Journalistenblatt

4
2019

Die Journalistenverbände informieren | 14. Jahrgang

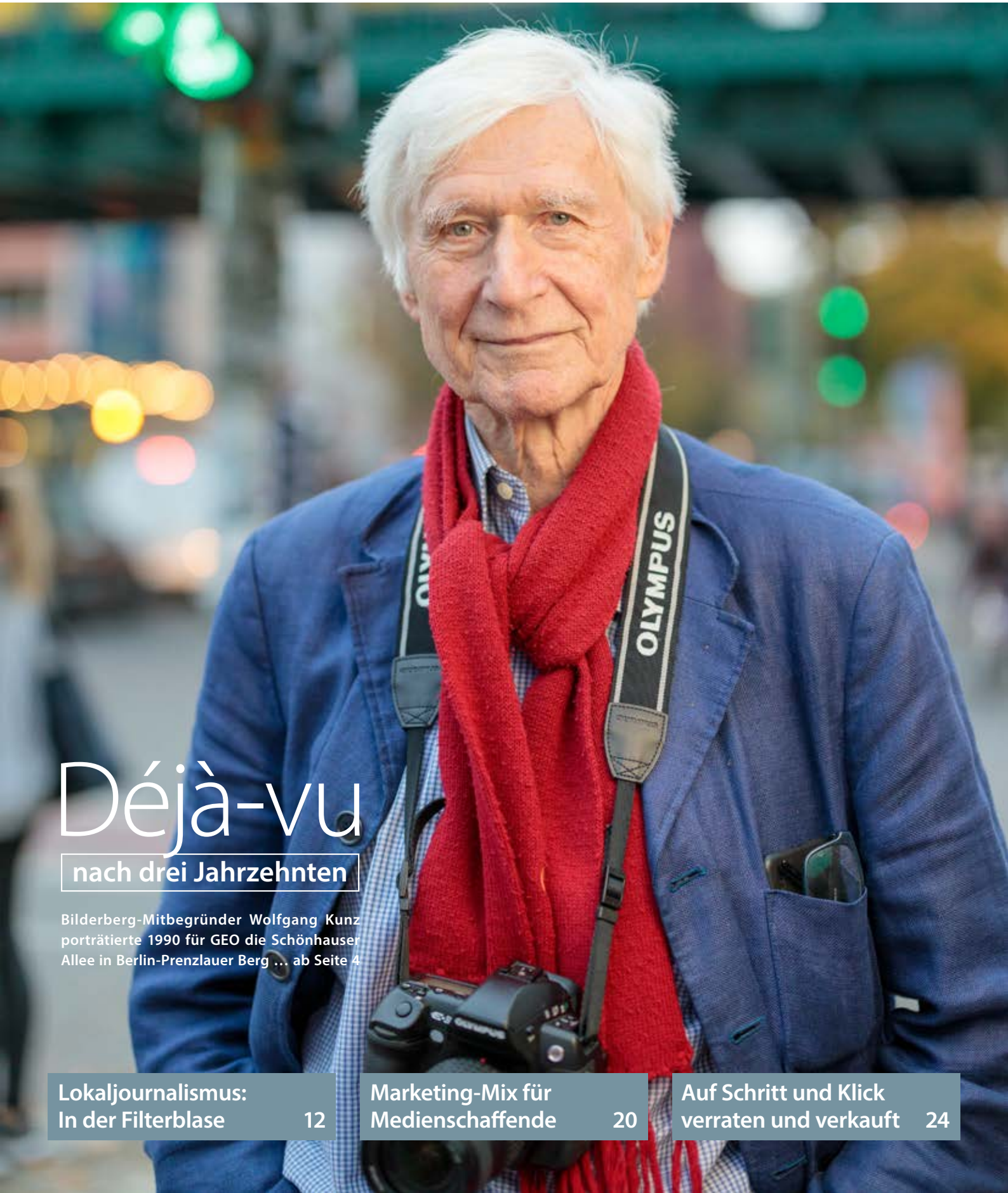
www.journalistenblatt.de

Herausgeber

Journalistenzentrum DEUTSCHLAND

DPV Deutscher Presse Verband

bdfj: bundesvereinigung der fachjournalisten



Déjà-vu

nach drei Jahrzehnten

Bilderberg-Mitbegründer Wolfgang Kunz porträtierte 1990 für GEO die Schönhauser Allee in Berlin-Prenzlauer Berg ... ab Seite 4

Lokaljournalismus: In der Filterblase 12

Marketing-Mix für Medienschaffende 20

Auf Schritt und Klick verraten und verkauft 24

HAMBURGER STIFTUNG
für politisch Verfolgte

33 Jahre Stimmen für die Freiheit

„Ich will Meinungsfreiheit in meinem Land, damit eine wahre Demokratie entstehen kann.“

Angel İstek Alcu aus Diyarbakir, Türkei

Seit über drei Jahrzehnten rettet die Hamburger Stiftung für politisch Verfolgte mutige Menschen wie Angel İstek Alcu, Stipendiatin in diesem Jahr.

Für die Einladung unserer Gäste in 2020 brauchen wir Ihre Unterstützung!

Jetzt informieren & spenden

www.hamburger-stiftung.de

Ihre Spende ist steuerlich absetzbar.

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

Editorial

Liebe Kolleginnen und Kollegen,
30 Jahre ist der Mauerfall jetzt her. Damit ist die Zeit ohne den „Antifaschistischen Schutzwall" wieder länger als mit ihm. Das ist auch gut so. Denn auch wenn es immer noch in vielen Köpfen eine (Denk-)Mauer zwischen Ost und West gibt, so sind wir doch insgeheim alle sehr froh, dass Deutschland wieder ein geeintes Land ist. Die Schönhauser Allee in Berlin-Prenzlauer Berg ist eine Adresse mit wechselvoller Geschichte. Der *GEO*-Fotograf Wolfgang Kunz hat hier kurz nach dem Mauerfall seine erste DDR-Reportage für das *GEO Spezial DDR* fotografiert. Unsere Autoren lernten Wolfgang Kunz damals schon kennen. Gemeinsam haben sie noch einmal die Schauplätze seiner damaligen Story besucht (Seite 4 folgende).

Am Beispiel der Berichterstattung über die letzte Oberbürgermeisterwahl in Görlitz wird deutlich, wie sich das Medieninteresse an einem bestimmten Umstand hochschaukelt – und dann wieder rapide nachlässt. Görlitz? War da was? Ab Seite 12 finden Sie unsere Geschichte über Reporter, die dennoch versuchen, den nicht ganz alltäglichen Alltag in dieser Stadt in der medialen Berichterstattung am Leben zu halten.

Wer freiberuflich in der Medienbranche arbeitet, muss sich aufs Marketing verlassen. Unser Existenzgründungsberater Walther Bruckschen hat sich die Mühe gemacht, Ihnen einige Tipps an die Hand zu geben. Welche, das erfahren Sie auf den Seiten 20 ff.

Wie schmal der Grat zwischen Beleidigung und freier Meinungsäußerung ist, das hat schon der Fall Böhmermann mit seinem Schmähgedicht gegen den türkischen Präsidenten Erdoğan gezeigt. Dass allerdings Politiker als „Drecksfotze", „Stück Scheiße" oder „Pädophilen-Trulla" straflos bezeichnet werden können, lässt in der Rechtsprechung Unbedarfte eher heftig mit dem Kopf schütteln. Licht in dieses Dunkel bringt unser Hausjurist Olaf Kretzschmar auf den Seiten 22 ff.

Darüber hinaus haben wir noch viele spannende Themen für Sie im Blatt. Zum Beispiel, wie man mit Eigenbelegen Steuern sparen kann (Seite 36), wie es heute entlang der ehemaligen Grenze zwischen Deutschland und Deutschland aussieht (Seite 32 ff) oder wie deutsche Medien Daten an Google und Co. verkaufen (Seite 24 ff).

Wir wünschen viel Vergnügen bei der Lektüre.
Ihre Redaktion des **journalistenblatt**

www.journalistenblatt.de

Inhaltsverzeichnis

4 **Déjà-vu nach drei Jahrzehnten**
Die Schönhauser Allee in Berlin-Prenzlauer Berg, eine Adresse mit wechselvoller Geschichte. Der *GEO*-Fotograf Wolfgang Kunz hat hier kurz nach dem Mauerfall seine erste DDR-Reportage für das *GEO Special DDR* fotografiert

12 **Lokaljournalismus – Im Kampf gegen die Filterblase**
Normalerweise interessiert sich die *Tagesschau* nicht für den Ausgang von Oberbürgermeister-Wahlen in Mittelstädten. Mitte Juni war das anders. Am 16. Juni informierte Jan Hofer über den Sieg des CDU-Kandidaten in Görlitz. Es war der vorläufige Höhepunkt eines Medieninteresses, wie es die ostdeutsche Stadt noch nicht erlebt hat

18 **Journalismus-Dämmerung? Für Online-Nachrichten will kaum jemand zahlen.**
Eine internationale *Reuters*-Studie sieht sinkendes Vertrauen in die Medien, steigende Abo-Müdigkeit und Nachrichtenabstinenz. Statt Nachrichten werden Spotify oder Netflix abonniert

20 **Der optimale Marketing-Mix für Medienschaffende**
Zu den bekannten vier P des sogenannten Marketing-Mixes: product, price, promotion und place, gesellt sich für alle Dienstleistleister wie Medienschaffenden ein fünftes P: people. Wie kann ich diese fünf P optimal einsetzen, um meine Chancen auf dem Markt zu erhöhen?

21 **Impressum**

22 **Ein scheiß-geiler Beschluss für den Journalismus und die Meinungsfreiheit – Danke, ihr Drecks-Richter!**
Erinnern Sie sich noch, als ganz Deutschland darüber diskutierte, ob man eigentlich ein ausländisches Staatsoberhaupt im Fernsehen der Kopulation mit Tieren bezichtigen darf?

24 **Auf Schritt und Klick verraten und verkauft**
Deutsche Medien verkaufen persönliche Informationen der Leser an Google, Facebook und Co. Das ist vermutlich illegal – und brandgefährlich für jeden, der deutsche Medien im Netz nutzt

28 **Urteile in Sachen Medien- und Presserecht**
Oft bringt erst ein letztinstanzlicher Gerichtsentscheid Klarheit in den journalistischen Alltag. Hier exemplarisch einige wegweisende Urteile

32 **Abenteuer Grünes Band**
100 Tage lang wanderte der Abenteurer und Buchautor Mario Goldstein entlang der grünen Grenze durch Geschichte und Gegenwart. Er begegnete Wildkatzen, Vögeln und einer großen Artenvielfalt, aber auch den Folgen der deutschen Teilung

36 **Mit Eigenbelegen Steuern sparen**
Die Überschrift klingt verlockend: Mit selbst erstellten Belegen das Finanzamt von Betriebsausgaben oder Werbungskosten überzeugen! Das ist möglich. Aber es gibt Spielregeln

38 **Engagement– RückBLENDE**

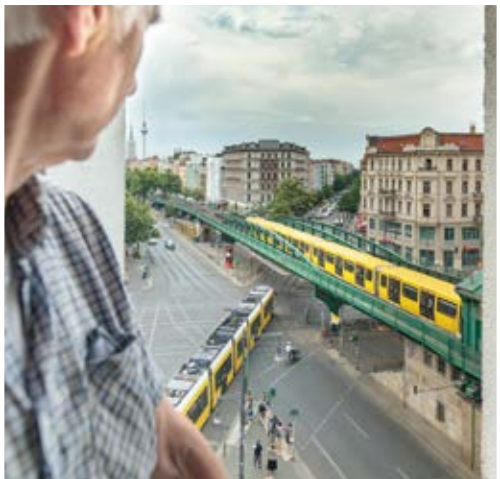
Titelfoto: Bernd Lammel

Déjà-vu

nach drei Jahrzehnten

Von Bettina Schellong-Lammel, Bernd Lammel, Fotos Wolfgang Kunz

Die Schönhauser Allee in Berlin-Prenzlauer Berg, eine Adresse mit wechselvoller Geschichte. Der *GEO*-Fotograf Wolfgang Kunz hat hier kurz nach dem Mauerfall seine erste DDR-Reportage für das *GEO Special DDR* fotografiert. Die Autoren lernten Wolfgang Kunz damals schon kennen. Gemeinsam haben sie noch einmal die Schauplätze seiner damaligen Story besucht.



Fotos: Bernd Lammel

Berlin-Prenzlauer Berg, Kreuzung Schönhauser Allee, Dimitroffstraße (heute Danziger Straße) sowie Pappel- und Kastanienallee im Januar 1990. Dies ist das Aufmacherfoto der Reportage *GEO Special DDR*

Foto: Bernd Lammel

Atelier des Malers Michael Diller *Bild rechts: Michael Diller bezog Anfang der 1980er-Jahre im obersten Stockwerk eines Hauses zwischen der Pappelallee und der Schönhauser Allee eine Wohnung mit einem teilweise verglasten Dach. Es war ein ehemaliges Fotoatelier und galt als Insel in den Dächern der Stadt. Michael Diller hatte Kunsterziehung studiert und richtete hier ein Atelier und eine Druckwerkstatt ein. Sein Atelier wurde zum Treffpunkt der Szene des Prenzlauer Bergs und weit darüber hinaus. Auch Künstler aus anderen Orten der DDR oder aus dem Westen fanden dort zusammen und sprachen über ihre Arbeit, Fotografen zeigten ihre Bilder. Nach dem Fall der Mauer zog sich Diller immer mehr zurück und begann intensiver zu malen. Treffen mit Künstlern und Fotografen fanden nicht mehr so häufig statt. Im Januar 1990 traf Wolfgang Kunz den Maler in seinem Atelier und fotografierte ihn für die Reportage GEO Special DDR. Ein Treffen mit Diller war heute leider nicht mehr möglich. Im Februar 1993 verunglückte Michael Diller tödlich.*
Bild oben: Wolfgang Kunz im ehemaligen Atelier von Michael Diller. Heute beherbergt das aufwändig sanierte Dachgeschoss keinen Künstler mehr

Die Kohlenträger gehörten 1990 noch zum Straßenbild in Berlin-Prenzlauer Berg

Im Januar 1990 bekam der Bilderberg-Fotograf Wolfgang Kunz den Auftrag, die Schönhauser Allee in Ostberlin für das *GEO Magazin* für ein Special DDR zu fotografieren. Es sollte eine Reportage über Menschen werden, die in der Schönhauser Allee leben, die dort ein Geschäft oder eine Werkstatt haben, ein Atelier, einen Friseursalon oder eine Bäckerei. Der Fotograf sollte sie in ihren Wohnungen, in ihren Läden, in ihren Werkstätten fotografieren und sie nach ihren Zukunftsplänen fragen. Was werden sie mit der neuen Freiheit anfangen? Werden Musiker und Künstler neue Projekte umsetzen? Wie sind Handwerker für den neuen Markt gerüstet?

Was die *GEO*-Redaktion in Hamburg nicht ahnte oder sich nicht vorstellen konnte: Die Menschen im Osten hatten zu diesem Zeitpunkt nicht den Hauch einer Ahnung, was die Zukunft bringen würde. Die meisten Menschen standen noch unter dem Eindruck des Mauerfalls, viele konnten ihr Glück noch immer nicht fassen. „Wahnsinn!" war das meistgebrauchte Wort zu dieser Zeit. Niemand dachte an eine Währungsunion oder gar an die Einheit Deutschlands.

Doch zwischen dem Mauerfall und der Deutschen Einheit lagen nur elf Monate, zwischen dem Mauerfall und der Währungsunion nur etwas mehr als ein halbes Jahr. Die Menschen wurden von den Ereignissen mitgerissen, bevor sie über ihr zukünftiges Leben in einem freien Land nachdenken konnten.

Wolfgang Kunz klingelte in dieser besonderen Zeit an vielen Wohnungen, Werkstätten und Geschäften – und wurde fast immer freudig empfangen. Weil er ein besonderer Fotograf ist, der diese Fotoreportage sensibel und mit Feingefühl anging, öffneten sich ihm nicht nur die Türen, sondern auch die Herzen der Menschen von der Schönhauser Allee. Seine Bilder, die im Januar 1990 im *GEO Special* DDR erschienen, waren berührend und einige humorvoll. Sie zeigen Menschen, die manchmal unsicher, aber immer offen waren für einen Fotografen aus dem Westen, der sich für ihr Leben interessierte.

Wolfgang Kunz traf den Maler Michael Diller in seinem Atelier und fotografierte ihn für die Reportage im GEO Special DDR.

Wolfgang Kunz hat diese Menschen aber nicht nur in ihrem Umfeld „abgelichtet", er war respektvoll und sagt heute: „Ich ließ die Leute ihre Geschichten erzählen, bevor ich auf den Auslöser drückte, und manchmal hörte ich ihnen lange zu." Mit dem Abstand von 30 Jahren haben diese Fotos wohl auch deshalb noch immer eine große Authentizität.

Im 30. Jahr nach dem Mauerfall haben wir uns mit Wolfgang Kunz noch einmal auf ▶

Oben links: Möbelpacker vom Möbelhaus Schönhauser, heute Kulturbrauerei, oben rechts: Der Künstler Reinhard Zabka in seinem Atelier an der Schönhauser Allee. Unten links: Molle und Korn – Kneipengäste im Prenzlauer Berg. Unten rechts: Lebensfreude nach dem Mauerfall – junge Leute tanzen auf der Straße

der Schönhauser Allee getroffen und mit ihm die Orte und Menschen besucht, die er vor 30 Jahren ins Visier seiner Kamera genommen hat.

Wir nehmen Sie auf den nächsten Seiten mit auf diesen Spaziergang entlang der Schönhauser Allee. Es ist für den Fotografen ein Déjà-vu nach drei Jahrzehnten. „An diese erste Reportage über die Schönhauser nach dem Mauerfall erinnere ich mich noch, als wäre es gestern gewesen. Ich habe viele herzliche Menschen getroffen, die keine Scheu hatten und die sich mitteilen wollten. Die Notizbücher mit meinen Recherchen zu diesem *GEO*-Auftrag habe ich über die Jahrzehnte aufbewahrt. Für mich sind sie wie die Fotos Zeitdokumente", sagt Kunz.

Gemeinsam mit Wolfgang Kunz haben wir zwei Geschäfte besucht, die auch nach 30 Jahren noch an der gleichen Stelle zu finden sind. Und wir haben ein Atelier aufgespürt, in dem Wolfgang Kunz vor 30 Jahren den Maler Michael Diller inmitten seiner Bilder, Farben und Staffeleien fotografierte.

Wir zeigen Ihnen die Fotos von damals und die Fotos von heute, und Sie werden wie wir feststellen: Die Schönhauser hat sich in den vergangenen drei Jahrzehnten verändert, aber sie ist trotzdem unverkennbar geblieben.

Der Mauerfall und die Geschichte der Schönhauser Allee

Die großen Ausfallstraßen sind Lebensadern durch die Berliner Stadtbezirke, von denen jeder einzelne so groß wie Heidelberg oder Jena ist. Eine der bekanntesten dieser Magistralen ist die Schönhauser Allee im Prenzlauer Berg. Im Herbst 1989 war die Schönhauser Allee Schauplatz des Aufbegehrens der Menschen in Ostberlin. Wie die Demonstranten in Leipzig gingen sie für mehr Freiheiten im sozialistischen Staat auf die Straße.

Schon Mitte der 1980er-Jahre entwickelte sich der Kiez an der Schönhauser zu einem wichtigen Zentrum der Bürgerrechtsbewegung. Oppositionelle wie Bärbel Bohley, Jens Reich und Rainer Eppelmann kritisierten die DDR-Führung immer offener. Für Musiker, Künstler und Hausbesetzer, Homosexuelle und Dissidenten wurde der Prenzlauer Berg ein Ort der Subkultur und des Widerstands. Immer öfter trafen sich die Menschen in privaten Ateliers und Wohnungen, in leeren Ladengeschäften und in der Gethsemanekirche, um sich im Schutz der Kirche auszutauschen.

Ausgerechnet am 7. Oktober, dem 40. Jahrestag der Gründung der DDR, eskalierte die Situation vor dem Palast der Republik, in dem die DDR-Führung mit Staatsgästen feierte. Die Volkspolizei riegelte den Palast ab und prügelte am Alexanderplatz auf die Demonstranten ein. Auf der Schönhauser Allee und vor der Gethsemanekirche sammelten sich die Menschen am späten Abend erneut und wurden von der Polizei zusammengetrieben, viele wurden verhaftet.

Am 9. November zeigte sich die ganze Hilflosigkeit der DDR-Führung. Politbüro-Mitglied Schabowski hatte sich auf einer Pressekonferenz gegen 19 Uhr zum Reiseverkehr geäußert: „Deshalb haben wir uns dazu entschlossen, heute eine Regelung zu treffen, die es jedem Bürger der DDR möglich macht, über Grenzübergangspunkte der DDR auszureisen. Das trifft nach meiner Kenntnis … ist das sofort, unverzüglich …"

Nach dieser Nachricht waren die Menschen in Ostberlin nicht mehr zu halten. Von der Schönhauser Allee bis zur Böse-Brücke auf der Bornholmer Straße standen sie dicht gedrängt, denn alle wollten „sofort, unverzüglich" in den Westen reisen. Die Grenzanlagen wurden noch in derselben Nacht geöffnet. Die Mauer war Geschichte.

Berlin, Millionenmetropole und Hauptstadt Deutschlands, hat eine wechselvolle Geschichte – Kaiserreich, Sturz der Monarchie, erster Weltkrieg, Nationalsozialisten, zweiter Weltkrieg, Viermächtestadt, Mauerbau, kalter Krieg, Mauerfall – dies alles passierte wie im Zeitraffer der Geschichte in

Foto: Bernd Lammel

einem einzigen Jahrhundert. Berlin wäre ohne die Berliner nicht, was es war und ist: eine liberale und weltoffene Stadt, in der jeder nach seiner Fasson glücklich werden kann, wie der Alte Fritz schon sagte. Die Berliner haben das Herz am richtigen Fleck, zuweilen ein loses Mundwerk und einen Humor, den Nicht-Berliner falsch verstehen können. Die Berliner lieben ihre Kieze, die Alleen, die Hinterhöfe, die Gartenhäuser und das Leben in einer Großstadt, die manchmal Kleinstadtcharakter hat.

Mitten im Prenzlauer Berg gelegen, war die Schönhauser bereits im 19. Jahrhundert eine der großen Ausfallstraßen Richtung Norden. Der Bauboom auf der Schönhauser begann Ende des 19. Jahrhunderts, und es entstanden klassizistische Bürgerhäuser oder solche mit prachtvollen Jugendstil-Fassaden. Die geräumigen Wohnungen der sogenannten Vorderhäuser wurden bald von Ärzten, Beamten und gutbürgerlichen Familien bewohnt. In die ersten, zweiten

Die Nussbaumvitrinen und die vertäfelten Schubladen und Schiebetüren im Hutgeschäft Kleemann versetzen die Kunden in eine längst vergangene Zeit.

Kleemann Hüte *In der Schönhauser Allee 131 gibt es seit 1905 das traditionsreiche Geschäft „Kleemann Hüte". Das exklusive Interieur der 1930er-Jahre ist vollständig erhalten geblieben und verleiht dem Hutgeschäft noch heute eine ganz besondere Eleganz. Die Nussbaumvitrinen mit ihren integrierten Spiegeln, die vertäfelten Schubladen und Schiebetüren und die alte Registrierkasse mit ihren Verzierungen, die noch voll funktionsfähig ist, versetzen die Kunden in eine längst vergangene Zeit. „Hut tut gut" ist das Motto der heutigen Inhaberin Doreen Persche. Die Modistin fertigt heute noch extravagante Hutmodelle aus Haarfilz, wenn Kunden das wünschen. Über eine Hutform, mit der die Filz-Rohlinge geformt werden, verfügt sie in ihrer Putzmacherwerkstatt zwar heute nicht mehr, aber ihr Onkel Günther Baumbach, von dem Doreen Persche das Hutgeschäft 1998 übernahm, arbeitete noch in einer voll ausgestatteten Hutwerkstatt mit alten Maschinen. Er hatte das Hut-Atelier 1985 von der Familie Kleemann übernommen und es als Kleemann Hüte weitergeführt. Auch zu DDR-Zeiten hatte das Geschäft nichts von seinem Charme der Goldenen Zwanzigerjahre eingebüßt, und auch im Sozialismus trugen Frauen und Männer gern Hüte. Anfang Januar 1990 besuchte Wolfgang Kunz das Hutgeschäft Kleemann. Er fotografierte die Mitarbeiterinnen von Günther Baumbach in der Hutwerkstatt hinter dem Ladengeschäft bei der Arbeit an einem Hutmodell (Bild unten). Bild oben: Wolfgang Kunz besucht Doreen Persche, die heutige Inhaberin des Hutgeschäftes Kleemann auf der Schönhauser Allee*

▶

Foto: Bernd Lammel

Konditorei Krautzig *Seit 1932 befindet sich in der Schönhauser Allee 126 die Konditorei Krautzig. Gegründet von Alfred und Grete Krautzig wurden hier anfangs Backwaren hergestellt und während des Krieges Lebensmittel verkauft. Als der jüngste Sohn, Konditormeister Werner Krautzig, das Geschäft 1962 übernahm, wurden Torten und Feingebäcke ins Sortiment aufgenommen und der Name „Konditorei Krautzig" hervorgehoben. Seine Torten mit einzigartigen Rezepturen machten die Konditorei über den Prenzlauer Berg hinaus bekannt. Obwohl in der DDR ständig Mangel an Rohstoffen bestand, schaffte es Werner Krautzig immer, die Zutaten für Kuchen und Torten zu organisieren, die Kunden zufriedenzustellen und den Familienbetrieb am Laufen zu halten. Zu DDR-Zeiten gehörten zahlreiche Cafés, Verlage und Krankenhäuser zu den Kunden der Konditorei. In der Weihnachtszeit strömten die Käufer aus ganz Berlin zur Schönhauser, um Stollen, Lebkuchen und Zimtgebäck zu erwerben. Im Januar 1990 besuchte Wolfgang Kunz den Konditormeister in der Backstube seines Traditionsbetriebes und fotografierte einen Konditor beim Dekorieren von Sahnetorten. 2003 übernahm dann die nächste Generation den Familienbetrieb. Martin, der Sohn von Werner Krautzig, ist jetzt der Chef in Backstube und Laden, und es gibt noch heute köstliche Torten und leckere Kuchen aus der eigenen Produktion.*
Bild unten: Der heutige Inhaber Martin Krautzig in seiner Konditorei

oder dritten Hinterhöfe zogen Arbeiter und Handwerker.

Am 1. August 1879 eröffnete der Bahnhof an der Ringbahn und zehn Jahre später das Empfangsgebäude an der Schönhauser Allee. Zur Jahrhundertwende erreichte dann auch die Straßenbahn den Bahnhof der U-Bahnlinie A (heute U2).

In den Hinterhöfen der Schönhauser entstand Anfang des 20. Jahrhunderts eine kleine italienische Kolonie. Es siedelten sich Hersteller mechanischer Musikinstrumente an – die Familie Bacigalupo war eine der bekanntesten, sie hatte sich auf Drehorgeln spezialisiert. Bald folgten Bäckereien, Gastwirtschaften und Weinhändler, und es entstand die für Berlin bekannte Hinterhofindustrie mit Töpfern, Gipsfigurengießern, Glasbläsern, Schuhmachern und Kohlenhändlern. In den goldenen 1920er-Jahren wurde Berlin zur Weltmetropole, und am 1. Februar 1929 konnten sich die Berliner

Wolfgang Kunz besuchte den Konditormeister Krautzig in der Backstube seines Traditionsbetriebes und fotografierte einen Konditor beim Dekorieren von Sahnetorten.

Oben links: Friseursalon der Produktionsgenossenschaft (PGH) „Modische Linie". Oben rechts: Pferdefuhrwerke fuhren noch 1990 durch den Prenzlauer Berg. Unten links: Die Disko im Café Nord war als Nachttanzlokal legendär. Unten rechts: Makler Hellmann war eine Institution, manche sagten damals, er sei auch Millionär

über die erste elektrische S-Bahn freuen, die an der Schönhauser Allee hielt.

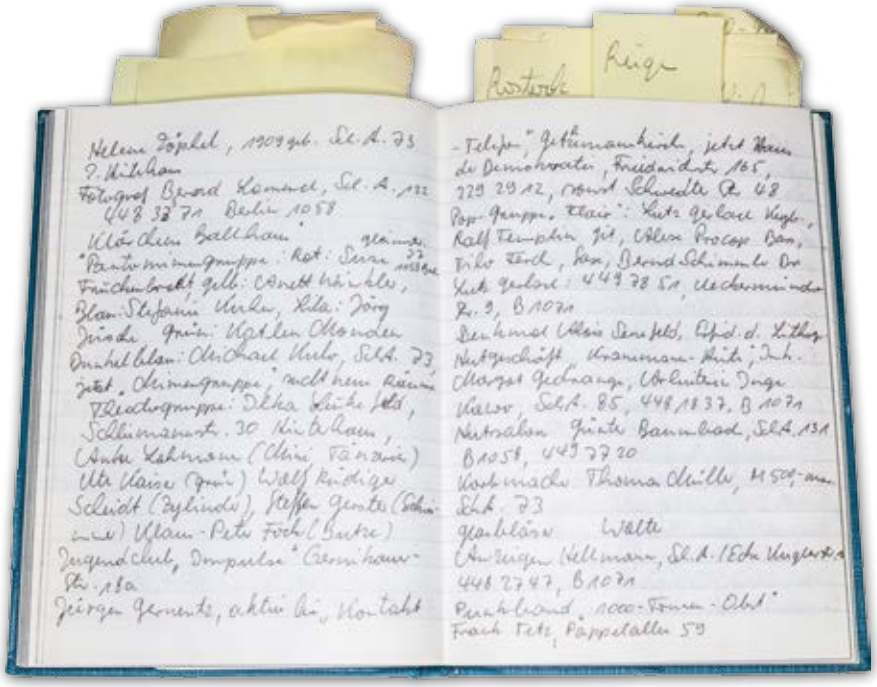
In den 1920er- und 1930er-Jahren bis zum Beginn des Zweiten Weltkrieges war die Schönhauser Allee ein Ort vielfältigen jüdischen Lebens, denn Juden gehörten damals noch ganz selbstverständlich zu Berlin, und die meisten Berliner sagten: „Dit is mir schnurz piepe, Hauptsache de Nachbarn sind jut."

Nach dem Zweiten Weltkrieg glich Berlin einer Trümmerwüste, denn in vielen Stadtbezirken standen nur noch Ruinen. Auch auf der Schönhauser Allee waren viele Häuser und Wohnungen beschädigt, aber bald regte sich neues Leben, denn die Berliner sind stets zuversichtlich, und auch damals galt der Berliner Spruch: „Ran an de Buletten und zujepackt!"

Die Zuversicht sank, als 1961 eine Mauer durch ihre Stadt gebaut wurde. Damals sagten die Optimisten, das halten die Kommunisten nicht lange durch, aber die Realisten ahnten, dass die Mauer ihr Leben verändern würde. Die Vollringzüge konnten von der Schönhauser Allee nicht mehr in den französischen Sektor zum Bahnhof Gesundbrunnen fahren, und auch die anderen drei Westsektoren waren für die nordöstlichen Stationen in Ostberlin 28 Jahre lang nicht mehr erreichbar.

Die Mauer wurde höher und massiver, es folgen Todesstreifen, Schießbefehl und Mauertote. In unmittelbarer Nähe zur Schönhauser Allee verlief die Grenze am Gleimtunnel. Sie trennte die Stadtbezirke Prenzlauer Berg und Wedding.

Die Schönhauser Allee blieb aber auch zu DDR-Zeiten eine Einkaufsstraße mit Hutgeschäften, Konditoreien, Konsum und HO, Kneipen und Fischmarkt. Sie war Vergnügungsmeile und wurde zur „Protokollstrecke" mit abgesperrten Nebenstraßen, wenn die DDR-Führung mit Staatsgästen zum Schloss Niederschönhausen fuhr.



Die Aufzeichnungen von seinen Fotoreportagen hat Wolfgang Kunz in vielen Notizbüchern über Jahrzehnte aufbewahrt

Lokaljournalismus

Im Kampf gegen die Filterblase

von Juliane Wiedemeier, Fotos: Nikolai Schmidt

Normalerweise interessiert sich die *Tagesschau* nicht für den Ausgang von Oberbürgermeister-Wahlen in Mittelstädten. Mitte Juni war das anders. Am Sonntagabend des 16. Juni 2019 um kurz nach acht informierte Jan Hofer Millionen von Zuschauern über den Sieg des CDU-Kandidaten im sächsischen Görlitz. Das war der vorläufige Höhepunkt eines Medieninteresses, wie es die ostdeutsche Stadt noch nicht erlebt hatte – und das schon Wochen vor der Wahl begann.

Sebastian Wippel war der erste AfD-Kandidat mit einer realistischen Chance, direkt zum Oberbürgermeister gewählt zu werden. Und zahlreiche Journalisten wollten wissen: Warum? Erste Reportagen erschienen im April. Am Wahltag waren dann alle da: *RTL, n-tv, MDR, Süddeutsche Zeitung, Zeit Online, taz, Frankfurter Allgemeine Zeitung, Die Welt*. Auf Twitter trendete für einen Abend #görlitz.

So läuft das im Journalismus oft bei herausragenden Ereignissen, die abseits der Metropolen passieren. Zeitungen schicken Reporter, die fragen, was da los ist. Alle berichten, manchmal auch das Gleiche. Und selbst wenn die Antworten wenig zufriedenstellend ausfallen, ebbt die Aufmerksamkeit nach wenigen Tagen oder Wochen wieder ab.

Görlitz ist eine Stadt voller Kontraste. Viele Gründerzeithäuser im Zentrum sind aufwändig saniert worden. In anderen Vierteln verfallen Straßenzüge, weil sie seit Jahren unbewohnt sind.

Im Fall Görlitz sorgte die CDU-Vorsitzende Annegret Kramp-Karrenbauer noch am Wahlabend für Ärger, weil sie ihre Partei wegen des Erfolgs als „die bürgerliche Kraft gegen die AfD" feierte – Tenor: Sache erledigt.

Aber in Görlitz ist nichts erledigt. Die Themen, über die gestritten wurde, sind weiter ungelöst. Die Stadt bleibt gespalten. Nur die Reporter sind weg.

Sebastian Beutler von der *Sächsischen Zeitung (SZ)* ist noch da. Der 48-Jährige ist in Görlitz geboren, hat in Leipzig Journalismus studiert und dann bei der *SZ* angefangen. Heute leitet er die lokale Redaktion mit sieben Reportern, fünf Mitarbeitern am Desk

und einem Netz aus freien Fotografen. „Natürlich sind Lokalzeitungen Orte, an denen sich demokratische Diskussionen abbilden. Wenn das wegfällt, hätten wir eine andere Gesellschaft", sagt er.

Görlitz ist eine Stadt voller Kontraste. Viele Gründerzeithäuser im Zentrum sind aufwändig saniert worden. In anderen Vierteln verfallen Straßenzüge, weil sie seit Jahren unbewohnt sind. Die Zeiten mit 100 000 Einwohnern und einer bunten Zeitungslandschaft sind jedoch lange vorüber. Einen Teil dieser Vielfalt verboten die Nationalsozialisten. In der DDR reichte der SED eine lokale Zeitung pro Bezirk aus. ▶

◀ Demo „Görlitz bleibt bunt" am 14. Juni 2019
▼ Oberbürgermeisterkandidat Octavian Ursu beantwortet nach seiner Stimmabgabe zum zweiten Wahlgang Fragen der Presse
▼ Blick auf den Grenzfluss Neiße mit der polnischen Stadt Zgorzelec auf der linken Seite und Görlitz auf der rechten

Wahlkampf in Görlitz: Oberbürgermeisterkandidat Sebastian Wippel (AfD) im Bürgergespräch

Davon hat sich die Medienlandschaft auch nach 1989 nicht erholt, zumal heute nur noch etwas mehr als halb so viele Menschen in der Stadt leben. In der Fußgängerzone betreibt der MDR ein Radiostudio. Auch *Radio Lausitz*, Anzeigenblätter und das Online-Magazin *3Mag* behalten die Region im Drei-Länder-Eck mit Polen und Tschechien im Blick. Jeden Tag und mit dem Anspruch, Politik und Wirtschaft auf die Finger zu schauen, berichtet jedoch nur die *SZ*. Sie gehört zur DDV-Mediengruppe, an der *Gruner + Jahr* und die SPD-Gesellschaft ddvg beteiligt sind.

Beutlers Büro liegt im „City Center", einem Einkaufszentrum aus den frühen 2000ern mit günstigen Läden wie Norma und KiK. Im zweiten Stock befinden sich ein Bowling-Center und ein Spiel-Casino. Die Redaktion der *Sächsischen Zeitung* liegt im dritten. Die Auslegeware undefinierbarer Farbe und die schlichten Bürozellen sind so uninspiriert, dass selbst „Stromberg"-Ausstatter diese Räumlichkeiten als zu klischeehaft abgelehnt hätten. Der einzige Schmuck in Beutlers Büro sind Berge an Papier und Aktenordner.

Der Verlag habe früh in alternative Einnahmequellen wie Leserreisen oder Postversand investiert, sagt Beutler. „Uns geht es daher noch verhältnismäßig gut." Dennoch müssen seine Mitarbeiter jeden Tag ein bis zwei Artikel schreiben. Für tiefe Recherchen oder gar Investigatives bleibt da kaum Zeit. Dabei ist genau das nötig, wenn eine Zeitung lokale Akteure kritisch beobachten und hinterfragen will.

Die Journalisten der *SZ* machen keinen schlechten Job: selten Vereinsberichte, Texte über Scheckübergaben oder stumpf abgeschriebene Pressemitteilungen. Dafür setzt die Redaktion eigene Schwerpunkte: Braucht es einen Zaun um den frisch ausgerollten Rasen am Wilhelmplatz, damit dort niemand mehr Fußball spielt? Gibt es auf den Schulhöfen der Stadt ein Drogenproblem? Und hat Bürgermeister-Kandidat der AfD Sebastian Wippel tatsächlich Verwaltungswissenschaften studiert, wie er behauptet?

„Ich bin der Auffassung, dass die Zeitung kein Inhalte-Problem hat, sondern ein Bezahlproblem", sagt Beutler. Jeden Tag verkauft die *SZ* in Görlitz 10 700 Exemplare, davon 450 E-Paper. Zwanzig Jahre zuvor war die Auflage noch doppelt so hoch. Die Einführung des Mindestlohns für die Zusteller, steigende Papierpreise und die Lkw-Maut drücken die Erlöse.

Die Angst vor Kriminalität im Grenzgebiet war ein zentrales Thema im Görlitzer Wahlkampf. Die AfD punktete mit dem Versprechen, für mehr Polizei und Überwachungskameras zu sorgen.

Zwar erreicht die Zeitung heute via Facebook mehr als 15 000 Menschen. Von denen lesen viele jedoch nur Foto, Überschrift und Teaser. Seit vergangenem Herbst gibt es online eine Bezahlschranke. Zehn Euro kostet der Digitalzugang pro Monat. „Wir stellen ganz bewusst auch recherchierte Geschichten hinter die Paywall", so Beutler. Ihm ist wichtig, im Netz nicht nur mit Klicks einbringenden Polizeimeldungen, sondern mit allen inhaltlichen Facetten präsent zu sein und zu zeigen: Gute Inhalte kosten Geld. Die intensive Politik-Berichterstattung im Vorfeld der Wahl habe „ein gerüttelt Maß an Neukunden" eingebracht. Doch für eine Umkehr des Abwärtstrends reicht es nicht.

Das könnte auch daran liegen, dass sich die Attraktivität des Angebots bislang in Grenzen hält. Online-Journalismus sind in Görlitz Artikel, die für die Printausgabe geschrieben und online gestellt wurden. Zudem fragen manche Leser sich: Warum für journalistische Texte bezahlen, wenn anderswo Informationen kostenlos erscheinen? „Ich glaube, viele kennen den Unterschied zwischen Presse und PR nicht", sagt Beutler.

Tatsächlich kritisieren viele Görlitzer die Zeitung nicht für langweilige Themen, schlechte Schreibe oder unsaubere Recherche. In persönlichen Gesprächen stößt man immer wieder auf fehlendes Verständnis dafür, dass andere Seiten im Blatt zu Wort kommen. Ein elementares Element des

Oberbürgermeisterkandidat Octavian Ursu (CDU) auf dem Marienplatz in Görlitz

Journalismus wird als Einsatz für eine andere Position als die eigene und damit als unangenehme Parteinahme durch die Zeitung wahrgenommen.

Manchen sind selbst kritische Nachfragen schon zu viel. Zwei Wochen vor der Wahl hatte die *SZ* die beiden verbliebenen Bürgermeister-Kandidaten von AfD und CDU zur Podiumsdiskussion ins Theater geladen. Moderator Beutler konfrontierte den Kandidaten Wippel mit den Recherche-Ergebnissen zu seinem Studienabschluss. Schon das brachte die Anhänger des AfD-Politikers so in Rage, dass die Situation kurzzeitig zu eskalieren drohte.

Widersprüche zu ertragen und andere Meinungen zu akzeptieren, scheint schwieriger zu werden, wenn man seine Informationen hauptsächlich über soziale Medien bezieht. Lässt das auch die *SZ*-Redakteure manchmal an ihrer Arbeit zweifeln? „Die Anfeindungen kommen von links und rechts", sagt der Lokalchef. „So falsch können wir also nicht liegen." Die Kritik auszuhalten, sieht er als Teil seines Jobs.

Tatsächlich kommen in der *SZ* regelmäßig Politiker aller großen Parteien, von Linke bis AfD, zu Wort. Gleichzeitig trägt die Zeitung aber durch einen Entschluss von 2016 auch selbst zur aufgeheizten Stimmung in der Stadt bei. Seitdem nennt sie bei Straftaten die Nationalität von Verdächtigen – entgegen der Empfehlung im Pressekodex. „Gewisse Delikte werden häufig von Menschen bestimmter Nationalitäten begangen. Die Leute vor Ort wissen das. Also schreiben wir das auch", sagt Beutler. Andernfalls würde nur das Misstrauen verstärkt, dass bewusst etwas verschwiegen würde.

Wahlveranstaltung der *Sächsischen Zeitung (SZ)* im Görlitzer Theater mit Octavian Ursu (rechts) und Sebastian Wippel. Moderiert wurde die Veranstaltung von *SZ*-Redaktionsleiter Sebastian Beutler

Polizeimeldungen erhalten in der Zeitung recht viel Raum. Selbst Kleinkriminalität wie Kellereinbrüche oder Alkohol am Steuer sind Meldungen wert. Beispiele aus den vergangenen vier Wochen:

- „Pole gibt Überfälle vor Gericht zu."
- „Am frühen Morgen des 19. Mai, einem Sonntag, vereitelten die Bundespolizei und Kräfte des Zittauer Polizeireviers den Diebstahl eines Radladers (…). Nach kurzer Verfolgung konnte die Bundespolizei den Mann jedoch stellen. Dabei handelte es sich um einen 34-jährigen Polen."
- „In den frühen Morgenstunden des Mittwochs haben eine 24-Jährige und ihr 19 Jahre alter Komplize an der Rothenburger Straße in Görlitz versucht, in Gebäude zu gelangen. Eine Anwohnerin beobachtete das polnische Duo."
- „Die Beamten stellten sowohl das Fahrrad als auch das Narkotikum sicher und eröffneten ein Ermittlungsverfahren gegen den polnischen Staatsbürger." ▶

Bundeskanzlerin Angela Merkel bei einem Besuch des Siemens-Werkes in Görlitz

„Polizisten weisen Ukrainer Schwarzarbeit nach."

Wer das regelmäßig liest, schließt am Abend die Wohnungstür zweimal ab. Und er bekommt ein besonderes Bild von den Nachbarn jenseits der Grenze.

Die Angst vor Kriminalität im Grenzgebiet war ein zentrales Thema im Görlitzer Wahlkampf. Die AfD punktete mit dem Versprechen, für mehr Polizei und Überwachungskameras zu sorgen. Dabei belegt die Statistik, dass die Zahl der Straftaten seit Jahren zurückgeht.

Bürgermeister-Kandidat Sebastian Wippel steht vor sich selbst und verteilt Flyer. Die Partei hat sein freundlich lächelndes Gesicht vor das Görlitzer Rathaus und den Stadtberg Landskrone gephotoshopt und übergroß auf sein Wahlkampfmobil gedruckt. Es ist der Donnerstag vor der Wahl, früher Nachmittag, die AfD steht schon seit dem Morgen mit zwei Ständen in der Innenstadt. Die Partei demonstriert: Wir sind direkt ansprechbar.

„Unsere Mitglieder und Sympathisanten erreichen wir hauptsächlich über Facebook", sagt Tino Chrupalla, Vorsitzender des AfD-Kreisverbandes und Direktkandidat der Region im Bundestag. Die AfD Görlitz zählt 3 500 Facebook-Fans, Kandidat Wippel über 8 000. Denen kann er ein Foto seiner Diplom-Urkunde zeigen, auf der als Abschluss „Verwaltungswirt" steht. Das von der *SZ* recherchierte Detail, dass sein Studium zwar polizeiliches, aber kein Verwaltungsfachwissen vermittelte, erwähnt er dabei nicht.

Auch analog ist die Partei mit eigenen Medien vertreten. Viermal im Jahr produziert sie eine Zeitung und verbreitet sie im Landkreis. „Wir verteilen viel über die Briefkästen. Gerade bei den älteren Menschen kommt das gut an. Das merken wir auch an den Wahlergebnissen", sagt Chrupalla.

Von der *SZ* hält er wenig. Es sei für die Partei schwierig, sagt er, dort „differenziert und seriös" dargestellt zu werden. Die Berichterstattung über Wippels Studienabschluss bezeichnet er als Schmutzkampagne, wegen der man sich beim Presserat beschweren werde. „Mit dieser Zeitung will ich nicht zusammenarbeiten", so Chrupalla. „Wir brauchen sie aber auch nicht. Das hat die Wahl gezeigt."

Auf einer schattigen Bank nur ein paar Meter vom AfD-Wahlkampfstand entfernt sitzt Jana Lübeck und isst Falafel. Die studierte Kulturmanagerin leitet ein Mehrgenerationenhaus und betreibt nebenher die Görlitzer Galerie Neun. In der Kulturszene der Stadt ist die Mitdreißigerin bestens vernetzt. „Irgendwann wollte ich nicht mehr nur mitreden, sondern auch selbst mitentscheiden", sagt sie. Im vergangenen Jahr trat sie daher der Partei Die Linke bei, deren Bürgermeisterkandidatin sie wurde. In einem ersten Wahlgang Ende Mai kam sie auf 5,5 Prozent der Stimmen. In der zweiten Runde im Juni trat sie nicht mehr an.

In Görlitz zeigt sich beispielhaft, was mit einer Gesellschaft passiert, in der kritischer Lokaljournalismus an Bedeutung verliert.

Lübeck ist interessiert – an Kultur, an Politik und an Görlitz, wo sie geboren wurde. Ihre Informationen beziehen sie und ihre Freunde jedoch selten aus der Lokalzeitung. Themen und Veranstaltungshinweise verbreiten sich über Facebook, E-Mails und Flyer. Im Vorfeld der Wahl streamten engagierte Bürger die Sitzungen des Stadtrats live ins alternative Café Kugel. Lokalpolitik wurde so zum Public-Viewing-Event, mit angeschlossener Debatte. Lübeck sagt: „Wir kennen uns alle. So erfährt man schon, was wichtig ist." Das führt aber auch dazu, dass alles, was außerhalb des eigenen Umfelds passiert, es schwerer hat durchzudringen.

Die dicken Mauern des Görlitzer Rathauses halten die vormittägliche Hitze draußen vor der Tür. Im Renaissance-Bau mit knarzenden Holzdielen und Gewölbedecke am Untermarkt könnten sich gut Ritter zur Tafelrunde treffen. Der monumentale Schreibtisch von Wulf Stibenz im imposanten Vorzimmer des Bürgermeisters wirkt fast so groß wie das komplette Büro des *SZ*-Chefs. „Wenn die Verwaltung die

Alice Weidel, Vorsitzende der AfD-Bundestagsfraktion in der Kulturbrauerei in Görlitz

Menschen nicht mehr erreicht, haben wir ein Problem", sagt er.

Bis 2016 waren Beutler und Stibenz Kollegen. Der gelernte Journalist, Jahrgang 1975, leitete die Redaktion der Nachbarregion. „Aber irgendwann wusste ich schon, welche Antworten ich auf meine Fragen bekommen würde, bevor ich den Telefonhörer abgenommen hatte." Er hatte Lust auf Neues und wurde Medienreferent und Pressesprecher beim scheidenden parteilosen Oberbürgermeister Siegfried Deinege, dessen Amtszeit mit der Wahl zu Ende ging.

Bis dahin leitete Stibenz das fünfköpfige Team, das Neuigkeiten aus dem Rathaus unter die Görlitzer bringt. Die Regeln dafür sind streng. „Eigenwerbung ist verboten", erklärt er. „Aber wir müssen über die Arbeit im Rathaus, etwa die Beschlüsse des Stadtrats, informieren."

Dazu kann er Pressemitteilungen schreiben, zu Terminen einladen und hoffen, dass Medien berichten. Selbst als der scheidende Bürgermeister im Vorfeld ein Statement zur Wahl abgab, was sehr unüblich ist, kamen nur drei lokale Reporter.

Als direkter Draht steht ihm zudem das monatlich mit einer Auflage von 10 000 Stück erscheinende Amtsblatt zur Verfügung. Das verströmt allerdings den Charme eines staubigen Aktendeckels. Als Journalist würde Stibenz den Texten gerne mehr Leben einhauchen, doch der Bundesgerichtshof hat den Publikationen im vergangenen Jahr jegliche Presseähnlichkeit verboten. Er gab damit der *Südwest Presse* und ihrer Klage gegen das Amtsblatt von Crailsheim Recht, dessen Versuche, attraktiver zu werden, sie als unlautere Konkurrenz empfand.

Eigene Profile in sozialen Medien sind für die Verwaltung ebenfalls tabu. Zwar ist die Stadt dort vertreten, verantwortlich für die Accounts und deren Inhalte ist jedoch die Europastadt GörlitzZgorzelec GmbH. Die hundertprozentige Tochtergesellschaft der Stadt kümmert sich um das Standortmarketing. Auf der Facebook-Seite landen damit harmlose Erfahrungsberichte von Reisebloggern; der Instagram-Auftritt richtet sich mit idyllischen Stadtansichten vorwiegend an Touristen. Politik oder streitbare Themen aus der Region tauchen nicht auf.

Bleibt noch: der direkte Kontakt. Wenn irgendwo eine größere Baustelle ansteht, laufen Scouts durchs Viertel, verteilen Flyer und informieren Anwohner, Ladenbesitzer und Gastronomen persönlich. In Bürgerräten können die Menschen zudem direkt über Themen vor ihrer Haustür debattieren. Das sind wichtige Multiplikatoren. Sie tragen die Debatten an Küchentische, in Bäckereischlangen und den Abholbereich der Kitas. „Das hat analogen Charme, ist aber eines der wenigen Instrumente, die wachsen und Perspektive haben", sagt Stibenz.

Eine Partei wie die AfD ist nicht mehr auf die Medien angewiesen. Städte erreichen ihre Bürger nur noch schwer. Und mit ihren Lesern verlieren Lokalredaktionen auch die finanzielle Grundlage für ihre Arbeit.

Görlitz ist mit dieser Entwicklung nicht alleine. Dort zeigt sich aber beispielhaft, was mit einer Gesellschaft passiert, in der kritischer Lokaljournalismus an Bedeutung verliert: Entweder sind die Menschen in der Stadt für die Überwachung aller zentralen Plätze und der Grenze zu Polen durch Kameras – oder sie sind komplett dagegen. Entweder möchten sie die Innenstadt autofrei haben – oder sie wünschen sich mehr Parkplätze dort. Entweder sie wollen den stark beanspruchten Rasen auf dem Wilhelmplatz mit einem Zaun abriegeln – oder ihn zum Fußballspielen und Grillen freigeben. Wer das jeweils andere will, ist nicht einfach anderer Meinung, sondern liegt falsch und wird darüber harsch belehrt. Görlitz ist gespalten. Das merkt man dort im Alltag, jeden Tag.

Damit eine Demokratie funktioniert, muss die Gesellschaft relevante Themen debattieren können. Viele bekommen aber nur noch einseitig gefiltert mit, was in ihrer Stadt wichtig ist. Die Akteure kommunizieren nur aus ihrer eigenen Perspektive, ohne dass diese Informationen zusammengeführt, eingeordnet, hinterfragt werden. Dadurch wird es schwieriger, Widersprüche auszuhalten und Kompromisse zu suchen.

Juliane Wiedemeier *ist freie Journalistin in Berlin. Sie schreibt über Berlin im Speziellen, Städte im Allgemeinen sowie über Medien – von der Wochenzeitung Der Freitag bis zur Frankfurter Allgemeinen Sonntagszeitung.*

Journalismus-Dämmerung?

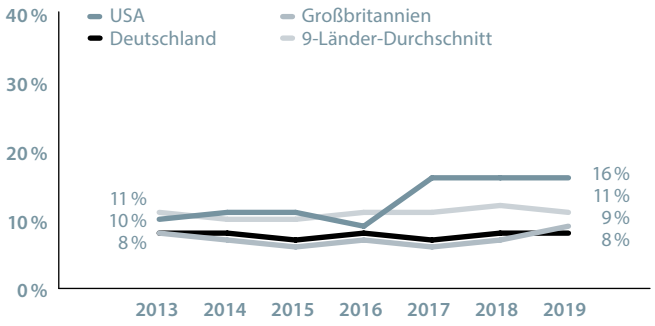
Für Online-Nachrichten will kaum jemand zahlen.

Von Florian Rötzer

Eine internationale Reuters-Studie sieht sinkendes Vertrauen in die Medien, steigende Abo-Müdigkeit und Nachrichtenabstinenz. Statt Nachrichten werden Unterhaltungsangebote wie Spotify oder Netflix abonniert.

Schlechte Nachrichten für Nachrichtenmedien. Nach dem Digital News Report* des Reuters Institute for the Study of Journalism, für den 17 000 Menschen in 38 Ländern von YouGov online befragt wurden, sinkt die Bereitschaft, für Online-Nachrichten zu zahlen. Smartphones und mobile Internetzugänge hätten die Geschäftsmodelle vieler Nachrichtenmedien während der letzten 20 Jahre zerstört und zu sinkenden Einkünften und Entlassungen geführt. Und dann wollen die Menschen angeblich nicht für Online-Nachrichten bezahlen, es habe in den letzten Jahren bestenfalls einen kleinen Zuwachs der Zahlungswilligen gegeben.

Nach einem „Jahrzehnt der digitalen Disruption" würden Nachrichtenmedien zunehmend versuchen, Zahlschranken einzuführen und Bezahlmodelle über Abos, Mitgliedschaften oder Spenden zu entwickeln. Zudem gebe es einen Hype über Podcasts und Sprachnachrichten etwa über Amazon Echo und Google Home. Aber es würde auch in einigen Ländern darüber nachgedacht, ob Qualitätsjournalismus in Zukunft noch machbar sein wird. Zwar würden in nordeuropäischen Ländern mehr Menschen bereit sein, für Online-Nachrichten zu zahlen, ein Problem aber ist, dass in der Regel nur ein Online-Abo gezahlt wird. In Deutschland sagen 70 Prozent von denjenigen, die für Online-Nachrichten zahlen, dass sie nur ein Abo haben, nur 10 Prozent sind bereit, für drei oder mehr zu zahlen. Das fördere große Medien und benachteilige kleinere.



Zahlverhalten für Online-Nachrichten seit 2013 in ausgewählten Ländern

Haben Sie im vergangenen Jahr für ONLINE-Nachrichten bezahlt oder haben Sie einen gebührenpflichtigen ONLINE-Nachrichtendienst genutzt?

Basis: Gesamtstichprobe 2013–19 in jedem Land ≈ 2000, Finnland 2014–15 ≈ 1500). Hinweis: Der 9-Länder-Durchschnitt umfasst die USA, Großbritannien, Frankreich, Spanien, Italien, Deutschland, Dänemark, Japan und Finnland (ab 2014).

Die Rede ist auch von einer sich ausbreitenden Abo-Müdigkeit in vielen Ländern. Die könnte gerade bei Online-Nachrichtenmedien verstärkt werden, wenn die Nutzer zunehmend auf mehr Bezahlschranken stoßen und davon abgeschreckt werden bzw. zu Angeboten von Nachrichten-Aggregatoren wie *Apple News* gehen, von denen sie gegen ein Abo auf mehrere Nachrichtenmedien zugreifen können.

Unterhaltung statt Nachrichten

Wenn Abos noch abgeschlossen werden, dann eher im Unterhaltungsbereich wie bei Netflix oder Spotify. Von den Unter-45-Jährigen würden sich nur 7 Prozent für ein Abo von Online-Nachrichten entscheiden, wenn sie nur ein Online-Abo auswählen könnten. 37 Prozent würden sich für Online-Video wie Netflix und 15 Prozent für Online-Musik wie Spotify entscheiden.

In neun Ländern, in denen die Zahl der für Nachrichten zahlenden Nutzer (Abos, Mitgliedschaften, Spenden, Einmalzahlungen) seit 2013 erhoben wird, ist deren Zahl bei 11 Prozent stabil geblieben: „Die meisten Menschen sind nicht bereit, für Online-Nachrichten zu zahlen. Nach den gegenwärtigen Trends werden sie wahrscheinlich auch nicht in der Zukunft zahlen, zumindest nicht für die Art von Nachrichten, auf die sie jetzt kostenlos zugreifen können."

Ausnahmen seien die USA, wo Trump unfreiwillig eine Kehrtwende verursacht und für steigende Zahlen vor allem bei der New York Times und der Washington Post gesorgt hat, sowie Norwegen und Schweden. Während in den USA nun 16 Prozent der Befragten für Online-Nachrichten bezahlen, sind es in Deutschland nur 8 Prozent, in der Schweiz 11 Prozent, in Österreich 9 Prozent. Die Autoren

	2015	2019	Änderung		2015	2019	Änderung
Finnland	68 %	59 %	-9	USA	32 %	32 %	–
Deutschland	60 %	47 %	-13	Frankreich	38 %	24 %	-14
Großbritannien	51 %	40 %	-11	12-Länderdurchschnitt	47 %	44 %	-4

Vertrauen in (genutzte) Nachrichten seit 2015 (in Prozent)

Frage: Bitte geben Sie an, inwieweit Sie mit den folgenden Aussagen einverstanden sind: Ich glaube, man kann den meisten Nachrichten die meiste Zeit vertrauen.

Basis: Gesamtstichprobe 2015/2019 in jedem Land ≈ 2000, Finnland 2015 = 1509. Hinweis: Der 12-Länder-Durchschnitt umfasst Großbritannien, USA, Frankreich, Deutschland, Dänemark, Finnland, Italien, Spanien, Japan, Brasilien, Australien und Irland.

verweisen allerdings auch auf einen *Vox*-Artikel* vom letzten Jahr, nachdem 40 Prozent der neu gewonnenen Abos der New York Times gar nicht primär wegen der Nachrichten, sondern wegen Kreuzworträtseln oder den Koch-Seiten (Cooking with *The New York Times*) abgeschlossen würden. Folge der geringen Bezahlbereitschaft ist eine wachsende Medienkonzentration.

Galten gerne die sozialen Netzwerke als Problem für die Nachrichtenmedien, so wird nun die Krise bei Facebook zu einem neuen Problem. Noch verlassen nur wenige Nutzer Facebook ganz, es bleibe für Nachrichten das wichtigste soziale Netzwerk, aber die Nutzer verbringen weniger Zeit auf Facebook, während WhatsApp und Instagram attraktiver werden. Dadurch werde die soziale Kommunikation privater. WhatsApp ist bereits in einigen Ländern wie Brasilien, Malaysia oder Südafrika zum „primären Netzwerk zur Diskussion und zum Teilen von Nachrichten" geworden.

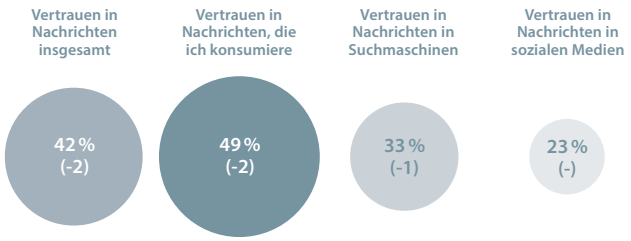
Insgesamt sinkt das Vertrauen in die Medien weiter, nur 49 Prozent sagen, sie hätten Vertrauen in die Medien, die sie rezipieren. Das kann allerdings wie in den USA vertrauenswürdigen Medien mehr Leser bringen. In Deutschland ist der Anteil der Menschen, die den meisten Medien trauen, von 60 Prozent in 2015 auf 47 Prozent gesunken. In Frankreich ist das Vertrauen noch stärker um 14 Prozent auf 24 Prozent gefallen. Ein Grund waren die Berichte über die Gelbwesten. In den USA hielt sich das Vertrauen – dank Trump? – auf dem niedrigen Level von 32 Prozent. 40 Prozent der befragten Amerikaner geben an, sie hätten letztes Jahr begonnen, zu vertrauenswürdigeren Medien zu wechseln, in Deutschland sagen dies 26 Prozent.

In Deutschland, wo die meisten Menschen ihre Nachrichten aus dem Fernsehen und dort von *ARD* und *ZDF* beziehen, erzielen diese auch das höchste Vertrauen, gefolgt von regionalen und lokalen Zeitungen. 22 Prozent nutzen Facebook für Nachrichten, 19 Prozent YouTube, 16 Prozent WhatsApp. 21 Prozent haben im letzten Monat Podcasts gehört.

Manchmal will die Hälfte keine Nachrichten lesen

Allerdings steigt die Zahl der Menschen, die Medien überhaupt vermeiden, das sagen 32 Prozent. Die Hälfte davon, weil Nachrichten bei ihnen schlechte Stimmung oder Hilflosigkeit erzeugen. In Deutschland sind es 26 Prozent. In Kroatien, der Türkei und Griechenland über die Hälfte. Populisten sollen Nachrichten vor allem aus dem Fernsehen beziehen, für Online-Nachrichten verlassen sie sich auf Facebook, während sie vielen Medien Misstrauen entgegenbringen. In Deutschland neigen eher rechte und populistische Menschen zu *RTL, SAT1, Bild, Junge Freiheit* oder *Epoch Times*.

Rasmus Kleis Nielsen, der Direktor des Reuters Institute, sagte letztlich, dass die Nachrichtenmüdigkeit auch mit dem Journalismus zu tun habe, wie er heute praktiziert wird: „Ein großer Teil der Öffentlichkeit ist wirklich von einem guten Teil des Journalismus, den sie sehen, abgeschreckt. Sie finden ihn nicht besonders vertrauenswürdig, sie finden ihn nicht besonders relevant, und sie finden nicht, dass er sie zu einem besseren Ort bringt." Letzteres ist allerdings ein seltsamer Anspruch, selbst wenn man unterstellt, dass Nachrichten dazu führen sollten, die Welt zu verbessern.



Vertrauen in Nachrichten

Frage: Bitte geben Sie an, inwieweit Sie mit den folgenden Aussagen einverstanden sind: Ich glaube, ich kann den meisten Nachrichten/den meisten Nachrichten, die ich konsumiere/den Nachrichten in sozialen Medien/den Nachrichten in Suchmaschinen die meiste Zeit vertrauen.

Basis: Alle Märkte: 75.749

Florian Rötzer *arbeitete nach dem Studium der Philosophie als freier Autor und Publizist mit dem Schwerpunkt Medientheorie und -ästhetik in München und als Organisator zahlreicher internationaler Symposien. Seit 1996 ist er Chefredakteur des Online-Magazins Telepolis und Herausgeber der Telepolis-Buch- und -eBook-Reihe.*
Bücher: Smart Cities im Cyberwar (2015) und zusammen mit Sahra Wagenknecht: Couragiert gegen den Strom (2017).

*Quelle: www.telepolis.de (*Vox-Artikel, *Digital News Report)*
Reuters Institute for the Study of Journalism/Digital News Report 2019

Der optimale Marketing-Mix für Medienschaffende

Von Walther Bruckschen

Wenn's ums Thema Marketing geht, fällt den meisten zuallererst der sogenannte Marketing-Mix ein – oder die vier P des Marketings: product, price, promotion und place. Im Dienstleistungsbereich – und dazu gehören alle Medienschaffenden – kommt noch ein fünftes P hinzu: people. Wie kann ich diese fünf P optimal einsetzen, um meine Chancen auf dem Markt zu erhöhen?

Foto: muneebfarman

Was genau ist mein „Produkt"?
Als Freelancer kann ich unterschiedliche Dienstleistungen erbringen: Beiträge verfassen, Fotos, Video- und Audioaufnahmen liefern – oder auch ganze Projekte steuern, z. B. Supplements für Zeitungen oder Zeitschriften erstellen. Das „Produkt", also meine Dienstleistung, kann gut vom Wettbewerb abgegrenzt werden, wenn ich etwas anders mache als die anderen, meinen USP („unique selling proposition"), also mein Alleinstellungsmerkmal herausarbeite. Die Abgrenzung kann etwa dadurch geschehen, dass ich auch kurzfristig („übers Wochenende") liefern kann, dass ich Bildbearbeitung mit anbiete oder Grafikdienstleistungen. Der USP kann auch in einem besonderen Fachgebiet bestehen. Oder einer bestimmten regionalen Abdeckung.

Wie finde ich den optimalen „Preis"?
Je nachdem, wie gut ich mich von anderen Dienstleistern, die ein ähnliches Angebot vorweisen können, abgrenze, kann es leichter sein, höhere Preise zu erzielen. Wenn außer mir noch fünf andere Journalisten die gleichen Beiträge schreiben, die gleichen Fotos schießen können, wird sich der günstigste (gleiche Qualität vorausgesetzt) durchsetzen. Kombinationen aus verschiedenen Dienstleistungen führen dazu, dass die Preise der Einzeldienstleistungen nicht mehr so gut miteinander verglichen werden können. Solche Pakete können Zusatzleistungen enthalten wie Bildbearbeitung, grafische Aufbereitung oder auch eine Serie von Beiträgen zum Festpreis. Außerdem ist jemand, der zusätzlich noch weitere Angebote machen kann, erfahrungsgemäß im Vorteil. Rabatte und Pauschalangebote dienen dazu, mein Angebot attraktiver zu machen. Als Nebeneffekt kann ich somit auch die Kundenbindung erhöhen, etwa, indem ich eine gewisse Laufzeit oder einen Rahmenvertrag verhandle.

Werbung für Journalisten, geht das?
„Werben kostet Geld, Nicht-Werben kostet Kunden", diese Regel gilt auch bei Dienstleistungen, auch bei journalistischen Dienstleistungen. Üblicherweise schaltet ein Journalist oder Fotograf keine Anzeigen, um an Kunden zu kommen. Wobei das in Zeiten von Social-Media mehr und mehr eine Option wird. „Sichtbarkeit" ist die Währung, die im Online-Zeitalter gilt: Je öfter der (potenzielle) Kunde mich oder meine Arbeit sieht, meinen Namen liest, desto eher bleibe ich ihm im Gedächtnis. Es ist für Medienschaffende also wichtig, ihre Kompetenz und Expertise möglichst umfassend auf allen möglichen Kanälen darzustellen. Dies kann z. B. durch einen eigenen Blog geschehen, auf dem ich eigene Kurzbeiträge poste – immer mit Namensnennung, versteht sich! Wer sich im Social Web virtuos bewegen kann, hat es leichter, auf sich aufmerksam zu machen: Kommentieren von Themen und Beiträgen anderer gehört genauso dazu wie das (zügige) Beantworten von Anfragen oder Kommentaren auf eigene Beiträge. Wer darüber hinaus noch etwas Budget für Facebook- oder Google-Werbung einplant, kann wichtige Schlagworte besetzen und zielgerichtet seine Expertise deutlich machen.

Wo platziere ich mein Angebot?
Das vierte P, der „place" lässt sich ebenfalls auch auf Dienstleistungen wie den journalistischen Beitrag übertragen. Redaktionen

sind immer auf der Suche nach spannenden Themen und guten Bildern. Fotografen befinden sich zwar mittlerweile einer großen Konkurrenz von Hobby-Knipsern gegenüber. Wer professionelle Bild-Datenbanken intelligent nutzt, kann jedoch auch hier punkten. Die schreibende Zunft kann ihre „Produkte" am besten quasi als Appetit-Happen im eigenen Blog präsentieren. Auch das klassische Themenangebot direkt an die Redaktion (heute selbstverständlich per Mail mit einer Auswahl an Bildern zum Download) findet den richtigen Abnehmer in der Redaktion. Journalisten sollten sich dabei immer in die Lage des Redakteurs versetzen: Wie kann ich diesem das Leben leichter machen, was genau sind die Anforderungen an meinen Text und meine Bilder? Wer sich diese Fragen stellt und sie zur Zufriedenheit des Abnehmers beantwortet, hat gute Karten, sein Produkt auch verkaufen zu können.

Das fünfte P: It's a people business!

Letztlich kommt es bei jeder Dienstleistung – vor allem bei der journalistischen! – auf die Person an, auf den Dienstleister selbst. Werden zwar heute schon oder in naher Zukunft viele Dienstleistungen von Robotern übernommen – die individuelle und kreative Medienleistung hängt doch noch sehr stark vom Menschen ab, der sie erbringt. Und das wird sicher auch noch eine ganze Weile so bleiben. Medienschaffende verkaufen eine Leistung, die sehr stark an der eigenen Person festzumachen ist: die spezielle Expertise, der Schreibstil, das gewisse Etwas – das macht einen Journalisten oder Fotografen einzigartig. Und diese Einzigartigkeit spiegelt sich auch im Selbst-Marketing wider. Erfolgreich ist, wer zur richtigen Zeit auf die richtigen Leute zugeht, wer gut Netzwerken kann und wer sich selbst ins rechte Licht rücken kann.

Schon mal an einen regelmäßigen Newsletter mit den eigenen Themen und Vorschlägen gedacht, der an die (potenzielle) Zielgruppe geschickt wird? Und auch ein Eintrag in die wichtigen Datenbanken wie **Journalisten-im-Netz.de** oder ein gut gepflegter XING- oder LinkedIn-Auftritt gehört für professionelle Journalisten zur Standard-Ausrüstung neben einer eigenen Web- oder Landingpage und entsprechenden Social-Media-Profilen. Ergänzt wird der Außenauftritt immer noch gerne mit einer Visitenkarte. Altmodisch? Mit aufgedrucktem QR-Code (verlinkt auf die eigene Landingpage) sind wir wieder up-to-date!

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.*

IMPRESSUM

Herausgeber
Journalistenzentrum Deutschland
Trägerverbände sind der DPV Deutscher Presse Verband – Verband für Journalisten sowie die bdfj Bundesvereinigung der Fachjournalisten. Der DPV ist die tariffreie Spitzenorganisation der hauptberuflichen Journalisten in Deutschland. Die bdfj ist die größte Interessenvertretung exklusiv für zweitberuflich tätige Journalisten in Deutschland.

Redaktion
Journalistenzentrum Deutschland
Red. journalistenblatt
Stresemannstr. 375
D-22761 Hamburg
Tel. 040/8 99 77 99
Fax 040/8 99 77 79
redaktion@journalistenblatt.de
www.journalistenblatt.de

Chefredaktion
Christian Laufkötter
Stellv. Chefredakteur
Guido M. Sdrenka
Ständige redaktionelle Mitarbeiter
Walther Bruckschen, Mirjam Büttner, Martina Haan, Nicole Herrmann, Olaf Kretzschmar, Gabriele Krink, Shams Ul-Haq, Christian Zarm. Freie Redakteure sind in ihren jeweiligen Artikeln gekennzeichnet.

Mantelproduktion Verlag
Berliner Journalisten Verlagsgesellschaft
Schönhauser Allee 122
D-10437 Berlin
Tel. 030/28 50 43 33
Fax 030/28 50 43 34

Fotos
siehe jeweiliger Bildnachweis.

Mediadaten
Das Medienmagazin journalistenblatt veröffentlicht keine gewerblichen Werbeanzeigen.

Erfüllungsort, Gerichtsstand
Hamburg

V.i.S.d.P.
Andreas Christensen

Erscheinungstermine
Das Medienmagazin journalistenblatt erscheint jedes Jahr im Februar, Mai, August und November. Bei besonderen Anlässen kann der Erscheinungstermin abweichen.

Bezug/Preis
Der Bezug ist in der Mitgliedschaft von DPV und bdfj ohne Aufpreis enthalten. Adressänderungen sind den Berufsverbänden bitte umgehend mitzuteilen.

Archiv und Nachbestellung
Unter www.journalistenblatt.de sind alle Ausgaben des Medienmagazins archiviert und, wenn nicht vergriffen, für Mitglieder als Print kostenfrei nachbestellbar.

www.journalistenblatt.de

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.

Ein scheiß-geiler Beschluss für den Journalismus und die Meinungsfreiheit – Danke, ihr Drecks-Richter!

Ein Update zur Grenze zwischen Meinungsäußerung und verbotener Schmähkritik

Von Olaf Kretzschmar

Erinnern Sie sich noch, als ganz Deutschland darüber diskutierte, ob man eigentlich ein ausländisches Staatsoberhaupt im Fernsehen der Kopulation mit Tieren bezichtigen darf?

Monatelang lieferten sich Erdoğans Anwälte und der Satiriker Jan Böhmermann einen juristischen Schlagabtausch, Strafanzeige wurde erstattet, die Bundeskanzlerin geriet sogar in die Kritik ob ihrer Erteilung der Ermächtigung zur Strafverfolgung. Dies ging so lange, bis das Landgericht Hamburg am 17. Mai 2016 eine einstweilige Verfügung erließ, die die Verbreitung des Gedichts in weiten Teilen untersagte. Mit Urteil vom 10. Februar 2017 hat das Landgericht Hamburg dann im Hauptsacheverfahren Erdoğan gegen Böhmermann die Entscheidung aus dem einstweiligen Verfügungsverfahren bestätigt (Az. 324 O 402/16 vom 10.02.2017).

Jetzt wollte das Landgericht Berlin einmal so richtig die Grenzen des „Sagbaren" ausloten, wie es scheint, und hat einen Beschluss erlassen, der die Meinungsäußerung hochhält, allerdings äußerst fragwürdig anmutet:

> *„1. Der Antrag auf Anordnung der Zulässigkeit der Auskunftserteilung wird zurückgewiesen. 2. Die Antragstellerin hat die Kosten des Verfahrens zu tragen.*
> *3. Der Verfahrenswert wird auf 15.000,00 € festgesetzt.",*

heißt es lapidar in dem Beschluss des Landgerichts Berlin vom 09. September 2019, Aktenzeichen 27 AR 17/19.

Was war passiert?

Eine prominente Bundestagsabgeordnete der Grünen, Renate Künast, ist vor dem Landgericht (vorerst) mit dem Versuch gescheitert, Beschimpfungen auf der Social-Media-Plattform Facebook gegen sie verbieten zu lassen. Unbekannte hatten Künast unter anderem als „Stück Scheiße", „Pädophilen-Trulla" und „Geisteskranke" bezeichnet. Neben sexistischen Posts gab es aber auch noch weit drastischere Äußerungen gegen Künast. Die Hass-Kommentare stehen im Zusammenhang mit einem angeblichen Zwischenruf von Künast aus dem Jahr 1986 im Berliner Abgeordnetenhaus, bezogen auf die damalige Pädophilie-Debatte bei den Grünen. Ihr war unterstellt worden, sich für Straffreiheit von Sex mit Kindern ausgesprochen zu haben. Dies hatte Künast allerdings stets zurückgewiesen.

In einem Artikel der *Welt am Sonntag* vom Mai 2015 war dieser Zwischenruf erneut zitiert worden. Demnach hatte eine Abgeordnete der Grünen im Berliner Landesparlament über häusliche Gewalt gesprochen, woraufhin ein CDU-Abgeordneter die Zwischenfrage gestellt habe, wie die Rednerin zu einem Beschluss der Grünen in Nordrhein-Westfalen stehe, die Strafandrohung wegen sexuellen Handlungen an Kindern solle aufgehoben werden. Künast hatte dazwischen gerufen: „Komma, wenn keine Gewalt im Spiel ist!" Laut *Berliner Morgenpost* hatte daraufhin ein Facebook-Nutzer in einem Beitrag Bezug auf den Zwischenruf genommen und den Künast-Zwischenruf mit einer eigenen Ergänzung: „Komma, wenn keine Gewalt im Spiel ist, ist Sex mit Kindern doch ganz ok. Ist mal gut jetzt." gepostet. Es folgten etliche weitere Kommentare von Usern.

Balance zwischen Meinungsfreiheit und Persönlichkeitsrecht

Wie ist so etwas möglich, fragt man sich unwillkürlich. Nun, die deutsche Rechtsprechung sieht das so:

Stets ist in Fällen überspitzter Kritik eine Abwägung zwischen der schrankenlos geschützten Kunstfreiheit von Art. 5 Abs. 3 Grundgesetz (GG) sowie der durch Art. 5 Abs. 1 GG bzw. Art. 10 Europäische Menschenrechtskonvention (EMRK) geschützten Meinungsfreiheit und dem durch Art. 1 und 2 GG und Art. 8 EMRK geschützten allgemeinen Persönlichkeitsrecht desjenigen vorzunehmen, der sich verunglimpft sieht.

Die in Form einer Meinung geäußerte Kritik am Verhalten Dritter findet ihre Grenze, wo es sich um reine Schmähung oder Formalbeleidigung handelt bzw. die Menschenwürde angetastet wird.

Grundsätzlich ist anzumerken, dass eine Politikerin als Person des öffentlichen Lebens und darüber hinaus als Repräsentantin eines Staates gilt. In dieser Funktion muss sie sich gerade Kritik im besonderen Maße gefallen lassen, da die Meinungsfreiheit aus dem besonderen Bedürfnis der Machtkritik erwachsen ist (vgl. BVerfG, AfP 1996, 50).

Nach ständiger Rechtsprechung geht das schützenswerte Interesse des Kritisierten an einer Unterlassung nicht über diejenigen Äußerungen hinaus, durch die in seine Rechte rechtswidrig eingegriffen wird.

Die verfassungsrechtliche Gewährleistung der Meinungsfreiheit darf nicht übermäßig eingeschränkt werden, nur weil der Kritisierte die Aussage als geschmacklos empfindet (vgl. BVerfG, NJW 1973, 1221, 1224). Die Meinungsfreiheit zieht nämlich

ihrerseits wiederum dem Persönlichkeitsrecht des Kritisierten Grenzen. Deshalb bedarf es in jedem Einzelfall einer individuellen Abwägung, ob die Beeinträchtigung des Persönlichkeitsrechts derart schwerwiegend ist, dass die Freiheit der Meinungsäußerung zurückzutreten hat (vgl. BVerfG, NJW 1990, 1982).

Wer in seiner sozialen Rolle, etwa durch sein Auftreten als Politiker, als Person des öffentlichen Lebens oder gar darüber hinaus als Repräsentant eines Staates anzusehen sei, müsse sich in dieser Funktion im besonderen Maße Kritik gefallen lassen, da die Meinungsfreiheit aus dem besonderen Bedürfnis der Machtkritik erwachsen ist (vgl. BVerfG, AfP 1996, 50).

Es ist außerdem das tatsächliche Wirken einer kritisierten Person zu beachten. Soll heißen, dass wer austeilt auch einstecken muss.

Die Richter weisen in dem Beschluss ferner darauf hin, dass Künast als Politikerin zudem in stärkerem Maße Kritik hinnehmen müsse. Dies entspräche der ständigen Rechtsprechung. Das Strafrecht entfalte für Politiker eben keinen besonderen Schutz, sondern mute ihnen eine besondere Duldungspflicht zu. Politiker sollen sogar persönlich diffamierende Äußerungen hinnehmen, wenn diese einen Bezug zur Politik aufweisen. Den Hintergrund bilden eine ganze Reihe von Entscheidungen des Bundesverfassungsgerichts (BVerfG), die der Meinungsfreiheit im Bereich der strafrechtlichen Beleidigung ein großes Gewicht beigemessen hatten.

Das BVerfG hatte angemahnt, dass eine Aussage nicht vorschnell als Schmähkritik bewertet werden dürfe, bei der dann keine Abwägung mehr stattfinde – eine aus grundrechtlicher Sicht einschneidende Folge. Solange ein Bezug zu einer Sachauseinandersetzung bestehe und sich die Äußerungen nicht auf bloße persönliche Herabsetzung beschränkten, seien sie auch nicht als Schmähung einzustufen. Sie könnten dann nur nach einer umfassenden Abwägung mit der Meinungsfreiheit als Beleidigung bestraft werden, so das BVerfG erst im Sommer 2019.

Das sagt das Landgericht Berlin

Das Berliner Landgericht begründete seinen Beschluss damit, dass die Öffentlichkeit Künasts Einwurf als Zustimmung zu dem Beschluss der NRW-Grünen wahrgenommen habe. „Von einer Schmähung kann nicht ausgegangen werden, wenn die Äußerung in dem Kontext einer Sachauseinandersetzung steht."

Die Äußerung „Drecksfotze" bewege sich demnach noch an der Grenze des Hinnehmbaren, so die Berliner Richter. Ebenso müsse sich Künast als „Stück Scheiße" oder „Sondermüll" bezeichnen lassen.

Es handele sich nach Auffassung der Richter um „keine Diffamierungen der Person" und „damit keine Beleidigungen". Alle Kommentare wiesen einen Sachbezug auf, so die Richter.

Es bleibt Ihnen überlassen, lieber Leser, ob Sie hierin nicht doch eine Formalbeleidigung erkennen, also eine Äußerung, die nur zu dem einzigen Zweck getätigt worden ist, Künast zu diskreditieren.

Nach Auffassung des Landgerichts Berlin sind alle Äußerungen Polemik bzw. Sexismus, aber eben keine Beleidigung.

Die angeführten Äußerungen stellten sich nach Ansicht der Richter als Meinungsäußerungen dar. Auch wenn sie, wie das Gericht einräumt, „zwar teilweise sehr polemisch und überspitzt und zudem sexistisch" seien. Den Bezugspunkt für die Rechtfertigung der Beiträge als sachthemenbezogene Meinungsäußerungen soll die Politikerin aus Sicht der Kammer selbst geschaffen haben – durch ihren Zwischenruf im Abgeordnetenhaus 1986. Das Landgericht meint; „Dass die Äußerung sexualisiert ist, ist das Spiegelbild der Sexualisiertheit des Themas." Damit habe die Politikerin ein Sachthemenfeld eröffnet, an das sich die Kommentare bei Facebook anhängen konnten. Und zwar soll es nach Auffassung der 27. Zivilkammer dafür offenbar ausreichen, dass heftige Äußerungen zur Person Künast mit dem Post verknüpft werden, der sie beschuldigt, Sex mit Kindern gutzuheißen.

Für Journalisten würde dies bedeuten, dass, wenn hasserfüllte Aussagen mit einem irgendwie sachbezogenen Artikel verknüpft werden, diese Aussagen im Kontext einen Sachbezug aufweisen und damit zulässig sein können.

Wenn dieser Post auch noch einen Bezug zum Thema Sexualität aufweise, dürften die hasserfüllten Äußerungen darüber hinaus nach Ansicht des LG Berlin auch sexuell aufgeladen sein. So heißt es in dem Beschluss: „Die Äußerung ‚Wurde diese ‚Dame' vielleicht als Kind ein wenig viel gef… und hat dabei etwas von ihren Verstand eingebüßt. …' stellt wiederum eine polemische und überspitzte, aber nicht unzulässige Kritik dar. Denn wie sich aus dem nachfolgenden Satz ergibt, geht es um eine auf die Äußerung der Antragstellerin bezogene Kritik." Und: „Dass die Äußerung sexualisiert ist, ist das Spiegelbild der Sexualisiertheit des Themas."

Für jeden der 22 Kommentare hat das LG Berlin einige wenige Sätze zur Einordnung verfasst, etwa: „Die […] Äußerung ‚Knatter sie doch mal einer so richtig durch, bis sie wieder normal wird!' ist eine sicherlich geschmacklose Kritik, die mit dem Stilmittel der Polemik sachliche Kritik übt. Es geht dem Äußernden erkennbar nicht darum, die Antragstellerin als Person zu diffamieren, sondern an der von ihr getätigten Äußerung Kritik zu üben."

Künast kündigte an, gegen den Berliner Beschluss vorzugehen. „Der Beschluss des Landgerichts sendet ein katastrophales Zeichen, insbesondere an alle Frauen im Netz, welchen Umgang Frauen sich dort gefallen lassen sollen", sagte sie der *dpa*. Sie werde Beschwerde gegen den Beschluss einlegen.

Es bleibt abzuwarten, ob die Entscheidung der folgenden Instanz standhält und im Namen des Journalismus zu hoffen, dass die Entscheidung nicht zu einem Dammbruch und einer Verrohung im Rahmen der Berichterstattung über Politiker und andere Prominente führt.

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.*

Auf Schritt und Klick verraten und verkauft

Von Albrecht Ude

Deutsche Medien treiben mit den Daten ihrer Nutzer Schindluder. Sie verkaufen persönliche Informationen der Leser an Google, Facebook und andere mehr. Das ist vermutlich illegal – und brandgefährlich für jeden, der deutsche Medien im Netz nutzt.

Immerhin zeigte der Chefredakteur von *ZEIT ONLINE* Rückgrat, denn unter höflichem Beifall nahm Jochen Wegner im Juni 2019 in Bielefeld einen Preis persönlich in Empfang, den er wohl lieber nicht bekommen hätte: *ZEIT ONLINE* erhielt die ‚Auszeichnung' BigBrotherAward (BBA) in der Kategorie „Verbraucherschutz". [1]

Damit wurde erstmals in der Geschichte der deutschen BigBrotherAwards, der „Oscars für Datenkraken", die seit dem Jahr 2000 jährlich vergeben werden, ein Medium für das vorsätzliche Schindludern mit fremden Daten angeprangert. Denn für genau dies, den groben Missbrauch von Daten, vergibt der Verein „Digitalcourage" (vormals FoeBuD) den Negativpreis.

Die Jury vergab den Preis an *ZEIT ONLINE* für den Einsatz sogenannter Werbe-Tracker von Google, Facebook und anderen Reklamevermarktern. Das sind verschiedene Technologien, durch die die Information, dass ein Leser gerade *ZEIT ONLINE* besucht, eben nicht nur bei *ZEIT ONLINE* aufläuft, sondern eben auch bei den Vermarktern. Das geschieht, ohne dass der Nutzer davon weiß, also im Hintergrund. Oder sollte man es treffender „im Hinterhalt" nennen?

Was ist daran so schlimm? Dass Konzerne wie Google, Facebook und andere mehr Nutzerdaten sammeln, um daraus Profile zu erstellen, die sie dann zu Geld machen, indem sie das Einspielen „passender" Werbung ermöglichen – das ist doch mittlerweile sattsam bekannt, das zählt zum Alltagswissen über unsere Welt. Jede und jeder weiß davon.

Aber: Nur weil der Datenmissbrauch allgemein bekannt ist, wird er nicht besser. Das Problem ist vielschichtig, und egal, mit welchem Aspekt man sich beschäftigt: Je mehr man um die Details weiß, desto mehr sträuben sich die Haare. Nebenbei: Google bekam 2013 einen deutschen BigBrotherAward, Facebook schon zwei Jahre vorher.

ZEIT ONLINE liefert externen Datensammlern nicht nur die Information, dass ein Nutzer gerade die Website aufgerufen hat. Die Tracker arbeiten auf der Ebene der Artikel. Fremde erfahren also ganz genau, wofür sich dieser Nutzer interessiert, welche Texte er liest. Folgt man der Laudatio des Preises, so ruft man „etwa 140 unterschiedliche Ziele" auf, wenn man *ZEIT ONLINE* ansurft. Noch einmal, damit das nicht überlesen wird: hundertvierzig! Wer mag, kann den Hintergrund ausleuchten, in dem diese Datenweitergabe stattfindet. Dafür gibt es Tools im Web, beispielsweise Webbkoll [2] oder PrivacyScore [3]. Mit beiden Werkzeugen kann man analysieren, an welche Datensammler eine Website Informationen weiterleitet. Dieses Wissen hilft aber leider nicht, die Datenweitergabe zu vermeiden. Dazu unten mehr.

Die Medienbranche spioniert ihre Nutzer aus

Ein anderer Aspekt ist, dass *ZEIT ONLINE* den BigBrotherAward sozusagen pars pro toto bekommen hat – eine ganze Branche ist betroffen. Eigentlich hätten fast alle deutschen Medien diesen Preis verdient. Ausnahme sind die öffentlich-rechtlichen Sender!

Das geht aus einer Recherche von Matthias Eberl hervor, die dieser in seinem Blog „Rufposten" im Juni 2019 publiziert hat. Er hat auf hundertdreißig Websites deutscher Verlage und Medien analysiert, wie viele von diesen das Facebook-Pixel einsetzen, also den Tracker, der den Konzern von Mark Zuckerberg mit Daten füttert. Dabei untersuchte er nicht nur die Startseiten der Medien, sondern eben auch die einzelnen Beiträge und die Aboseiten.

Eberl untersuchte die Websites von Tageszeitungen, von Wochenzeitungen, Zeitschriften und Portalen mit redaktionellen Inhalten sowie von privaten und öffentlich-rechtlichen Fernsehsendern. Sein Ergebnis: „Facebook trackt Nutzer auf drei Viertel aller deutschen Nachrichtenseiten". Details finden sich in übersichtlichen Tabellen in seinem gleichnamigen Beitrag [4]. Und in vielen Fällen wird

Albrecht Ude
ist Journalist, Researcher und Recherche-Trainer. Einer seiner Arbeitsschwerpunkte sind die Recherchemöglichkeiten im Internet.
www.ude.de

Facebook eben übermittelt, welche Inhalte die Surfer lesen, ganz so, als schaute einem der Konzern bei der Lektüre permanent über die Schulter. Lediglich die Websites der öffentlich-rechtlichen Sender sind „sauber", sie setzen das Facebook-Pixel nicht ein.

Dabei ist es übrigens gleichgültig, ob die betroffenen Nutzer selbst ein Facebook-Konto haben, ob sie möglicherweise gerade eingeloggt sind oder nicht. Die Daten über sie werden in jedem Fall gesammelt. Wer während des Surfens auf deutschen Nachrichten-Websites parallel bei Facebook eingeloggt ist, macht es dem Konzern lediglich leichter, ihn zu identifizieren. Mit den Worten von Eberl: „Die Facebook-Tools können meist artikelgenau und personenbezogen den deutschen Medienkonsum auswerten."

Höchstrichterlich gegen den Like-Button

Es ist also nicht nur ein Problem von *ZEIT ONLINE*. Es ist ein Problem fast der ganzen Medienbranche. Eigentlich ist klar, dass das Verhalten der Verlage juristisch nicht sauber ist. Was da geschieht, ist illegal. Spätestens seit der Gültigkeit der Datenschutz-Grundverordnung (DSGVO) am 25. Mai 2018 ist eine „informierte Einwilligung" der Nutzer Voraussetzung für das Datensammeln. Ebenso haben die Nutzer das Recht, die über sie angelegten Personenprofile einzusehen. Dazu müssten die Betroffenen aber überhaupt wissen, dass es diese Profile gibt und wer darüber verfügt.

Bislang verfolgen die deutschen Medienhäuser das, was branchenintern mit dem Euphemismus „risikobasierter Ansatz" verbrämt wird. Wohl im Vertrauen darauf, dass bislang noch keine entsprechenden Gerichtsurteile gefällt oder Bußgelder verhängt wurden.

Doch diese Zeit geht gerade zu Ende: Am 29. Juli fällte der Europäische Gerichtshof ein Urteil gegen die deutsche Firma Fashion ID. Diese war von der Verbraucherzentrale Nordrhein-Westfalen verklagt worden, weil sie den Like-Button von Facebook verwendet hatte. Der bekannte blaue Button mit dem erhobenen Daumen sendet immer Daten an Facebook, sobald man eine Webseite ansurft, die ihn einblendet – nicht etwa erst, wenn man draufklickt! Die Luxemburger Richter haben jetzt entschieden, dass Websitebetreiber für diesen Datenabfluss mitverantwortlich sind. [5] Das Urteil betrifft auch die Medienbranche.

Und das Urteil hat nicht nur Auswirkungen auf Facebook und dessen Like-Button, der Europäische Gerichtshof spricht ausdrücklich von „Social Plug-ins", gemeint sind also auch andere Techniken des Trackings.

Besonders weit mit dem Tracking treibt es Google. Kein anderer Konzern hat mehr Werkzeuge entwickelt, um Nutzerdaten auf fremden Websites zu sammeln. Um nur einige, nämlich die meistgenutzten, aufzuzählen:

- **Google Analytics: Websitebetreiber können damit den Traffic ihrer Site analysieren lassen,**
- **Google Fonts: Schriftarten, die Websites einbinden können,**
- **Google DoubleClick: einer der größten Auslieferer von Werbung weltweit,**
- **Google Maps: Kartenmaterial, das direkt in die Webseite eingebunden werden kann,**
- **Accelerated Mobile Pages (AMP): damit sollen Webseiten auf Smartphones schneller laden.**

Diese Liste ließe sich lange fortsetzen.

All diese Angebote sind bequem für die Betreiber von Websites, notwendig zum Betrieb einer Website sind sie nicht. Für jedes der Angebote von Google gibt es freie Alternativen, die man datenschutzkonform nutzen kann. Denn es ist klar: All diese Angebote von Google sind Angriffe auf die Privatsphäre der Nutzer. All diese „Dienste" sind ein Verrat der Betreiber von Websites an ihren Nutzern!

2016 kam eine Studie, für die mehr als eine Million Webseiten analysiert wurden, zu dem Ergebnis, dass über 80 Prozent aller untersuchten Websites Google-Dienste verwendeten [6]. Völlig zu Recht titelte der IT-Sicherheitsexperte Mike Kuketz in seinem Blog, dass „Google jemanden fast über das gesamte Internet verfolgen kann" [7].

Real Time Bidding – welche Daten fließen?

Google, Facebook und andere Werbetreibende bekommen Daten über Internetnutzer. Aber nicht nur die: Jedes Mal, wenn jemandem beim Besuch einer Website „verhaltensbasierte" Werbung eingeblendet wird, gibt der Vermarkter (Google, Facebook ▶

oder andere) die persönlichen Daten dieses Besuchers an Hunderte oder Tausende von Unternehmen weiter, die Werbung schalten. Dieses System wird als „Real Time Bidding" (Echtzeit-Bieten, RTB) bezeichnet. Dadurch sind selbstverständlich all die werbetreibenden Unternehmen in der Lage, diese Daten zu speichern und daraus eigene Personenprofile zu erstellen.

Wie dieses System genau funktioniert und welche Daten dabei weitergegeben werden, hat Dr. Johnny Ryan untersucht [8]. Er arbeitet für Brave, einen die Privatsphäre respektierenden Webbrowser, der mit dem Slogan wirbt: „You are not a product" [9].

Was er herausgefunden hat, ist sehr starker Tobak. Übermittelt werden folgende Daten – jedes Mal über jeden Surfer von den Datensammlern an Hunderte oder Tausende Unternehmen:

Über das Ziel des Surfers:

- die genaue URL (Uniform Resource Locator, vulgo: Webadresse), die der Surfer aufruft

Über den aktuellen Ort des Surfers:

- geographische Länge und Breite
- Postleitzahl

Über die Geräte des Surfers:

- das Betriebssystem und seine Versionsnummer
- der Webbrowser und seine Versionsnummer
- die IP-Adresse
- Hersteller, Modell und Version des Computers/ Smartphones
- Höhe, Breite und Auflösung des Bildschirmes
- ob JavaScript unterstützt wird
- ob Flash unterstützt wird und falls ja, in welcher Version
- Spracheinstellungen
- der Internet Service Provider (ISP)
- Art der Verbindung (bei mobilem Surfen)
- Typ der Netzanbindung
- ID der Hardware (gehashed)
- MAC-Adresse (Media-Access-Control-Adresse) des Gerätes (gehashed)

Und schließlich über den Surfer selbst:

- die eindeutige persönliche Kennung für den Besucher der Website. (Dies kann zwar rotieren, muss aber lange genug stabil sein, um Profile aufzubauen.)
- die Buyer ID des Werbetreibenden, eine eindeutige persönliche Kennung für die betroffene Person.
- das Geburtsjahr des Website-Besuchers, falls bekannt.
- das Geschlecht des Website-Besuchers, falls bekannt.
- die Interessen des Website-Besuchers.
- zusätzliche Daten über den Website-Besucher, falls von einem Datenbroker verfügbar.

(Diese zusätzlichen Daten von Datenbrokern haben es noch einmal in sich: Dabei geht es unter anderem um die Einkommensklasse, Alter und Geschlecht, Gewohnheiten, Einfluss der sozialen Medien, Ethnie, sexuelle Orientierung, Religion, politische Orientierung und Ähnliches. Kurz gesagt: Hose runter! Der Surfer steht nackt da. Mit jedem Klick.)

Was tun?

So weit in Kürze eine Beschreibung, was (fast) jedes Mal passiert, wenn ein Nutzer des World Wide Web irgendetwas anklickt.

Muss das so sein? Nein, definitiv nicht.
Vieles ist Gedankenlosigkeit und Bequemlichkeit seitens der Betreiber von Websites, seitens der Surfer. Vieles ist eben der ganz normale neoliberale Kapitalismus, der keine Werte kennt, nur Preise.

Muss man das mit sich machen lassen? Nein, definitiv nicht.
Jede und jeder kann sehr viel tun, sowohl politisch beziehungsweise gesellschaftlich wie auch privat und technisch, um den Datensammlern die Suppe zu versalzen. Politische Aktionen, die sinnvoll sind:

#StopSpyingOnUs: Beschwerde gegen „verhaltensorientierte" Google-Anzeigen einreichen

Zwölf zivilgesellschaftliche Menschenrechts- und Digitalrechtsorganisationen in neun EU-Ländern haben gleichzeitig Beschwerden gegen rechtswidrige Techniken der verhaltensorientierten Online-Werbung eingereicht. Jeder kann mitmachen. In Deutschland reichen die Organisationen Digitale Gesellschaft e. V., Netzwerk Datenschutzexpertise, Digitalcourage e. V. und der Datenschutzverband Deutschland e. V. Beschwerden bei den 16 Landesdatenschutzbehörden ein.

Details und kompletter Text der Beschwerde.

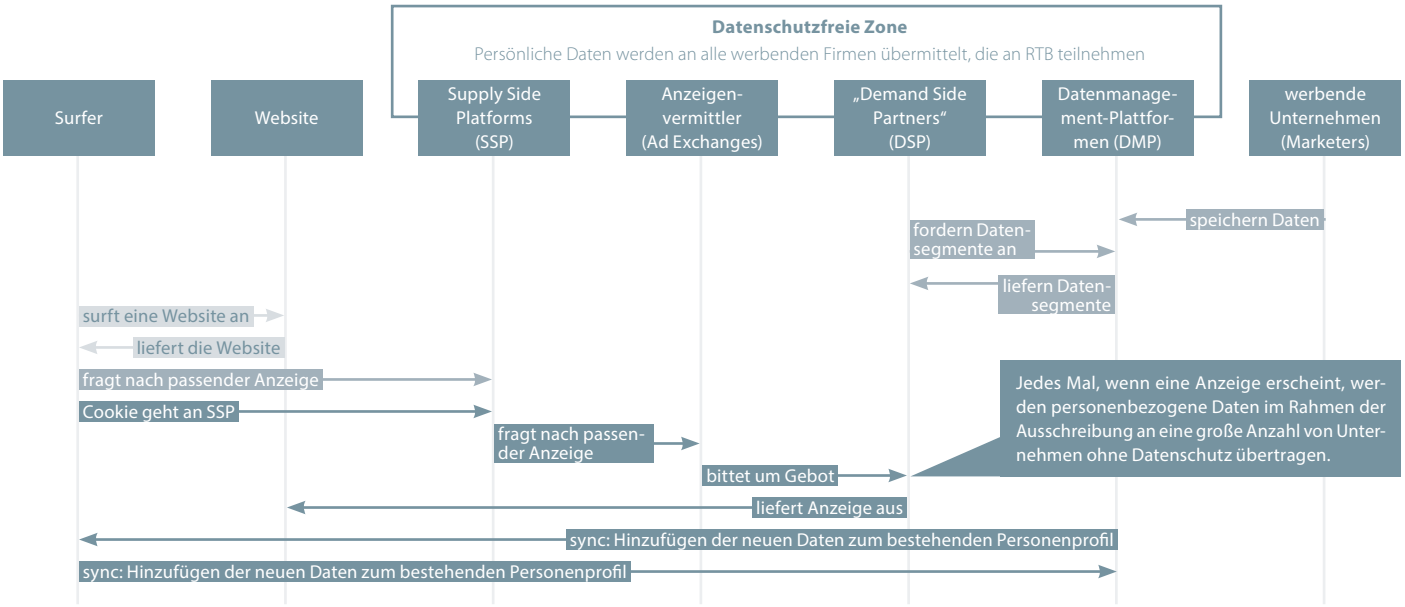
Informationen zum Funktionieren von „verhaltensorientierter" Reklame im Netz und Beteiligungsmöglichkeit an der Kampagne.

„Bürgerbewegung Finanzwende" startet Aufruf gegen Facebooks „Libra"

Bereits Anfang 2020 will Facebook seinen Plan der digitalen Währung „Libra" umsetzen. Binnen 15 Jahren gelang dem Tech-Konzern, wovon staatliche Geheimdienste nur träumen: digitale Profile von fast einem Drittel der Weltbevölkerung zu erstellen, Klarname, Bewegungsprofile und private Interessen inklusive. Nun geht Facebook den nächsten Schritt und bereitet die Ausweitung seiner Geschäfte auf den Finanzbereich vor.

Die Gefahren, die durch eine Währung in privater Hand kommen, sind nicht zu überschauen. Die „Finanzwende" und ihr Partner Finance Watch in Brüssel fordern deshalb: Libra muss verboten werden!

Der Appell an EU-Kommissionspräsident Jean-Claude Juncker, EU-Kommissionspräsidentin Ursula von der Leyen, Präsident der Europäischen Zentralbank Mario Draghi und Präsidentin der Europäischen Zentralbank Christine Lagarde kann hier unterzeichnet werden.



Aber auch privat kann jede und jeder mit ganz einfachen, kostenfreien und legalen Maßnahmen den eigenen Datenschutz härten.

1 Nutzen Sie nicht nur einen Webbrowser, sondern mehrere. Wie das genau geht, darüber habe ich im **journalistenblatt** Heft 3|2018 geschrieben [10]. Den sehr interessanten Browser „Brave" kannte ich damals noch nicht [9].

2 Checken Sie mal Ihre Lieblingswebsites mit den erwähnten Webtools Webbkoll und PrivacyScore – und dann fragen Sie nach, was die da machen, welche Daten die über Sie haben und wem sie diese weitergeben. Sie dürfen das fragen, und so lange die Websites in der EU betrieben werden, müssen sie antworten. Falls es dabei Probleme gibt, informieren Sie den Datenschutzbeauftragten Ihres Bundeslandes.

3 Installieren Sie in Ihrem Browser Add-ons, die Ihre Privatsphäre schützen und verhindern, dass Daten an unbeteiligte Dritte geliefert werden. Empfehlenswert ist das Add-on „Privacy Badger" der Electronic Frontier Foundation.

4 Ebenso empfehlenswert ist das Add-on „Facebook Container": https://addons.mozilla.org/de/firefox/addon/facebook-container/

5 Eine sehr gute und deswegen lesenswerte Anleitung, wie man Google aus der eigenen Online-Existenz heraushält, stammt vom Spezialisten für IT-Sicherheit Mike Kuketz [11].

[1] Laudatio des BigBrotherAward 2019 in der Kategorie Verbraucherschutz für *ZEIT ONLINE* von padeluun und Video der Preisverleihung (rechter QR).

[2] Überprüfe deine Webseite! Webbkoll hilft dir festzustellen, welche datenschutzrechtlichen Maßnahmen eine Website ergriffen hat, um dir die Kontrolle über deine Privatsphäre zu geben

[3] Webseiten vergleichen mit PrivacyScore. PrivacyScore erlaubt Ihnen, Websites hinsichtlich einer Reihe von Sicherheits- und Datenschutzfunktionen zu bewerten.

[4] Facebook trackt Nutzer auf drei Viertel aller deutschen Nachrichtenseiten von Matthias Eberl. Rufposten.de, 03.06.2019

[5] Urteil in der Rechtssache C-40/17 Fashion ID GmbH & Co. KG/Verbraucherzentrale NRW e V. Gerichtshof der EU, Pressemitteilung Nr.99/19. Luxemburg, den 29. Juli 2019 (PDF)

[6] Online Tracking: A 1-million-site Measurement and Analysis Steven Englehardt; Arvind Narayanan. 25.11.2016 (PDF)

[7] Wie Google jemanden fast über das gesamte Internet verfolgen kann von Mike Kuketz Kuketz-Blog, 17.05.2018

[8] Report from: Behavioural advertising and personal data by Dr Johnny Ryan Brave, 21.06.2019 (PDF)

[9] You are not a product. Why use a browser that treats you like one? Enjoy private, secure and fast browsing with Brave.

[10] Drei Browser und Ihre Daten sind sicher von Albrecht Ude journalistenblatt, Heft 3|2018

[11] Tschüss Datenkrake: Ein Leben ohne Google von Mike Kuketz. Kuketz-Blog, 08.11.2018

Im Namen des Volkes

Urteile in Sachen Medien- und Presserecht

Oft bringt erst ein letztinstanzlicher Gerichtsentscheid Klarheit in den journalistischen Alltag. Hier exemplarisch einige wegweisende Urteile unter anderem zu den Themen, wann, wo und ob welcher Prominente abgelichtet werden darf, wann Redaktionsräume durchsucht werden dürfen oder wann ein berechtigtes Auskunftsinteresse besteht.

Anspruch auf Gegendarstellung besteht trotz unterlassener Stellungnahme im Vorfeld einer Berichterstattung

Nachrichtenmagazin scheitert mit Verfassungsbeschwerde wegen angeblicher Verletzung der Presse- und Meinungsfreiheit

Das Bundesverfassungsgericht hat entschieden, dass der Anspruch auf Abdruck einer Gegendarstellung auch dann besteht, wenn die betroffene Person zuvor keine Stellungnahme zu einer geplanten Berichterstattung abgegeben hat, obwohl der Redakteur ihr eine solche Möglichkeit eingeräumt hat. Eine unterlassene Erklärung begründet grundsätzlich keine Obliegenheitsverletzung, welche einen Gegendarstellungsanspruch entfallen ließe. Mit dieser Entscheidung nahm das Bundesverfassungsgericht die Verfassungsbeschwerde eines Nachrichtenmagazins nicht zur Entscheidung, in der dieses die Verletzung der Presse- und Meinungsfreiheit rügt, nachdem es zum Abdruck einer Gegendarstellung verurteilt wurde.

Die Beschwerdeführerin des zugrunde liegenden Falls ist Verlegerin eines Nachrichtenmagazins und veröffentlichte im Februar 2013 einen Bericht über Schleichwerbungsvorwürfe gegen einen bekannten Fernsehmoderator (Antragsteller des Ausgangsverfahrens), welcher in Fernsehsendungen versteckt Werbung für Produkte verschiedener Firmen gemacht habe. Vor der Veröffentlichung konfrontierte der Redakteur den Prozessbevollmächtigten des Antragstellers mit der geplanten Berichterstattung und forderte zur Stellungnahme auf. Der Prozessbevollmächtigte wies die Vorwürfe telefonisch zurück, äußerte, dass keine Erklärung abgegeben werde, und teilte mit, dass der Inhalt des Gesprächs für die geplante Berichterstattung nicht verwendet werden dürfe. Nach der Veröffentlichung des Berichts forderte der Antragsteller die Beschwerdeführerin zum Abdruck einer Gegendarstellung auf, was diese zurückwies. Das Landgericht erließ daraufhin eine einstweilige Anordnung, wonach die Beschwerdeführerin zum Abdruck der beantragten Gegendarstellung verurteilt wurde. Der dagegen gerichtete Widerspruch blieb ebenso erfolglos wie die vor dem Oberlandesgericht erhobene Berufung. Mit ihrer Verfassungsbeschwerde rügt die Beschwerdeführerin eine Verletzung ihrer Meinungs- und Pressefreiheit aus Art. 5 Abs. 1 GG, da sie zu Unrecht zu einer Gegendarstellung verpflichtet worden sei. Sie begründet dies damit, dass der Antragsteller durch die unterlassene vorherige Stellungnahme seinen Anspruch auf Abdruck einer Gegendarstellung verloren habe.

Entscheidungen der Fachgerichte ergingen in verfassungskonformer Art und Weise

Das Bundesverfassungsgericht entschied, dass die angegriffenen Entscheidungen verfassungsrechtlich nicht zu beanstanden seien und keine Verletzung der Meinungs- und Pressefreiheit der Beschwerdeführerin darstellen. Die Zivilgerichte hätten bei der Auslegung und Anwendung der Normen zum Gegendarstellungsrecht eine Interessenabwägung zwischen dem Persönlichkeitsschutz des Betroffenen und der Pressefreiheit vorzunehmen und dabei unverhältnismäßige Grundrechtsbeschränkungen zu vermeiden. Gemessen an diesen Grundsätzen seien die Entscheidungen der Fachgerichte in verfassungskonformer Art und Weise ergangen.

Notwendigkeit der vorherigen Stellungnahme würde Gegendarstellungsrecht entwerten

Es bestehe keine Obliegenheit, sich im Vorfeld einer geplanten Berichterstattung zu dieser zu äußern und Stellung zu beziehen. Die Gründe, von einer Stellungnahme abzusehen, könnten vielfältig sein. Die Annahme einer Obliegenheit zur Stellungnahme würde zu einer Verpflichtung erwachsen, auch an einer gegen den eigenen Willen geplanten Berichterstattung mitzuwirken, nur um den Anspruch auf Gegendarstellung zu behalten. Im Übrigen hätte sie zur Folge, dass sich Medienunternehmen Gegendarstellungsansprüchen entziehen könnten, indem sie den Betroffenen vorab um Stellungnahme bitten. Dies würde das Gegendarstellungsrecht entwerten.

Grundsätzlicher Verlust des Gegendarstellungsanspruchs bei unterlassener Stellungnahme würde Schutzzweck des Gegendarstellungsrechts entgegenstehen

Die Fachgerichte haben die unterschiedliche publizistische Wirkung einer vom Betroffenen selbst verfassten Gegendarstellung und einer unter Umständen nur kurzen Erwähnung des eigenen Standpunkts im ursprünglichen Artikel in der Abwägung der widerstreitenden Grundrechte in verfassungskonformer Weise berücksichtigt. Das Gegendarstellungsrecht soll Betroffenen die Möglichkeit einräumen, Tatsachenbehauptungen entgegenzutreten und damit deren Wahrheitsgehalt in Frage zu stellen. Der Schutzzweck reicht weiter als lediglich die nachträgliche Möglichkeit, zu Wort zu kommen, falls dies in der Erstberichterstat-

tung nicht ausreichend geschehen ist. Wird der vom Betroffenen geäußerte Standpunkt neutral dargestellt, entfällt zwar in der Regel der spätere Gegendarstellungsanspruch. Ein grundsätzlicher Verlust des Gegendarstellungsanspruchs bei unterlassener Stellungnahme würde dem Schutzzweck jedoch nicht gerecht.

Einzelfallabwägung nicht erforderlich

Es ist nicht erforderlich, zur Entscheidung über einen Gegendarstellungsanspruch eine einzelfallbezogene Grundrechtsabwägung zu treffen. Vielmehr tragen die Pressegesetze der Länder sowie der Rundfunkstaatsvertrag dem Spannungsverhältnis zwischen den Grundrechten aus Art. 5 Abs. 1 GG und Art. 2 Abs. 1 i. V. m. Art. 1 Abs. 1 GG ausreichend Rechnung. Eine Einzelfallabwägung würde dazu führen, dass die generellen Voraussetzungen des Gegendarstellungsanspruchs aus § 11 Hamburgisches Pressegesetz, die den verfassungsgemäßen Ausgleich der betroffenen Grundrechtspositionen gewährleisten, unterlaufen würden. Besonderheiten des Einzelfalls können über das Kriterium des „berechtigten Interesses" des § 11 HbgPrG ausreichend berücksichtigt werden. Zudem ermöglicht § 11 Abs. 3 HbgPrG es dem Medienunternehmen, eine Anmerkung zur Gegendarstellung zu veröffentlichen und damit faktisch das „letzte Wort" zu haben. Der Verhältnismäßigkeitsgrundsatz ist dadurch in der Regel gewahrt.

Bundesverfassungsgericht, Beschluss vom 09.04.2018 Az.: 1 BvR 840/15

Zeitschrift Computer Bild durfte Beitrag über DVB-T2 HD Receiver mit Fotos von Jan Böhmermann bebildern

Standbild aus Sendung „Neo Magazin Royale" greift nur gering in Persönlichkeitsrecht des Moderators ein

Das Oberlandesgericht Köln hat entschieden, dass die Zeitschrift *Computer Bild* einen Text über DVB-T2-Receiver in HD Qualität mit einem Foto von Jan Böhmermann bebildern durfte, obwohl dieser der Verwendung nicht zugestimmt hatte.

Im zugrunde liegenden Streitfall hatte die Zeitschrift *Computer Bild* in einem Beitrag unter der Überschrift „Leser Aktion Freenet TV DVB-T2-Receiver für HD-TV ENDLICH SCHARF" ein Foto des Fernsehmoderators aus der Sendung *Neo Magazin Royale* ohne dessen Einverständnis abgedruckt. In dem Beitrag wurde über den Systemwechsel von DVB-T auf DVB-T2 informiert und zugleich auf ein „Aktionsangebot" des Kooperationspartners der Zeitschrift hingewiesen.

OLG erklärt Veröffentlichung des Bildes für zulässig

Das Oberlandesgericht Köln entschied, dass der Artikel jedenfalls auch als Werbung für den Receiver einzuordnen sei. Trotzdem sei die Veröffentlichung des Bildes zulässig, weil der Beitrag zugleich dem Informationsinteresse der Öffentlichkeit gedient habe. Die Umstellung auf die DVB-T2-Technik sei zum Veröffentlichungszeitpunkt eine Frage von allgemeinem gesellschaftlichen Interesse gewesen. In dem Beitrag seien den Lesern technische Ratschläge gegeben worden. Auch die Bildunterschrift „ENDLICH SCHARF" habe einen Informationsgehalt. Sie stelle einerseits die Qualität des Fernsehbildes in HD und andererseits die Qualität des Klägers als Moderator einer Satiresendung heraus. Jedenfalls seit der Veröffentlichung seines Gedichts „Schmähkritik" gelte Jan Böhmermann bundesweit als „scharfer" Satiriker. Zum Veröffentlichungszeitpunkt habe das Gedicht den Lesern auch noch vor Augen gestanden, da das Landgericht Hamburg eine Woche zuvor unter reger Anteilnahme der Öffentlichkeit über dessen Zulässigkeit entschieden hatte. Der Zusatz „endlich" spiele auf das schärfere Bild des HD-Empfangs und zugleich darauf an, dass der Computer Bild-Autor die Arbeit des Moderators wertschätze.

Veröffentlichung des Bildes ist hinzunehmen

Bei einer Gesamtabwägung müsse der Moderator die Veröffentlichung seines Bildes hinnehmen. Für die Leser sei ersichtlich, dass mit dem beworbenen Receiver die vom Kläger moderierte Sendung weiterhin empfangen werden könne. Es sei aber nicht der Eindruck entstanden, der Kläger werbe selbst für das konkrete Produkt. Das Standbild aus der Sendung *Neo Magazin Royale* greife nur gering in das Persönlichkeitsrecht des Klägers ein. Es rühre aus einer Situation her, in der er sich freiwillig dem Blick der breiten Öffentlichkeit preisgegeben habe.

Oberlandesgericht Köln, Urteil vom 21.02.2019, Az.:15 U 46/18

Presse hat in Fällen schwerer Kriminalität oder bei Straftaten mit Öffentlichkeitsbezug gegen Staatsanwaltschaft Auskunftsanspruch mit Namensnennung des Beschuldigten

Persönlichkeitsrecht des Beschuldigten tritt hinter Informationsinteresse der Allgemeinheit

Die Presse hat in Fällen schwerer Kriminalität und bei Straftaten, die die Öffentlichkeit besonders berühren, gegen die Staatsanwaltschaft einen Anspruch auf Auskunft mit Nennung des Namens des Beschuldigten. Das Persönlichkeitsrecht des Beschuldigten tritt in diesen Fällen hinter das Informationsinteresse der Allgemeinheit. Dies geht aus einer Entscheidung des Verwaltungsgerichtshofs Baden-Württemberg hervor.

In dem zugrunde liegenden Fall musste der Verwaltungsgerichtshof Baden-Württemberg nach der Beschwerde eines Zeitungsverlags gegen eine Entscheidung des Verwaltungsgerichts Karlsruhe über einen Auskunftsanspruch gegen die Staatsanwaltschaft entscheiden. Der Zeitungsverlag wollte von der Staatsanwaltschaft Auskunft über ein potentielles Ermittlungsverfahren gegen einen Rechtsanwalt. Die Staatsanwaltschaft lehnte die Auskunft mit Blick auf die Persönlichkeitsrechte des Beschuldigten ab. Daraufhin erhob der Zeitungsverlag Klage.

Anspruch auf Auskunft mit Namensnennung

Der Verwaltungsgerichtshof nahm den Fall zum Anlass, um darauf hinzuweisen, dass Behörden nach § 4 Abs. 1 des Pressegesetzes des Landes Baden-Württemberg (LPresseG) verpflichtet seien, den Vertretern der Presse Auskünfte zu erteilen. Die Auskunft könne nach § 4 Abs. 2 Nr. 3 LPresseG verweigert werden, soweit schutzwürdige private Interessen verletzt würden. Das Informationsinteresse verdiene aber für die tagesaktuelle Berichterstattung über Straftaten im Allgemeinen den Vorrang gegenüber dem Persönlichkeitsrecht des Betroffenen. Dieser Vorrang gelte aber mit Blick auf die Unschuldsvermutung und einer möglichen ▶

Prangerwirkung nicht schrankenlos. So bestehe ein Auskunftsanspruch der Presse mit Nennung des Namens des Beschuldigten grundsätzlich nur in Fällen schwerer Kriminalität und bei Straftaten, die die Öffentlichkeit besonders berühren.

Verwaltungsgerichtshof Baden-Württemberg, Beschluss vom 04.08.2017 Az.: 1 S 1307/17

Presserechtlicher Auskunftsanspruch kann auch gegenüber mehrheitlich in öffentlicher Hand befindlicher Aktiengesellschaften geltend gemacht werden

Bundesgerichtshof zum Auskunftsanspruch der Presse

Der Bundesgerichtshof hat entschieden, dass der presserechtliche Auskunftsanspruch auch gegenüber Aktiengesellschaften geltend gemacht werden kann, die im Bereich der Daseinsvorsorge (hier: Wasser- und Energieversorgung, Abwasserentsorgung) tätig sind und deren Anteile sich mehrheitlich im Eigentum der öffentlichen Hand befinden.

Der Kläger des zugrunde liegenden Verfahrens ist Journalist. Er arbeitete an einem Artikel über die Finanzierung des Bundestagswahlkampfs der SPD im Jahr 2013 und früherer Landtagswahlkämpfe der SPD in Nordrhein-Westfalen. In diesem Zusammenhang recherchierte er, ob die in den Jahren 2013 und 2010 betriebenen Internetblogs, auf denen Beiträge und Dokumente veröffentlich worden sind, die die Wahlkämpfe der SPD unterstützten, mit öffentlichen Geldern finanziert wurden.

Kläger vermutet indirekte Finanzierung von Internetblogs durch AG

Die Beklagte ist eine Aktiengesellschaft, die Leistungen der Wasser- und Energieversorgung und der Abwasserentsorgung erbringt. Die Mehrheit der Aktienanteile wird von Kommunen gehalten. Der Kläger hatte den Verdacht, dass die Beklagte die Internetblogs indirekt finanziert hat, indem sie an Unternehmen, die mit den Blogs in Verbindung stehen, überhöhte Zahlungen für angebliche Vertragsleistungen erbracht hat. Er nahm daraufhin die Beklagte auf Auskunft über die den Unternehmen erteilten Aufträge, die erbrachten Leistungen und die in Rechnung gestellten Vergütungen in Anspruch.

Verdacht der verdeckten Finanzierung nicht von vornherein haltlos

Das Landgericht Essen wies die Klage ab. Das Oberlandesgericht Hamm verurteilte die Beklagte zur Auskunftserteilung ab dem Jahr 2009. Es nahm an, dass die Beklagte nach § 4 Abs. 1 LPresseG NRW zur Auskunft verpflichtet sei. Sie sei eine Behörde im presserechtlichen Sinn, weil sie von kommunalen Aktionären beherrscht und von ihnen zur Erfüllung öffentlicher Aufgaben auf dem Gebiet der Daseinsvorsorge eingesetzt werde. Der Verdacht des Klägers, dass die Beklagte über Zahlungen an die Unternehmen die Wahlkämpfe der SPD verdeckt finanziert habe, sei nicht von vornherein haltlos. Die Beklagte könne die Auskunft nicht nach § 4 Abs. 2 LPresseG NRW unter Verweis auf schützenswerte Geschäftsgeheimnisse verweigern. Der Auskunftsanspruch beschränke sich auf Informationen, die im zeitlichen Zusammenhang mit den Wahlkämpfen stünden.

Mit ihrer Revision begehrt die Beklagte die vollständige Abweisung der Klage. Der Kläger verfolgt mit seiner Anschlussrevision seinen Antrag auf Auskunft über von der Beklagten vor dem Jahr 2009 erteilte Aufträge weiter.

Beklagte ist auskunftspflichtige Behörde im Sinne von § 4 Abs. 1 LPresseG NRW

Der Bundesgerichtshof wies die Anschlussrevision des Klägers zurück. Die Revision der Beklagten hatte nur insoweit Erfolg, als sie sich gegen die Verurteilung zur Auskunft seit dem Jahr 2014 richtet. Der Bundesgerichtshof hat die Beklagte als auskunftspflichtige Behörde im Sinne von § 4 Abs. 1 LPresseG NRW angesehen. Der presserechtliche Begriff der Behörde erfasst auch juristische Personen des Privatrechts, die von der öffentlichen Hand beherrscht und zur Erfüllung öffentlicher Aufgaben, etwa im Bereich der Daseinsvorsorge, eingesetzt werden. Eine Beherrschung in diesem Sinne ist in der Regel anzunehmen, wenn mehr als die Hälfte der Anteile der privatrechtlichen juristischen Person im Eigentum der öffentlichen Hand stehen. Diese Voraussetzungen sind im Streitfall gegeben. Die Beklagte kann sich nicht mit Erfolg auf ein Auskunftsverweigerungsrecht gemäß § 4 Abs. 2 Nr. 3 LPresseG NRW berufen. Dem vom Kläger verfolgten Informationsinteresse kommt ein größeres Gewicht als dem Interesse der Beklagten und der betroffenen Dienstleistungsunternehmen an der Geheimhaltung der Vertragskonditionen zu. Im Hinblick auf die sachgerechte Verwendung öffentlicher Mittel und die politischen Aktivitäten eines kommunal beherrschten Unternehmens besteht ein gewichtiges öffentliches Informationsinteresse. Der Auskunftsanspruch umfasst allerdings nur den Zeitraum, für den ein berechtigtes Informationsinteresse der Presse besteht. Dies ist vorliegend die Zeit von 2009 bis 2013.

Bundesgerichtshof, Urteil vom 16.03.2017, Az.: I ZR 13/16

Erdoğan gegen Böhmermann: Teile des „Schmähgedichts“ bleiben weiterhin verboten

Untersagte Äußerungen stellen Angriff auf personale Würde dar und sind deshalb rechtswidrig

Im Verfahren über die Unterlassungsklage des türkischen Präsidenten Recep Tayyip Erdoğan gegen den TV-Moderator Jan Böhmermann hat das Hanseatische Oberlandesgericht das Urteil des Landgerichts Hamburg bestätigt. Danach bleibt es Böhmermann untersagt, sich über den Kläger, wie in Teilen des Satire-Gedichts „Schmähkritik“ aus der Sendung *Neo Magazin Royale* vom 31. März 2016 geschehen, zu äußern.

Die fraglichen Passagen beinhalten schwere Herabsetzungen mit Bezügen zum Intimen und Sexuellen, für die es in der Person oder dem Verhalten des Klägers keinerlei tatsächliche Anknüpfungspunkte gibt. Anders als die übrigen Verse, die tatsächliches Verhalten Erdoğans in satirischer Weise kritisieren und daher hinzunehmen sind, dienen die untersagten Äußerungen allein dem Angriff auf die personale Würde und sind deshalb rechtswidrig. Mit der Entscheidung wies das Hanseatische Oberlandesgericht sowohl die Berufung Böhmermanns gegen das landgerichtliche Urteil als auch das Rechtsmittel Erdoğans zurück, der das Ziel verfolgte, Böhmermann sämtliche in dem Gedicht enthaltenen Äuße-

rungen in Bezug auf seine Person untersagen zu lassen.

OLG trifft Abwägung zwischen Allgemeinem Persönlichkeitsrecht und Meinungsfreiheit

Die Berufungsentscheidung beruht auf einer Abwägung des allgemeinen Persönlichkeitsrechts gegenüber der Meinungsfreiheit, die der Beklagte für seine Kritik am Kläger und der von ihm geführten Regierung in Anspruch nehmen kann. Der Kläger hat seinerseits das Recht, nicht mit herabsetzenden Werturteilen bedacht zu werden, die mit der Achtung seiner Persönlichkeit – oder gar mit seiner Menschenwürde – nicht mehr vereinbar sind. Unabhängig von der Frage, ob der Beklagte sich auf die Kunstfreiheit berufen kann, ist das Gedicht als Satire im Rahmen der Meinungsfreiheit an Maßstäben zu messen, die dem Effekt der Verfremdung und Übertreibung Rechnung tragen. Die Äußerung von Kritik in einer pointierten, polemischen und überspitzten Weise ist umso stärker geschützt, je deutlicher die satirische Einkleidung einen Bezug zum Gegenstand der Kritik aufweist oder die kritisierte Person selbst Veranlassung für die Einkleidung gegeben hat. Umgekehrt gewinnt das Allgemeine Persönlichkeitsrecht des Betroffenen umso mehr an Gewicht, je weiter die satirische Einkleidung von dem Gegenstand der Kritik entfernt ist und sich auf die bloße Herabsetzung der Person des Kritisierten fokussiert.

Keine vorlesungs- oder seminarähnliche Demonstration möglicher Arten von Meinungsäußerungen

Das Gedicht ist im Gesamtkontext der Sendung zu sehen, die sich mit dem Unterschied zwischen zulässiger und unzulässiger Meinungsäußerung befasst und dem Kläger vorwirft, auf die zuvor in der Sendung „extra 3" geübte Kritik an seiner Herrschaft durch Einbestellung des deutschen Botschafters als Betroffener einer zulässigen Meinungsäußerung überzogen reagiert zu haben. Es handelt sich eben nicht um eine vorlesungs- oder seminarähnliche Demonstration möglicher Arten von Meinungsäußerungen. Vielmehr soll konkrete Kritik am Kläger geübt und gerade am Beispiel seiner Person demonstriert werden, welche Arten unzulässiger Meinungsäußerungen es gebe. Hierzu werden Beschimpfungen aneinandergereiht, die vorher und in Einschüben während des Vortrags als unerlaubt charakterisiert werden und jeweils für sich einen herabsetzenden Inhalt haben. Jede dieser Meinungsäußerungen kann isoliert mit einem Verbot belegt werden, wenn sie im jeweiligen Gesamtkontext unzulässig ist. Weder die Sendung insgesamt noch das Gedicht bildet ein einheitliches, untrennbares Werk, dessen Zulässigkeit nur insgesamt beurteilt werden könnte.

Äußerungen stellen tatsächlich schwere Persönlichkeitsrechtsverletzungen dar

Für die einzelnen Verse des Gedichts ist danach ausschlaggebend, ob ein sachlicher Gehalt mit Bezug zur Kritik am Kläger erkennbar ist und dieser sachliche Gehalt ausreicht, den in der jeweiligen Einkleidung liegenden Eingriff in das Persönlichkeitsrecht des Klägers aufzuwiegen. Das ist bei der Verwendung herabsetzender Bilder aus dem Intim- und Sexualbereich, für die es in der Person des Klägers und seinem Verhalten weder Anknüpfung noch Veranlassung gibt, nicht der Fall. Die Äußerungen stellen ungeachtet des vom Beklagten vorangestellten Vorbehalts, nicht beleidigen zu wollen, tatsächlich schwere Persönlichkeitsrechtsverletzungen dar. Der übergeordnete Aussagegehalt des „Schmähgedichts" und die vorangestellte Erklärung, mit diesem nur zeigen zu wollen, welche Arten rechtlich unzulässiger Äußerungen es gebe, rechtfertigen derart schwere Eingriffe in das Persönlichkeitsrecht des Klägers nicht.

Hanseatisches Oberlandesgericht in Hamburg, Urteil vom 15.05.2018, Az.: 7 U 34/17

Online-Angebot von www.bild.de darf vorerst weiterhin Live-Streams verbreiten

Abgrenzung zwischen zulassungspflichtigem Rundfunk und zulassungsfreien Medien in digitaler Welt bisher ungeklärt und höchst umstritten

Das Oberverwaltungsgericht Berlin-Brandenburg hat in einem Eilverfahren entschieden, dass vorerst weiter Live-Streams im Online-Angebot von *www.bild.de* verbreitet werden dürfen. Damit wies es die Beschwerde der Medienanstalt Berlin-Brandenburg gegen einen entsprechenden Beschluss des Verwaltungsgerichts Berlin zurück.

Im zugrunde liegenden Streitfall hatte die Medienanstalt Internet-Video-Formate von bild.de, soweit diese als Live-Stream verbreitet werden, als zulassungspflichtigen Rundfunk eingestuft und deren Verbreitung ohne Rundfunkzulassung untersagt. Dabei handelt es sich um die – später über *bild.de*, Facebook und YouTube abrufbaren – Formate *„Die richtigen Fragen"*, *„BILD-Sport – Talk mit Thorsten Kinnhöfer"* und *„BILD – Live"*. Gegen diesen Bescheid hatte sich die Muttergesellschaft des Axel-Springer-Konzerns gewandt.

Antragsgegnerin müsste im Falle der vorläufigen Einstellung des Live-Streamings erhebliche Verluste bei (Publikums-)Reichweite hinnehmen

Das Oberverwaltungsgericht Berlin-Brandenburg sah die Erfolgsaussichten der beim Verwaltungsgericht anhängigen Klage unter Verweis darauf als „offen" an, dass die rechtliche Abgrenzung zwischen zulassungspflichtigem Rundfunk und zulassungsfreien Medien in der digitalen Welt bisher ungeklärt und höchst umstritten sei. Die in einem solchen Fall gebotene Interessenabwägung zwischen dem öffentlichen Interesse am Vollzug des Bescheides und dem Interesse der Antragstellerin, die Vollziehung des Bescheides bis zu einer Entscheidung in der Hauptsache auszusetzen, gehe zu Gunsten der Antragstellerin aus. Denn diese müsste im Falle der vorläufigen Einstellung des Live-Streamings einen erheblichen Verlust an (Publikums-)Reichweite hinnehmen. Das ergebe sich aus der Konzeption als Live-Angebot mit Kommentarfunktionen für die Empfänger, die bei laufender Sendung eine Diskussion bzw. eine direkte Kommunikation mit den Nutzern ermögliche. Demgegenüber reduziere sich das öffentliche Vollzugsinteresse darauf, ein Verbot durchzusetzen, dessen Anwendung vorliegend gerade streitig sei. Form und Inhalt der Formate seien nicht beanstandet worden.

Oberverwaltungsgericht Berlin-Brandenburg, Beschluss vom 02.04.2019 Az.: 11 S 72.18

Mit freundlicher Unterstützung von www.ra-online.de

Quelle: kostenlose-urteile.de

Abenteuer Grünes Band

100 Tage zu Fuß entlang der ehemaligen deutsch-deutschen Grenze

Mario Goldstein

Foto: Ramona Goldstein/Knesebeck Verlag

Über 1400 Kilometer zog sich einst der „Eiserne Vorhang" durch das geteilte Deutschland. Dort, wo früher nur hohe Mauern und Zäune, Stacheldraht und Wachtürme standen, ist heute das Zuhause einer Vielzahl seltener Tiere und Pflanzen. Weil der Mensch jahrzehntelang ausgesperrt war, hat sich die Natur hier ihre eigene Landstraße gebaut – „das Grüne Band". 100 Tage lang wanderte Mario Goldstein entlang dieser grünen Grenze durch Geschichte und Gegenwart. Er begegnete Wildkatzen, Vögeln und einer großen Artenvielfalt, aber auch den Folgen der deutschen Teilung und dem, was seither vor Ort passiert ist. Vom sächsischen Vogtland bis an die Ostsee traf er interessante Menschen, darunter Naturschützer und Landwirte, Politiker und Zeitzeugen, ehemalige Grenzer und Geflüchtete. In seinem Buch erinnert er sich mit ihnen inmitten dieses Naturparadieses an prägende Ereignisse entlang der ehemaligen Grenze und nimmt den Leser mit auf die Pfade der deutsch-deutschen Geschichte und Wiedervereinigung.

Die Grenzanlagen in Hötensleben wurden bereits am 12. Januar 1990 unter Denkmalschutz gestellt und gehören heute zum Europäischen Kulturerbe. Hier ein Wachturm der Baureihe BT 11

Foto: Eric Fresia/Knesebeck Verlag

► Dabei erwandert er auch seine eigene Vergangenheit und stellt sich den Erfahrungen, die seine Jugend überschatteten.

Mario Goldstein wuchs in einem kleinen Ort im sächsischen Vogtland auf. Bereits in der ehemaligen DDR wurde es ihm zu eng und mit 18 Jahren ergriff er die Flucht in die BRD, die ihm nicht ohne vorherigen Aufenthalt im Stasi-Gefängnis gelingen sollte. Jahrelang strebte er als Unternehmer nach Erfolg und suchte seine Bestätigung im Anhäufen von materiellen Dingen. Irgendwann begriff er, dass diese Art des Glücks nicht von Dauer sein kann. 2001 verkaufte er alles, was er in Deutschland besaß, und segelte aufs Meer hinaus. Sieben Jahre lebte er auf einem Katamaran und fand die Freiheit, die er so lange vermisst hatte. 2010 kehrte er nach Deutschland zurück. Doch der Aufenthalt hier war nur ein Zwischenstopp. Mit einem ausrangierten Wasserwerfer der Bereitschaftspolizei reiste er 2011 nach Indien, um den Dalai Lama zu treffen. Schließlich folgte er einer tiefen Sehnsucht, die ihn quer durch Kanada und in die Wildnis Alaskas führte.

Zweihundert Jahre galt der Luchs im Harz als ausgestorben. Inzwischen hat er sich wieder etabliert, und Naturschützer und Jäger setzen sich gemeinsam für den Erhalt der größten europäischen Katze ein. 2 735 Grenzsäulen markierten die ehemalige DDR-Grenze. Nr. 01 stand in Priwall, Nr. 2 735 im Dreiländereck BRD-DDR-Tschechien

Fotos: Eric Fresia/Knesebeck Verlag

In Live-Reportagen teilt er seit vielen Jahren seine Abenteuer und Erlebnisse mit den Menschen und ist Veranstalter des Freiträumer-Festivals in Plauen.

Für den BUND ist er als ein Botschafter des Grünen Bandes in Deutschland unterwegs und unterstützt dessen Bemühungen, das komplette Grüne Band unter Naturschutz zu stellen.

Mario Goldstein ist ab Mitte September auf Vortragsreise zu seinem Buch und zum Fußmarsch entlang der ehemaligen innerdeutschen Grenze. Alle Termine finden Sie hier:

ISBN 978-3-95728-279-8
Preis: 35 Euro
www.knesebeck-verlag.de

Dagmar Kilian und Mario Goldstein treffen sich auf einem Feld, wo heute ein einsames Trafohäuschen steht – der letzte Rest vom kleinen Ort Schmerbach. 1974 wurden im Rahmen der Aktion „Ungeziefer" alle Häuser abgerissen und der Ort verschwand von der Landkarte

Foto: Ramona Goldstein/Knesebeck Verlag

Betriebsausgaben und Werbungskosten

Mit Eigenbelegen Steuern sparen

Von Gabriele Krink

Die Überschrift klingt verlockend: Mit selbst erstellten Belegen das Finanzamt von Betriebsausgaben oder Werbungskosten überzeugen! In gewissem Maße ist das tatsächlich möglich. Steuerpflichtige sollten jedoch wichtige Spielregeln beherzigen und es (natürlich) nicht übertreiben.
Hinweis: Als Eigenbeleg bezeichnet man üblicherweise einen selbst erstellten Ersatz für eine Rechnung bzw. Quittung.

Bestehende Nachweispflichten

Generell sehen die Steuergesetze nur für bestimmte Betriebsausgaben besondere Aufzeichnungspflichten vor. Hier sind vor allem die Bewirtungskosten und Geschenke zu nennen. Unabhängig davon besteht die Pflicht, die betriebliche/berufliche Veranlassung von Betriebsausgaben oder Werbungskosten allgemein nachzuweisen – in der Regel durch Fremdbelege. Dies kann bereits aus den allgemeinen Mitwirkungspflichten des Steuerpflichtigen (vgl. § 90 Abgabenordnung) hergeleitet werden. Zudem sind die vorhandenen Unterlagen zu (sämtlichen) steuerrelevanten Geschäftsvorfällen aufzubewahren.

Gesetzliche Regelung für Eigenbelege fehlt

Ob bzw. in welchem Maße Eigenbelege von den Finanzämtern anzuerkennen sind, ist gesetzlich nicht geregelt. Sofern allerdings externe Ausgabenbelege nicht (mehr) vorhanden sind und die betriebliche/berufliche Veranlassung dem Grunde nach feststeht, berücksichtigt das Finanzamt auch Eigenbelege.

Anwendungsbereiche

Es kommt sehr häufig vor, dass Steuerpflichtige beim Zusammenstellen ihrer Buchhaltungsunterlagen bzw. Belege für die jährliche Einkommensteuererklärung – besser schon davor – feststellen, dass Belege für bestimmte betrieblich/beruflich veranlasste Ausgaben fehlen. Davon betroffen sind insbesondere Parkgebühren und andere Reisenebenkosten. Auch bezahlte Tankrechnungen oder selbst Quittungen über Fachliteratur finden oft nicht den Weg in den richtigen Ordner. Daneben sind Eigenbelege vor allem bei kleineren Ausgaben des täglichen Lebens denkbar (Telefon, Kopierer, Porto, Münzautomat).

Generell lässt sich beobachten, dass Finanzämter bei kleineren Beträgen (bis ca. Euro 100) der Berücksichtigung von Eigenbelegen natürlich deutlich offener gegenüberstehen als dies bei großen Summen der Fall ist.

Hinweis: Unabhängig davon ist zu beachten, dass ein Vorsteuerabzug aus Eigenbelegen wegen der strengen formalen Vorgaben des Umsatzsteuergesetzes nicht möglich ist – selbst wenn es sich betragsmäßig um eine sog. Kleinbetragsrechnung (maximal Euro 250) handeln sollte!

Empfehlungen für die praktische Umsetzung

Generell sollten Eigenbelege zeitnah, also möglichst unmittelbar nach dem entsprechenden Geschäftsvorfall (z. B. betriebliche Fahrt), erstellt werden. Außerdem ist es wenig sachdienlich, wenn Steuerpflichtige auf- oder abrunden. Lauten die Beträge nämlich über Euro und Cent, dürfte das im Allgemeinen glaubhafter wirken!

Die Angabe des Zahlungsempfängers sollte insbesondere bei größeren Summen möglichst genau sein, weil betrieblich/beruflich veranlasste Ausgaben beim Empfänger häufig auch zu steuerpflichtigen Einnahmen führen und die Finanzverwaltung dies natürlich gerne prüfen möchte.

Außerdem eröffnet § 160 Abgabenordnung dem Finanzamt ausdrücklich die Möglichkeit, den Betriebsausgaben- bzw. Werbungskostenabzug zu verweigern, wenn der Zahlungsempfänger auch auf Nachfrage der Behörde nicht genau benannt wird.

Keine Eigenbelege für Bewirtungskosten

Wie erwähnt, bestehen für Bewirtungskosten besondere Nachweis- und Aufzeichnungspflichten. Deshalb können Bewir-

Foto: ALPIX

Foto: Tim Reckmann

Beleg zur Gewinnermittlung 201_ / zur Einkommensteuererklärung 201_

Aufwendungen für:
(genaue Bezeichnung) .....

Tag der Zahlung: .....

Betrag: .....

Zahlungsempfänger: .....

Beleg wurde erstellt am: .....

Eigenhändige Unterschrift .....

Muster-Eigenbeleg

tungskosten in Gaststätten schon allein nach dem eindeutigen Gesetzeswortlaut (…Rechnung ist beizufügen…) nicht mit Eigenbelegen nachgewiesen werden.

Hinweis: Ausnahmen kommen aber bei einer Ergänzung des Bewirtungsbeleges (Rechnung) in Betracht. Hier können weitere Angaben zu den Teilnehmern und dem Anlass der Bewirtung ggf. mit Eigenbelegen gemacht werden. Bei Bewirtungen außerhalb eines Restaurants (beispielsweise bei einem organisierten Picknick) sind ebenfalls Eigenbelege 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.*

Engagement – RückBLENDE

Oktober 2019

Schutz der freiheitlichen Grundrechte

Vertreter von DPV und bdfj beteiligen sich an der Debatte unter der Überschrift „Angst essen Freiheit auf – Warum wir unsere Grundrechte schützen müssen". Dabei wird die Frage gestellt, inwieweit sich unsere Gesellschaft – und damit auch wir als Medienvertreter – der Dringlichkeit von Selbstbestimmung noch bewusst sind. Dort, wo Sicherheitsgefährdungen behauptet werden, scheint der Zweck jedes Mittel zu heiligen. Die frühere Justizministerin Sabine Leutheusser-Schnarrenberger, welche seinerzeit aus Protest gegen den „Großen Lauschangriff" zurückgetreten war, gibt in der Diskussion Hinweise, mit denen sich Freiheitsrechte gesetzgeberisch umsetzen ließen. Nicht ohne aktuellen Hintergrund erinnert sie den Staat und private Unternehmen an ein Urteil des Bundesverfassungsgerichts, wonach es mit dem Recht auf informationelle Selbstbestimmung einer Gesellschaftsordnung unvereinbar sei, „in der Bürger nicht mehr wissen können, wer was wann und bei welcher Gelegenheit über sie weiß" (BVerfG, Urteil vom 15.12.1983, Az. 1 BvR 209/83 u.a., Rn. 125).

Deutsche Vereinigung für Parlamentsfragen

Im Deutschen Bundestag findet die Versammlung der Deutschen Vereinigung für Parlamentsfragen (DVParl) statt. Sie ist seit über 40 Jahren der Ort, an dem kritisch und unabhängig die Entwicklung des Parlamentarismus im Bund, in den Ländern sowie auf europäischer und internationaler Ebene diskutiert wird. Gegründet wurde die Vereinigung 1970 von Parlamentariern aus Bund und Ländern, Wissenschaftlern, Beamten und Journalisten mit dem Ziel, dem Parlamentarismus die notwendigen Impulse für seine Weiterentwicklung zu geben und das Verständnis für die Arbeitsweise von Parlamenten und Abgeordneten in der Gesellschaft zu fördern. Im Anschluss an die Versammlung findet das Forum „Im Griff der Netzwerke? Wandel und Herausforderungen der politischen Kommunikation" statt. Das Journalistenzentrum Deutschland, vertreten durch den DPV, ist seit langem Mitglied der Deutschen Vereinigung für Parlamentsfragen.

Freie Berufe: Garanten einer freiheitlichen Gesellschaft

„Mut zur Demokratie – Freie Berufe: Garanten einer freiheitlichen Gesellschaft" heißt die in diesem Monat erschienene Publikation des Bundesverbandes der Freien Berufe. Sie zeichnet die Erfolgsgeschichte der Freien Berufe im Spiegel von 30 Jahren Deutsche Einheit. Denn Freie Berufe wie jener des Journalismus machen die Menschen mündig und sind eine gesellschaftliche Errungenschaft. Auch im digitalen Zeitalter müssen sich freiberufliche Journalisten für Qualität verbürgen können. Der Bundesverband der Freien Berufe (BFB) vertritt als einziger Spitzenverband der freiberuflichen Kammern und Verbände die Interessen der Freien Berufe. Neben dem DPV gibt es keinen weiteren Journalistenverband, welcher sich in diesem wirkungsvollen Umfeld für die Belange von freiberuflichen Journalisten engagiert.

Austausch mit Regionalgruppen-Leitern

In diesem Monat treffen sich Vertreter der Bundesgeschäftsstelle und der Regionalgruppen in Mannheim, um den professionellen und lebendigen Wissenstransfer, den Dialog und die Vernetzung der Mitglieder untereinander zu unterstützen. Die Berufsverbände des Journalistenzentrum Deutschland sind Ansprechpartner rund um das Thema „Journalismus" und unterstützen Gerichte, Ministerien und Behörden mit ihrem Fachwissen, Gutachten und fachlichen Stellungnahmen. Dieses geschieht auch in Zusammenarbeit mit anderen Verbänden und Institutionen, öffentlichen Stellen oder der Wirtschaft. DPV und bdfj fördern und unterstützen nationale und internationale Journalistenvereinigungen mit ähnlichen Zielen und sind Mitglied in zahlreichen Gremien und Organisationen. Die Regionalgruppen unterstützen die Bundesgeschäftsstelle regional bei der Vertretung der Interessen von Journalisten sowie im Rahmen der Mitgliederbetreuung bei administrativen Aufgaben.

Beratungen über internationale Journalistenhilfe

Vertreter von DPV und bdfj treffen sich in Frankfurt mit dem Präsidenten einer südasiatischen Menschenrechtsorganisation, um über die Lage in dieser Region und über Hilfsmöglichkeiten für Medienschaffende zu diskutieren. Gemeinsam mit dem Fachgruppenleiter für Internationale Beziehungen des Journalistenzentrum Deutschland werden bei mehrtägigen Treffen Lösungen avisiert und konkrete Umsetzungen vereinbart, welche auch die Weiterentwicklung des von DPV und bdfj mitgegründeten Institute of Journalism (IOJ) einschließen.

September 2019

Journalistenvertreter beraten sich in Wien

Für einen Tag treffen sich Vertreter verschiedener internationaler Journalistenorganisationen, um über die aktuelle Lage zur Pressefreiheit und zur Situation von Journalisten in ihren Ländern zu beraten. Bei dem Austausch werden Wege und Mittel erörtert, welche dem einzelnen Berichterstatter in seiner jeweiligen Situation die Berufsausübung erleichtern, ja in manchen Fällen sogar erst ermöglichen. Die Ergebnisse werden in das tägliche Engagement von DPV und bdfj einfließen.

Internationales Fotografie-Festival

Die Berufsverbände DPV und bdfj informieren sich vorab über das International Photography Festival, welches eine Vielzahl der besten Fotografen zusammenbringt. Begleitet wird die Veranstaltung von Ausstellungen, Workshops, Seminaren, Gesprächsrunden, Screenings, internationalen Wettbewerben und natürlich Foto-Shootings. In Interaktion mit professionellen Fotografen, Fotoenthusiasten, Filmemachern, Studenten und Fotopädagogen informieren sich die Vertreter des Journalistenzentrum Deutschland im Sinne ihrer Mitglieder über aktuelle Branchenstandards und -lösungen.

Business Media International Summit und Awards

Vertreter des Journalistenzentrum Deutschland beteiligen sich an der Veranstaltung Smart SMB Summit & Awards. Der Fokus des Events liegt auf dem vielfältigen Segment kleinerer und mittlerer Medienhäuser, welche insgesamt für die größte Anzahl an Beschäftigten in den lokalen Volkswirtschaften der Regionen verantwortlich ist. Hier werden einige der Kernthemen, die die digitale Revolution prägen, überdacht und neue Perspektiven entwickelt, mit denen die digitalen Strategien der Verlage verbessert werden können.

Versammlung International Press Institute Deutschland

Vorstand und Mitglieder des International Press Institute IPI, der weltweit ältesten Organisation im Engagement für die Pressefreiheit, treffen sich beim MDR in Leipzig, um die Belange des deutschen Nationalkomitees zu koordinieren. Die Vorsitzende, Prof. Dr. Karola Wille, berichtete dabei über die Zusammenarbeit mit dem European Centre for Press and Media-Freedom ECPMF, welches seit mehreren Jahren die Angriffe auf Journalisten bundesweit beobachtet. Der Direktor der Press Freedom Programme, Scott Griffen, gab bekannt, dass der Weltkongress 2020 in New York an der Columbia University und damit an dem Ort stattfinden wird, wo IPI vor 70 Jahren gegründet wurde. Ein Vertreter von DPV und bdfj sitzt im dreiköpfigen Vorstand des deutschen Nationalkomitees von IPI.

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

PRESSE Ball BERLIN

Veranstaltung unter der Schirmherrschaft des Europäischen Parlaments

Europäisches Parlament

11. JANUAR 2020

MARITIM HOTEL BERLIN

UNTER DEM MOTTO

Liebesgrüße AUS EUROPA

LADEN WIR SIE HERZLICH EIN.

Erleben Sie einen exklusiven Abend mit hochkarätigen Gästen,
einer kulinarischen Reise durch Europa sowie erstklassigem Bühnenprogramm.

Verschiedene Lounges und Areas laden zum Probieren und Verweilen ein.

BALLKARTEN-HOTLINE
030 351 03 446

INFOS
WWW.PRESSEBALL.DE

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