3,99 Euro im Monat, und es ist jederzeit kündbar. Wir legen großen Wert darauf, dass die Nutzer nur angenehme Erfahrungen mit uns machen und nicht Verträge abschließen, aus denen sie nicht so einfach wieder herauskommen.

? *Übermedien* gibt ja im Moment noch vor allem über sich selbst Auskunft. Das Gespräch, das Du mit Giovanni di Lorenzo geführt hast, feiert *MEEDIA* als Glanzstück bei *Übermedien*, als großes Meta-Meta-Interview über Medienkritik im Allgemeinen und Niggemeier im Speziellen. Geht's auch eine Nummer kleiner?

! Im Moment scheinen wir alle ein bisschen zwischen den Stühlen zu sitzen. Mir geht es jedenfalls so, denn die harsche Kritik an allen Medien halte ich für derart übertrieben, dass ich an manchen Stellen auch eher zum Medienverteidiger als zum Medienkritiker tendiere.

? Wer sind denn Deiner Meinung nach zu scharfe Kritiker?

! Tichy in *Tichys Einblick* oder Wolfgang Herles zum Beispiel. Natürlich gibt es wirklich viel zu kritisieren bei der *ARD* und dem *ZDF*, aber zurzeit heißt es ja nur noch: „Alles wird vorgegeben", „Es gibt Denkverbote", „Es gab schriftliche Anweisungen". Ich finde diese Kritik an den Medien übertrieben, behalte aber nichtsdestotrotz meinen kritischen Blick auf die aktuelle Berichterstattung. Viel schlimmer finde ich diese Facebook-Welt, wo sich Leute aus drei Quellen zusammensuchen, was ihre eigene Meinung bestätigt. Da konfrontiert einen das Fernsehen noch viel mehr mit Tatsachen, die nicht ins eigene Weltbild passen, mit denen man sich aber auseinandersetzen muss.

? Bist Du der Meinung, wir haben im Journalismus zu viele Meinungen und zu wenig Fakten?

Wir machen Medienkritik und sind nicht Teil eines Verlags und haben deswegen auch keine blinden Flecken und keine Berührungsängste.

! Ja, und ich glaube, es gibt auch zu viele gefühlte Fakten. Wir glauben zu wissen, wie irgendwas ist. Aber wer weiß es denn wirklich? Mir scheint, es gibt derzeit gar keine Übereinstimmung mehr darüber, was überhaupt passiert.

? Augstein und Tichy sind ja ein Paradebeispiel dafür…

! Oder schauen wir uns mal die ganze Aufregung um die AfD an, die ernsthaft darüber ▶

nachdenkt, ob und wann man auf Flüchtlinge an der Grenze schießen müsste. Ich kann nachvollziehen, dass die Leute sich darüber empören. Aber, ehrlich gesagt, finde ich die Leute angenehmer, die sagen: Wir dröseln jetzt mal ganz in Ruhe die Rechtslage auseinander, und schauen, ob überhaupt geschossen werden darf. Ich glaube, wir brauchen mehr denn je eine nüchterne Betrachtung der Fakten, gerade was die AfD betrifft. Die *FAZ* zum Beispiel hat das in diesem Punkt gut und besonnen erklärt.

? In den letzten Wochen ist ja einiges über Dich geschrieben worden. Bisher sei Medienkritik Dein Thema gewesen, jetzt wollt ihr mit *Übermedien* aber auch die positiven Seiten des Lebens beleuchten. Kommst Du da nicht in die gefährliche Nähe von PR?

! Das wollen wir auf keinen Fall. Wir wollen nur mehr thematisieren, wenn wir auf tollen Journalismus stoßen. Es gibt ja beispielsweise nicht nur Schrott im Fernsehen. Bisher haben mir Leute wie Giovanni di Lorenzo vorgeworfen, dass ich einen Tunnelblick habe und nur das Misslungene sehe. Ehrlich gesagt, ist da was dran. Wer meinen Blog gelesen und sich daran orientiert hat, konnte sich nur eine Meinung bilden über die Medien in Deutschland: Alles nur furchtbar! Ich glaube zwar, dass *Übermedien* kritisch sein wird, was ich auch normal finde, weil es halt Journalismus ist. Aber wir wollen versuchen, den Blick zu weiten.

? Kritik wird aber eher gelesen als positive Berichterstattung.

! Jein. Ich merke das, wenn ich auf Twitter ein Hörspiel oder einen Film oder ein Buch empfehle – das kommt an bei den Leuten. Oder wenn Peter Breuer für uns über Zeitschriften schreibt, die er gut findet.

? *Die Zeit* hat über Dich geschrieben: „Nachdem sich Journalisten jetzt jahrelang von Niggemeier heimgesucht gefühlt haben, können sie jetzt dafür bezahlen, dass er ihre Eitelkeiten bedient." Das ist schon ziemlich harter Tobak, oder?

! Dazu kann ich nur sagen: Wir machen Medienkritik und sind nicht Teil eines Verlags und haben deswegen auch keine blinden Flecken und keine Berührungsängste. Wir kritisieren und loben so, wie wir es für richtig halten – und völlig unabhängig!

? Wen beobachtest Du denn im Moment in den Medien mit Wohlwollen?

! Wohlwollen ist ein großes Wort.

? Oder mit Sachlichkeit.

! Ich habe ein ganz zwiespältiges Verhältnis zur Zeit. Ich finde die Art, wie Die Zeit sich verkauft, schrecklich. Ich finde ganz viele Dinge in der Zeit merkwürdig. Ich finde aber jede Woche so viele gute Geschichten, so tolle Recherchen, so kluge Gedanken darin, dass ich sie immer wieder lese. Ich habe wirklich das Gefühl, darin steckt echt ein Pfund guter Journalismus.

Foto: Jan Zappner

***Übermedien*-Gründer Stefan Niggemeier und Boris Rosenkranz (links)**

? Und wo siehst Du Probleme?

! *Focus Online* sehe ich mit großer Sorge.

? Warum?

! Weil die eigentlich noch blinder als *Bild* den Klicks hinterherlaufen. Ich habe bei *Focus Online* wirklich das Gefühl, denen ist alles egal, solange es geklickt wird. Ich glaube, selbst *Bild* hat da ein anderes Selbstverständnis. Ich will jetzt gar nicht Bild verteidigen, aber ich denke, dass *Bild* im Zweifel die Dinge wirklich recherchiert oder sich eigene Gedanken zum jeweiligen Thema macht. Bei *Focus Online* ist es nur eine große Verwurstungsmaschine: Aus all dem, was alle anderen machen, das rauszusuchen und es so zu präsentieren, dass es besinnungslos Klick macht.

? Wo siehst Du Dich in einem Jahr mit *Übermedien*? Im Tessin?

! Nein. Ich bin letztens schon mal gefragt worden, ob ich nicht glaube, dass Leute mir vorwerfen, dass ich jetzt nur noch Geld verdienen will. *Übermedien* ist nicht der Weg, reich zu werden. Aber toll wäre es natürlich tatsächlich, wenn wir ein paar tausend Abonnenten gewinnen könnten und damit die Möglichkeit hätten, ein paar Leute zu beschäftigen. Mit einem stabilen Etat könnten wir uns auch mal eine Recherche oder eine Reise leisten, mit der eigenen Kamera irgendwohin gehen und ganz besondere Dinge machen. Das wäre das Tollste, ja.

? Du bist jetzt Unternehmer und Journalist. Schlagen da zwei Herzen in deiner Brust?

! Ja, aber ich glaube, ich bin viel zu sehr Journalist. Ich bin mit Sascha Lobo befreundet, der mich immer wieder drängt: Ihr müsst jetzt aber mal an eurem Marketing arbeiten und die Werbetrommel rühren. Ich weiß, dass er Recht hat, und denke dann trotzdem zuerst an Inhalte. Ich bin eigentlich kein Unternehmer. Im Moment ist es Learning by Doing und Trial and Error.

? Habt ihr denn so viel auf der hohen Kante, dass ihr euch Zeit nehmen könnt?

> Bei *Focus Online* habe ich wirklich das Gefühl, denen ist alles egal, solange es geklickt wird. Selbst *Bild* hat da ein anderes Selbstverständnis, glaube ich.

! Nein, aber wir brauchen ja auch nicht viel. Erst mal müssen wir die Miete fürs Büro bezahlen können. Für die Kamera und Technik haben wir auch ein bisschen Geld ausgegeben und sind da in Vorleistung gegangen, aber ehrlich gesagt kostet das ja alles viel weniger als früher – ich glaube, das kriegen wir hin.

DAS GESPRÄCH FÜHRTEN
BETTINA SCHELLONG-LAMMEL UND
HEIDE-ULRIKE WENDT

HAMBURGER STIFTUNG
für politisch Verfolgte

30 Jahre Stimmen für die Freiheit

Hierbleiben?

„Nein! Meine Arbeit gehört der Zukunft Afghanistans!“

Farida Nekzad, Journalistin aus Kabul

Seit drei Jahrzehnten rettet die Hamburger Stiftung für politisch Verfolgte mutige Menschen wie Farida Nekzad - Stipendiatin in 2015.
Für die Einladung eines verfolgten Journalisten in 2016 brauchen wir Ihre Unterstützung!

Jetzt informieren & spenden

www.hamburger-stiftung.de

BIC: HASPDEHHXXX, IBAN: DE 5320 0505 5010 2225 0359

Ihre Spende ist steuerlich absetzbar.

Der eigene Blog: stilvolle Visitenkarte für Freiberufler

Foto: Rawpixel.com

Fünf Gründe, warum freie Journalisten einen professionellen Blog brauchen

Es ist frustrierend. Täglich sind Sie erneut auf der Suche nach Auftraggebern. Auf der Suche nach einem Blatt, dass Ihre Story druckt, in welche Sie viel Zeit investiert haben.

Jede Woche erneut Stunden am Telefon zu verbringen, um potenzielle Kunden zu pitchen, raubt eine Menge Zeit und Nerven. Den Rest des Tages steht Ihr Telefon still. Niemand ruft Sie an, um Sie für eine Story zu engagieren. Mit der Zeit sinkt die Motivation und damit auch automatisch die Qualität der Stories. Selbstzweifel und der Verlust der Passion des Schreibens sind oftmals die Folge.

Ein schleichender Prozess, der früher oder später dazu führen wird, dass Sie Ihren Job an den Nagel hängen. Nicht unbedingt, weil Sie keine Freude mehr daran haben, sondern weil Ihr Wunschberuf Sie nicht ernährt.

Sie stellen sich immer wieder die Frage, wie Ihre Kollegen an all die Aufträge kommen. Was machen denn die anders, als Sie selbst? Warum steht deren Telefon niemals still? Warum bekommen Ihre Mitbewerber soviel Aufträge, dass sie sogar welche abgeben müssen?

Was unterscheidet die erfolgreichen freiberuflichen Journalisten von denen, die es kläglich versuchen und Klimmzüge am Brotkasten machen müssen?

Simple Antwort: Die erfolgreichen Stars ihrer Branche sind mit der Zeit gegangen.

Sie sind nicht nur Journalisten und Redakteure. Sie haben sich weiterentwickelt in den Themen Content Marketing und Social Media Marketing. Sie nutzen neue Medien, soziale Netzwerke und einen eigenen Blog, um auf sich aufmerksam zu machen.

Hierbei geht es nicht um Likes und Shares (Zumindest nicht an erster Stelle). Es geht darum, von Entscheidern (jene Leute, die Ihre Story drucken würden) gesehen zu werden und Ihren Kunden zu zeigen, dass Sie wissen, was Sie tun.

Und es geht darum, die Leser dort draußen zu Ihren Fans zu machen.

Kurz gesagt: Um in der heutigen Zeit als freiberuflicher Journalist erfolgreich zu sein, müssen Sie Präsenz zeigen. Sie müssen aus dem Schwarm von tausenden Mitstreitern hervortreten. Ein eigener, professioneller Blog ist der erste Schritt auf dem Weg an die Spitze. Hier finden Sie das Warum.

Fünf Gründe, warum Sie als freiberuflicher Journalist einen Blog haben müssen:

1. Er ist Ihre Werbetafel für künftige Auftraggeber/Arbeitgeber

Ein Blog ist schon lange nicht mehr ein Tagebuch von gelangweilten Teenagern, die ihre Herz-Schmerz-Geschichten der Welt mitteilen möchten. Heute betreiben Multimillionen-Dollar Unternehmen professionelle Blogs.

Und auch für freiberufliche Journalisten stellt ein eigener Blog die beste Möglichkeit dar, eine stilvolle Visitenkarte virtuell zugänglich zu haben.

Lassen Sie potenzielle Auftraggeber wissen, wer Sie sind. Schreiben Sie über Ihre beruflichen Erfahrungen und zeigen Sie Ihre Veröffentlichungen mit einem ansprechenden Portfolio.

2. Er ist Ihr virtuelles Büro

Ein Blog dient nicht nur dazu, um Ihre Artikel zu veröffentlichen und zu verbreiten. Es ist die zeitsparendste Methode, Interessenten den Kontakt mit Ihnen zu ermöglichen. Machen Sie den Weg zu Ihrem Kontaktformular so deutlich wie möglich. Denn nicht Leser bringen Ihnen Einkommen.

Sondern Auftraggeber, die Ihnen schreiben möchten aufgrund der Artikel.

Ihre Artikel sind die Köder. Das Kontaktformular die Ladentheke.

3. Sie bilden Ihre eigene Marke

Eines der wesentlichen Elemente für den Erfolg als bloggender Journalist ist die Notwendigkeit, Ihren guten Ruf in Ihrer Nische zu etablieren und als Autorität anerkannt zu werden.

Als Autorität anerkannt zu werden, wird Ihren Blog auf das nächste Level bringen. Und der Weg dorthin ist weniger schwer, als es klingt. Beginnen Sie mit qualitativ hochwertigen Artikeln und dem Aufbau einer persönlichen Bindung mit Ihren Lesern.

Foto: Solis Images

Foto: TASHATUVANGO

Potenzielle Auftraggeber müssen wissen, wer Sie sind

4. Sie binden eine Community um Ihren Blog

Auf Ihrem eigenen Blog haben Sie die Möglichkeit, Ihre Leser in Ihre Artikel aktiv einzubinden. Fragen Sie konkret nach persönlichen Meinungen. Erhalten Sie ehrliches Feedback Ihrer Leser. Und wenn Sie mal ein kleines kreatives Loch haben, können Sie Ihre Leser einfach direkt nach neuen Themen und Ideen fragen, über die Sie schreiben können.

Machen Sie Ihre Leser zu Fans. Bringen Sie Ihre Persönlichkeit in Ihren Schreibstil ein und zeigen Sie, dass Sie ein Mensch sind. Vergessen Sie vor allem diesen steifen Journalisten-Slang. Niemand will das lesen.

Schreiben Sie, wie Sie reden und haben Sie Mut, Ihren Charakter zu zeigen. Diese persönliche Bindung werden Ihnen Ihre Leser danken und dafür sorgen, dass Ihre Community stetig wächst.

5. Ein Blog kann als unabhängige Einnahmequelle dienen

Haben Sie ein Buch veröffentlicht? Oder denken Sie darüber nach, eines zu schreiben? Ihr Blog wird Ihnen nicht nur dabei helfen, Ihr Buch auf Ihrem Blog zu präsentieren. Ihr Blog ist ein starkes Marketingtool, dass – richtig eingesetzt – Ihre Buchverkäufe multiplizieren wird.

Insbesondere die vorigen Punkte drei und vier werden dafür sorgen, dass Sie Ihren Blog in Ihre Haupteinnahmequelle verwandeln können.

Machen Sie den Leser zum Fan

Fangen Sie noch heute an und starten Sie Ihren eigenen Blog

Mal unter uns: Cold-Calls, um Aufträge per Telefon zu erbetteln, sind nun wirklich keine Freude, nicht wahr? Wie wäre es, wenn Kunden Schlange stehen, um Ihre Artikel veröffentlichen zu dürfen?

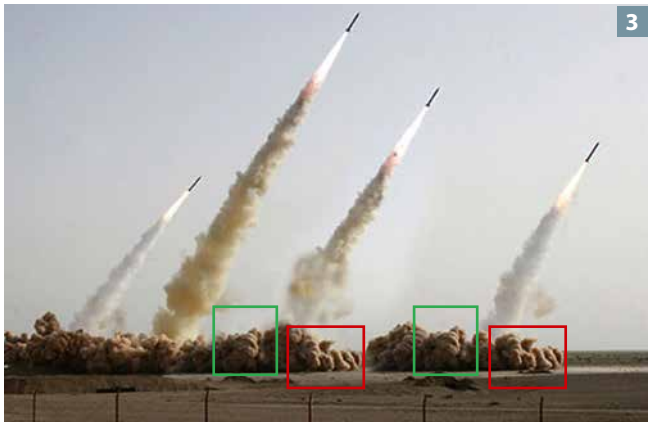
Machen Sie sich unabhängig von externen Anfragen und bauen Sie sich mit einem eigenen Blog eine persönliche Fangemeinde auf und verwandeln Sie sich in eine Autorität auf Ihrem Gebiet. Die Aufträge werden automatisch folgen. Viel Erfolg!

Sven von Scheidemann *(39) ist Copywriter, Content Marketing Spezialist und Blogging Coach. Er hilft kleinen Firmen und Selbstständigen, „weniger klein" zu werden und bietet Hilfe zum Aufbau einer eigenen Homepage sowie One-on-One Coaching an: www.mustardonwords.com*

Was ist an Online-Recherche neu? Eine Illustration

VON ALBRECHT UDE

Screenshots: Albrecht Ude



Ausgangsmaterial für die Fälschung war ein Foto der iranischen Agentur Sephanews (Abb. 2). Dieser Klassiker aus dem Jahr 2008 wurde von vielen Medien zitiert.

Dateien aus dem Internet

Was ist eigentlich an Online-Recherche neu oder gegenüber den „traditionellen" Formen der Recherche anders? Online-Recherche ist das Arbeiten mit Dateien aus dem Internet. So banal dieser Satz wirkt, so unauffällig, so leicht er überlesen wird – darin stecken drei Ansätze, Informationen zu bekommen. Zwei davon sind neu.

Jede Datei hat zuerst einmal einen Inhalt, sei das eine Textdatei (zum Beispiel eine Webseite, ein Word-Dokument oder eine PDF-Datei), eine Tabelle oder eine Powerpoint-Präsentation. Oder Bilddateien, wie sie hier zur Illustration verwendet werden. Zweitens hat jede Datei „Metadaten", versteckte Daten, die bei der normalen Betrachtung am Bildschirm oder beim Ausdruck nicht zu sehen sind. Sie sind aber trotzdem da. Und drittens hat jede Datei im Internet eine Adresse (umgangssprachlich die Webadresse, fachsprachlich der Uniform Resource Locator, abgekürzt URL). Jede dieser drei Dateien – Inhalt, Metadaten und Adresse – bietet Ansatzpunkte für Recherchen. Der Einfachheit halber und zur Illustration einige Bilddateien als Beispiele.

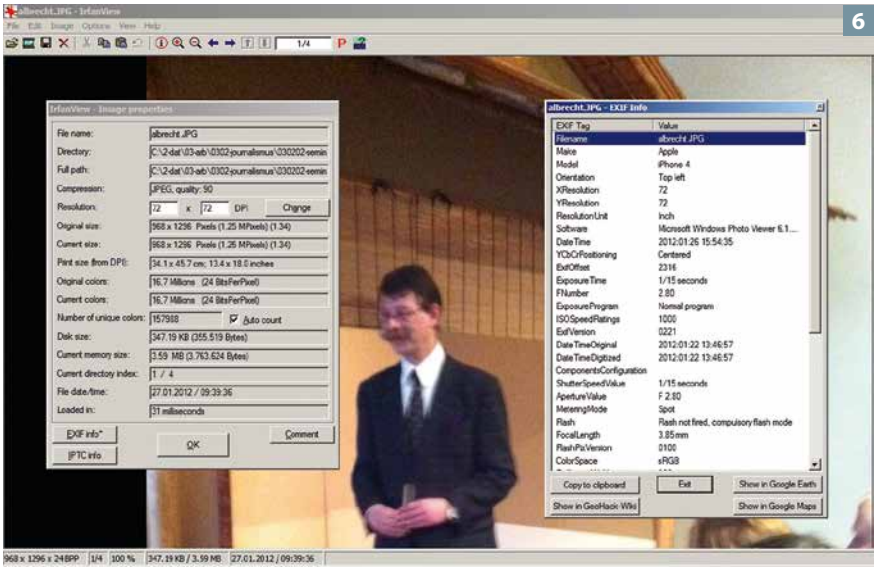
Der Inhalt der Datei

Jede Datei hat ihren Inhalt. Bei Textdateien ist das der Text, bei Tabellen sind es die Zahlenkolonnen, bei Bildern das, was sie zeigen. Diesen Inhalt kann – muss! – man mit gesundem, kritischem Verstand zur Kenntnis nehmen. Hier ein Beispiel für den manipulierten Inhalt einer Datei, den man mit kritischem Bewusstsein in dieser Bilddatei erkennen kann. Im Jahr 2008 veröffentlichten iranische Medien Bilder eines Teststarts von Mittelstreckenraketen des Typs Shahab-3. Das war als Demonstration militärischer Stärke gemeint: Greift uns ja nicht an, wir haben fürchterliche Waffen! Zu sehen sind vier startende Raketen, deren Abschussrampen von Rauchwolken verdeckt werden.

Über solch ein Bild beugen sich selbstverständlich weltweit die Militärexperten, zücken dabei die ganz große Lupe und schauen sich jedes Pixel einzeln an. Klar ist: Jede Rauchwolke, die bei einem Raketenstart entsteht, ist einzigartig. Keine Rauchwolke gleicht einer anderen, jede ist individuell und chaotisch. Starten vier Raketen, hat jede der vier Rauchwolken ihr individuelles Aussehen.

Nicht so bei dem im Iran verbreiteten Bild (1): Der Experte Mark Fitzpatrick

5



6

Screenshots: Albrecht Ude

vom Londoner International Institute für Strategic Studies (Internationales Institut für Strategische Studien, IISS) erkannte schnell, dass diese Rauchwolken merkwürdig sind. Bei den beiden rechten Raketen gleichen sich je zwei Ausschnitte. Das ist ein Hinweis auf eine Fotomontage – und eine stümperhafte dazu.

Das erst später und unter öffentlichem Druck veröffentlichte Originalbild (2) zeigt deutlich, dass nur drei der vier Raketen tatsächlich starteten. Das ist kein Beweis militärischer Stärke mehr.

Eine solche stümperhafte Bildfälschung führt in Zeiten des Internets selbstverständlich zu hämischen Reaktionen. Das Bild des Raketentests gehört zu den meistpersiflierten Bildern des Jahres 2008, nur ein Beispiel zeigt die Abbildung 4.

Festzuhalten bleibt, dass diese Manipulation nur durch die kritische Rezeption des Inhalts der Datei festgestellt wurde. Nur durch aufmerksames Betrachten. In diesem Fall hat der Fälscher den Fehler gemacht, dass Quelle und Ziel der Fälschung identisch waren: Die einkopierten Rauchwolken stammten aus demselben Bild, in das sie kopiert wurden.

In Zeiten von Photoshop sind die wenigsten veröffentlichten Bilder so zu sehen, wie sie aus der Kamera kommen. Die meisten Bilder werden digital nachbearbeitet, besonders häufig in der Werbung. Auf erkennbare Manipulationen ist das Weblog PSDisasters (für Photoshop Disasters) spezialisiert. Es zeigt Bilder, die aus den Medien oder der Werbung stammen (online wie offline) und erkennbar (und meist stümperhaft) nachbearbeitet wurden. Das Blog ist unbedingt empfehlenswert zur Schulung des eigenen, kritischen Blicks: www.facebook.com/psdisasters/

Die Metadaten der Datei

Weitere Informationen können in den Metadaten einer Datei enthalten sein. Solche Metadaten sind in der normalen Ansicht einer Datei nicht zu sehen. So können verschiedene Textdokumente (etwa Word- und PDF-Dateien) Hinweise auf ihren Speicherort, den Bearbeiter oder die Bearbeitungsgeschichte enthalten. Webseiten können einen „Header" (Dateikopf) mit Informationen enthalten, den der Surfer nicht zu sehen bekommt, es sei denn, er schaut sich den Quelltext an.

Fotos können Metadaten enthalten, die entweder der Fotograf bewusst hinzufügt, um seine Werke zu kennzeichnen und zur besseren Vermarktung zu beschreiben (sogenannte IPTC-Daten nach den Regeln des International Press and Telecommunications Council), ebenso aber auch Metadaten, die die Kamera selbst ohne Zutun eines Menschen – und oft ohne dessen Wissen! – einfügt. Ein Beispiel: Bild 5 zeigt Albrecht Ude bei der Erläuterung einer japanischen Teezeremonie vor dem Teeraum Shoseian im Museum für Kunst und Gewerbe in Hamburg. Das Bild wurde von seiner Teemeisterin aufgenommen und ihm später per E-Mail zugeschickt.

Der Inhalt des Bildes (genauer: der Bilddatei) ist wenig spektakulär. Die Datei hat aber versteckte Daten, in diesem Fall die Exif-Daten, die ohne Zutun des Fotografen von der Kamera automatisch erzeugt werden. Exif steht für Exchangeable Image File Format, einen Standard für das Speichern von Metadaten in digitalen Bildern. Mit jedem gängigen Bildbearbeitungsprogramm kann man sich diese Daten anzeigen lassen. Im Beispiel wird das kostenfrei verfügbare Programm IrfanView verwendet. (Bild 6)

EXIF-Daten einer Bilddatei

Hier die kompletten EXIF-Daten des Bildes (lediglich der Dateiname „albrecht.jpg" wurde geändert, Bild 7).

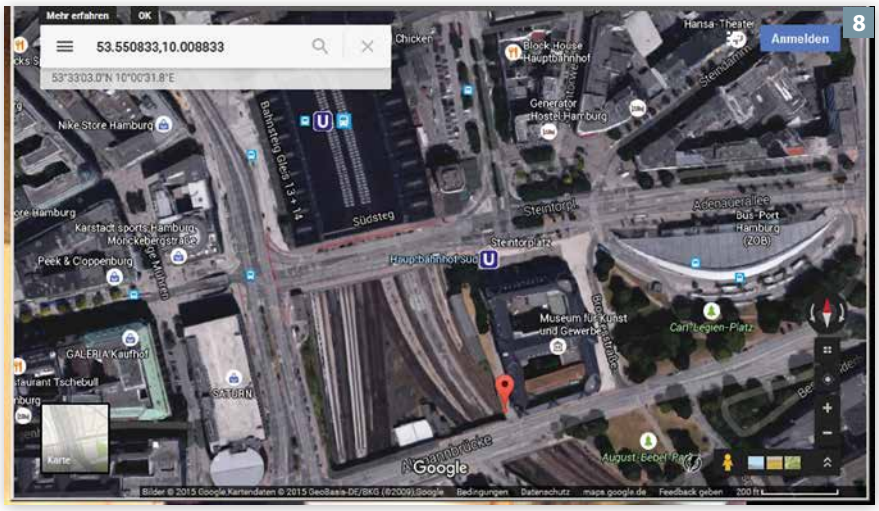
Um einige Details hervorzuheben: Aus den Daten geht hervor, mit welcher Kamera das Bild gemacht wurde (iPhone 4 von Apple), wann es aufgenommen wurde (22. Januar 2012 um 13:46 Uhr), und, da das Bild mit einem Smartphone gemacht wurde, wo es aufgenommen wurde (Nord 53 Grad 33 Minuten 5 Sekunden, Ost 10° 00' 53"). Aus den Metadaten geht sogar hervor, dass das Bild ohne Blitz gemacht wurde ▶

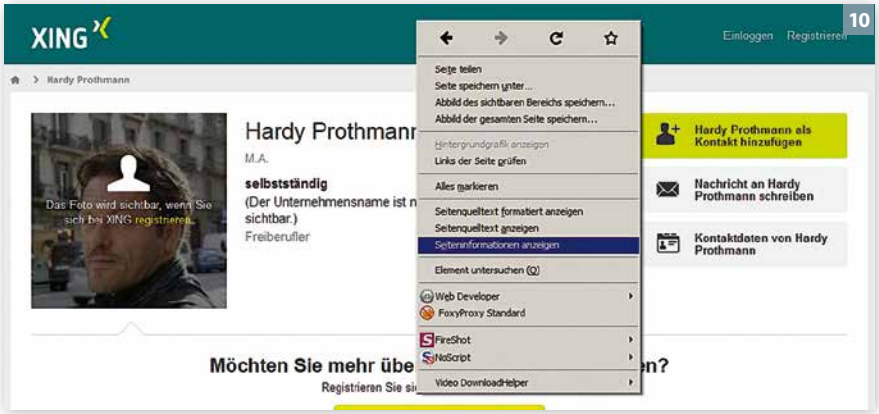
7

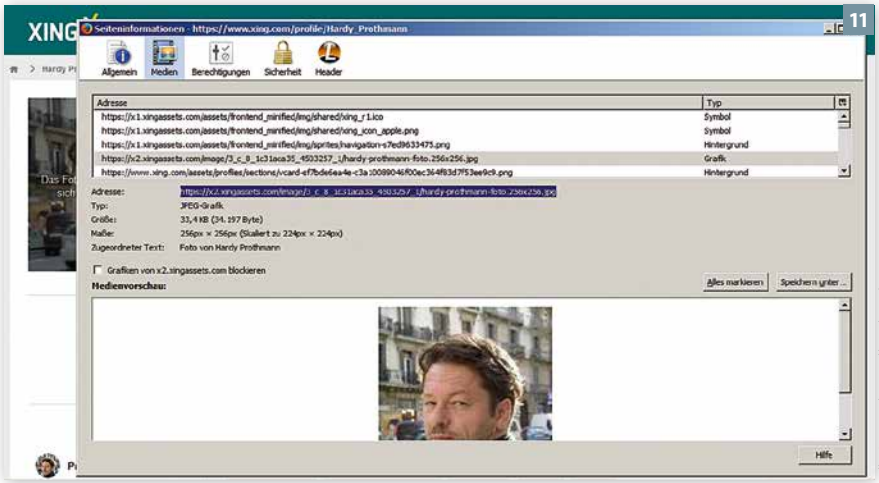
```
Filename - albrecht.JPG
Make - Apple
Model - iPhone 4
Orientation - Top left
XResolution - 72
YResolution - 72
ResolutionUnit - Inch
Software - Microsoft Windows Photo Viewer 6.1.7600.
DateTime - 2012:01:26 15:54:35
YCbCrPositioning - Centered
ExifOffset - 2316
ExposureTime - 1/15 seconds
FNumber - 2.80
ExposureProgram - Normal program
ISOSpeedRatings - 1000
ExifVersion - 0221
DateTimeOriginal - 2012:01:22 13:46:57
DateTimeDigitized - 2012:01:22 13:46:57
ComponentsConfiguration -
ShutterSpeedValue - 1/15 seconds
ApertureValue - F 2.80
MeteringMode - Spot
Flash - Flash not fired, compulsory flash mode
FocalLength - 3.85 mm
FlashPixVersion - 0100
ColorSpace - sRGB
ExifImageWidth - 968
ExifImageHeight - 1296
SensingMethod - One-chip color area sensor
ExposureMode - Auto
White Balance - Auto
SceneCaptureType - Standard
Sharpness - Soft

GPS information: -
GPSLatitudeRef - N
GPSLatitude - 53  33.05  0 (53.550833)
GPSLongitudeRef - E
GPSLongitude - 10  0.53  0 (10.008833)
GPSTimeStamp - 14  20  5500
GPSImgDirectionRef - True direction
GPSImgDirection - 247.16
```

Screenshot: Albrecht Ude







alle Screenshots: Albrecht Ude

(„Flash not fired") und in welche Richtung auf der Kompassrose (247,16°) die Kamera gehalten wurde.

Mithilfe der Metadaten kann das Bild also genau datiert und lokalisiert werden. Diese Angaben sind ohne Zutun (und wahrscheinlich auch ohne Wissen) des Fotografen und der Fotografierten entstanden.

Das Programm IrfanView hält sogar schon zwei Buttons vor, um die Lokalisierung zu erleichtern: „Show in Google Earth" und „Show in Google Maps". Auf letzteren geklickt, sieht man das Museum für Kunst und Gewerbe in Hamburg in der Nähe des Hauptbahnhofs. Es ist so groß wie ein Häuserblock. Die Lokalisierung ist auf wenige Meter genau, sie zeigt recht genau den Standort des Teeraums im südwestlichen Flügel des Gebäudes. (Bild 8)

Wichtiger Hinweis: Metadaten gibt es in fast jedem Dateiformat. Sie können wertvolle Hinweise bringen, die Metadaten können aber auch gefälscht sein.

Auf keinen Fall darf man Dateien, die man von Informanten hat, im Original weitergeben – das könnte Quellenverrat sein! Man muss solche Dateien auf Metadaten prüfen und diese gegebenenfalls verändern oder löschen. Das kann, je nach Datei, Expertenarbeit sein. In dem Fall muss man selbst Experte sein oder einen vertrauenswürdigen Spezialisten hinzuziehen.

Die Webadresse (URL) der Datei

Neben den Inhaltsdaten und den Metadaten hat jede Datei aus dem Internet eine weitere Informationsquelle: ihren Speicherort, das heißt die Webadresse, fachsprachlich Uniform Resource Locator (URL) genannt.

Ein Beispiel für Recherchen mit dem URL: Der Screenshot zeigt die Profilseite von Hardy Prothmann aus dem sozialen Netz Xing, ohne dass der Surfer eingeloggt ist. Das Profilbild ist durch ein anderes Bild überlagert, es ist weder genau zu erkennen, noch kann man es separat anzeigen oder abspeichern. Jedenfalls auf den ersten Blick. Über dem Bild deutlich sichtbar die Aufforderung: „Das Foto wird sichtbar, wenn Sie sich bei Xing registrieren." (Bild 9)

Trotzdem ist es möglich, das Bild anzusehen; der Browser hat es ja geladen, auch wenn die Webseite es überlagert anzeigt. Dazu braucht man die Adresse des Bildes.

Die zu ermitteln, geht mit einer Standard-Funktionaliät des Webbrowsers, dem Menüpunkt „Seiteninformationen anzeigen" (aufzurufen durch Rechtsklick über das Kontextmenü). (Bild 10)

In den Seiteninformationen unter dem Tab (Karteireiter) „Medien" werden alle Dateien angezeigt, die von der gerade geladenen HTML-Seite aufgerufen werden, also auch das Portraitbild. (Bild 11) Zusammen mit dem Bild sieht man auch die Adresse desselben: https://x2.xingassets.com/image/3_c_8_1c31aca35_4503257_1/hardy-prothmann-foto.256x256.jpg.

Kopiert man diese in die Adresszeile des Browsers, wird die Bilddatei separat angezeigt. Damit sind die Recherchemöglichkeiten aber noch nicht erschöpft, sondern fangen erst an.

Einige Suchmaschinen ermöglichen mittlerweile die sogenannte Reverse-Bildsuche. Normalerweise geschieht Bildsuche mit Texten, Suchworten. Wer ein Bild vom Berliner Fernsehturm sucht, gibt „Fernsehturm Berlin" in der Bildsuche einer Suchmaschine ein. Die schaut dann nach Bildern, in deren Dateiname die Suchworte vorkommen oder die auf Webseiten eingeblendet sind, die die Suchworte enthalten.

Bei der reversen Bildsuche wird jedoch mit Bildern gesucht. So ermöglicht etwa die Bildsuche von Google entweder das Hochladen eines lokal vorhandenen Bildes oder die Eingabe der Webadresse des zu suchenden Bildes – im Beispiel das Profilbild von Hardy Prothmann. (Bild 12)

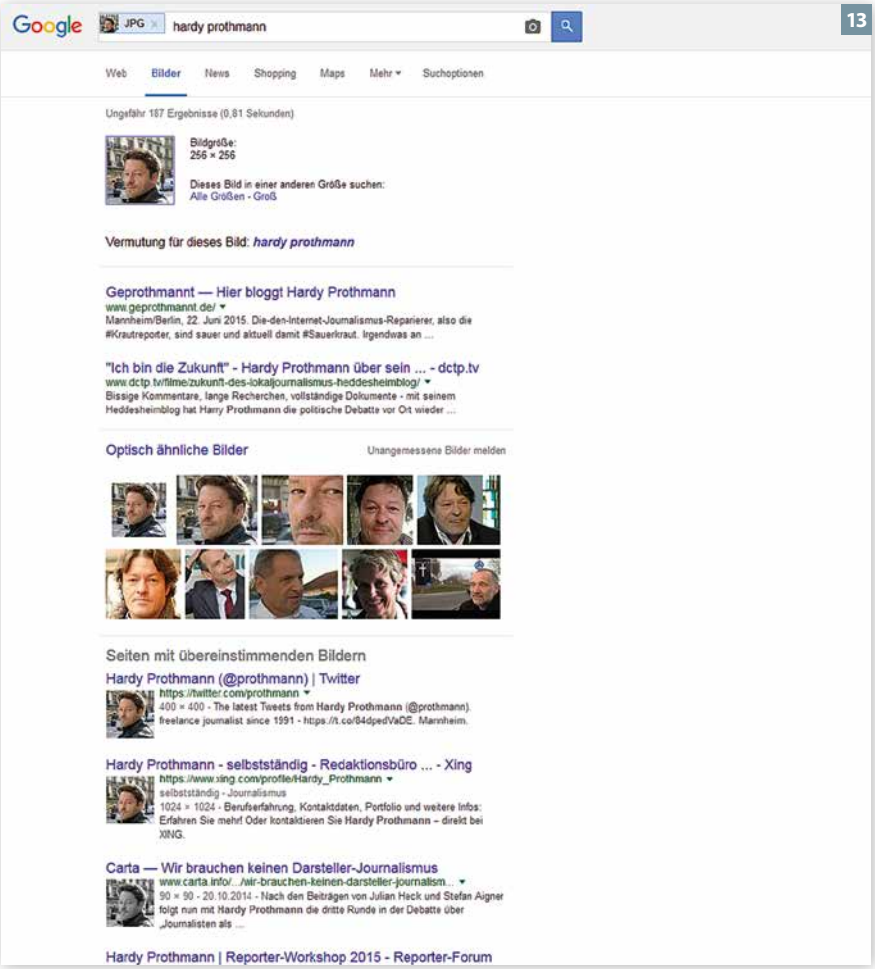
12

Ausgegeben werden dann alle Fundorte desselben und auch „optisch ähnlicher" Bilder, also z. B. anderer Ausschnitte und Zuschnitte des Bildes (Bild 13):

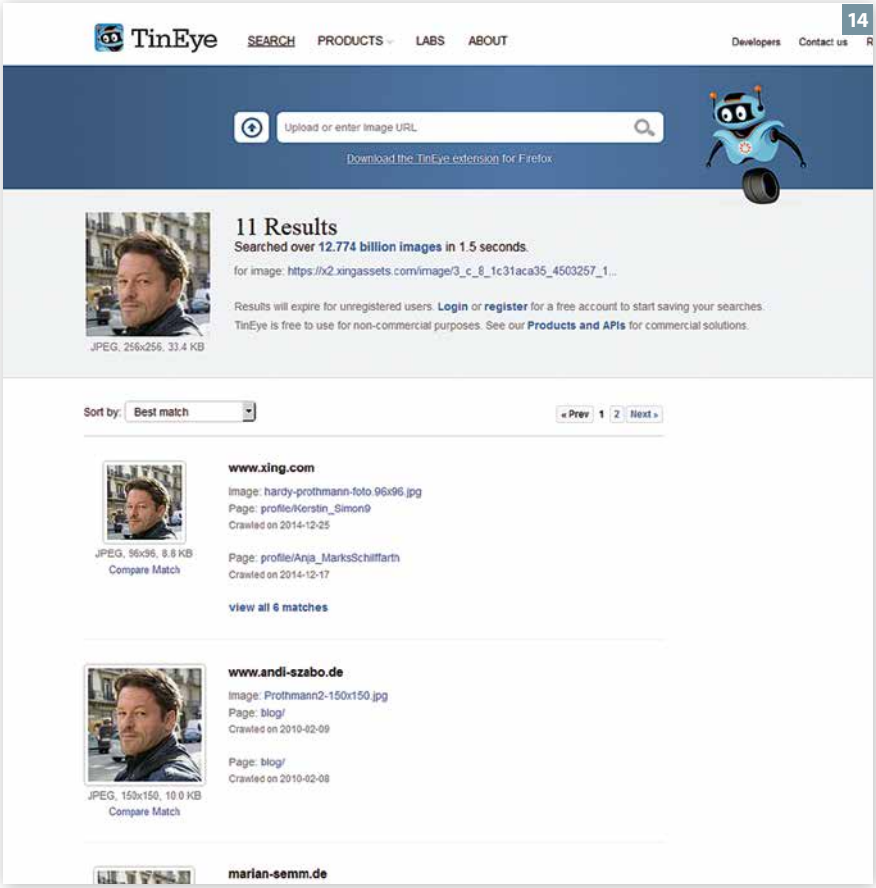
Da Hardy Prothmann für seine vielen Accounts in sozialen Netzen dasselbe Bild verwendet, kann man auf diesem Weg sehr schnell herausfinden, auf welchen Portalen er Accounts hat.

Diese Art der Suche wurde von der Suchmaschine „TinEye" entwickelt und funktioniert auch dort (Bild 14).

Das ist an Online-Recherche neu: drei Ansatzpunkte für Recherchen: Inhalt, Metadaten und Adressdaten der Dateien, mit denen man im Netz zu tun hat. Diese drei Punkte sollte man bei Recherchen stets im Blick behalten. Ob sie tatsächlich Resultate bringen, hängt vom konkreten Fall ab, aber man sollte es zumindest prüfen.



13



14

alle Screenshots: Albrecht Ude

PRO UND KONTRA

Wird lineares Fernsehen sterben?

Helge Denker und Frank Zahn über die Zunkunft des klassischen Fernsehens.

Die Tage des linearen Fernsehens als Massenmedium Nummer eins sind gezählt. Besonders für jüngere Zuschauer sind die Nachrichten um 20 Uhr und der anschließende Spielfilm schon lange keine Pflichttermine mehr. Sie stellen sich lieber ihr Programm bei YouTube und Co. selbst zusammen, statt es beim Zappen durch die TV-Kanäle suchen zu müssen. Besonders beliebt sind online die sogenannten „Tutorials" oder „How to"-Videos, die etwas anschaulich erklären. Ein Genre, das es im Fernsehen nicht gibt.

Philipp Schindler, Vorstandsmitglied von Google und Chief Business Officer, erklärt in der Zeit: „Die Nutzung von YouTube ist in Deutschland allein im vergangenen Jahr um 40 Prozent gewachsen, und niemand zweifelt, dass diese Entwicklung weiter voranschreitet. Sie sehen es bereits in den USA: Dort wurde im vergangenen Jahr bereits mehr in Bewegtbild-Werbung im Internet investiert als in die klassische Fernsehwerbung."

Die Anzahl der TV-Zuschauer in Deutschland geht dagegen seit 2010 langsam aber sicher zurück – von 73,3 auf 71 Prozent. Gleichzeitig steigen die Zugriffszahlen auf die Online-Mediatheken, Streaming-Plattformen und Video-on-demand-Angebote (Video-Angebote auf Abruf) von Netflix, Amazon und Apple. Und es gibt keinen Grund, warum sich dieser Trend nicht in den nächsten Jahren fortsetzen sollte. Das durchschnittliche Alter der Zuschauer von ARD und ZDF liegt über 60. Das klassische Fernsehen kommt ins Rentenalter.

Schon heute stellen viele TV-Sender ihre Sendungen zuerst in ihre Online-Mediatheken, bevor sie im TV gesendet werden. Dies wird den Trend weg vom linearen TV weiter beschleunigen. Die Streaming-Anbieter produzieren längst ihre eigenen, preisgekrönten Serien, wie zum Beispiel „House of Cards" oder „Orange is the new black", und locken damit immer mehr Zuschauer vom klassischen Fernsehen weg. Jörg Schönenborn, Fernsehdirektor des WDR: „Wir werden künftig mehr Inhalteproduzent als linearer Sender sein", sagt er im Audiomagazin von Eco, einem Verband für Internetwirtschaft in Europa. Er hat die Zeichen der Zeit erkannt.

Das klassische Fernsehen als eine Art Lagerfeuer, um das sich die Zuschauer pünktlich scharen müssen – es wird langsam aber sicher erlöschen. Gleichzeitig flackern viele kleine neue Feuer auf, um die sich die Fans versammeln können, wann immer sie Zeit und Lust dazu haben.

Laut Onlinestudie 2015 von ARD und ZDF nutzen knapp zwei Drittel der Deutschen ab 14 Jahre gelegentlich, ein Fünftel sogar täglich „Bewegtbild im Netz". Videoportale wie YouTube erreichen etwa 60 Prozent der Onliner; der Nutzerkreis von Streamingdiensten umfasst inzwischen 15 Prozent. Und über 60 Prozent der 14- bis 29-jährigen männlichen Onliner schauen sich täglich Videoinhalte im Internet an, während nur 43 Prozent jeden Tag fernsehen.

Die Trendwende beim TV-Konsum in Richtung Online ist längst da. Besonders jüngere Zuschauer ziehen es vor, möglichst viele Folgen ihrer Lieblingsserie am Stück zu sehen („Serienmarathon"), als von Werbeblöcken zerhackte Einzelfolgen zu starren Sendezeiten im Free-TV gucken zu müssen. Und sie sind auch zunehmend bereit, dafür zu bezahlen, Staffeln Monate früher zu sehen als im Free-TV. Dabei kommt es auch zu neuen Ungleichheiten unter den Zuschauern, je nachdem, in welcher Staffel sie gerade stecken.

Das klassische Fernsehen als eine Art Lagerfeuer, um das sich die Zuschauer pünktlich scharen müssen – es wird langsam aber sicher erlöschen. Gleichzeitig flackern viele kleine neue Feuer auf, um die sich die Fans versammeln können, wann immer sie Zeit und Lust dazu haben. Für mich ist das Fernsehen der Zukunft.

Helge Denker *ist freier Journalist in Berlin und berichtet über Technikthemen. Er studierte Politik und Soziologie und entdeckte 1992 das Internet für sich, volontierte 1998/99 bei ComputerBILD und besuchte die Springer-Journalistenschule. Von 2009 bis 2011 war er Digital-Redakteur bei BILD.de und half von 2011 bis 2013, die Süddeutsche per App auf mobile Geräte zu bringen.*

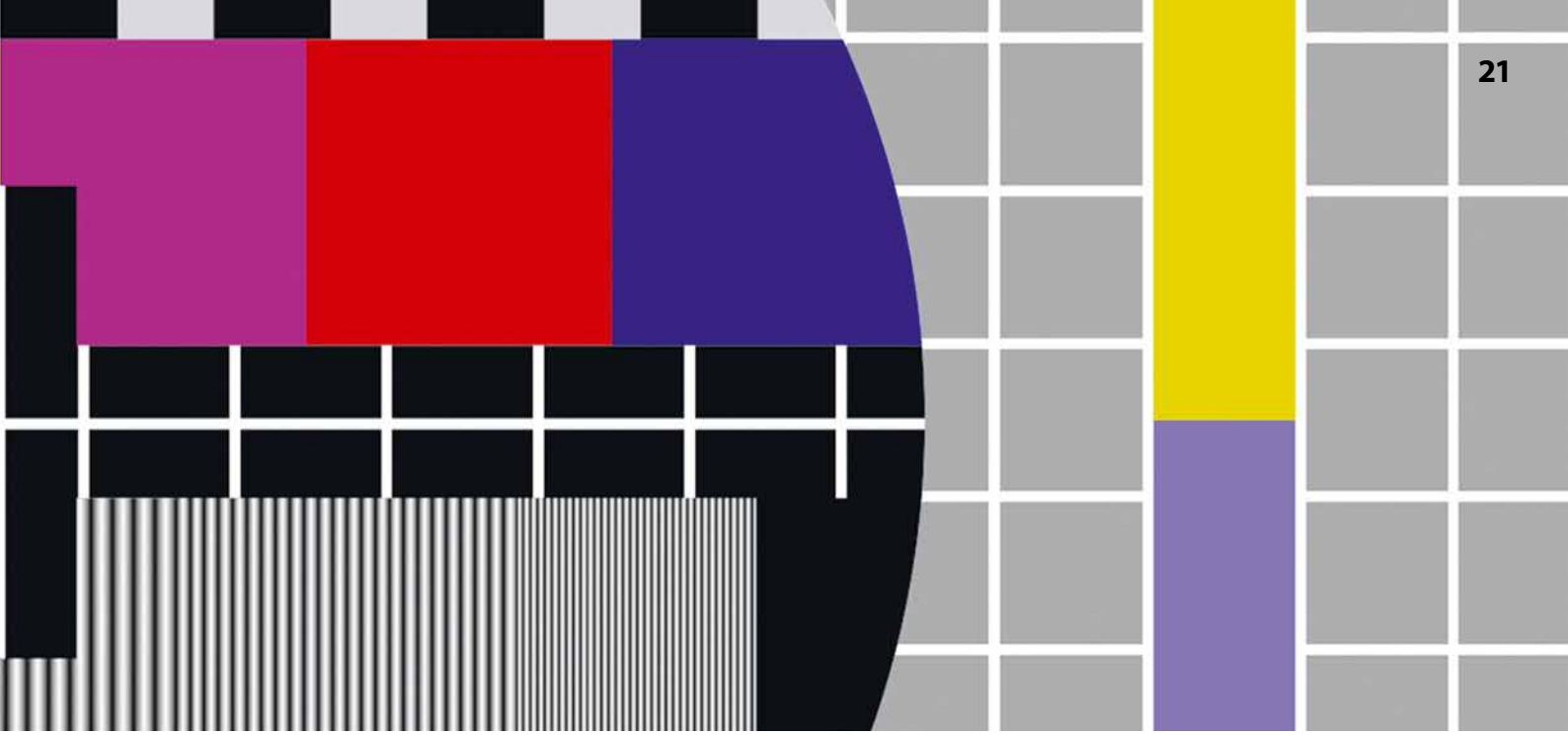


Illustration: M. Schumann

Keine Frage: Fernsehgewohnheiten verändern sich. Menschen möchten Bewegtbild-Angebote konsumieren, wann und wo sie wollen. Sie nutzen eine Vielzahl an digitalen Geräten, schauen unterwegs mit dem Smartphone und zu Hause mit dem TV-Gerät. Video on Demand und Live-Streaming-Angebote, zum Beispiel von Netflix und Zattoo, werden stärker nachgefragt. Grund genug für Netflix-Gründer Reed Hastings, gebetsmühlenartig zu behaupten, das Ende des „altbackenen, linearen Fernsehens" stünde bevor. In Deutschland gibt es den Streaming-Anbieter seit eineinhalb Jahren, bis 2020 soll dort jeder dritte Deutsche Kunde sein. Dies bedeutet zwar nicht automatisch das Ende des klassischen (linearen) Fernsehens, stellt die Sender aber vor neue Herausforderungen, denn neue Medien lösen alte nicht grundlegend ab, sondern ergänzen sie.

Zwei Dinge werden in dieser Diskussion gerne vergessen: der öffentlich-rechtliche Programmauftrag und der Fakt, dass ein Live-Moment ein Erlebnis ist, das niemals on Demand (auf Abruf) funktionieren würde.

Der öffentliche Auftrag, nicht zuletzt durch unsere Geschichte entstanden und als Notwendigkeit durch einen Staatsvertrag verankert, besagt unter anderem, dass die Rundfunkprogramme der Information, Bildung und Unterhaltung gleichermaßen dienen sollen.

Dem Auftrag nach Information, nach Aktualität können Sender nur linear folgen, weil unser Bedürfnis nach Information ein lineares ist. Wir wollen nicht die Nachrichten, die eine Stunde alt sind, wir möchten die News von jetzt. Was für Katastrophen gilt, gilt auch für Sport und Show. Man kann sich das Gefühl, dass jetzt in diesem Moment etwas passiert

„. . . neue Medien lösen alte nicht grundlegend ab, sondern ergänzen sie."

und man es mit Tausenden teilt, nicht downloaden. Eine Erkenntnis, die im klassischen, linearen Fernsehen nicht neu ist. Eine Fußball-WM ist dann einmalig, wenn man sie live erlebt, bestenfalls mit anderen gemeinsam am medialen Lagerfeuer, beim Public Viewing. Ein solches Highlight aus der Konserve? Ein fader Aufguss. Eine Show wie den European Song Contest zwei Wochen später anschauen? Witzlos. Aber live, wenn man sich mit Freunden oder der ganzen Welt parallel über Facebook oder Twitter austauschen kann, macht es erst richtig Spaß.

Noch immer haben Erstausstrahlungen zum Beispiel vom Tatort die höchste Einschaltquote – es gibt also ein Bedürfnis danach, etwas als Erster zu schauen. Ironischerweise klaut Netflix dieses (Live-)Gefühl des Brandneuen, Aktuellen, gemeinschaftlich Erlebten – nämlich immer dann, wenn es Erstausstrahlungen bewirbt und inszeniert.

Keine Frage: Anbieter müssen reagieren, möchten sie ihre Anteile am Medienkonsum-Kuchen wahren. Nur wer diese veränderte Fernsehnutzung berücksichtigt und in seine Online-Angebote integriert, bleibt marktfähig. Etablierte Fernsehsender müssen daher Innovationen wie on Demand und Personalisierung, aber auch transmediale Formate und Social Media progressiv aufnehmen.

Man kennt Personalisierung von virtuellen Marktplätzen. Auf Grundlage des bereits Gekauften bekommen User ähnliche Produkte vorgeschlagen. Übersetzt in die neue TV-Welt kann dies bedeuten, dass jemand, der in der Mediathek den Tatort mit Maria Furtwängler und nach dem Fernsehfilm „Die Flucht" mit ihr sucht, sich vermutlich auch für eine Reportage über die Schauspielerin interessiert.

Bei transmedialen Formaten werden Geschichten quer durch andere Medien erzählt. Für den transmedialen Krimi „Dina Foxx – Tödlicher Kontakt" hat unsere Agentur zum Beispiel für das ZDF eine komplexe virtuelle Welt entwickelt. Sie ergänzt den Zweiteiler um drei interaktive Erzählstränge: Serie, Game und 360°-Video-Ermittlung. Durch sie können Nutzerinnen und Nutzer den Krimi aus einem völlig anderen Blickwinkel betrachten. Die gesamte Klaviatur von Social Media bindet das soziale Umfeld des Zuschauers mit ein und bedeutet wichtiges Empfehlungsmarketing: Der User kann auf den von ihm benutzten Social-Media-Kanälen teilen, was er schaut, geschaut hat oder schauen will.

Schließlich werden sich Sender im Markt zwischen Video-on-Demand-Portalen und anderen Broadcastern über jene Aspekte differenzieren, für die sie als Marke und Institution traditionell stehen, denn um sich abzugrenzen, müssen sie sich auf die eigenen Stärken konzentrieren, ihre Identität herausarbeiten und so ihre Marke stärken. Nur wer unverkennbar wiedererkennbar ist, wird erfolgreich sein.

Frank Zahn *ist Gründer und CEO von Exozet. Die Agentur für Digitale Transformation arbeitet für Unternehmen aus den Branchen Medien, Entertainment, Brands, Start-ups, Finance, Telekommunikation sowie für öffentliche Auftraggeber. Mit rund 130 Mitarbeitern berät und gestaltet die Agentur seit 1996 den digitalen Wandel in vielen Medienhäusern wie zum Beispiel ZDF, BBC und ORF. Weitere Infos unter www.exozet.com*

Als „Beiwerk“ journalistischer Berichterstattung ist die Aufnahme von Gebäuden fast überall problemlos möglich

Foto: Tpisaphotography

Fotografieren erlaubt

Panoramafreiheit in Europa und anderswo

Das hätte beinahe eine böse Überraschung gegeben – aber jetzt ist es amtlich: Das Fotografieren der Außenansicht öffentlicher Gebäude und frei zugänglicher Kunstwerke wird europaweit nicht weiter eingeschränkt. Anfang Juli 2015 hatte das EU-Parlament gegen die Einschränkung der so genannten „Panoramafreiheit“ und einer damit verbundenen Erweiterung des Urheberrechts gestimmt.

Das Urheberrecht an einem Werk entsteht mit dessen Schöpfung und erlischt erst 70 Jahre nach Ableben des Urhebers. Bei der „Panoramafreiheit“ handelt es sich um eine Einschränkung des Urheberrechts dergestalt, dass der Schöpfer eines Gebäudes oder einer Skulptur der (kommerziellen) Nutzung von Ablichtungen der frei zugänglichen Außenansicht nicht widersprechen kann und diese dulden muss.

Bei der jüngsten Abstimmung im EU-Parlament ging es um die Frage, ob für die kommerzielle Nutzung von Fotos von öffentlichen Gebäuden und Skulpturen künftig eine Einwilligung einzuholen ist, sofern seit dem Tod des Urhebers noch keine 70 Jahre vergangen sind.

Diese Regelung gilt in vielen, jedoch eben nicht in allen europäischen und anderen Ländern weltweit. Die Regelungen in Staaten Europas und anderen Ländern unterscheiden sich derzeit drastisch.

So erlaubt der Paragraph 59 des Urheberrechtsgesetzes (UrhG) in Deutschland das Ablichten und die freie Verwendung -auch bei kommerzieller Nutzung- von Fotos, auf denen Gebäude und öffentlich zugängliche Kunstwerke abgebildet sind. Dies gilt jedoch nur dann, wenn die Abbildung aus der Straßenperspektive aufgenommen wurde, also aus der Sicht eines normalen Passanten. In Deutschland ist es zudem gestattet, Abbildungen zu nutzen, auf denen ein Kunstwerk oder Gebäude lediglich als „unwesentliches Beiwerk“ abgebildet ist. Im Rahmen der Berichterstattung über Tagesereignisse besteht eine weitgehende Freistellung bei der Nutzung von Werken, die im Rahmen dieser Ereignisse wahrnehmbar werden. Fotojournalisten müssen sich also hierzulande wenige Gedanken um eine Haftung machen, wenn sie Fotoaufnahmen von Gebäuden oder Skulpturen herstellen, vervielfältigen, verbreiten oder öffentlich wiedergeben. Allerdings müssen dafür einige Voraussetzungen erfüllt sein.

Das Werk muss sich dauerhaft und bleibend an einer öffentlichen Straße befinden. Bei Häusern und Skulpturen ist das unschwer feststellbar. Ein Beispiel für ein nicht bleibendes Werk hingegen ist etwa die Reichstags-Verhüllung durch Christo. Letztlich ist eine Wertung der Gesamtumstände erforderlich. Der Wille des Ausstellers allein ist dabei nicht maßgeblich (BGHZ, I ZR 102/99). Grenzfälle sind auch angebrachte Grafiken, wie Pflastermalerei oder Graffiti. Jedenfalls bei Graffiti wird man dabei von einem dauerhaften Anbringen ausgehen können.

Keine Rolle spielt es übrigens für die Panoramafreiheit, ob sich der Künstler vorbe-

halten hat, später einmal sein Kunstwerk wieder zu entfernen oder gar zu zerstören. Das Oberlandesgericht Köln (6 U 193/11) hat insoweit klarstellend ausgeführt, dass subjektive Vorbehalte hier keine Rolle spielen können, da andernfalls die Schranke unterlaufen werde.

In der **Europäischen Union** gewährt die Richtlinie 2001/29/EG[175] in Artikel 5 den Mitgliedstaaten das Recht, in ihren nationalen Gesetzen eine Reihe aufgeführter Ausnahmen oder Einschränkungen der urheberrechtlichen Verwertungsrechte aufzunehmen. In **Frankreich, Italien, Belgien, Luxemburg und Griechenland** ist keine grundsätzliche Panoramafreiheit geregelt. Das bedeutet, dass kommerzielle Aufnahmen bekannter Bauwerke einer Zustimmung bedürfen. Ein oft zitiertes Beispiel hierfür ist etwa die Erlaubnisbedürftigkeit von Nachtaufnahmen des Eiffelturms.

Dänemark, Estland, Finnland, Polen, Portugal, Schweden und Spanien hingegen haben ihrer Gesetzgebung die grundsätzliche Panoramafreiheit zugrunde gelegt.

In Ländern wie **Australien, Brasilien, China und Japan** sowie den meisten Ländern Südamerikas ist das Fotografieren der Außenansicht von Gebäuden und Skulpturen ebenso problemlos möglich. Die meisten südamerikanischen Länder erlauben zudem das zustimmungsfreie Ablichten von Skulpturen. In wenigen südamerikanischen Ländern beschränkt sich die Panoramafreiheit auf Skulpturen an öffentlichen Plätzen und nimmt Gebäude davon aus.

Foto: S.Borisov

Bella Italia: Die kommerzielle Nutzung solcher Fotos ist nicht per se genehmigungsfrei

In **Staaten des Nahen bzw. Mittleren Ostens sowie Südostasien und Osteuropa** sollte man vom professionellen Fotografieren von Architektur und Kunst generell Abstand nehmen. Hier drohen empfindliche Strafen, da erlaubnisfreie Aufnahmen nicht vorgesehen sind.

In **Kanada** gilt die Panoramafreiheit nur für Skulpturen, in den **USA** nur für Gebäude.

Aufgrund der Vielgestaltigkeit der internationalen Regelungen der Panoramafreiheit ist in jedem Fall vor Antritt einer Fahrt in das Ausland zu klären, ob Fotoaufnahmen in dem jeweiligen Land erlaubnisfrei möglich sind. Dies gilt schon deshalb, um selbst einer Schadensersatzpflicht zu entgehen oder aber seinen Auftraggeber von Schadensersatzforderungen freizuhalten.

Die kostenlose Rechtsberatung des Journalistenzentrum Deutschland ist Mitgliedern von DPV und bdfj bei der Klärung von Fragen aus diesem Themenkomplex gerne behilflich.

Foto: sAndreas Saldavs

In Deutschland dürfen die Bilder von frei einsehbaren Fassaden mit wenigen Ausnahmen uneingeschränkt genutzt werden

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.

Vergiss mein nicht!

Das Google-Urteil zum „Recht auf Vergessen" – eine Gefahr für die Meinungsfreiheit?

Gerichtsurteil: Google kann verpflichtet sein, Links zu unterdrücken

Foto: antb, Foto unten: Roxana Bashyrova

„Seelig sind die Vergesslichen." Schon Friedrich Nietzsche wusste, dass es von Vorteil sein kann, sich nicht ewig mit einst aktuellen, in der Gegenwart aber längst überholten Nachrichten und Fakten auseinanderzusetzen. Und stattdessen die Vergangenheit ruhen zu lassen. Dieses liegt mindestens im Interesse derjenigen, die in der Vergangenheit Gegenstand der medialen Berichterstattung waren und nach grundlegendem Wandel der Umstände nicht länger an ein altes Kapitel ihres Lebens erinnert werden wollen. Nichts ist so alt wie die Zeitung von gestern, wie ein bekanntes Sprichwort dazu passend postuliert.

Wir leben in einem medialen Zeitalter, in dem eine überwiegende Zahl von Publikationen online abrufbar ist. Während eine gedruckte Zeitung oder Zeitschrift irgendwann in das Altpapier wandert, beträgt die Halbwertszeit einer Nachricht, die einmal online publiziert wurde, möglicherweise Jahrzehnte oder gar Jahrhunderte und kann jeden Tag aufs Neue mühelos von Jedermann aufgerufen und zur Kenntnis genommen werden.

Das „Recht auf Vergessen" wird festgeschrieben

Der Europäische Gerichtshof (EuGH) war mit seinem Urteil vom 13. Mai 2014 (Az. C-131/12) denjenigen beigesprungen, die die Vergangenheit ruhen lassen möchten, ganz nach dem Motto: „Irgendwann ist es auch einmal gut!". Das Gericht hat dabei entschieden, dass der Suchmaschinen-Betreiber Google verpflichtet sein kann, Links zu bestimmten sensiblen Daten zu entfernen. Ein Spanier hatte geklagt, der geltend gemacht hatte, bei Eingabe seines Namens in die Internet-Suchmaschine Google würden den Internetnutzern in der Ergebnisliste Links zu zwei Seiten der Tageszeitung La Vanguardia von Januar und März 1998 angezeigt. Auf diesen Seiten war unter anderem die Versteigerung eines Grundstücks angekündigt, die im Zusammenhang mit einer Pfändung aufgrund von Schulden stand, die der Kläger bei der Sozialversicherung hatte. Das spanische Gericht hatte die Sache dem EuGH vorgelegt.

Der Europäische Gerichtshof stellt in seinem Urteil zunächst fest, dass Google eine „Erhebung" von Daten im Sinne einer Richtlinie der Europäischen Union (Az. 95/46/EG des Europäischen Parlaments und des Rates vom 24. Oktober 1995) vornehme. Dabei sollen die Grundrechte und -freiheiten natürlicher Personen bei der Verarbeitung personenbezogener Daten geschützt werden, insbesondere das Recht auf Privatsphäre. Gleichzeitig wird angestrebt, die Hemmnisse für den freien Verkehr solcher Daten zu beseitigen.

Für diese Datenerhebung sei nun die Suchmaschine verantwortlich und müsse dafür sorgen, dass sie den Vorgaben entspreche. Nur so könnten die in der Richtlinie vorgesehenen Garantien ihre volle Wirksamkeit entfalten und ein wirksamer und umfassender Schutz der betroffenen Personen, insbesondere ihres Privatlebens, tatsächlich sicher gestellt werden. Als Verantwortlicher kann Google verpflichtet sein, von der Ergebnisliste, die im Anschluss an eine anhand des Namens einer Person durchgeführte Suche angezeigt werde, Links zu von Dritten veröffentlichten Internetseiten mit Informationen über diese Person zu entfernen. Eine solche Pflicht kann selbst dann bestehen, wenn der betreffende Name oder die betreffenden Informationen auf den verlinkten Internetseiten nicht gelöscht werden (müssen) – ja gegebenenfalls sogar auch, wenn ihre Veröffentlichung dort als solche rechtmäßig sei.

Die dank Google zusammengestellten Daten beträfen potenziell zahlreiche Aspekte des Privatlebens und hätten ohne die Suchmaschine nicht oder nur sehr schwer miteinander verknüpft werden können. Die Internetnutzer können dadurch ein mehr oder weniger detailliertes Profil der gesuchten Personen erstellen. Die Wirkung des Eingriffs in die Rechte des betroffenen Individuums werde durch die bedeutende Rolle des Internets gesteigert. In der modernen Gesellschaft verleihen Suchmaschinen den in den Ergebnislisten enthaltenen Informationen Omnipräsenz. Dieser Sachverhalt sei so schwerwiegend, dass ein solcher Eingriff nicht allein mit dem wirtschaftlichen Interesse des Suchmaschinenbetreibers an der Verarbeitung der Daten gerechtfertigt werden könne. Nach Auffassung des EuGH sei im Einzelfall ein angemessener Ausgleich zwischen dem allgemeinen Informationsinteresse und den Grundrechten des Betroffenen zu finden. Dies gelte besonders für das Recht auf Achtung des Privatlebens und den Schutz personenbezogener Daten. Dabei überwiegen die Rechte der betroffenen Persönlichkeiten im Allgemeinen gegenüber dem Interesse von Internetnutzern.

Entsprechend kann es auch bei ursprünglich rechtmäßigen Informationen ein "Recht auf Vergessen" geben. Und zwar dann, wenn auf Antrag des Betroffenen festgestellt wird, dass zum gegenwärtigen Zeitpunkt die Daten in Anbetracht aller Umstände des Einzelfalls, insbesondere der verstrichenen Zeit, dem Zweck, für die sie verarbeitet worden seien, nicht mehr entsprechen. Andererseits können besondere Umstände, wie beispielsweise die Rolle der betreffenden Person im öffentlichen Leben, ein überwiegendes Interesse der breiten Öffentlichkeit am Zugang zu diesen Informationen über eine Suche rechtfertigen.

Mögliche Konsequenzen für die Meinungsfreiheit

Schaut man sich das seinerzeitige Medien-Echo auf die Google-Entscheidung an, hat man den Eindruck, das Abendland sei in Gefahr. Weil ein europäisches Gericht einmal klar ausgesprochen hat, dass das Interesse des Einzelnen an der Geheimhaltung oder Löschung bestimmter Tatsachenäußerungen unter Umständen das öffentliche Informationsinteresse überwiegen kann, so dass eine Löschung von Artikeln vorzunehmen ist, wird mancherorts bereits vom Ende des kritischen Journalismus gesprochen. Letztlich bestätigt die Entscheidung auf europäischer Ebene aber das, was in Deutschland längst gang und gäbe ist, nämlich die Abwägung von Interessen bei der Evaluierung des Vorliegens von Persönlichkeitsrechtsverletzungen.

Foto: g-stockstudio

Kopfzerbrechen aufgrund sensibler Daten im Internet soll vermieden werden

Aktuelle Entwicklungstendenzen bei der Durchsetzung des „Rechts auf Vergessen"

Hunderttausende Löschanträge hat Google seit dem Urteil des Europäischen Gerichtshofs erhalten, davon weit über 10.000 Anträge aus Deutschland. Ob die Entscheidung aber überhaupt nennenswerte Auswirkungen auf die Verbreitung von Informationen im Internet hat, wird wesentlich davon abhängen, wie der Suchmaschinenbetreiber das Urteil mittel- und langfristig umsetzt. Viel wurde darüber diskutiert, Google werde zu einer Art „Informationswächter". Dabei muss Google nur das tun, was jeder Redakteur einer Zeitung jeden Tag tut – abwägen. Konkret sind in jedem Einzelfall das Recht auf ungehinderten Zugang zu Informationen und das Recht auf Privatleben gegeneinander zu ►

Foto: Sergey Nivens

Suchmaschinen sollten keine Meinungswächter sein

bewerten. Beide Bürgerrechte sind in der Europäischen Menschenrechtskonvention enthalten.

Google – nicht der „Meinungswächter"

Eine der zentralen Fragen bei der Abwägung ist, ob eine Person der Zeitgeschichte den Löschantrag stellt. Betreffen Links in den Suchergebnissen eine solche Persönlichkeit, sind die Anforderungen an die Löschung sehr viel höher, schreiben die EuGH-Richter in ihrem Urteil. Denn hier liegt das Interesse der Öffentlichkeit an Information sehr viel höher als bei unbekannten Menschen.

Deutsche Gerichte hatten bereits in den letzten zehn Jahren immer wieder deutlich gemacht, dass Prominente zwar nicht alle privaten Details dulden müssen. Die Öffentlichkeit habe dabei sehr wohl ein berechtigtes Interesse an Berichten – selbst über Privates. Umso höher fällt dieses Interesse aus, wenn nicht nur die bloße Unterhaltung und Neugier der Leute am Privatleben der Persönlichkeiten befriedigt werden sollen. Konkret: Das Recht auf Privatleben des Bundespräsidenten würde hinter dem Recht auf Meinungsfreiheit zurücktreten. Erst recht, wenn es um Verfehlungen geht.

Aber was genau ist eine Person der Zeitgeschichte? Ist es schon ein Journalist, ein Angeklagter oder der Vorsitzende vom Kaninchenzüchterverein? Hier sind die Urteile weniger genau. Der Europäische Gerichtshof für Menschenrechte urteilte im Fall Siacca gegen Italien, dass eine Person, die lediglich in ein Strafverfahren verwickelt ist, noch keine Person des öffentlichen Interesses sei. Dennoch wird es auch hier im Einzelfall auf die Straftat ankommen.

Der Vorwurf, Google könne durch das Urteil zum Zensor von Nachrichten werden, ist etwas ungenau. Denn Informationen finden sich nicht allein über die Suche nach einem Namen – was aber laut Urteil der einzige Grund für einen Löschanspruch ist. Zu Ereignissen gibt es in der Regel auch andere Schlagwörter, mit denen das Setting, die Protagonisten und der Verlauf der Debatte zu finden sind. Was Journalisten alarmiert, ist der Umstand, dass Google seiner neuen Aufgabe womöglich nur unzureichend nachkommt, wodurch zu viele Links möglicherweise nur noch schlecht auffindbar wären. Das könnte die Recherche-Arbeit empfindlich beeinträchtigen. Es ist deshalb jedoch nicht zu erwarten, dass zukünftig vollends auf alte Recherche-Methoden zurückgegriffen werden müsste.

Vermeintliche Nachteile positiv nutzen

Wer zu früheren Zeiten Informationen über Personen sammeln wollte, brauchte Geld und Geduld. Man musste in Zeitungsarchiven nachblättern, in Registern nachschauen, bei Behörden um Auskunft ersuchen, Nachbarn befragen. Man musste viel schreiben, telefonieren und reisen. Google hat die Recherchearbeit demokratisiert: Recherchieren und sammeln von personenbezogenen Informationen für jedermann. Diese „Daten" waren und sind trotz des Urteils weiterhin zugänglich. Früher waren sie in einem verstaubten Zeitungsarchiv zu finden, heute sind sie im digitalen Archiv gespeichert und abrufbar. Google ist weder Urheber, Herausgeber noch Archivar der unliebsamen Information, sondern lediglich Übermittler. Die Richter verbieten also lediglich den Wegweiser zur Quelle - und nicht die Quelle der Information selbst.

Resümee: Journalismus hat es zu allen Zeiten gegeben. Er wird sicher nicht an der Arbeit eines Suchmaschinen-Betreibers zu Grunde gehen. Also lassen Sie uns die Sorgen um den Richterspruch und seine möglichen Folgen in den Hintergrund stellen. Für unsere tägliche Arbeit ist es vielleicht sogar von Vorteil, wenn uns die professionelle Recherche von dem „googeln durch Jedermann" unterscheidet. Und das Urteil kann ein Grund sein, sich bei Nachforschungen wieder auf den Umgang mit richtigen Menschen zu fokussieren. Das ist für die Qualität journalistischer Produkte bestimmt nicht von Nachteil. In diesem Sinne – an die Arbeit, Kollegen, und nicht nachlassen!

Olaf Kretzschmar

Was hat das Jahr 2016 bisher Neues für Journalisten gebracht?

I. Hinweise für selbständige Journalisten

1. Neue Grenzen für die Buchführungsverpflichtung

Für Wirtschaftsjahre, die nach dem 31.12.2015 beginnen, gelten neue Grenzwerte für die handels- und steuerrechtlichen Buchführungspflichten. Der bisherige Schwellenwert von 500.000,00 Euro Umsatzerlöse pro Jahr ist auf 600.000,00 Euro und der Gewinn von 50.000,00 Euro pro Jahr auf 60.000,00 Euro heraufgesetzt worden. Damit steigt die Gruppe der Journalisten, die nicht buchführungspflichtig sind. Gleichzeitig entfällt für diese Journalisten auch die Verpflichtung, eine Bilanz aufzustellen.

Hinweis: Waren Sie bislang auf Basis der alten Grenzen zur Bilanzierung verpflichtet, bleiben aber künftig unter der Grenze, kommt der Übergang zur Einnahmenüberschussrechnung in Betracht.

2. Vorsteuerabzug – wann der Rechnungsempfänger nachforschen muss

Der Vorsteuerabzug setzt voraus, dass eine ordnungsgemäße Rechnung vorliegt. So müssen insbesondere die Anschrift des leistenden Unternehmers und des Leistungsempfängers, seine Steuernummer, eine Rechnungsnummer, der Leistungszeitpunkt, eine Leistungsbeschreibung und der gesonderte Umsatzsteuerausweis enthalten sein. Diese Anforderungen werden zunehmend strenger geprüft.

Tipp: Achten Sie darauf, dass die Rechnung die vollständige Anschrift des Leistenden enthält, unter der er sein Unternehmen ausübt! Da Sie als Rechnungsempfänger die Beweislast für die Ordnungsmäßigkeit der Rechnung tragen, sollten Sie eine Rechnung erst bezahlen, wenn sich daraus die Firmenadresse ergibt. Bis zur ordnungsgemäßen Rechnungsausstellung steht Ihnen Leistungsverweigerungsrecht zu.

II. Hinweise für angestellte Journalisten

Beiträge zur Sozialversicherung

Die Sozialversicherungsbeiträge bleiben stabil. Dies gilt auch für die Beiträge zur Pflegeversicherung (2,35 Prozent), die erst ab 2017 um 0,2 Prozent angehoben werden sollen. Auch bei der gesetzlichen Krankenversicherung bleibt der Satz mit 14,6 Prozent (7,3 Prozent Arbeitgeber- und 7,3 Prozent Arbeitnehmeranteil) stabil. Lediglich die Zusatzbeiträge, die die Krankenversicherungen zu Lasten des Arbeitnehmers erheben dürfen, werden wahrscheinlich auf über ein Prozent ansteigen. Die monatlichen Beitragsbemessungsgrenzen für die gesetzliche Sozialversicherung werden wie folgt angepasst:

- Kranken- und Pflegeversicherung: 4.237,50 Euro
- Rentenversicherung West: 6.200,00 Euro
- Rentenversicherung Ost: 5.400,00 Euro

Nach den derzeitigen Plänen soll die Versicherungspflichtgrenze von derzeit 54.900,00 Euro noch im laufenden Jahr auf 56.250,00 Euro angehoben werden.

III. Hinweise für alle Journalisten

1. Grundfreibeträge

Zur weiteren Anpassung an die Inflation wurden die Grundfreibeträge im Einkommensteuergesetz bereits rückwirkend zum 01.01.2015 erhöht.

Grundfreibetrag pro Person:

2014	8.354,00 Euro
2015	8.472,00 Euro
2016	8.652,00 Euro

Hinweis: Bei Eheleuten und eingetragenen Lebenspartnern verdoppeln sich die Beträge. Gleichzeitig werden die Höchstbeträge für den Abzug von Unterhaltsleistungen für das Jahr 2015 auf 8.472,00 Euro und ab 2016 auf 8.652,00 Euro heraufgesetzt.

2. Kinderfreibetrag

Außerdem ergeben sich – ebenfalls rückwirkend zum 01.01.2015 – folgende weitere Vorteile für die Steuerzahler: Der Kinderfreibetrag einschließlich des Freibetrags für Betreuung und Erziehung oder Ausbildung erhöht sich von 7.008,00 Euro ab dem 01.01.2015 auf 7.152,00 Euro, und dann ab dem 01.01.2016 auf 7.248,00 Euro.

3. Kindergeld

Das monatliche Kindergeld wurde ab 01.01.2015 auf 188,00 Euro für das erste und zweite Kind und auf 194,00 Euro für das dritte Kind sowie 219,00 Euro für weitere Kinder angehoben. Im laufenden Jahr erfolgte eine weitere Erhöhung um jeweils 2,00 Euro.

4. Entlastungsbetrag für Alleinerziehende

Ab dem 01.01.2015 wurde der Entlastungsbetrag für Alleinerziehende deutlich von bislang 1.308,00 Euro auf 1.908,00 Euro angehoben. Jedes weitere Kind wird mit weiteren 240,00 Euro berücksichtigt. Die weiteren Kinder können künftig auch im Lohnsteuerabzugsverfahren berücksichtigt werden. Anspruchsberechtigt sind alleinstehende Personen, zu deren Haushalt mindestens ein Kind gehört, für welches ihnen der Kinderfreibetrag oder Kindergeld zusteht.

5. Kinderbetreuungskosten – kein Werbungskostenabzug bei Barzahlung

Kinderbetreuungskosten sind als Sonderausgaben zu zwei Dritteln (maximal 4.000,00 Euro je Kind) steuerlich abzugsfähig. Dies gilt jedoch nur, wenn die Zahlung gegen Rechnung auf das Konto des Betreuenden und damit unbar erfolgt. Dies betrifft Dienstleistungen, die auf Rechnung erbracht werden, sowie geringfügige Beschäftigungsverhältnisse, obwohl in diesen Fällen keine Rechnung ausgestellt wird. Der Rechnung stehen der Arbeitsvertrag des Minijobbers und ein Au-pair-Vertrag gleich.

Das kann ja teuer werden!

Ein Lehrstück über die Folgen unangemessener und falscher Berichterstattung

Es ist schon wieder eine Weile her: da hatte es ein bekannter ehemaliger Wetter-Moderator geschafft, die bisher höchste, jemals vor einem deutschen Gericht erzielte Geldentschädigung für durch die Medien erlittene Persönlichkeitsrechtsverletzungen zu erstreiten. Die beiden Urteile des Landgerichts Köln vom 30.09.2015 (Az. 28 O 2/14 und 28 O 7/14) richten sich gegen den Springer-Verlag mit seinen Print- und Online-Medien. Insgesamt etwas mehr als 910.000,00 Euro hat es den Verlag gekostet, in seiner auflagenstärksten Publikation in gewohnt reißerischer Weise über eine Person des öffentlichen Lebens zu berichtet.

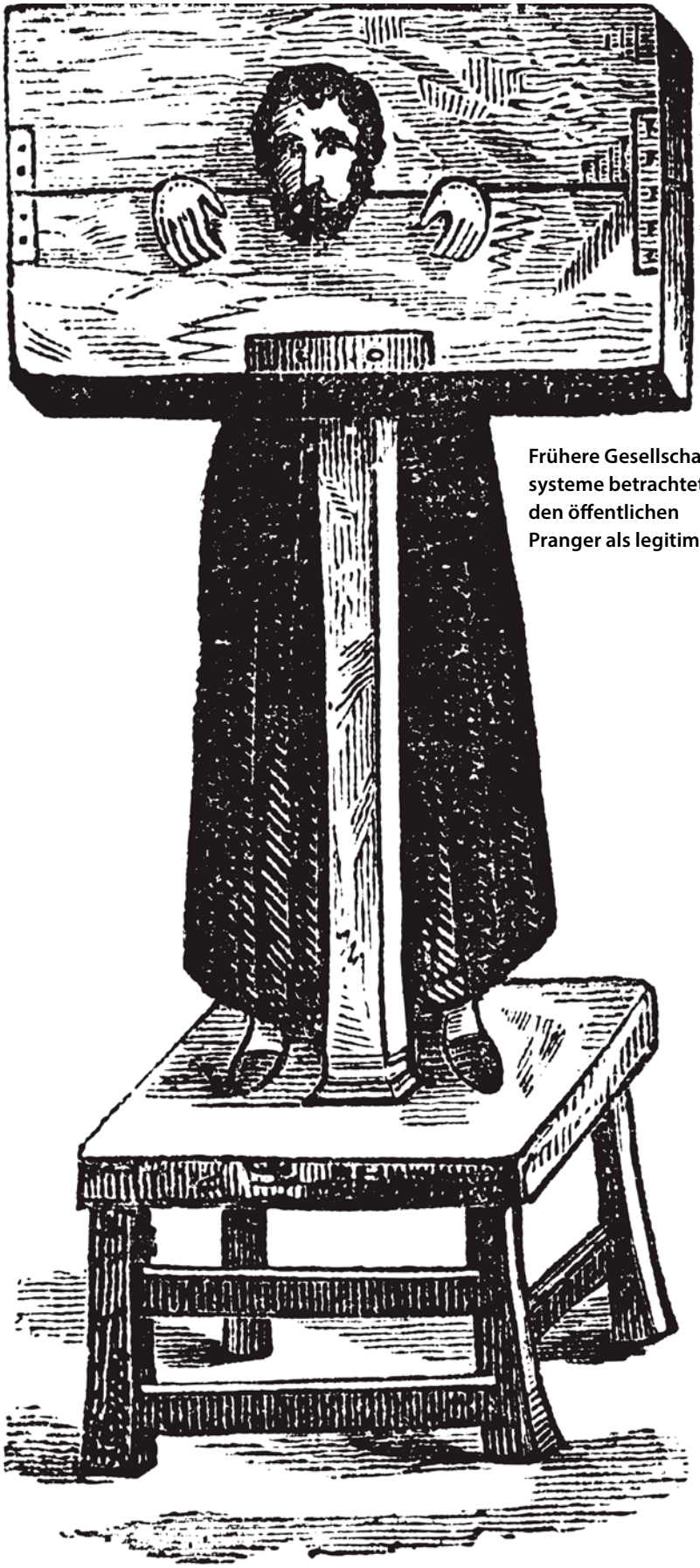


Illustration: Morphart Creation

Frühere Gesellschaftssysteme betrachteten den öffentlichen Pranger als legitim

Was bleibt nach all der Aufregung? Das Gericht hat es allen Medienschaffenden ins Stammbuch geschrieben, ihre Art von (Verdachts-)berichterstattung einmal grundlegend zu überprüfen. Es hat Redakteuren in anschaulicher Weise das Handwerkszeug mitgegeben, zukünftig spannend und mitreißend zu berichten und dennoch Persönlichkeitsrechtsverletzungen zu vermeiden. Die Urteile lesen sich wie eine Räuberpistole aus dem Boulevard und machen zugleich fassungslos, in welcher Weise gelegentlich in unseren Medien mit Menschen umgegangen wird. Sie sind Lehrstücke für Medienschaffende, die einmal deutlich machen, in welchem Rahmen sich (Sensations-)Berichterstattung zu bewegen hat und wann mit empfindlichen Geldentschädigungsforderungen zu rechnen ist.

Die Geldentschädigung

Häufig sehen sich Personen, welche Gegenstand der Medienberichterstattung sind, von den Redakteuren zu Unrecht beschuldigt oder falsch dargestellt. Das kann zur Folge haben, dass die Berichterstattung zu unterlassen ist. Nicht immer aber ist auch eine Geldentschädigung an die betroffene Person zu zahlen. Wann also muss

Foto: Photographee.eu

Wird gelegentlich außer Acht gelassen: Berichterstattung sollte kein Leben zerstören

damit gerechnet werden, dass neben einer Entschuldigung sogar eine Entschädigung fällig ist? Wobei beides gleichermaßen schmerzhaft sein kann...

Eine Geldentschädigung kommt dann und nur dann in Betracht, wenn sich eine erlittene Persönlichkeitsrechtsverletzung nicht in anderer Weise befriedigend ausgleichen lässt. Aufgrund der Schwere der Beeinträchtigung und des Fehlens anderweitiger Ausgleichsmöglichkeiten muss also ein unabwendbares Bedürfnis für einen finanziellen Ausgleich bestehen (BGH NJW 1995, 861; BVerfG NJW 1973, 1221). Ob eine schuldhafte Verletzung des Persönlichkeitsrechts schwer ist, bestimmt sich unter Berücksichtigung aller Umstände des Einzelfalls nach Art und Schwere der zugefügten Beeinträchtigung, der Bedeutung und Tragweite des Eingriffs, also dem Ausmaß der Verbreitung der Veröffentlichung, der Nachhaltigkeit und Fortdauer der Interessen- oder Rufschädigung des Verletzten, dem Grad des Verschuldens, sowie Anlass und Beweggrund des Handelns des Verletzers. Schon ein einziger dieser Umstände kann zur entsprechenden Schwere des Eingriffs führen (BGH, NJW).

Bei Eingriffen in die Privat- und Intimsphäre besteht in der Regel keine andere Ausgleichsmöglichkeit. Denn beide Sphären sind nach ihrer Öffnung unwiederbringlich. Weder Gegendarstellung noch Beseitigung oder Widerruf können sie wieder herstellen (LG Köln, Urteil v. 30.09.2015, Az. 28 O 2/14).

Immer geht es jedenfalls darum, ob nach Abwägung eines gewichtigen Informationsinteresses der Öffentlichkeit mit den Persönlichkeitsrechten des Betroffenen dessen Persönlichkeitsrechten im Einzelfall das größere Gewicht zukommt. Die mediale Berichterstattung über den bloßen Verdacht der Begehung einer Straftat ist hierbei besonders gefährlich für den Betroffenen und kann schneller zu einer Geldentschädigung führen. Die Medien haben bei der Verdachtsberichterstattung die Unschuldsvermutung zu beachten. Daher sind sie verpflichtet, zur Vermeidung einer Prangerwirkung und der Stigmatisierung des Betroffenen der Stichhaltigkeit der zugeleiteten Informationen unter Berücksichtigung der den Verdächtigen bei identifizierender Berichterstattung drohenden Nachteile gewissenhaft nachzugehen. Die Medien müssen sich entsprechend zurückhalten und sich gegebenenfalls auf eine ausgewogene Berichterstattung beschränken. Die Veröffentlichung von Einzelheiten aus dem privaten Lebensbereich des Betroffenen, deren Kenntnis zur Befriedigung des berechtigten Informationsinteresses der Öffentlichkeit nicht zwingend erforderlich sind, hat zu unterbleiben. Immer aber muss ein Mindestbestand an Beweistatsachen vorliegen, die für den Wahrheitsgehalt der Informationen sprechen und ihr damit erst „Öffentlichkeitswert" verleihen, damit eine Berichterstattung über einen bloßen Verdacht gerechtfertigt ist.

In Bezug auf das Verschulden der Medien ist ein schweres Verschulden im Sinne von Vorsatz oder grober Fahrlässigkeit nicht erforderlich. Die Anforderungen an die Sorgfaltspflicht sind umso höher anzusetzen, je schwerer und nachhaltiger das Ansehen des Betroffenen durch die Veröffentlichung beeinträchtigt wird. Die Darstellung darf keine Vorverurteilung des Betroffenen beinhalten. Ein vorverurteilender Effekt kommt Darstellungen zu, die bei den angesprochenen Rezipienten die Vorstellung hervorrufen, dass der einer Straftat Verdächtige bereits überführt sei. Dass außerdem an einer Verurteilung vernünftige Zweifel nicht mehr bestehen, so dass diese so gut wie sicher zu erwarten und praktisch nur noch Formsache ist.

Grundgesetz: Pressefreiheit versus Schutzauftrag

Damit man die astronomische Höhe der ausgeurteilten Geldentschädigungen versteht -die sonst bei Schadensersatz in Deutschland eher unüblich sind- muss man verstehen, dass bei der Bemessung der Höhe der Geldentschädigung die Genugtuung des Opfers und die Prävention im Vordergrund der Betrachtung stehen.

Bei dem Anspruch auf Geldentschädigung handelt es sich um ein Recht, das auf dem Schutzauftrag aus der Verfassung stützt, namentlich auf Artikel 1 und 2 Absatz 1 des Grundgesetzes. Die Zubilligung einer Geldentschädigung beruht auf dem Gedanken, dass ohne einen solchen Anspruch Verletzungen des allgemeinen Persönlichkeitsrechts häufig ohne Sanktionen blieben, mit der Folge, dass der Rechtsschutz der Persönlichkeit verkümmern würde.

Ein Anspruch auf Geldentschädigung entsteht unter anderem infolge hartnäckiger Bildberichterstattung mit entsprechenden verletzenden Überschriften (OLG Hamburg, ZUM 2010,976). Immer ist aber im Rahmen der Abwägung die Kollision des allgemeinen Persönlichkeitsrechts mit dem Recht der freien Meinungsäußerung beziehungsweise Pressefreiheit zu berücksichtigen.

Dementsprechend fallen die Schlussworte im Urteil Az. 28 O 2/14 des Landgerichts Köln entsprechend harsch aus, wenn es ausführt: „… zum einen muss der Beklagten durch die Höhe der Geldentschädigung verdeutlicht werden, in Zukunft bei der Berichterstattung über vergleichbare Geschehnisse eine größere Sorgfalt und Zurückhaltung an den Tag zu legen… zum anderen ist zu beachten, dass der Kläger zumindest auch durch die seine Intim- und Privatsphäre verletzende sowie in weiten Teilen reißerische Berichterstattung der Beklagten nicht nur während des Zeitraums derselben, sondern auch in Zukunft als frauenverachtender und gewaltbereiter Wiederholungstäter stigmatisiert wurde, bzw. bleiben wird, wodurch sowohl sein berufliches Wirken, als auch sein Privatleben massiv beeinträchtigt wurden, bzw. bleiben werden…".

Damit ist alles gesagt. Ein Studium der genannten Urteile sei an dieser Stelle ausdrücklich empfohlen. Es bleibt abzuwarten, ob dieser Richterspruch die Medienlandschaft positiv verändern wird. Die Hoffnung stirbt bekanntlich zuletzt.

Olaf Kretzschmer

Beruflich veranlasste Bewirtungen von Freiberuflern sind abzugsfähige Betriebsausgaben

Foto: Tupungato

BEWIRTUNGSKOSTEN

Sie dürfen auch in besseren Restaurants beruflich speisen

Wer aus geschäftlichem Anlass Personen bewirtet, kann 70 Prozent dieser Aufwendungen als Betriebsausgaben abziehen, sofern die Kosten als solche das „übliche Maß" nicht übersteigen. Als „üblich" dürften im Einzelfall auch höhere Rechnungen von sehr guten Restaurants anzusehen sein. Dies richtet sich nach der allgemeinen Verkehrsauffassung. Praktisch wird es auf die Größe des Unternehmens sowie Art und Umfang der (geplanten) Geschäftsbeziehung etc. ankommen.

Bewirtet beispielsweise ein Journalist einen Ressortleiter, um ihn von der Einrichtung einer Serie und nicht nur eines einzelnen Artikels zu überzeugen, ist die Bewirtung mit einem vergleichsweise hohen geschäftlichen Interesse des Journalisten verbunden. Hinweis: Überzogene Ausgaben wie zahlreiche teure Getränke in Nachtclubs etc. werden in der Regel nicht anerkannt.

Ohne Nachweise keine Absetzbarkeit

Nach dem Gesetzeswortlaut müssen schriftliche Belege vorliegen, die folgende Angaben enthalten: Ort, Tag und Teilnehmer sowie Anlass der Bewirtung und die Höhe der Aufwendungen. Findet die Bewirtung in einer Gaststätte statt, genügen Angaben zu dem Anlass und den Teilnehmern der Bewirtung, allerdings ist die Restaurantrechnung unbedingt beizufügen.

Nach aktueller, strenger Rechtsprechung des Bundesfinanzhofs muss auch der Name des bewirtenden Steuerpflichtigen (ergo: des Gastgebers) auf dem Beleg enthalten sein. Ansonsten ist der Betriebsausgabenabzug verloren.

Hinweis: Das ist gemäß einer Vereinfachungsregelung der Finanzverwaltung allerdings dann nicht zwingend, wenn sich der Gesamtbetrag der Rechnung auf maximal Euro 150,00 beläuft.

Weitere Vereinfachungen

Die schriftlichen Angaben können auf der Rechnung selbst, beispielsweise in vorgedruckten Feldern auf der Rückseite, oder getrennt davon gemacht werden. Erfolgen die notwendigen Angaben getrennt von der Rechnung, müssen das Schriftstück mit den Angaben und die eigentliche Rechnung grundsätzlich zusammengefügt werden. Das bedeutet: Enthält die Gaststättenrechnung nicht genügend Raum für die Angaben zu den Teilnehmern und dem Anlass der Bewirtung, können diese auf einem

Ungewöhnlich: Bei einem Picknick sind Kostennachweise per Eigenbeleg denkbar

Foto: Elena Shashkina

Foto: Ldprot

Kreditkartenabrechungen alleine ersetzen einen Restaurantbeleg nicht

gesonderten Blatt gemacht werden, das direkt an den Beleg geheftet werden sollte.

Hinweis: Die Angaben müssen auf der Rechnung bzw. dem ergänzenden Beleg zeitnah, also spätestens kurze Zeit nach der Bewirtung notiert werden. Hat das Finanzamt bereits einen fehlerhaften Beleg vorliegen, ist die Nachholung fehlender Angaben in aller Regel nicht mehr möglich. Deshalb sollte die Bewirtungsrechnung möglichst direkt nach dem beruflich veranlassten Essen vollständig ausgefüllt werden.

Bewirtungen in Gaststätten können nach eindeutigem Gesetzeswortlaut und der strengen Rechtsprechung des Bundesfinanzhofs nicht mit Eigenbelegen nachgewiesen werden – mit Ausnahme der ergänzenden Angaben (Teilnehmer und Anlass der Bewirtung). Danach hat die Gaststättenrechnung als sogenannte Fremdrechnung eine erhöhte Nachweisfunktion. Sie kann im Allgemeinen auch nicht durch -eventuell um Eigenbelege ergänzte- Kreditkartenabrechnungen oder Ähnliches ersetzt werden.

Hinweis: Bei Bewirtungen außerhalb einer Gaststätte (zum Beispiel bei einem organisierten Picknick) ist ein Nachweis der Kosten anhand von Eigenbelegen denkbar.

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.*

PRESSCREDITCARD

Siegel von n-tv als „beste Kreditkarte“

Die Kollegen von n-tv haben jüngst – in Zusammenarbeit mit der FMH-Finanzberatung – die Gebühren, Konditionen und Besonderheiten der klassischen Kreditkarten ohne Kontobindung ausgewertet. Bei dem daraus entstandenen Ranking wurde die Karte der Advancia Bank, zu der die PressCreditCard gehört, als „beste Kreditkarte“ auf Platz 1 ausgezeichnet.

Dabei wurde untersucht, welche Angebote vorhanden sind, wenn man nicht das „Plastikgeld“ des bestehenden Girokontos haben will. Bei der Recherche nach der optimalen Alternative spielten beispielsweise die Zinssätze für die Ratenzahlung und auch der kostenfreie Zeitraum eine Rolle. Ein weiterer wichtiger Punkt betraf die Gebühren für Auslandseinsätze außerhalb des Euroraums, denn genau da werden Kreditkarten zum Einkaufen besonders gerne eingesetzt. Schließlich ist die Jahresgebühr im Vergleich nur die halbe Wahrheit.

Zusammengefasst galt das Hauptaugenmerk folgenden Aspekten:

- Jahresgebühren in Euro
- Gebühren für den Einsatz im Ausland
- Sollzins bei Teilzahlung
- Gebühren für den Einsatz am Geldautomat im Inland

Die herausgebende Advancia Bank erhielt die höchste Gesamtpunktzahl aller getesteten Kreditkarten ohne verpflichtendes Girokonto. Damit zeichnet ein weiteres Siegel die für DPV und bdfj-Mitglieder kostenlose PressCreditCard aus. Wer vergleichen möchte, ob eine klassische Kreditkarte zu dem persönlichen Einsatzzielen passt: Das ganze Testergebnis von n-tv finden Sie unter www.n-tv.de/ratgeber/tests/Kreditkarten-im-Test-article17055081.html.

Anträge und weitere Informationen zu der Berufskreditkarte für Journalisten finden Sie unter **www.presscreditcard.de**.

Clever und legal nutzen: Darlehen innerhalb der Familie

Wie jedermann können auch Journalisten aus unterschiedlichen Gründen in Liquiditätsschwierigkeiten geraten. In einer solchen Situation bietet sich manches Mal eine Unterstützung durch Familienmitglieder an – per Darlehen innerhalb der Familie.
Es kann natürlich auch umgekehrt die Situation entstehen, dass ein Berufskollege einem Familienmitglied ein Darlehen gewährt, weil er einen Liquiditätsüberschuss hat.

Foto: Alexander Raths

Oftmals kann die Verwandtschaft helfen, Liquiditätslücken zu überbrücken

Private Kapitalerträge unterliegen in der Regel einem pauschalen Steuersatz von 25 Prozent plus Solidaritätszuschlag. Das gilt aber nicht, wenn sich nahestehende Personen untereinander ein Darlehen gewähren und wenn daraus Werbungskosten oder Betriebsausgaben entstehen. Mit dieser Einschränkung sollen fiskalisch unerwünschte Gestaltungen im familiären Kreis verhindert werden. Ein Beispiel: Ein Familienmitglied, das beruflich oder unternehmerisch tätig ist, erhält einen Kredit von einem Elternteil. Der Kreditnehmer setzt seine Zinsaufwendungen ab und reduziert damit sein Einkommen, das mit bis zu 45 Prozent Grenzsteuersatz belastet ist. Der Kreditgeber in der Familie versteuert hingegen die korrespondierenden privaten Zinseinnahmen nur mit 25 Prozent. Daraus resultiert eine Steuerersparnis für die Familie von bis zu 20 Prozent.

Bereits in mehreren Urteilen aus dem Jahr 2014 hatte der Bundesfinanzhof (BFH) jedoch entschieden, dass die Anwendung des Abgeltungssteuersatzes nicht nur allein aufgrund eines Verwandtschaftsverhältnisses ausgeschlossen werden darf. Sogar zwischen Ehegatten will der BFH die Anerkennung von Darlehensbeziehungen nicht grundsätzlich ausschließen. Allerdings ist es schädlich, wenn eine Situation vorliegt, in der auf eines der Familienmitglieder ein beherrschender oder außerhalb der Darlehensbeziehung begründeter Einfluss ausgeübt werden kann oder ein eigenes wirtschaftliches Interesse an der Erzielung der Einkünfte des anderen besteht. Nach jüngster Entscheidung des BFH sei dies beispielsweise der Fall, wenn ein Steuerpflichtiger seinem Ehepartner, der weder über regelmäßiges (Arbeits-)Einkommen noch größeres Vermögen verfügt, ein vollfinanzierendes Darlehen zur Anschaffung einer fremdvermieteten Immobilie gewährt.

Auf die hieraus erzielten Kapitalerträge hat der BFH die Anwendung des niedrigeren Abgeltungssteuertarifs ausgeschlossen und diese der normalen progressiven Einkommensteuer unterworfen. Der beherrschende Einfluss des Kreditgebers bestehe hier darin, dass dem Kreditnehmer mangels eigener finanzieller Mittel eine alternative Finanzierung, etwa über eine Bank, nicht möglich gewesen wäre.

Dem Wortlaut des Vertrages präzise folgen

Die Finanzverwaltung hat mittlerweile ihre Auffassung an die BFH-Rechtsprechung angepasst und schließt auch bei Krediten unter Angehörigen die Anwendung des Abgeltungssteuersatzes nicht mehr grundsätzlich aus. Damit ergeben sich für die Anwendung des Abgeltungssteuersatzes bei Darlehen an nahestehende Personen folgende Voraussetzungen:

1. Kein beherrschender Einfluss auf den Kreditnehmer oder eigenes wirtschaftliches Interesse.
2. Die Vereinbarung muss in jedem Einzelfall und während der gesamten Vertragsdauer nach Inhalt und Durchführung dem entsprechen, was fremde Dritte üblicherweise vereinbaren würden.

Vergleichsmaßstab für Kredite wären grundsätzlich banküblich Vertragsgestaltungen, insbesondere im Hinblick auf Laufzeit, Zinshöhe, Zinszahlungstermine, Beleihungswerte sowie Besicherung.

Zwar hält der BFH dabei einzelne Abweichungen vom Standard der Kreditinstitute für unschädlich. Zu raten ist jedoch eine sorgfältige Dokumentation und Abwicklung des Darlehensverhältnisses unter Einhaltung der von Finanzverwaltung und Gerichten gesteckten Grenzen. Nach der schriftlichen Fixierung der banküblichen Vertragskonditionen muss der Vertrag auch entsprechend umgesetzt werden. Denn unabhängig von den inhaltlichen Details eines Vertrages werden Übereinkommen, die nicht wie vereinbart umgesetzt werden, schon ganz grundsätzlich nicht steuerlich anerkannt.

Gabriele Krink

KÜNSTLERSOZIALVERSICHERUNG

Halb beteiligt, voll versichert

Der Staat greift selbständigen Künstlern und Publizisten bei der Sozialversicherung unter die Arme – ob sie wollen oder nicht

Seit mittlerweile 33 Jahren gibt es in Deutschland das Künstlersozialversicherungsgesetz (KSVG). Es bietet all jenen Personen besonderen Schutz, die selbständig künstlerisch oder publizistisch tätig sind. Zu diesen Berufsgruppen gehören zum Beispiel Journalisten, Texter, Filmemacher und künstlerische Fotografen.

Im Vergleich zu Arbeitnehmern beziehen Selbständige kein regelmäßiges Gehalt. Während bei Angestellten der Arbeitgeber einen Teil der Sozialversicherungsbeiträge übernimmt, muss sich ein Selbständiger komplett auf eigene Kosten versichern. Bei geringen Einnahmen wäre das für manche Kunstschaffenden existenzbedrohend. Deshalb greift der Staat Künstlern und Publizisten in der Renten-, Kranken- und Pflegeversicherung per Gesetz unter die Arme.

Jeder, der einen vom KSVG abgedeckten Beruf selbständig ausübt, muss sich bei der Künstlersozialkasse (KSK) melden und Angaben zu seinen Tätigkeiten und Einnahmen machen. Das ist keine eigene Versicherungsgesellschaft, sondern eine Art ausführende Behörde, die das KSVG umsetzt. Sie stellt die Versicherungspflicht fest, meldet die begünstigten Künstler bei den entsprechenden Stellen an, zieht die Beiträge ein und leitet sie an die jeweiligen Versicherungsträger weiter. Wer eine selbständige künstlerische Tätigkeit aufnimmt, muss einen Fragebogen ausfüllen und an die KSK schicken. Diese prüft dann, ob eine Versicherungspflicht nach dem Gesetz besteht. Das hängt davon ab, ob jemand tatsächlich – und nicht nur vorübergehend – erwerbsmäßig als Künstler oder Publizist tätig ist. Man kann sich also nicht aussuchen, ob man „in der Künstlersozialversicherung" sein möchte oder nicht. Stellt die KSK eine Versicherungspflicht nach dem Gesetz fest, ist man „drin", manchmal auch nur in einer der drei Versicherungssparten.

Monatsbeiträge können flexibel angepasst werden

Praktisch bedeutet das dann, dass nach dem Künstlersozialversicherungsgesetz anerkannte Künstler und Publizisten nur die Hälfte der jeweiligen Versicherungsbeiträge zahlen müssen – vergleichbar mit Arbeitnehmern. Die andere Hälfte wird aus einem Bundeszuschuss und der Künstlersozialabgabe finanziert. Der Beitragssatz liegt in der Rentenversicherung aktuell bei 18,7 Prozent, in der Krankenversicherung bei 14,6 Prozent und in der Pflegeversicherung bei 2,35 (Eltern) beziehungsweise 2,6 Prozent (Kinderlose). Auf die Versicherten entfällt jeweils die Hälfte. Wie hoch die Beiträge im Einzelnen ausfallen, bemisst sich am Jahresarbeitseinkommen. Da das Einkommen bei selbständigen Künstlern in der Regel schwankt, wird es zunächst geschätzt. Zum Ende eines Kalenderjahres müssen die Versicherten deshalb der KSK melden, wie hoch ihr Jahresarbeitseinkommen im folgenden Jahr voraussichtlich ausfallen wird. Auf dieser Grundlage werden dann die monatlichen Beiträge festgelegt. Das Arbeitseinkommen ist das Ergebnis aus der Gewinn- und Verlustrechnung für die Einkommensteuer. Zu Beginn des Folgejahres erfolgt dann noch die Meldung des tatsächlichen Einkommens. Außerdem kann der Versicherte jederzeit seine Schätzung korrigieren, wenn der zu erwartende Gewinn niedriger oder höher ausfällt als gedacht. Die Monatsbeiträge werden dann entsprechend angepasst. Für Berufsanfänger und Höherverdienende besteht auch die Möglichkeit, sich von der Kranken- und Pflegeversicherungspflicht befreien zu lassen. Eine Befreiung von der Rentenversicherungspflicht gibt es jedoch nicht – selbst wenn der Versicherte privat vorsorgt.

Weitere Informationen erhalten interessierte Medienschaffende mit der Schrift Nr. 8513 „KSK – die Künstlersozialkasse", welche in der Bundesgeschäftsstelle des Journalistenzentrum Deutschland angefordert werden kann.

Mirjam Büttner *ist freie 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.*

Das Sozialversicherungssystem soll wichtige Risiken des Daseins abfedern

Foto: levelupart

Realität für viele Freiberufler: Rechnungen erstellen, mahnen, Überbrückungskredite aufnehmen

Foto: Twin Design

Factoring – und das Warten (aufs Geld) hat ein Ende

Wie auch Journalisten von einer Forderungsabtretung profitieren können

Je größer der Auftraggeber, desto länger ist oft das Zahlungsziel. Gerade für Freiberufler kann es dann manchmal ganz schön eng werden. Wenn der mächtige Verlag oder das Unternehmen, für das man tätig war, drei Monate braucht, um das Honorar zu überweisen, muss der Freelancer unter Umständen einen Kontokorrentkredit mit seiner Bank vereinbaren oder sogar einen Überbrückungskredit aufnehmen – oder aber er verkauft seine Forderungen an einen spezialisierten Dienstleister und bekommt sein Geld sofort.

Rechnung raus – Geld rein! Factoringservice für Freelancer und Kleinunternehmen, so wirbt die Firma Pagido – ein Pressekonditionspartner von DPV und bdfj – für seinen Service. Doch nicht alle Journalisten wissen genau, was Factoring eigentlich ist. Bei großen Unternehmen und auch Mittelständlern wird Factoring, also die Übertragung von Forderungen eines Unternehmens vor Fälligkeit an ein Kreditinstitut oder einen Spezialdienstleister (Factor), schon lange eingesetzt. Die Vorteile liegen auf der Hand: vor allem die Liquiditätssituation und die Eigenkapitalquote verbessern sich. Und das lästige Debitorenmanagement, sprich Nachhaken, Mahnen, Klagen fällt weg beziehungsweise wird vom Factoringunternehmen übernommen.

Was die Großen können, können auch Selbstständige, kleine Unternehmen und Freiberufler mittlerweile ebenso nutzen. Sogar relativ einfach: Registrieren Sie sich und wickeln Sie Ihre Rechnungen über das Factoring-Unternehmen ab – Sie erhalten 80 Prozent der Rechnungssumme sofort und sind gegen Zahlungsausfall versichert. So läuft es beispielsweise bei Pagido.

Jochen Stepp, Vorstand der Invois AG, ebenfalls ein Factoringanbieter, sieht vor allem drei Vorteile für Medienschaffende: Liquidität, Entlastung und Sicherheit: „Sie bekommen das Geld sofort, innerhalb von 36 Stunden, und zwar 80 Prozent des Nettobetrages abzüglich unserer Gebühr in Höhe von 3,95 Prozent der Gesamtsumme. Der Sicherheitseinbehalt, also die restlichen 20 Prozent, wird ausbezahlt, sobald der Verlag oder Auftraggeber die Gesamtsumme bezahlt hat. Auch wenn der Geschäftspartner insolvent wird, bekommt der Freelancer sein Geld – dank einer Kreditversicherung, die in solchen Fällen eintritt."

Der Journalist erhält also immer 100 Prozent seiner Forderung – abzüglich der 3,95 Prozent. Stepp: „Diese Gebühr liegt im Bereich des Skontos, das man einem Geschäftspartner gewährt, wenn dieser sofort zahlt. Kein Vergleich mit den hohen Überziehungszinsen, die Banken für Kontokorrentkredite oder gar Überziehungen dieser

Kreditlinie verlangen. Da sind Sie schnell bei 14 bis zu 20 Prozent!"

Konzentration auf die journalistische Arbeit

Doch auch der Vorteil „Entlastung" darf nicht unterschätzt werden. Wer schon einmal monatelang seinem Geld hinterhergelaufen ist, das Prozedere von der freundlichen Zahlungserinnerung über die erste, zweite, dritte Mahnung bis hin zum Mahnbescheid kennt oder gar vor Gericht war, der weiß, wie hoch dieser Aufwand ist und dass dieser manchmal gar nicht mehr im Verhältnis zum Erlös steht. Auch das übernehmen Factoringunternehmen, ohne dass dafür zusätzliche Kosten anfallen.

Schließlich ist die „Sicherheit" ein Vorteil – vor allem für Freiberufler. Diese haben oft nicht die Zeit oder Möglichkeiten, die Zahlungsfähigkeit und -willigkeit des Geschäftspartners zu überprüfen. Sie gehen dann im Falle eines Falles leer aus. Wer will sich schon mit einem großen Verlag mit eigener Rechtsabteilung anlegen? Noch dazu, wenn man nicht alles Porzellan zerschlagen will, weil man sich erhofft, eventuell doch noch einmal für diesen Verlag tätig werden zu können.

Auch hier heißt das Zauberwort „Factoring". Kommt es wirklich zum Rechtsstreit, wird man allenfalls als Zeuge vor Gericht erscheinen. Gegner des Kunden ist dann nämlich die Factoringgesellschaft. Der Freelancer selbst steht also nicht als derjenige da, der den Verlag vor Gericht zerrt, bekommt aber dennoch sein Recht (und sein Geld). In der Regel wird übrigens die Factoringfirma den Journalisten vor jeder Mahnstufe konsultieren, wie Factoring-Spezialist Pagido erläutert: „Auf diese Weise schließen wir aus, dass das Verhältnis zu den Auftraggebern irgendwie belastet wird."

Damit das alles im Alltag dann auch reibungslos funktioniert, muss sich der Journalist beim jeweiligen Factoringpartner anmelden, mehrere Formulare (u. a. zum Thema Geldwäsche und eine sogenannte Negativerklärung der Hausbank) einreichen und ein Identifikationsverfahren (wie Post-ID) vornehmen. Zu Beginn ist ein gewisser Aufwand also schon vorhanden. Doch danach heißt es dann beispielsweise mit Pagido „Rechnung raus – Geld rein!" oder mit Rechnung36 von Invois „Ich komme immer schnell zu meinem Geld."

Foto: SALAJEAN

Zeit für Recherche statt für Bürokratie

Pagido bietet den Journalisten der Berufsverbände DPV und bdfj nach Vorlage des Presseausweises einen Rabatt in Höhe von 10 Prozent – sie zahlen also statt 5 nur 4,5 Prozent der Rechnungssumme für den Service. Und bei der **InVois AG** erhalten die Mitglieder der Journalistenverbände eine vergünstigte Factoring-Gebühr in Höhe von 3,50 Prozent. Weiteren Informationen und den Link zur Registrierung finden DPV/bdfj-Mitglieder unter www.presse-konditionen.org (Stichwortsuche „Pagido" oder „Invois"). Alle anderen Kollegen können sich direkt unter www.pagido.de beziehungsweise www.journalisten-factoring.de schlau machen.

Foto: PhotographyByMK

Das Risiko von Forderungen verkaufen

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.*

Gefördert erfolgreich

Was sich bei der Gründerunterstützung 2016 geändert hat

Dass Journalisten, die sich während des Gründungsprozesses beraten lassen, erfolgreicher sind als solche, die von Anfang an glauben, schon alles richtig zu machen, ist eine Binsenweisheit. Nicht umsonst hilft der Staat den Startups mit unterschiedlichen Instrumenten beim Gründen – wenn sich auch manche mehr wünschen.

Zum neuen Jahr wurden verschiedene Beratungsförderprogramme (namentlich Gründercoaching Deutschland, Runder Tisch und Turn-Around-Beratung) zu einem einheitlichen Beratungsförderprogramm des Bundes zusammengeführt.

Vor dem Gründen

Wer das Glück hat, in Bayern oder Rheinland-Pfalz zu gründen, kann noch vor der Gründung das sogenannte Vorgründungscoaching in Anspruch nehmen. In Rheinland-Pfalz werden 50 Prozent der Beratungskosten übernommen. Bei der berufsbegleitenden Beratung zum schrittweisen Einstieg in die selbstständige Erwerbstätigkeit werden dabei drei Tagewerke (a 8 Beratungsstunden), bei einer Existenzgründungsberatung bis zu sechs Tagewerke und bei einer Gründung durch Übernahme eines bestehenden Betriebes bis zu neun Tagewerke gefördert. Der Zuschuss in Bayern liegt bei 70 Prozent des Beratungshonorars bei maximal zehn Tagewerken. Voraussetzung: Sie dürfen noch nicht im Haupterwerb selbstständig sein.

Foto: Castleski

Mit Gründungsunterstützung rückt der eigene Kanal in erreichbare Nähe

Nach der Gründung

Für neu gegründete Unternehmen bis zwei Jahre nach Gründung (das bisherige Gründercoaching Deutschland) gilt ab sofort eine maximale Bemessungsgrundlage von 4 000 Euro. Gründer erhalten dabei 50 Prozent der Beratungskosten (also bis zu 2 000 Euro) vom Staat erstattet. In den neuen Bundesländern (ohne Berlin und ohne Region Leipzig) gilt sogar ein Fördersatz von 80 Prozent, in der Region Lüneburg ein Fördersatz von 60 Prozent.

Beantragen können Gründer diese Förderung wie bisher bei den sogenannten Regionalpartnern (IHK für gewerbliche Gründer, Institut für Freie Berufe für freiberufliche Gründer wie beispielsweise Journalisten). Anders als bisher wird der Zuschuss nicht von der KfW-Bank ausgezahlt, sondern vom BAFA (Bundesamt für Wirtschaft und Ausfuhrkontrolle).

Kreditunterstützung

Eine weitere wichtige Hilfe ist die Kreditförderung für junge Unternehmen. Erfahrungsgemäß legen die meisten Banken keinen großen Wert auf Kleinkredite – schon gar nicht für Gründer, von denen man ja nicht weiß, ob das Geschäftskonzept auch wirklich aufgeht. Die KfW versucht mit ihren Fördermaßnahmen die Nachteile, die junge Existenzgründer mitbringen, auszugleichen: Sie übernimmt 80 Prozent der Haftung für den Kredit und macht es damit den Banken etwas leichter, auch Gründern Geld zu leihen. Für die Gründer selbst gibt es außerdem einen ordentlichen Zinsabschlag: So kostet der so genannte ERP-Gründerkredit StartGeld aktuell ab 2,07 Prozent effektiver Jahreszins. StartGeld gibt es bis zu 100 000 Euro pro Gründer – womit die meisten Freiberufler auskommen sollten. Außerdem ist kein Eigenkapital erforderlich. Und: Das StartGeld gibt es ebenfalls für Selbstständige im vorläufigen Nebenerwerb.

Online zum StartGeld

Auch weiterhin kann man diesen Kredit nicht direkt bei der KfW beantragen. Hier gilt das Hausbankprinzip. Ein ausführlicher Businessplan (mit Finanzplan) und positive Schufa-Werte sind unbedingte Voraussetzung. Wer zu seiner Hausbank keinen guten Draht hat oder wer schneller an einen Kredit kommen möchte, kann beispielsweise auf das Angebot der Grenkebank zurückgreifen. Dieses Kreditinstitut hat sich auf den Gründerkredit StartGeld spezialisiert und bietet (unterstützt durch externe Berater vor Ort) eine Onlineplattform zur Kreditbeantragung an. Innerhalb von nur vier Stunden kann so ein Gründer erfahren, ob er grundsätzlich die nötige Bonität für einen Gründerkredit mitbringt. Sind alle Unterlagen eingereicht, dauert es lediglich 24 Stunden, bis der Kreditantrag geprüft und an die KfW-Bank weitergeleitet wird. Die KfW wiederum braucht dann etwa 15 Werktage, um ihrerseits den Antrag zu prüfen und die finanziellen Mittel bereitzustellen. Der Weg zum Geld ist damit erheblich schneller als über andere Kanäle – für viele Gründer, die ihr Unternehmen möglichst schnell starten möchten, ein schlagendes Argument.

Walther Bruckschen

Existenzgründungberatung

Bei dieser Gelegenheit möchten wir Sie auch noch einmal auf die für Mitglieder von DPV und bdfj kostenlose Beratung in Sachen Existenzgründung hinweisen: An jedem ersten und dritten Donnerstag (von 16 bis 18 Uhr) steht Ihnen Walther Bruckschen für Fragen rund um das Thema Gründung und Finanzierung telefonisch zur Verfügung. Komplexere Fragen können gerne jederzeit schriftlich per E-Mail, Fax oder postalisch gestellt werden.

Foto: Markus Manila

Verschlüsselung von E-Mails

Der Einsatz von Verschlüsselungsverfahren für den Schutz von privaten Daten kommt nur langsam voran.

Eine repräsentative Umfrage im Auftrag des Digitalverbands Bitkom hat ergeben:

- Nur 15 Prozent der Internetnutzer verschlüsseln ihre Mails.
- Vielen Nutzern ist die Anwendung zu aufwändig.
- Online-Dienste erweitern Kryptografie-Angebote und sichern Internetverbindungen besser ab.

Demnach verschlüsselten im vergangenen Jahr 15 Prozent der deutschen Internetnutzer E-Mails. Zum Vergleich: Im Jahr davor waren es mit 14 Prozent ähnlich viele. Allerdings verschlüsselten im Juli 2013, als die NSA-Affäre ins Rollen kam, laut einer Bitkom-Umfrage nur sechs Prozent der Internetnutzer ihre E-Mails. „Das Interesse an der Verschlüsselung von Daten ist bei den Nutzern nach einem kurzen Hoch nicht weiter gestiegen", sagt Bitkom-Hauptgeschäftsführer Dr. Bernhard Rohleder. „Mit der Verschlüsselung von E-Mails und Dateien können sich die Nutzer gut vor dem Missbrauch ihrer persönlichen Daten schützen. Die Anwendung ist aber häufig noch zu kompliziert." Als Grund für den Verzicht auf Verschlüsselungssoftware geben 64 Prozent an, dass sie sich damit nicht auskennen. 59 Prozent sagen, dass ihre Kommunikationspartner keine Verschlüsselung einsetzen. Ein Viertel (26 Prozent) hält Verschlüsselung grundsätzlich für zu aufwändig. Neben der Verschlüsselung von E-Mails können User auch Dateien auf ihrem Computer mit Hilfe einer Kryptografie-Software sichern. Davon machten im vergangenen Jahr zwölf Prozent der Internetnutzer Gebrauch. Im Jahr 2014 waren es elf Prozent und im Jahr davor acht Prozent.

Wegen der Angriffe von Geheimdiensten und kriminellen Hackern bauen viele Anbieter von Online-Diensten ihre Sicherheitsmaßnahmen aus und setzen dabei auch auf Verschlüsselung. „Einige E-Mail-Anbieter bieten die Verschlüsselung von elektronischen Nachrichten bereits an", sagt Rohleder. Die am häufigsten verwendeten Standards für die Verschlüsselung einzelner E-Mails sind Pretty Good Privacy (PGP) sowie dessen Open-Source-Varianten OpenPGP und S/MIME (Secure/Multipurpose Internet Mail Extensions). Mit Hilfe eines öffentlichen und eines privaten Schlüssels und der entsprechenden Software können E-Mails verschlüsselt und entschlüsselt werden. Entscheidende Voraussetzung für eine Nutzung ist jedoch, dass Sender und Empfänger den gleichen Standard nutzen und den öffentlichen Schlüssel ausgetauscht haben. „Die Verschlüsselung von E-Mails sollte weiter vereinfacht und besser in die bestehenden Services eingebunden werden", betont Rohleder. Eine entsprechende Initiative hat das Fraunhofer Institut für Sichere Informationstechnologie unter dem Stichwort „Volksverschlüsselung" gestartet.

> Mit Hilfe eines öffentlichen und eines privaten Schlüssels und der entsprechenden Software können E-Mails verschlüsselt und entschlüsselt werden.

Neben der besseren Sicherung einzelner E-Mails kommen verstärkt Verschlüsselungsverfahren für die Verbindung zu Webseiten zum Einsatz. Bereits weit verbreitet sind gesicherte Verbindungen zum Beispiel beim Online-Shopping oder Online-Banking. Diese so genannte Transportverschlüsselung wird unter anderem durch Sicherheitsstandards wie Transport Layer Security (TLS), Perfect Forward Secrecy (PFS) oder das Netzwerkprotokoll DANE gewährleistet. Nutzer erkennen eine gesicherte Verbindung daran, dass die Adresse der Webseite im Browser mit „https" („s" für secure) statt nur mit „http" beginnt. Zudem gehen viele E-Mail-Anbieter dazu über, den Austausch von Mails mit anderen Providern möglichst ausschließlich über verschlüsselte Verbindungen zu gewährleisten.

Nicht nur der Transport der Daten, sondern auch der Schutz vor unerwünschten Zugriffen ist für die Datensicherheit in Online-Portalen entscheidend. Schutzmechanismen wie eine „Mehr-Faktor-Authentifizierung" könnten geeignete Maßnahmen sein, um einen zusätzlichen Schutz vor Hackern zu schaffen. Dabei kommen für die Authentifizierung mindestens zwei voneinander unabhängige Komponenten zum Einsatz. Bei Online-Überweisungen ist das zum Beispiel das Passwort und eine mobile Transaktionsnummer, die auf das Handy übertragen wird.

Hinweis zur Methodik: Die Angaben basieren auf einer repräsentativen Umfrage, die Bitkom Research durchgeführt hat. Dabei wurden 1009 Internetnutzer ab 14 Jahren befragt, die privat einen Computer nutzen. Die Frage lautete: „Welche der folgenden Sicherheitsprogramme oder -dienste nutzen Sie auf Ihrem privaten Computer?"

Maurice Shahd *ist Pressesprecher des Bitkom-Verbandes, m.shahd@bitkom.org*

Netzpolitik: Datenschutz, Urheberrecht u. a., IT-Sicherheit, Jugendschutz in der digitalen Welt, Digitaler Verbraucherschutz, Big Data, Cloud Computing, Social Media, E-Publishing Bitkom e. V.

Engagement – RückBLENDE

Mai 2016

Treffen mit Vertretern anderer Journalistenverbände

DPV und bdfj treffen sich mit Vertretern von nationalen Journalistenverbänden, um über eine Verbesserung der Beziehungen und einen Ausbau der Kooperationen zu sprechen. Es werden Absichtserklärungen vereinbart, von deren Umsetzung die Mitglieder der verschiedenen Berufsverbände profitieren sollen.

World Freedom Press Day der Vereinten Nationen

DPV und bdfj nehmen als einzige Vertreter deutscher Journalistenverbände an der wichtigsten Veranstaltung zum Internationalen Tag der Pressefreiheit teil. Seit 1993 und der Deklaration von Windhuk wird zu diesem Datum weltweit an die Meinungsfreiheit erinnert. Die Vereinten Nationen haben hochrangige Vertreter aus der Medienszene eingeladen, um sich über den aktuellen Stand und zukünftige Verbesserungen auszutauschen.

April 2016

Diskussion: Spannungsfeld Nahost

Der langjährige Nahostkorrespondent der Wochenzeitung *Die Zeit*, Dr. Michael Lüders, zeichnet die aktuellen Konfliktlinien im Nahen Osten nach und berichtet über seine Erfahrungen in der Region. Vertreter des Journalistenzentrum Deutschland beteiligen sich an der Veranstaltung, welche in eine Diskussion mit den anwesenden Gästen mündet.

März 2016

Foto-Pressereise nach Spitzbergen/Arktis

In 9 Tagen legt eine Gruppe von Bildjournalisten 1.000 Kilometer mit dem Schneemobil zurück und besucht atemberaubende Plätze in Spitzbergen. Die von DPV und bdfj unterstützte Pressereise ermöglicht den Teilnehmern Zugang zu Regionen, welche alleine kaum oder nur unter extremem Aufwand zu erreichen wäre. Nicht Menschen besiedeln diese Gegend, sondern Wale, Eisbären und Seelöwen, nicht zu vergessen der König der Arktis, der gewaltige Polarbär. Was für Fotografen normalerweise unmöglich ist, wird hier erlebt.

Februar 2016

Arbeitsgruppensitzung Bundesverband Freie Berufe (BFB)

Vertreter des Journalistenzentrum Deutschland bringen in der Arbeitsgruppe „Konzept für eine BFB-Initiative zum Wesen der Freiberuflichkeit" die Interessen von Berichterstattern ein. Auf hochrangiger Ebene werden denkbare Skizzen für eine derartige Initiative diskutiert und identifiziert. Mit ihrem Engagement sammeln die Freien Berufe Zustimmung im politischen Raum und sind gern gesehene Ratgeber.

Januar 2016

Neue Bundesgeschäftsstelle für noch besser organisierten Service

Die Berufsverbände DPV und bdfj ziehen um – vom 1. Stockwerk in das Erdgeschoss. Die neuen Räumlichkeiten sind noch besser auf den Servicegedanken für die Mitglieder abgestimmt und eingerichtet. Alle Kontaktdaten bleiben bestehen. Die Mitarbeiter der Bundesgeschäftsstelle freuen sich auf den Besuch der Kollegen für einen Gedankenaustausch oder auch nur auf eine Tasse Kaffee.

November 2015

21. Press Exhibition in Teheran

Zwecks Vorbereitung von Pressereisen in den Iran reisen Vertreter von DPV und bdfj nach Teheran. Dabei besuchen sie die 21. Press Exhibition sowie Kollegen aus dem vorderasiatischen Staat und führen einen teils kritischen Dialog über die Lage vor Ort. Der Vorsitzende des Journalistenzentrum hält eine freie Rede vor Medienstudenten und beantwortet anschließend die Fragen der angehenden Korrespondenten.

Oktober 2015

Storytelling to change the world

Können und dürfen Medienvertreter versuchen, über ihre journalistischen Werke die Welt zu „verbessern"? Erfahrene Experten diskutieren im Rahmen der von Media as Agents of World Benefits (ivoh) veranstalteten Runde über die Möglichkeiten derartiger Berichterstattung. Am Rande erörtern der Chairman des International Press Institute (IPI) und der 2. Vorsitzende der deutschen Sektion von IPI, gleichzeitig Vorstandsmitglied des Journalistenzentrum Deutschland, die Lage der renommierten Pressefreiheitsorganisation und besprechen weitere Maßnahmen zur Unterstützung der Meinungsfreiheit.

Teilnahme am Film Festival

Vertreter des Journalistenzentrum beteiligen sich am diesjährigen Film Festival. Das Film Festival soll Filmemacher inspirieren und die Arbeit an kreativen und einmaligen Werken unterstützen. Der Fokus der Arbeit der Journalistenverbände liegt auf dokumentarischen Produktionen.

Seminar „Existenzgründung für Journalisten"

Eine Gruppe Medienschaffender trifft sich in den Seminarräumen des Journalistenzentrum Deutschland zum Workshop „Existenzgründung für Journalisten" mit Walther Bruckschen, einem Existenzgründungsberater der Berufsverbände DPV und bdfj. In dem eintägigen Seminar erfahren die Teilnehmer, wie sie sich auf die einzelnen Phasen der Selbstständigkeit vorbereiten können. Auf der Agenda stehen Themen wie die Ermittlung der Gründerpersönlichkeit, Zielgruppen- und Wettbewerbsanalyse, Businessplan, Finanzierung und Marketing.

Treffen mit Botschaftern

Vertreter von DPV und bdfj treffen sich in der Hauptstadt mit verschiedenen Botschaftern, um die Organisation zukünftiger Pressereisen vorzubereiten. Durch die außergewöhnlichen Exkursionen erhalten Berichterstatter einen guten Einblick in die tatsächlichen Geschehnisse eines Landes und können Erfahrungen aus erster Hand publizieren.

Zusammenarbeit mit Redaktion Berliner Journalisten

Die Redaktion des Verlages Berliner Journalisten und das Journalistenzentrum Deutschland beraten sich über eine weitere Zusammenarbeit, um den Journalisten auch in Zukunft eine Vielfalt an berufsbezogenen Informationen zukommen zu lassen.

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

IMPRESSUM

www.journalistenblatt.de
Herausgeber und Redaktion:
Journalistenzentrum Deutschland
Die Trägerverbände sind der
DPV Deutscher Presse Verband –
Verband für Journalisten sowie die
bdfj Bundesvereinigung
der Fachjournalisten
Stresemannstr. 375
D-22761 Hamburg
Tel. 040/8 99 77 99
Fax 040/8 99 77 79
redaktion@journalistenblatt.de
Stellv. Chefredakteur: Guido M. Sdrenka
Chefredaktion: Kerstin Nyst
V.i.S.d.P.: Andreas Christensen
Mantelproduktion:
Berliner Journalisten Verlagsgesellschaft
Schönhauser Allee 122
D-10437 Berlin
Tel. 030/28 50 43 33
Fax 030/28 50 43 34

Der Bezug ist in den Mitgliedsbeiträgen von DPV und bdfj ohne Aufpreis enthalten. Die Veröffentlichungen externer Autoren geben nicht unbedingt die Meinung von Redaktion und Herausgeber wieder.
Für unaufgefordert eingesandte Manuskripte oder Bilder und Illustrationen kann keine Haftung übernommen werden.

Der Nachdruck ist, auch auszugsweise, nur mit schriftlicher Genehmigung der Redaktion gestattet.

www.journalistenblatt.de

International Press Institute
Defending Media Freedom and the Free Flow of News Wherever They Are Threatened
www.freemedia.at
Founded in 1950

IPI German, Turkey Committees Blast Böhmermann 'Insult' Case

Groups Note Controversy's Significance for Press Freedom in Both Countries

Editorial

Carl-Eugen Eberle
Chair, IPI German Committee
Former Dir. Legal Affairs, ZDF

"The context in which the sketch was broadcast is the unparalleled criminal prosecution of journalists in Turkey…. Böhmermann's sketch illustrates the problems that follow when the crime of insult is exploited to intimidate journalists."

IPI German National Committee

"The request by Ankara for Böhmermann's prosecution under German law is an excess. It reflects the authoritarian political culture of Turkey's ruler to stifle criticism, irrespective of whether that criticism is legitimate or not."

IPI Turkey National Committee

Kadri Gürsel
Chair, IPI Turkey Committee
Columnist, Cumhuriyet

IPI-led Coalition Demonstrates At Gates of Turkish Prison

International press freedom groups' representatives travelled to Silivri Prison in January 2016 to demand the release of Can Dündar and Erdem Gül, held for reporting on alleged weapons transfers to Islamists in Syria.

IPI Special Report on Turkey Finds 'Democracy at Risk'

IPI released two reports on press freedom in Turkey in 2015, including one in October following an IPI-led Joint International Emergency Press Freedom Mission. Both reports found that pressure on media threatened democracy.

Freed Journalist Nedim Şener Thanks IPI for Support

Following his release in March 2012 after nearly a year in prison, journalist Nedim Şener sent a letter thanking IPI and its members for their support as he and others faced charges of allegedly supporting terrorism.

Help us Continue our Work

Donate NOW to the IPI Press Freedom Fund

International Press Institute
Press Freedom Fund
Raiffeisenlandesbank
1010 Vienna, Austria

Account No.: 3-07.025.984
SWIFT/BIC Code: RLNWATWW
IBAN Code: AT19 3200 0003 07 025 984

For more information on IPI and IPI Membership:
Silvia Morales
smorales@freemedia.at

@globalfreemedia InternationalPressInstituteIPI

Sie sind Journalist?

Profitieren Sie von hervorragendem Service, Fachinformationen, qualifizierter Beratung, Presseausweis, wirksamem Engagement, Medienversorgung und zahlreichen weiteren Leistungen.

Die Journalistenverbände informieren Sie gerne:

Journalistenzentrum DEUTSCHLAND

DPV Deutscher Presse Verband

bdfj: bundesvereinigung der fachjournalisten

Journalistenzentrum Deutschland
Stresemannstr. 375
D-22761 Hamburg
Tel. 040 / 8 99 77 99
info@journalistenverbaende.de

www.journalistenverbaende.de