



**Liebe Leserinnen und Leser,**

in der 10. Ausgabe des FPS-Newsletter berichtet Christian Schwarzenegger vom Institut für Publizistik- und Kommunikationswissenschaft der Universität Wien über die Expertentagung „Europäische Öffentlichkeit und journalistische Verantwortung“, die vom 26. bis 28. Februar 2009 in Wien stattfand.

Weiter behandelt dieser Newsletter einige Artikel zum Deutschen Presserat, der bereits im ersten Quartal dieses Jahres 97 Beschwerden verhandelte und 16 Rügen aussprach.

**Viel Spaß beim Lesen wünschen**

Anna Deileke und Kai Sprenger  
Redaktion FPS

**In dieser Ausgabe:**

<b>I. EXTRA: EXPERTENTAGUNG IN WIEN</b>	<b>S. 2</b>
<b>II. AUS DEN RÄTEN</b>	
• Presserat spricht insgesamt sechs Rügen aus	<b>S. 3</b>
• Presserat, Verleger- und Journalistenverbände warnen vor Titelsterben durch Datenschutznovelle	<b>S. 3</b>
• Schreiben des Deutschen Presserats zur Novelle des Bundesdatenschutzgesetzes	<b>S. 3</b>
• Presserat rügt Berichterstattung über Hacker-Arbeitsweise	<b>S. 3</b>
• Werbebranche führt Vorkontrolle ein	<b>S. 3</b>
• Werberat bekam 2008 mehr zu tun	<b>S. 3</b>
• Werberat rügt Entgleisung	<b>S. 4</b>
• Regeln für Alkoholwerbung erweitert	<b>S. 4</b>
• Medienbeirat berät ab sofort die Landesregierung in Nordrhein-Westfalen	<b>S. 4</b>
<b>III. JUGENDSCHUTZ</b>	
• Social Networks: neue europäische Selbstverpflichtung für mehr Jugendschutz	<b>S. 4</b>
• FSM-Verhaltenskodex Jugendschutz und Datenschutz in Social Communities	<b>S. 4</b>
<b>IV. MEDIEN</b>	
• Ab 2010 eine Geschäftsstelle für alle Landesmedienanstalten	<b>S. 5</b>
• Bundestagsdebatte zum Medien- und Kommunikationsbericht 2008	<b>S. 5</b>
• Netzwerk Medienethik	<b>S. 5</b>
<b>V. GESETZE</b>	
• Bundestag beschließt Gesetz zu Telefonwerbung	<b>S. 5</b>
• Deutscher Fachjournalisten-Verband veröffentlicht Leitfaden zu Informantenschutz und Presserecht	<b>S. 5</b>
<b>VI. IMPRESSUM</b>	<b>S. 6</b>

### Journalistische Verantwortung für Europa?

**Unter dem Titel „Europäische Öffentlichkeit und journalistische Verantwortung“ versammelten sich Ende Februar Teilnehmer aus 17 Ländern aus Wissenschaft, Medienethik, Journalismus und von Presseräten in Wien, um über Notwendigkeit und Formen journalistischer Selbstkontrolle auf europäischer Ebene zu diskutieren. Verbindliche Lösungen wurden keine gefunden, doch Problembewusstsein geweckt.**

Es ist eine der Paradoxien des Journalismus, dass um die Freiheit der Presse zu sichern, Medien sich selbst vor einem maßlosen Umgang mit ihren Freiheiten bewahren müssen. Um sich gegen politische Regelungsbegehren zu wehren, braucht es berufsethische Grenzen. Wo es der Branche nicht gelingt Verstöße gegen grundlegende Berufspflichten des Journalismus zu ahnden, wird allzu leicht der Wille des Staates geweckt, den weit gefassten Rahmen der Mediengesetzgebung enger zu ziehen.

Selbstkontrolle als Garant der Medienfreiheit darf jedoch nicht hinter verschlossenen Türen und erst recht nicht in stiller Selbstzensur erfolgen, sondern in aller Transparenz, Nachvollziehbarkeit und offener Debatte – also im besten Sinne öffentlich.

**Im symbolträchtigen Presseclub Concordia, wurde nun erstmalig journalistische Selbstkontrolle „europäisch gedacht“.**

Miklos Haraszti, Beauftragter für die Freiheit der Medien in der OSZE, skizzierte in seinem Eröffnungsvortrag Herausforderungen des Journalismus angesichts der rasanten Entwicklung und fortschreitenden Kommerzialisierung der Medien: Entstehungs- und Verbreitungsgebiet von Medien sind längst nicht mehr ident, nationale Grenzen keine Hürden mehr für die Zirkulation von Inhalten, Verlage und Eigentümer operieren längst transnational. Durch das Internet finden auch Ethikverstöße oder schlichte Falschmeldungen rasende Verbreitung – anders als national ausgesprochene Rügen für die Journalisten. Angerichteter Schaden bleibt bestehen. Braucht Europa unter diesen Bedingungen einen gemeinsamen Kodex guten journalistischen Handelns? Als Orientierungshilfe, für jene, die unter immer komplexer werdenden Rahmenbedingungen journalistische Arbeit tun und als Information für das Publikum, was es von gutem Journalismus erwarten und fordern kann.

Länder, mit etablierten nationalen Presseräten begegnen gemeinsamen europäischen Richtlinien mit Skepsis. Groß ist das Vertrauen ins eigene Gremium, ebenso die Angst Entscheide könnten verlangsamt, das eigene Regelwerk verschärft oder aufgeweicht werden, Einfluss verloren gehen. Die jungen Demokratien Osteuropas mit kurzen oder nicht vorhandenen Traditionen eines freien Journalismus hingegen versprechen sich von europäischer Kooperation wirksame Hilfestellung gegen staatliche Verantwortungsträger, die öffentlicher Transparenz argwöhnisch gegenüberstehen.

Tatsächlich, so zeigte Marcus Kreutler in einer Analyse von 44 europäischen Pressekodizes könnte es leichter sein als Kritiker gerne vorgeben: Viele formulierte Pflichten – Bemühen um Wahrhaftigkeit, Respektieren der Privatsphäre, Vermeiden von Diskriminierung, Resistenz gegen Bestechungsversuche, Korrektur von Fehlern – decken sich. Zumindest formal inhaltlich, die zur Anwendung nötige Exegese der Richtlinien variiert, doch eine Grundlage gemeinsamer europäischer Standards scheint erreichbar.

Die Wiener Konferenz war ein kleiner, aber bestimmter Schritt auch die Selbstkontrolle der Medien über nationale Blindheiten und professionelle Kurzsichtigkeit hinweg dort hin zu bringen, wo die Produktion, die Inhalte und die Publika längst angekommen sind: nach Europa.

Christian Schwarzenegger

Institut für Publizistik- und Kommunikationswissenschaft der Universität Wien

### III. AUS DEN RÄTEN

#### **Presserat spricht insgesamt sechs Rügen aus**

Die beiden Beschwerdeausschüsse des Deutschen Presserats sowie der Beschwerdeausschuss zum Redaktionsdatenschutz tagten am 3., 4. und 5. März 2009 in Bonn. Insgesamt wurden in den drei Beschwerdeausschüssen 97 Beschwerden behandelt. Dabei wurden neben den Rügen 16 Missbilligungen und 21 Hinweise ausgesprochen. In 32 Fällen wurden die Beschwerden als unbegründet erachtet. In vier Fällen wurde die Beschwerde als begründet angesehen, auf eine Maßnahme wurde jedoch verzichtet. Drei Beschwerden waren nicht aufklärbar. In fünf Fällen hatten sich mehrere Beschwerdeführer gegen dieselbe Veröffentlichung beschwert, hier wird das Ergebnis nur einmal gezählt.

[http://www.presserat.info/pm.0.html?&tx\\_ttnews\[tt\\_news\]=310&tx\\_ttnews\[backPid\]=316&cHash=bd54da075b](http://www.presserat.info/pm.0.html?&tx_ttnews[tt_news]=310&tx_ttnews[backPid]=316&cHash=bd54da075b)

#### **Presserat, Verleger- und Journalistenverbände warnen vor Titelsterben durch Datenschutznovelle**

Für die bevorstehenden Beratungen des Datenschutzgesetzes im Innenausschuss des Bundestages weist der Deutsche Presserat gemeinsam mit den Journalisten- und Verlegerverbänden auf die katastrophalen Folgen des Gesetzentwurfs für die Presse hin. Die Verlage seien auf die briefliche Ansprache vorinteressierter Leser und Abonnenten teilweise existenziell angewiesen. Nicht wenige Verlage würden gerade auf dem Weg volladressierter Werbung den Abonnementsrückgang auffangen.

[http://www.presserat.info/pm.0.html?&tx\\_ttnews\[tt\\_news\]=312&tx\\_ttnews\[backPid\]=316&cHash=62b39a950e](http://www.presserat.info/pm.0.html?&tx_ttnews[tt_news]=312&tx_ttnews[backPid]=316&cHash=62b39a950e)

Das Schreiben:

#### **Schreiben des Deutschen Presserats zur Novelle des Bundesdatenschutzgesetzes**

Der Deutsche Presserat – die freiwillige Selbstkontrolleinrichtung der Presse – äußert sich regelmäßig nur zu Gesetzesvorhaben, die entweder das journalistische Selbstverständnis oder die Pressefreiheit betreffen. Die Sorge um die Pressefreiheit, die auch eine Gewährleistung der publizistischen Vielfalt umfasst, motiviert uns, hier tätig zu werden. So wenden wir uns wegen der weitreichenden Konsequenzen, die der Entwurf zur Novelle des Bundesdatenschutzgesetzes für die Gewinnung neuer Leser für Zeitungen und Zeitschriften hätte, heute an Sie.

[http://www.presserat.info/fileadmin/download/PDF/2009-03-16\\_Schreiben\\_zur\\_BDSG-Novelle.pdf](http://www.presserat.info/fileadmin/download/PDF/2009-03-16_Schreiben_zur_BDSG-Novelle.pdf)

#### **Presserat rügt Berichterstattung über Hacker-Arbeitsweise**

Für ihre Berichterstattung über die Arbeitsweise von Hackern im Internet hat der Deutsche Presserat der Zeitschrift "PC-Welt" eine Rüge erteilt. Diese hatte über die "15 illegalsten Hacker-Tools" berichtet und deren Funktionsweise ausführlich dargestellt. Eine solche Berichterstattung über nicht legale Programme entspreche nicht den journalistischen Grundsätzen, hieß es in der am Freitag veröffentlichten Begründung. Das Ansehen der Presse gerate in Gefahr, wenn eine Zeitschrift Gebrauchsanweisungen für verbotene Software gebe.

<http://www.newsroom.de/news/detail/505603>

#### **Werbebranche führt Vorkontrolle ein**

Produzierende Unternehmen, Handel und andere Branchen des Dienstleistungssektors können ab Mai dieses Jahres ihre Werbung vor Veröffentlichung in den Medien vom Zentralverband der deutschen Werbewirtschaft (ZAW) auf ihre Vereinbarkeit mit selbstdisziplinären Regeln und Rechtsvorschriften prüfen lassen. Das teilte der Vorsitzende des Deutschen Werberats, der selbstdisziplinären Institution der Branche, Hans-Henning Wiegmann, anlässlich der Vorlage der Jahresbilanz 2008 des Gremiums mit.

<http://www.interverband.com/dbview/owa/IGservsearch1.opt4middlerow?puid=2808536&paid=69392&pccat=19141&purl=/werberat&pscat=>

#### **Werberat bekam 2008 mehr zu tun**

Im zurückliegenden Jahr waren 264 Werbekampagnen von Protesten aus der Bevölkerung betroffen und damit etwas weniger als im Vorjahr (269). Davon hat der Werberat 176 als unbegründet zurückweisen müssen. Die Motive der Proteste seien zwar durchweg respektabel gewesen, häufig aber übersensibel bis verzerrt.

<http://www.interverband.com/dbview/owa/IGservsearch1.opt4middlerow?puid=2808536&paid=69392&pccat=19141&purl=/werberat&pscat=>

### III. AUS DEN RÄTEN

#### Werberat rügt Entgleisung

Als "demütigend, herabwürdigend und damit menschenunwürdig" hat der Deutsche Werberat die Firmenpropaganda der Hotelkette Hostel A&O (Beiersdorf-Freudenberg) sowie des Fassadenbauers WOFA GmbH (Weil in Schönbuch) öffentlich gerügt. "Beide Unternehmen beleidigen Frauen in grober sexistischer Geschmacksverirrung durch die Art der gezeigten Werbebilder", sagte ein Sprecher der selbstdisziplinären Institution der Werbebranche in Berlin. Der Hotelbetreiber zeigt auf einer Werbepostkarte den Unterleib einer Frau im Bikini mit der Aufschrift in der Höhe des Schambereichs "24 h open" sowie dem Text "Sexy Preise". Diese Darstellung verstößt gegen die Grundsätze des Werberats, nach der Menschen nicht auf ihre rein sexuelle Funktion in der Werbung reduziert und keine entsprechende ständige geschlechtliche Verfügbarkeit suggeriert werden dürfe.

<http://www.interverband.com/dbview/owa/IGservsearch1.opt4middlerow?puid=2808536&paid=69392&pccat=19142&pscat=19141&purl=/werberat>

#### Regeln für Alkoholwerbung erweitert

Alkoholwirtschaft, Handel, Agenturen und Medien haben erneut die bereits mehrfach aktualisierten freiwilligen Verhaltensregeln des Deutschen Werberats für alkoholhaltige Getränke erweitert. Damit geht die Werbebranche einen großen Schritt auf die Kritiker der Werbeselbstkontrolle zu. Das für alle Kommunikationsinstrumente der Alkoholwirtschaft geltende Regelwerk umfasst jetzt neun Themenfelder.

<http://www.interverband.com/dbview/owa/IGservsearch1.opt4middlerow?puid=2808536&paid=69392&pccat=19141&pscat=19141&purl=/werberat>

#### Medienbeirat berät ab sofort die Landesregierung in Nordrhein-Westfalen

Ein 25-köpfiges Expertengremium berät die schwarz-gelbe Landesregierung ab sofort in medienpolitischen Fragen. Ein erstes Treffen fand am Freitag in Düsseldorf statt, wie Medienminister Andreas Krautscheid (CDU) mitteilte. Dem Beirat gehören Experten aus den Bereichen Film, Fernsehen, Hörfunk, Print und Digitale Medien an. Zur Sprache kommen sollen in der Runde, die mehrmals im Jahr tagt, Themen wie die Zukunftsentwicklungen im Medienstandort Nordrhein-Westfalen, Konvergenzen, Netzwerke, Berufsausbildungen sowie Arbeitsplatzentwicklungen.

<http://www.newsroom.de/news/detail/504084>

### IV. JUGENDSCHUTZ

#### Social Networks: neue europäische Selbstverpflichtung für mehr Jugendschutz

Anlässlich des "Safer Internet Day" haben die EU-Kommission und Vertreter von Social Networks eine Selbstverpflichtungserklärung für den Jugendschutz präsentiert. Die "Safer Social Networking Principles for the EU" enthalten sieben Grundsätze für einen besseren Jugendschutz. Die unterzeichnenden Anbieter legen sich aber nicht auf eine einheitliche Umsetzung fest, da die Angebote zu unterschiedlich seien, wie es in der Erklärung heißt.

<http://www.heise.de/newsticker/Social-Network-Betreiber-unterzeichnen-Selbstverpflichtung-zum-Jugendschutz--/meldung/132260>

#### FSM-Verhaltenskodex Jugendschutz und Datenschutz in Social Communities

Drei große Internet-Communities in Deutschland wollen ihre jugendlichen Nutzer zu mehr Vorsicht bei der Veröffentlichung persönlicher Daten im Netz bewegen. Dabei soll ein gemeinsamer Verhaltenskodex helfen. Der Katalog beinhaltet Richtlinien und die Selbstverpflichtung der Betreiber der sozialen Netzwerke studiVZ, Lokalisten und wer-kennt-wen, ihre Nutzer besser über Datenschutz aufzuklären. Der Kodex wurde vom Verein Freiwillige Selbstkontrolle Multimedia-Diensteanbieter (FSM) in Berlin vorgestellt. Nicht daran beteiligt ist das auch in Deutschland populäre US-Netzwerk Facebook.

<http://www.sueddeutsche.de/computer/650/461277/text/>

### III. MEDIEN

#### **Ab 2010 eine Geschäftsstelle für alle Landesmedienanstalten**

Die 14 Landesmedienanstalten nehmen im kommenden Jahr eine gemeinsame Geschäftsstelle in Berlin in Betrieb. Das haben die Gremiovorsitzenden und die Direktoren der Landesmedienanstalten am 18. März in Hannover entschieden. Die neu zu gründende Geschäftsstelle habe die Aufgabe, die Arbeit der Kommission für Zulassung und Aufsicht (ZAK), der Arbeitsgemeinschaft der Landesmedienanstalten (ALM) und der Gremiovorsitzendenkonferenz (GVK) zu organisieren und zu koordinieren. Für die Ortswahl Berlin hätten zwei Drittel der Vertreter der Landesmedienanstalten votiert, teilten diese mit. Als Bezugstermin wird der 1. April 2010 angestrebt.

[http://www.epd.de/medien/medien\\_index\\_63079.html](http://www.epd.de/medien/medien_index_63079.html)

#### **Bundestagsdebatte zum Medien- und Kommunikationsbericht 2008**

Zehn Jahre ist es her, seit die Bundesregierung den letzten großen Medienbericht vorgelegt hat. Seitdem hat der Prozess der Digitalisierung Medien und Kommunikation fundamental verändert – und damit auch neue Aufgaben für die Politik geschaffen: In der Bundestagsdebatte am 5. März 2009, sagte Kulturstaatsminister Bernd Neumann (CDU), das Engagement der Regierung ziele darauf, die Risiken der Digitalisierung zu begrenzen, damit auch ihre Chancen voll genutzt werden könnten. Die Opposition bemängelte, der Bericht komme zwar zu vielen richtigen Erkenntnissen, doch die Regierung ziehe nicht die notwendigen Konsequenzen. Der Medienpolitik stehe in keinem so hellen Licht, wie es der Bericht es suggeriere.

[http://www.bundestag.de/aktuell/archiv/2009/23708626\\_kw10\\_medienbericht/](http://www.bundestag.de/aktuell/archiv/2009/23708626_kw10_medienbericht/)

#### **Netzwerk Medienethik**

Das 1997 gegründete „Netzwerk Medienethik“ hat sich zum Ziel gesetzt, die ethische Orientierung im Medienbereich zu fördern. Es verbindet in einer freien Arbeitsgemeinschaft Theoretiker (aus den Kommunikationswissenschaften, der Journalistik und der Praktischen Philosophie/Ethik) mit Praktikern (aus Berufsverbänden, Selbstkontrollgremien, Verlagen, öffentlich-rechtlichen und privat-kommerziellen Rundfunkunternehmen). Informationen und Neuigkeiten zum Thema finden Sie im Weblog des Netzwerkes.

<http://www.netzwerk-medienethik.de/profil-und-selbstverstaendnis/>

### V. GESETZE

#### **Bundestag beschließt Gesetz zu Telefonwerbung**

Der Bundestag hat die Rechte von Verbrauchern bei unerwünschter Telefonwerbung gestärkt. Mit großer Mehrheit stimmte das Parlament dafür, dass Kunden telefonisch abgeschlossene Abonnements oder Handy-Verträge innerhalb von 14 Tagen widerrufen können. Firmen, die gegen das Verbot der Telefonwerbung verstoßen, droht eine Strafe von bis zu 50.000 Euro. Call-Center, die ihre Rufnummer unterdrücken, müssen mit einer Geldstrafe von bis zu 100.000 Euro rechnen.

<http://www.sr-online.de/nachrichten/29/895005.html>

#### **Deutscher Fachjournalisten-Verband veröffentlicht Leitfaden zu Informantenschutz und Presserecht**

Die zunehmende Ausweitung von Möglichkeiten zur elektronischen Überwachung durch den Staat, wie die Vorratsdatenspeicherung und das BKA-Gesetz, betrifft auch Journalisten. Gleichzeitig geraten diese auch immer wieder in das Visier privater Überwachungsunternehmen, die versuchen, die Informanten von Journalisten zu enttarnen. Daher sind Journalisten gezwungen, bei der Kommunikation mit ihren Informanten besonders vorsichtig zu sein. Der Deutsche Fachjournalisten-Verband veröffentlicht daher einen Leitfaden zum Thema „Informantenschutz und Presserecht“. Im ersten Teil des Leitfadens finden Journalisten nützliche Tipps zu den Themen „Unerkannt surfen“ und „Sicher kommunizieren“.

<http://www.newsroom.de/news/detail/506146>

## VII. IMPRESSUM

### **Herausgeber:**

Verein zur Förderung der publizistischen Selbstkontrolle e.V.  
c/o Institut für Journalistik  
Universität Dortmund  
Emil-Figge-Straße 50  
44 221 Dortmund

### **ViSdP:**

FPS-Vorstand  
Prof. Dr. Horst Pöttker, Dortmund (1. Vors.)  
Prof. Dr. Wolfgang R. Langenbacher, Wien (2. Vors.)  
Prof. Dr. Achim Baum, Osnabrück (Schriftführer)  
Prof. Dr. Christian Schicha, Duisburg (Schatzmeister)

**Email:** [info@publizistische-selbstkontrolle.de](mailto:info@publizistische-selbstkontrolle.de)

**Internet:** <http://www.publizistische-selbstkontrolle.de>

Die Inhalte dieses Newsletters dürfen journalistisch weiterverwendet oder nachgedruckt werden, wenn der Verein zur Förderung der publizistischen Selbstkontrolle e.V. als Quelle angegeben wird.

Die Produktion dieses Newsletters wird durch die freundliche Unterstützung der Stiftung Presse-Haus NRZ ermöglicht:

<http://www.stiftungpressehausnrz.de>