

Sonntag Aktuell vor dem Aus? Schwäbische Vorratsdatenspeicherung „Heben Sie sich ein paar Seiten für den Sonntag auf“

Um es vorweg zu sagen: An den Kolleginnen und Kollegen der „SoAk“ lag es nicht, dass eine gute Idee, geboren vor 36 Jahren, nie zur stattlichen Sonntagszeitung reifen durfte.

Es ist ein Trauerspiel in mehreren Akten, das wohl bald seinen letzten Höhepunkt finden wird: Die Gesellschafterversammlung der etwa 30 Anteilseigner der „Sonntag Aktuell“ in der „Südwestdeutschen Medienholding“ wird wohl das Aus der „7. Ausgabe ihrer Zeitung“ beschließen.

Das Blatt der Woche 8 im 37. Jahrgang hatte einen vielversprechenden Aufmacher: „Zerstückelter Spielplan“ der Fußball-Bundesliga, weil diese so viel verdienen will wie die englische Premier League. Knapp 50 Zeilen vom Widerstand der Fan-Gruppe „Unsere Kurve“ des VfB Stuttgart. Dann aber keine Fortsetzung des Themas im Sportteil. Aber mit derzeit noch 4,2

Personalstellen kann so etwas wohl nicht geleistet werden.

Wohl schon bei der Gründung der „SonntagAktuell“ wurde ein Sparauftrag postuliert, der das publizistische Unglück dieses Blattes war. Um das Jahr 1979, in der Hochzeit der Zeitungsverleger-Gewinne, blühte in jedem Verbreitungsgebiet ein Anzeigenblatt und es gab noch einige Werbefelder, die beackert werden mussten. Denn die Konkurrenz der Regionalzeitungen war schon da:

Da war der Verleger Ippen, der Anzeigenblatt für Anzeigenblatt in allen Ecken der Republik aufkaufte oder neu etablierte; ganz zu schweigen von „Bild am Sonntag“. Die Geschäftsleitung in Stuttgart war sich einig, dieses Feld selbst zu beackern. Und so erblickte das stolze Zeitungskind „Sonntag Aktuell - die 7. Ausgabe der Zeitung“ das Licht der Welt mit über einer Million Auflage, die

Aus dem Inhalt

Vergütungsregeln: Bewegung bei den Zeitschriftenverlegern
Seite 2

dju-Arbeitszeit-App: Wissen, wann die Stunde geschlagen hat
Seite 3

Politik und Journalismus im Netz
Nachbetrachtung Jahrestagung der Heinrich Böll Stiftung
Seite 4

Mediensplitter
Seite 7

zweitgrößte Sonntagszeitung der Bundesrepublik.

Aber das war schon eine Mogelpackung, denn es war keine Zeitung sondern ein Anzeigenblatt mit Zeitungsfleur. Die 7. Ausgabe hatte keine Vollredaktion und die geringe Zahl an Redakteurinnen und Redakteuren wurde auch noch schlechter bezahlt, als ihre Tageszeitungskolleginnen und -Kollegen im gleichen Haus.

Dennoch waren sie voller Elan und Zuversicht, etwas Neues wagen zu dürfen. Arndt Brummer oder Hans-Joachim Schlüter glänzten mit Einfällen wie dem „Politischen Frühstück“, Kolumnen von Vinzenz Klink, Marcia Haydee oder Lothar Späth.

Bald aber folgte die Ernüchterung. Es gab Kritik von Verlegern: „Zu aufmüppig, zu intellektuell.“ Und es sollte mehr Gewinn an die Gesellschafter ausgeschüttet werden. Schlussfolgerung: Sparen am Personal. Das kleine Team der Beschäftigten war untereinander solidarisch und ging so weit, mit Chefredakteur Andreas Braun die



Journalistenforderung während der Tarifrunde.
Dem Management der SWMH als Mahnung:
Das gilt auch für SonntagAktuell. Foto JR

Fortsetzung Seite 7

Wer die Honorarhöhen sieht, dem kommen die Tränen

**Bewegung bei den Zeitschriftenvergütungsregeln:
Nach 54 Verhandlungen erste Zahlen der Verleger auf
dem Tisch.**

In mittlerweile 54 gezählten Runden haben in unterschiedlicher Zusammensetzung seit 2003 Sondierungsgespräche mit dem VDZ stattgefunden. Dabei ging es bis Ende des vergangenen Jahres um die grundsätzlichen Regelungen einer möglichen Gesamtvergütungsregelung (GVR), die offensichtlich auch differenzierter und vielschichtiger als für Zeitungen sein müssen.

Es gab vor allem über Jahre Vorbehalte seitens des VDZ über konkrete Honorarhöhen ins Gespräch zu kommen. Zeitweilig seitens des VDZ sogar Ansätze eine GVR ganz ohne bezifferte Honorare vereinbaren zu wollen.

Doch im Dezember haben nun tatsächlich die Zeitschriftenverleger in der 54. Verhandlungsrunde erstmals Zahlen auf den Tisch gelegt.

Ausgegangen ist dies vom Verbandsgeschäftsführer der Südwestdeutschen Zeitschriften-Verleger Wolfgang Haas (BaWü), der die Fachzeitschriften repräsentiert. Er hat eine Vergütungsmatrix für Fachzeitschriften vorgelegt.

Wer die Honorarhöhen sieht, kann sich die verhaltene Reaktion unserer Verhandler Rüdiger Lühr und Wolfgang Schimmel vorstellen, auch wenn das sozusagen bahnbrechende Ereignis eigentlich erfreulich gewesen wäre. Die Matrix sieht gestaffelt nach Auflage und Honorarniveau verschiedene Stufen vor. Das Seitenhonorar hat eine Bandbreite zwischen 50 und 210 Euro.

Die Verhandlungsdelegation dju und DJV hält eine Rückkopplung und Diskussion des VDZ-Vorschlags und der weiteren Verhandlungen mit den aktiven Zeitschriften-Freien für notwendig.

Am 5. März soll es eine gemeinsame Beratung von Kolleginnen und Kollegen aus dem DJV und der dju zur Einschätzung des konkreten Verhandlungsstandes mit dem VDZ geben.

Urheberrechts-Novelle

Mittlerweile zeichnet sich ab, dass der Bundes-Justizminister Heiko Maas an einer Novelle des Urheber-Vertragsrechts arbeitet und im Laufe des Jahres vorlegen und beraten lassen wird.

Dabei legt er anhand erster Signale, die zu vernehmen sind, den Schwerpunkt auf eine Verbesserung der Abläufe, die zum Abschluss, einer GVR führen sollen und die die Durchsetzung erleichtern sollen.

dju-Bezirk Stuttgart

Neuer Gesamtvorstand

Nach dem bei dem vergangenen Termin im Dezember 2014 bei dem Tagesordnungspunkt: „Vorstandswahlen“ der damalige dju-Vorstand in Stuttgart, der mit über 300 Mitgliedern der größte im Land Baden-Württemberg ist, nur entlastet, aber kein neuer Vorstand gewählt werden konnte, ist dies auf das neue Jahr verschoben worden und die erste Sitzung 2015 wurde erneut mit dem Punkt Wahlen zum Vorstand anberaumt.

Am Freitag, 27. Februar, trafen sich im „Theater Forum 3“ die Mitglieder zur Beratung. Um nicht die Arbeit an Einem, Zweien oder Dreien verbleiben zu lassen, waren sich mehrere Mitgliedern nach eingehender Diskussion nicht nur einig, sondern auch freudig motiviert, als Team den Stuttgarter Journalisten-Platz der dju

Vergütungsregeln für Tageszeitungen

Für Zeitungen gibt es ja eine bestehende Gesamtvergütungsregelung (GVR), die auf der Seite der dju dokumentiert sind:

[http://
dju.verdi.de/++file++52cade236f684
41b1f00040/download/FreieJourn_
Verguet2013_WEB.pdf](http://dju.verdi.de/++file++52cade236f68441b1f00040/download/FreieJourn_Verguet2013_WEB.pdf)

Zudem gibt es eine von DJV und dju gemeinsam aufgebaute Seite zur Information und Hilfestellung bei der Durchsetzung von GVR:

[http://
www.faire-zeitungshonorare.de/](http://www.faire-zeitungshonorare.de/)

zu representieren und in den kommenden fünf Jahren mit gewerkaftlichem Leben zu füllen.

Das neue Vorstandsteam besteht aus sieben gleichberechtigten Mitgliedern: Ayse Egilmez (freie Journalistin - Türkei und ausländische Arbeitnehmer), Klaus H. Grabowski (freier Journalist), Verena Großkreutz (Kulturjournalistin), Gerhard Manthey (freier Medien-Journalist), Achim Pilz (Text-Journalist mit Spezialgebieten Architektur/Baubiologie), Ulrich Schreyer (freier Journalist Maschinenbau / Wirtschaft), Sabine Weissinger (freie Journalistin, Spezialgebiete Umwelt und Soziales).

Der neu gewählte Vorstand hat in einer umfangreichen Tagesordnung die Schwerpunktveranstaltungen für die kommenden zwei Jahre konzipiert. Mehr dazu demnächst im Mitgliederbrief.

Mitgliedertreffen sind jeweils am zweiten Mittwoch im Kalendermonat, der kommende Termin, ist der 8. April 2015 im Forum-Theater, 19 Uhr. Eine gesonderte Einladung geht an noch heraus. Alle sind willkommen.



Die journalistische Arbeitszeit zwischen Gegenwehr und Ausbeutung

Neue Betriebsvereinbarung bei der Mainpost in Würzburg; tariflose Landschaft am Bodensee

Die „Main-Post“ in Würzburg, zum Konzern „Augsburger Allgemeine“ gehörig, ist, wie in der Branche üblich, ein gesellschaftliches Konglomerat. Die Redaktion ist eine eigene Firma mit einem hauseigenen Tarifvertrag, den ver.di nicht unterzeichnet hat, da der Verleger seine Beschäftigten so lange presste, bis diese neue Beschäftigungs- und Entlohnungsbedingungen weit unterhalb des Flächentarifs vom Bayerischen Journalistenverband vereinbaren ließen

Doch die Schmerzen für die Beschäftigten haben Grenzen

So bei der Arbeitszeit: Der Betriebsrat befragte die Kolleginnen

Impressum:

Der MediaMaker ist das Organ der Fachgruppe Medien in Baden-Württemberg, zur Diskussion und Information in der Fachgruppe, über die Fachgruppe und das gewerkschaftliche und berufliche Umfeld.

Titel Copyright: Rolf Johannsen, Kommunikationsagentur MediaMaker, Ulm
V.i.S.d.P.: Siegfried Heim, Redaktion: Werner Jany, Gerhard Manthey
ver.di Baden-Württemberg
Fachbereich Medien, Kunst und Industrie (FB 8)
Theodor-Heuss-Straße 2 / Haus 1, 70174 Stuttgart
Postfach 10 10 45, 70009 Stuttgart
Telefon: 07 11 / 88 7 88 - 08 04
Fotos (sofern nicht anders angegeben): GRAFFITI Stuttgart

und Kollegen der Redaktion zum Ist-Zustand der arbeitszeitlichen Belastung. Ergebnis: pro Jahr wird dem Verleger ein Arbeitsvolumen geschenkt, das 6,7 Personalstellen entspricht.

Nach langen Verhandlungen ist nun seit dem 1. Januar 2015 bei der Main-Post in Würzburg eine Betriebsvereinbarung in Kraft, die das Arbeiten der Journalisten so erfasst, dass es kein Korsett für den Journalismus darstellt, sondern die Belastung darstellt und auf dieser Grundlage der Ausgleich der Mehrarbeit für alle erfolgen kann.

Beim Konstanzer „Südkurier“, einem weiteren tariflosen Unternehmen des Konzerns, wird diese Entwicklung aufmerksam verfolgt

Bezug auf den Tarifvertrag (36,5 Stunden-Woche) dessen Nachwirkung postulieren. Dafür haben sie aber eine Gehaltserhöhung schon eine lange Reihe von Jahren nicht mehr gesehen. Die übrigen haben geringere Jahresgehälter und eine individuell vereinbarte 40-Stunden-Woche.

Der Betriebsrat unter dem Vorsitz von Birgit Orlowski kümmert sich. Ihr Wunsch: auch für den Südkurier eine Arbeitszeit-Betriebsvereinbarung.

Doch dazu ist die Zustimmung möglichst vieler Beschäftigten nötig. Die erste Umfrage dazu vor sehr geraumer Zeit wurde nur von etwa einem Drittel beantwortet. Ein Meinungsbild das nicht ausreichend fundiert war. Nun, mit den Erfahrungen aus dem Konzern soll ein neuer Wind in die Diskussion am Bodensee blasen.

dju Arbeitszeit-App

Wissen, wann die Stunde geschlagen hat

Die Deutsche Journalistinnen- und Journalisten-Union (dju) in ver.di hat mit der dju-Arbeitszeit-App auf ihrer Bundeskonferenz in Berlin einen neuen Service für Redakteurinnen und Redakteure in Zeitungsredaktionen vorgestellt.

Die App bietet ein einfaches Hilfsmittel zur individuellen Kontrolle der Arbeitszeiten in Zeitungsredaktionen. Auf gängigen Smartphones und Arbeitsplatzrechnern kann das Programm genutzt werden und bietet Auswertungen und Überblick über die Arbeitszeiten in der Redaktion und Einsatzzeiten auf Außenterminen.

Der Druck in den Redaktionen steigt durch die veränderten Produktionsbedingungen im Zuge der digitalen Transformation immer weiter an.

Es gibt bereits viele Redaktionen, die mit Betriebsvereinbarungen zur Arbeitszeit gesundheitsgefährdende Einsätze rund um die Uhr begrenzen.

„Von vielen Kolleginnen und Kollegen, die davon noch nicht profitieren, wurde der Wunsch an uns heran getragen, sie dabei zu unterstützen, ihre Arbeitszeit zu dokumentieren: Sie wollen wissen, wann die Stunde geschlagen hat und ihre Arbeitszeit überschritten ist. Diesem Wunsch kommen wir mit unserem neuen Service gerne nach“, erklärte die Bundesgeschäftsführerin der dju in ver.di, Cornelia Haß.

Weiter gehende Informationen unter
<https://dju.verdi.de/service/arbeitszeit-app>.

Politik und Journalismus im Netz

Nachbetrachtung Jahrestagung der Heinrich Böll Stiftung Baden-Württemberg

An einem Samstag mehr als hundert jüngere Menschen im Stuttgarter Rathaus zu treffen, die sich fast acht Stunden mit dem Thema „Politik im Netz“ beschäftigen, ist ermutigend. Und doch ist gleichzeitig, zu fragen, wo und wann ist der nächste Schritt zu tun? Wo bleibt die tägliche Bewusstwerdung für möglichst viele Bürger und Bürgerinnen über den schleichend sich verändernden Alltag, klar zu werden, und gemeinsam politische Antworten zu finden?

Es hilft nichts, wir müssen klein anfangen, über jedes Dorf zu ziehen und Verbündete finden. Eigentlich schon im Kindergarten. Danach in der Medien-Erziehung für jung und alt. Und dann im Üben von Netz-Demokratie.

Wer liest heute noch Orwells 1984, wenn uns die Zukunft schon eingeholt hat? Wofür hat unsere Gesellschaft Professorinnen wie Dr. Caja Thimm von der Universität Bonn mit ihrem Studienschwerpunkt Medienwissenschaft und Intermedialität.

Sie zeigte anschaulich die Entwicklung der Kommunikation: Von Mensch zu Mensch, vom Radio, Fernsehen zu vielen, im Netz: von allen zu allen. Schon hat sich der analoge Bürger transformiert ohne es zu merken. Er wurde ein digitaler Citoyen.

Beabsichtigt ist hier die sprachliche Rückführung auf den Bürger der Französischen Revolution, der mit seinen blutig erkämpften Rechten von Freiheit, Gleichheit und Solidarität auch uns heute noch Normen setzt, die es wert sind.

Medienkommunikation durchdringt unser Leben. Der mit diesem Prozess einhergehende Wandel im bürgerlichen Selbstverständnis setzt eigentlich den streitbaren Bürger - wie in Frankreich - voraus. In Deutschland aber ist Ruhe. Der „Scheißsturm“ im Netz da und dort, bringt bestenfalls einen Bundespräsidenten Köhler zum Rücktritt. Digitale Beteiligungsformen entsprechen noch lange nicht politischer Partizipation.

Digitale Demokratie setzt voraus, dass alle Bürger sich kreativ das Netz aneignen. Dabei gilt die Prämisse, je lokaler das Netz, desto konkreter kann der digitale Citoyen seiner politischen Pflicht und seinem Recht nachkommen und wird am Ende wieder ein analoger Bürger - durch die Tat!

Dazu bedarf der Mensch medienpolitischer Kompetenz.

Wenn wir uns die „socialnet“-Landschaft ansehen staunen wir über die täglich wechselnde Vielfalt, und wer sich nicht intensiv kümmert, ist schnell „out“. An jeder öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalt gibt es eine mehr oder minder stark besetzte Abteilung, die umfassend die Netzwerke beobachtet und bearbeitet. Verbunden mit dem jetzt zu verwirklichenden Jugendkanal von ARD und ZDF ist dies ein Gebiet digitaler Bildungsarbeit. Das gilt es politisch zu fordern, zu fördern und zu kontrollieren, damit es nicht kommerziellen Interessen unterliegt.

Die Bundeszentrale für politische Bildung versucht etwas Ähnliches, ein politisches Bildungstool unter

der Oberaufsicht der Bundesregierung. Es heißt „PoliQ“. Professor Sabine Trepte und Josephine Schmitt von der Universität Hohenheim zeigen mit diesem nicht staatsfernen Online-Tool Jugendlichen Wege auf, sich über Politik zu informieren und sich in der Medienwelt zu orientieren.

Damit kommen wir zum Kern der digitalen Netzwerke:

*Wem gehören sie?
Wem nützen sie? Was wird mit den gespeicherten Informationen gemacht? Sind sie demokratisch orientiert und legitimiert?*

Die Netze gehören kommerziellen Anbietern und jeder Teilnehmer ist von der Wiege bis zur Bahre Ware. Das muss man und frau wissen, wenn die Aufforderung von „facebook“ kommt, die neuen Geschäftsbedingungen über das Datenverhalten zu akzeptieren. Der digitale Citoyen braucht einen Schleusenwärter des Wissens im Netz. Journalisten waren in den papiernen Zeiten diese Türhüter. Diese Funktion haben sie eingebüßt.

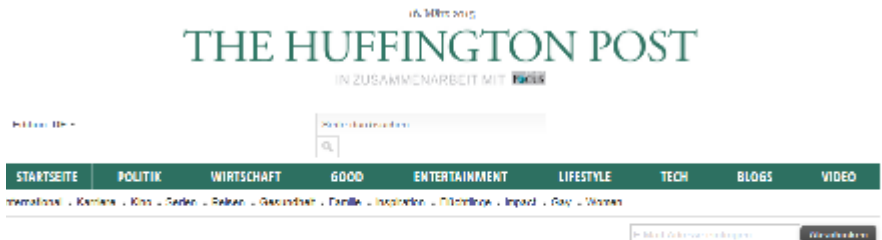
Aber diese Funktion müssen sie sich wieder zurückerobern. Sie müssen dem digitalen Citoyen helfen, bei seiner digitalen Selbstbestimmung, ohne ihn zu bevormunden: mit unabhängigem Journalismus.

Die Journalisten müssen begreifen: „Die Herausforderung ist nicht

das Internet, sondern die Inhalte!“ Klaus Linsenmeyer, der Leiter des Washingtoner Büros der Heinrich Böll-Stiftung machte dies anhand seiner Thesen zum vergangenen Obama-Wahlkampf deutlich. Das Netz und das Geld regieren. Was im vergangenen Wahlkampf erfolgreich mit einem Aufwand von drei Milliarden Dollar investierter Wahlkampfmacht umgesetzt wurde, wird im kommenden Wahlkampf um die us-Präsidentschaft noch getoppt:

Noch mehr Kapital, noch mehr Netz, noch raffiniertere Methoden, die Wähler zu fangen und den Gegner zu verunglimpfen. Charles und David Koch, zwei wirtschaftsliberale US- Milliardäre wollen für die Republikaner alle finanziellen Sponsor-Dimensionen sprengen.

Das Unternehmen des Erfolgs heißt „i360“. Es umfasst 250 Millionen elektronische Profile und politische Vorlieben. Das Konsumverhalten der Bürger und Bürgerin-



800 MILLIONEN FRANKEN SCHWARZGELD

Wie sich Varoufakis das Geld reicher griechischer Steuersünder entgehen lässt

nen, die Kreditwürdigkeit der Wahlbürger, die früheren und derzeitigen Wohnadressen, bevorzugte Automobilmarken, Aktivitäten in sozialen Netzwerken.

Professor Thimms Untersuchungen ergaben: Der front national von Marine LePen hat das beste Netzwerk in Frankreich, Garant für ihren politischen Erfolg!

Die US-Parteien sind besorgt, dass Koch Industries sie aus ihrer traditionellen Rollen herausdrängen und längerfristig ganz von der Bühne verdrängen. Politico, die einflussreiche US-online-Plattform spielt eine durchaus vernünftige und analytische Rolle - aber sie ist werbefinanziert. Die Axel-Springer AG hat sich genau in diese Plattform eingekauft und eine europäische Ausgabe auf den Weg gebracht: Sart im Frühjahr 2015.

USA 2007: Gründung der Plattform „Politico“ von zwei Washington-Post-Redakteuren. Werbefinanzierte Websites zur Politik.

Als Beiprodukt eine gedruckte Ausgabe kostenlos in Washington. Newsletter für Radio und Fernsehen und sechs Mal im Jahr ein Hochglanzmagazin. Politico ist ein Faktor unter den Leitmedien in den USA: monatlich sieben Millionen Einzelnutzer.

Buzzfeed Deutschland, Huffington Deutschland und Krautreporter sollen kurz angesehen werden.

10.10. 2013 10.10 Uhr
Das digitale Huffington-Zeitalter bricht bei Burda an.

Da schreien die Ausrufezeichen. Die Mitarbeiter werden mit Bekanntheit statt mit Geld honoriert: Ministerin von der Leyen, CSU Netz-Politikerin Dorothe Bär, Rene Obermann, Telekom. Es gibt keine inhaltlichen Hierarchien: News Space. 15 Journalisten-Blogs mit unterschiedliche Themen sind anzutreffen. Verleger Hubert Burdas-Kritik am Kostenlos-

Journalismus ist nicht ernst zu nehmen, da er ihn selbst praktiziert.

Allerdings: die zuarbeitenden Focus-Kollegen werden für Huffington bezahlt.

BuzzFeed Deutschland, im Oktober 2014 gegründet: Chefredakteurin Juliane Leopold: „Wir wissen noch nicht, ob es nach dem US-Vorbild wird“.

KRAUTREPORTER

ÜBERSICHT AUSLÄNDLICH

ARTIKEL AUTOREN

THESSA RAJFELBIN
Wahl in Israel: Aufstand an den Rändern

CHRISTIAN FAHRENBACH
Morgenpost: Protest gegen die brasilianische Präsidentin

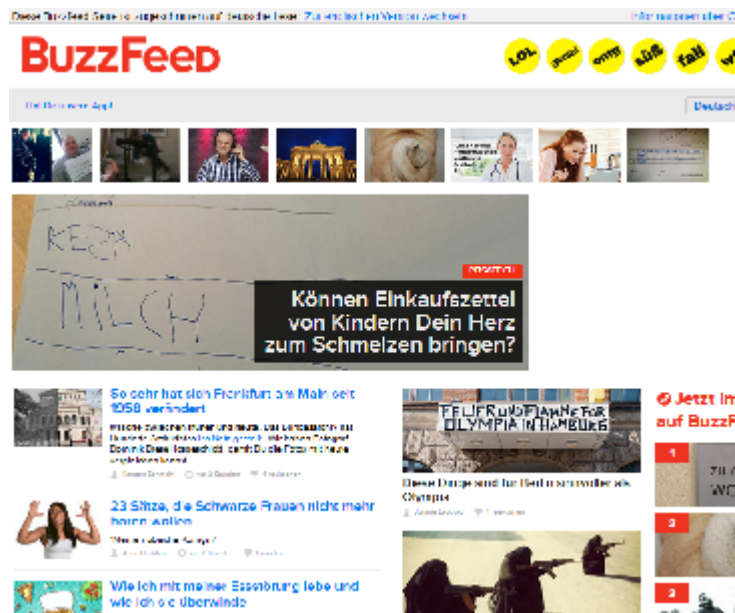
KRAUTREPORTER MITGLIED
"Es macht Spaß, den Prozess zu verfolgen"

THERESA DÄUERLEIN
Der G-Punkt, das gynäkologische Rätsel

KRAUTREPORTER-MITGLIED
"Keine redaktionellen Hindernisse"

RICCO GRIMM
Wir erklären den Wahlkampf in Israel: Wahlwerbespots

Screenshots von BuzzFeed und Krautreporter vom 16. März



Native Advertising bei der US-Mutter: Wer BuzzFeed sucht, wird Werbung finden“ - werbungsgebundene Inhalte sind das Unternehmensziel.

Krautreporter: Ebenfalls seit Oktober 2014 auf dem Digitalmarkt. Die 30 Journalisten und Journalistinnen, die Krautreporter“ als „community“-finanzierte Plattform betreiben, haben rund eine Million Euro gesammelt. Inhaltlich geht es wohl zum großen auserzählten Format. Fünf Euro Abogebühr: Was will der Leser und die Leserin für dieses Geld?

Die Mehrzahl der Deutschen Verleger begibt sich auf der Suche nach neuen Gewinnen wohl zu dem Modell einer werbefinanzierten Plattform.

Wo bleiben die Journalisten mit ihrem Anspruch auf einen Journalismus auf der Grundlage des Art. 5.5. GG und des Presse-Kodex des Deutschen Presserates? Was fehlt uns für einen guten Start?

GM

Dank an Ute Kaiser für ihre wertvolle Arbeit im Presserat

Da ist zuerst dieser genaue Blick durch die Brille. Klare, kritische Augen und ein leises Lächeln. Dann, klar analysierend die Fragen, sehr schnell auf den Punkt gebracht.

Ute Kaiser, Redakteurin beim Schwäbischen Tagblatt in Tübingen war drei Amtsperioden im Deutschen Presserat im Beschwerde-Ausschuss tätig.

Sie war damit eine der Kolleginnen, die jede Woche und jeden Monat eine große Zahl nicht bezahlter Stunden damit verbringt, sich die die möglichen Verstöße gegen den Pressekodex aus der bundesdeutschen Medienlandschaft (print und online) zu Gemüte zu führen, ihre Anmerkungen zu machen, nachzufragen, zu lesen, zu lesen und zu lesen.

Um dann nachzudenken und mit den anderen Kolleginnen und Kollegen auf einer der Sitzungen des Beschwerde-Ausschuss gemeinsam den Daumen zu heben oder zu senken: Rüge, keine Rüge, öffentlich oder verdeckt, eine Ermahnung?

Ohne diese Arbeit, sähe es in der bundesrepublikanischen Medienlandschaft düsterer aus.

Die Arbeit im Presserat ist ein Halt für alle Journalistinnen und Journalisten in der täglichen Suche nach wahrhafter Berichterstattung im Sinne des Pressekodex.

Ute Kaiser scheidet jetzt aus dem Presserat aus. Die dju Baden-Württemberg dankt ihrer Kollegin Ute Kaiser für die wertvolle Arbeit.

OLG Karlsruhe:

Vergütungsregeln gelten auch vorher

Das Oberlandesgericht Karlsruhe hat die Vergütungsregeln an Tageszeitungen als Grundlage für angemessene Honorare genommen und den Verlag der Pforzheimer Zeitung zu beträchtlichen Nachzahlung an einen freien Journalisten verurteilt.

Das OLG Karlsruhe bestätigte am 12. Februar (Az.: 6 U 115/13) ein Urteil des Landgerichts Mannheim vom 2. August 2013, dass dem freien Journalisten fast 47.200 Euro Honorar für die Jahre 2009 und 2011 zuzüglich Zinsen nachträglich zugesprochen hatte.

Dabei handelt es sich um die Differenz zwischen den tatsächlich geleisteten Honorarzahungen und den Sätzen, die dem Journalisten nach den Gemeinsamen Vergütungsregeln zugestanden hätte.

In seiner Pressemitteilung betont das OLG, dass die „Ansprüche nicht nur für die Zeit nach dem Inkrafttreten der gemeinsamen Vergütungsregelungen, sondern auch für davor liegende Zeiträume in Betracht kommen. Die getroffenen Vergütungsregelungen begründeten Indizwirkung für die Höhe einer angemessenen Vergütung auch für solche Zeiträume,

die nicht allzu weit vor dem Inkrafttreten der Regelungen liegen.“

Die Revision zum Bundesgerichtshof wurde zugelassen. Vor der Revisionsentscheidung vor dem BGH steht auch die Entscheidung des LG Köln vom 17. Juli 2013. Als erstes Landgericht hatte es die Vergütungsregeln an Tageszeitungen als Grundlage für angemessene Honorare genommen und den Verlag des Bonner General-Anzeigers zu beträchtlichen Nachzahlung an zwei freie Journalisten verurteilt

Initiative Urheberrecht 14.02.2015

Fortsetzung von Seite 1

Sonntag Aktuell vor dem Aus?

Kürzung der Gehälter zu vereinbaren, damit Beschäftigte weiter in der Redaktion bleiben konnten.

Die Anzeigen waren der Hauptgrund für die Existenz der siebte Ausgabe. „Sonntag Aktuell“ war nur auf der Welt, damit sich kein anderer Verleger in das schöne Verbreitungsgebiet einnistete.

Und da war was zu verdienen, in erster Linie für das Druckzentrum und die „Stuttgarter Nachrichten“ mit ihren Partnerzeitungen auch für die anderen Abnehmer im Norden und Süden. Von der Rheinpfalz in Ludwigshafen über Mannheim bis nach Ulm reichte das Verbreitungsgebiet mit bis zu 1,06 Millionen Auflage. Heute dümpelt die „Sonntag Aktuell“ bei 570 000 Auflage, 660 000 waren es noch 2009.

Zwischenspiel:

Seit dem 17. Januar 2010 gibt es das dünne 7. Blatt sogar am Kiosk zu kaufen, um noch einmal den Begriff „7. Ausgabe“ zu strapazieren.

Die Partnerzeitungen oder die anderen Abnehmer „Rheinpfalz“ und „Südwestpresse“ hatten immer unterschiedliche Tendenzen, von liberal-konservativ zu christlich-konservativ und allen Schattierungen dazwischen. Da konnte ein von den Redakteuren gut gewolltes Blatt in Stuttgart schnell anecken.

Der Kaufpreis, den die Stuttgarter verlangten, war ein steter Zankapfel zwischen den Verlegern im Aufsichtsrat der GmbH und den Geschäftsführern in Plieningen. Einer, Jürgen Dannenmann, feilschte fast bis zum Exitus des ganzen Konstrukts, weil er einige Cent pro Stück mehr verdienen wollte, als die anderen bereit waren zu zahlen. Damals sprangen die ersten Verleger ab und verfolgten eigene Projekte.

Der letzte Ausstieg aus dem Kreis der „Sonntag Aktuell“ datiert erst vom 1. Januar 2015: Der Heidenheimer Verleger Martin Wilhelm begründet seinen Ausstieg

mit zu später Zustellung: „Um neun Uhr braucht sonntags keiner mehr eine Zeitung“. Nun hat die Heidenheimer Redaktion eine zusätzliche Aufgabe zum Wochenende, wofür sie einen Volontär als zusätzliche Besetzung bekommt.

Die entfallene Sonntagszeitung entwertet Verleger Wilhelm in seinem on-line-Auftritt seiner Zeitung damit, dass

die treuen Abonnenten am Samstag bitte schön nicht alles aus der Zeitung herauslesen sollten und sich noch einen Teil für den Sonntags-Kaffee mit Kuchen aufheben sollen.

Schwäbische Vorratsdatenspeicherung nennt „Kontext“ das.

Ein sehr schwäbischer Rat, wenn der Abonnent bedenkt, dass er weiterhin den gleichen Preis berappen soll, dass aber vier Ausgaben im Monat nun fehlen.

Das Verbreitungsgebiet der Heidenheimer Zeitung ist damit der regionale Test auf die landesweite Entscheidung. Die Gesellschafter von „Sonntag Aktuell“ sehen Wilhelms Vorpreschen als Laborversuch. Dr. Martin Jaschke, Manager der Medienholding in Stuttgart: „Sonntag Aktuell“ könnte zur Mitte des Jahres durch eine erweiterte Wochenendbeilage abgelöst werden.

„Sonntag Aktuell“ hatte zum Start mehr als zwölf Redakteure, die zunächst auf sieben Vollzeitstellen reduziert wurden. Von den sieben blieben bei der nächsten Umstellung, der redaktionellen Integration der „Sonntag Aktuell“ in die „Stuttgarter Nachrichten“ noch 4,2 Vollzeit-Planstellen übrig.

Sollten die Wochenendbeilagen-Pläne Wirklichkeit werden, würden die betroffenen Redakteurinnen und Redakteure in den Stuttgarter Nachrichten“ wohl anderweitig

beschäftigt. Von Kündigungen ist bisher nicht die Rede. Schwieriger wird es für die Drucker. Der Druckauftrag datiert noch bis zum Jahresende 2015. Aber möglicherweise will die Geschäftsleitung schon vorher aussteigen.

Wer sich am Samstag die „Süddeutsche Zeitung“ kauft - produziert in der Münchener Niederlassung des SWMH-Konzerns - bekommt seit einigen Monaten eine erweiterte Wochenendbeilage. Die Redaktion in München wurde dafür personell aufgestockt, wie die Redakteure in Stuttgart neidvoll feststellen müssen.

Die Freude wäre gewiss groß, wenn statt der permanenten Einsparungen auch in Stuttgart einige Stellen dazu kämen, um den Inhalt zu fertigen, den sich Journalisten und Leser für eine gute Wochenendbeilage wünschen.

Daran darf aber gezweifelt werden. In den vergangenen Monaten war stattdessen zu beobachten, dass von den Redakteuren der „Stuttgarter Zeitung“ journalistische Zusatzleistungen samt unbezahlter Mehrarbeit verlangt wurden.

Die unbezahlte zusätzliche Arbeit fließt unter anderem in die Partnerzeitungen und andere Gesellschaften des Konzerns. ver.di hat den Verband Südwestdeutscher Zeitungsverleger aufgefordert, sein tarifuntreues Mitglied zur Ordnung zu rufen. Der VSZV versicherte, von der Konzern-Personalleitung die Zusage erhalten zu haben, man bearbeite das Problem.

Die Chefredaktion und einige wenige von ihr Auserwählte wollen nun allein bestimmen, wie es am Wochenende weiter gehen soll. Die Anzeigenbringer, Reisen zum Beispiel, werden in einer künftigen Wochenendbeilage sicher einen Platz einnehmen. Aber genügt das den Lesern?

Wo ist der Dialog Redaktion-Leser-Geschäftsleitung? Er fehlt ebenso wie der Dialog mit der Redaktion. Bleibt zumindest der Wunsch, dass die Beiträge der freien Mitarbeiter im Reisetil zusätzlich honoriert werden, wenn sie in „Reiseportalen“ des Konzerns an Dritte weiterverkauft werden.

Red.

Versteckte Kamera für die Wahrheitsfindung bedingt erlaubt

Vier Schweizer Fernsehjournalisten des Magazins „Kassensturz“, die in einer Sendung 2003 mit versteckter Kamera unter Unkenntlichmachen des Gesichts über die fragwürdigen Praktiken eines Versicherungsbrosers berichteten, wurde jetzt vom Europäischen Gerichtshof in einem Urteil bestätigt, dass dieser Einzelfall keine Verletzung der Privatsphäre darstellt. So gut dieses Urteil in Sachen Medienfreiheit ist, stellt sich nun die Frage, wann und wie die versteckte Kamera einen eigenen Kanal zur Folge hat? Dem Spiel zwischen facts und fiction könnte ein weites Feld eröffnet werden. Darum ist es für Journalisten ein guter Rat, dieses Mittel der Recherche nicht zu oft zu strapazieren.

Charlie Hebdo wird vielleicht eine Stiftung

Nach sechswöchiger Pause sehen wir ein rot unterlegtes Titelbild, auf dem Fanatiker, Terroristen, Rechte, Klerikale einen Hund jagen, der das Satireblatt „Charlie Hebdo“ in der Schnauze trägt. Sechs Wochen sind nach der Ermordung der Redakteure die satirischen Zeichner und Zeichnerinnen nicht nachgewachsen, weshalb es deutlich mehr Text als früher zu lesen gibt.

2,5 Millionen Auflage hat das Blatt und Mohammed hat dieses Mal keinen Auftritt. Die Solidaritätsspenden brachten rund vier Millionen Euro; diese gehen an die Hinterbliebenen. Zwölf Millionen Einnahmen kamen mit der Januar-Ausgabe zusammen. Damit wurde der im Januar noch mit den Banken verhandelte Kredit über 250.000 Euro obsolet. Anwalt Richard Malka, der die Redaktion vertritt, sprach auch von Plänen für eine Stiftung.

So würden wir uns auch die Zeitungen im Lande wünschen - mit Beteiligung und Ein-Stimmen-Mehrheit der Redaktion mit einer Stimme Mehrheit – Nein, das ist bloß Satire.

Investitionen umgekehrt: Ägypter will bei „Euronews“ einsteigen

400 Journalistinnen und Journalisten aus 25 Ländern erhalten möglicherweise einen Mehrheitsgesellschafter, der auf dem afrikanischen Kontinent beheimatet ist. Was sonst meist durch westliche oder östliche Milliardäre passiert, geht hier seinen umgekehrten Weg.

Naguib Sawiris, Telekommunikations-Unternehmer aus Ägypten will mit 35 Millionen das Kapital von Euronews aufstocken, um damit ein größeres Gebäude zu finanzieren und den Sprachendienst auszubauen. Bisher wird mit einem Jahresbudget von 72 Millionen Euro in 13 Sprachen gesendet. Die anderen 24 Gesellschafter sind meist öffentlich-rechtlicher Natur, wie z.B. France Television oder die RAI aus Italien. Wenn er denn Gesellschafter wird, soll Sawiris 53 Prozent der Anteile besitzen.

Bleibt eine Frage: wenn Euronews über Ägyptens Machthaber Wahres zu berichten hat – muss dann der neue Mehrheitseigner ins Gefängnis?

Übernahmen und Beteiligungen: Von Aximus bis Yahoo

Im vierten Quartal 2014 hat es – außer zahlreichen kleineren Deals – etliche Übernahmen und Beteiligungen gegeben, die sich spürbar auf die jeweiligen Märkte auswirken könnten. So hat Bertelsmann den Verlagskonzern Gruner+Jahr nunmehr vollständig übernommen, das gleiche tut Axel Springer bei seinen Online-Rubrikenmärkten „Digital Classifieds“. Die Funke-Gruppe ist beim Onlinemarktplatz markt.gruppe ausgestiegen, der „kressreport“ wurde vom Salzburger Verlag Oberauer gekauft.

Burda-Beschäftigte: „Wir sind sehr oft auf die Schnauze gefallen“

Das SZ-Magazin am Freitag mit jeweils umfänglichen Interviews - diesmal Hubert Burda zum 75.Geburtstag unter dem Titel: „Ich bin sehr oft auf die Schnauze gefallen“. Michael Ebert und Sven Michaelsen fragen, was sie aus den Redaktionen zusammengetragen haben.

Dazu noch Bilder aus dem reichhaltigen Leben des Verlegers. Eines mit Helmut Markwort und Hubert Burda: „You made me famous,“ dankte Markwort und Burda antwortete: „You made me rich“.

„You made me jobless“, könnten dagegen einige Hundert Beschäftigte des Burda-Konzerns sagen, wenn im Lauf der Jahrzehnte Standorte geschlossen, Tarifverträge verletzt oder abgeschafft wurden, Menschen ihren Arbeitsplatz verloren.

Doch danach wurde der Verleger nicht befragt. Denn sonst hätte die Antwort von Herrn Burda an die Arbeitnehmer und Arbeitnehmerinnen richtigerweise lauten müssen: „They made me rich.“

Die jungen Hörer wandern in Richtung Hausfrauen-Sendung

Die jetzt veröffentlichte Media-Analyse 2014 zeigt, dass junge Menschen erstaunlich viel Radio hören. Sie zeigt aber auch, dass einige ARD-Sender an ihren Zielgruppen vorbei senden. Das ist eine Herausforderung für das Jugendradio und die Analyse beweist auch, dass der Generationenbruch nicht erfolgt. Die älter werdenden Ohren wandern in die so geschmähten „Hausfrauensendungen“. Von „Das Ding“ zu SWR3 und weiter zu SWR 1 und SWR 4.

Die Analyse zu lesen, ist ein Weg zu künftigen Arbeitsfeldern für junge Journalisten, die auch älter werden.