



SchülerInnenzeitungs-  
Handbuch

# Wir drucken Eure Schüler & Abizeitung

“BEST-QUALITY”  
Garantie

“BEST-PRICE”  
Garantie\*

Hotline:  
07251 / 97 85-31  
[www.abistar.de](http://www.abistar.de)

\* Wir garantieren für unsere Zeitungen das beste Preis-Leistungs-Verhältnis. Sollten Ihr ein vergleichbares Angebot zu einem günstigeren Preis vorliegen haben, werden wir unser Angebot für Euch neu kalkulieren!

# DRUCK? HORN!

**horn**  
Druck & Verlag

 [abistar.de](http://abistar.de)

**Junge Presse Hamburg**

**SchülerInnenzeitungs-  
Handbuch**

Ein Ratgeber für Hamburgs  
SchülerInnenzeitungs-MacherInnen



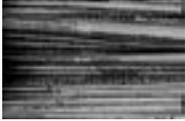
Behörde für Bildung und Sport



Junge Presse Hamburg

- 6 Willkommen im Buch
- 7 Die Junge Presse Hamburg

## Organisation



- 10 Wozu überhaupt SchülerInnenzeitung?
- 11 Die Redaktion
- 12 Aufgabenverteilung
- 13 Redaktionssitzungen
- 14 Zeitplan
- 15 Zusammenhalt
- 15 Nachwuchs
- 15 Post
- 16 Computereinsatz
- 17 BeratungslehrerIn

## Schreiben



- 20 Recherche
- 28 Textformen
- 32 Interview
- 35 Schreibstil
- 37 Selbstzensur

## Layout



- 42 Einheit
- 44 Vielfalt
- 46 Grafiken
- 48 Schrift
- 49 Fotos
- 50 Bildbearbeitung
- 51 Soft- und Hardware
- 52 Technik
- 54 Papier

## Druck



- 58 Welche Drucktechnik?
- 59 Eine Druckerei finden

## PR



- 62 Werbung für die Zeitung
- 63 Online-Auftritt

## Finanzen



- 68 Anzeigen
- 70 Beispiel einer Anzeigenpreisliste
- 71 SponsorInnen
- 71 Verkauf
- 72 Haushalten
- 73 Förderung

## Rechtliches



- 76 Meinungsfreiheit
- 79 Presserecht
- 80 Beispiel für ein Impressum
- 81 Gegendarstellung
- 82 Urheberrecht
- 84 Strafrecht
- 89 Verträge und mehr
- 89 Anzeigengeschäfte
- 90 Beispiel für einen Anzeigenauftrag
- 91 Beispiel für Geschäftsbedingungen
- 92 Umgang mit Druckereien

## Anhang



- 97 Richtlinien für Schülerzeitungen
- 98 Hamburgisches Schulgesetz
- 99 Hamburgisches Pressegesetz
- 105 Grundgesetz
- 106 Strafgesetzbuch
- 112 Kunsturheberrechtsgesetz
- 113 Urheberrechtsgesetz
- 114 Bürgerliches Gesetzbuch
- 115 Mediendienste-Staatsvertrag
- 118 Pressekodex
- 121 Nützliche Adressen
- 132 Stichwortverzeichnis
- 134 Glossar
- 136 Impressum

Moin!

„Warum gibt's an unserer Schule eigentlich keine SchülerInnenzeitung?“ Mit Fragen dieser Art fängt es oft an. Dabei passiert tagtäglich so viel um uns herum, die einen tauschen eifrig die neuesten Gerüchte aus, andere diskutieren heftig über Krieg und Frieden, wieder andere proben wie besessen für das Theaterstück - und alles geht wieder mal weitgehend unbemerkt an uns vorbei.

Da wär's doch spannend, alle diese Dinge, mit denen wir uns jeden Tag aufs Neue auseinandersetzen, mal einer breiteren Öffentlichkeit zu präsentieren.

So ist dann die Idee geboren: Eine SchülerInnenzeitung muss her! Aber ... wie stelle ich das eigentlich an? Vor dieser Frage standen die AutorInnen dieses Buches auch am Anfang - und haben deshalb dieses Handbuch für SchülerInnenzeitungen geschrieben.

Nach bestem Wissen und Gewissen haben wir alles, was wir für eine SchülerInnenzeitung wichtig finden zusammengeschrieben und mit Materialien ergänzt. Von der Organisation übers Schreiben und das Layout bis zum Druck findest du zahlreiche Tipps und Hilfestellungen. Außerdem erfahrt ihr, wie ihr an Geld kommt, welche rechtlichen Grundlagen für SchülerInnenzeitung wichtig sind und im Anhang findet ihr zahlreiche nützliche Adressen.

Dieses Buch ist aber keine Bibel. Ihr könnt die Zeitungsmacherei natürlich auch ganz anders angehen. Für eure Vorschläge wären wir euch dankbar. Teilt uns doch bitte auch mit, wenn euch in diesem Buch etwas fehlt oder unklar ist, damit wir das in Zukunft berücksichtigen können.

Ergänzungen, Updates und Links findet ihr auch unter

**[www.sz-handbuch.de](http://www.sz-handbuch.de)**

Viel Erfolg beim Zeitung-Machen!

*Eure SZ-Handbuch-Redaktion*



...klick doch mal rein!



Offen für alle jungen medienmachenden  
Fischköpfe: Die Junge Presse Hamburg

## Wer wir sind und was wir so machen

SchülerInnenzeitungs-Machen ist kein Kinderspiel: Welche rechtlichen Grundlagen gibt es? Wie kommt man an Geld? Und vor allem: Wie findet man Themen, recherchiert und schreibt möglichst professionell? Die „Junge Presse Hamburg e.V.“, der als gemeinnützig anerkannte Verein von und für junge MedienmacherInnen und Landesverband der Jugendpresse Deutschland ist nicht nur mit diesem Handbuch für euch da:

**Seminare, Kongresse, Blicke hinter die Kulissen:** Für fast umsonst helfen euch erfahrene Leute mit Rat und Tat. Bei Großveranstaltungen wie unserem Jugendmediencamp könnt ihr selbst aktiv werden, lernen wie es geht und euch mit anderen jungen MedienmacherInnen vernetzen. Egal ob ihr euch für SchülerInnenzeitung, Internet oder freien Journalismus interessiert - wir sind für die Jugendpresse da! Unser Seminarprogramm reicht von Grundlagenhilfe und Rhetorik über Finanzierung bis zum Layout.

**Jugendpresseausweis:** Wir geben den einzigen Jugendpresseausweis aus, der von den JournalistInnenverbänden unterstützt und anerkannt wird. Mit ihm könnt ihr euch als JungjournalistInnen ausweisen.

**Unterstützung:** Probleme mit der Schulleitung? Keine billige Druckerei gefunden? Rechtsprobleme? Egal was - wir helfen weiter!

**Publikationen:** Wissen wie's gemacht wird: Mit unseren Handbüchern, thematischen Materialien und Infobroschüren bekommt ihr den Durchblick.

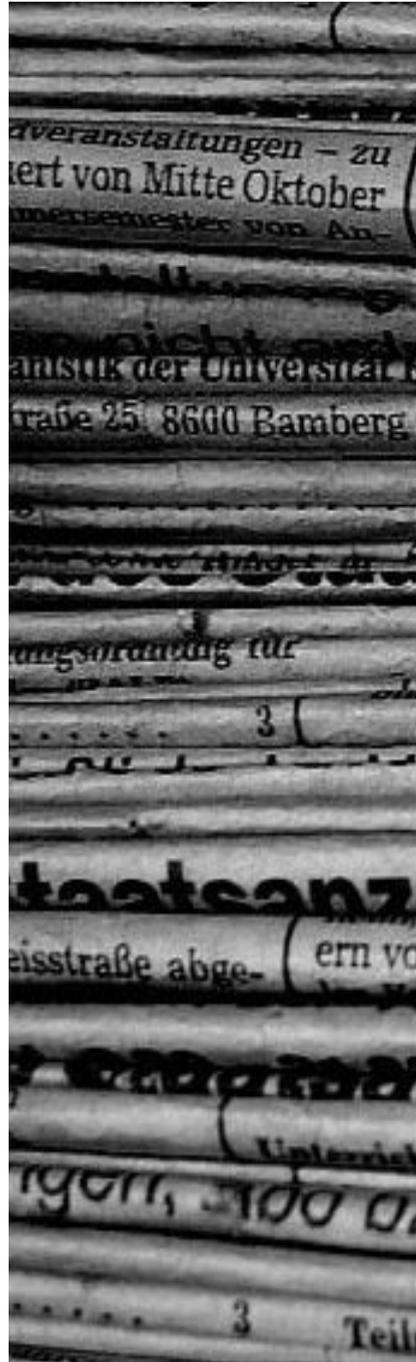
**Mitglied werden:** Für nur einen Euro pro Monat könnt ihr bei uns Mitglied werden und unsere Serviceleistungen in Anspruch nehmen. Für spezielle Journalistenrabatte bekommt ihr dann die Jugendpressecard.

Unter [www.jpqh.de](http://www.jpqh.de) findet ihr unsere aktuellen Aktionen. Vielleicht bis bald? Euer Team der **Jungen Presse Hamburg**.



SchülerInnenzeitungen entstehen immer in Teamarbeit. Wie bekommen wir eine gute Zusammenarbeit hin?

# Organisation





## Warum überhaupt SchülerInnenzeitung?

Warum macht sich überhaupt jemand die Arbeit, eine SchülerInnenzeitung zu erstellen? Das hat sicher bei jedem/jeder andere Gründe. Einige sollen hier einmal genannt werden.

### Eine „richtige“ Zeitung

Wo habt ihr sonst die Gelegenheit, eine eigene Zeitung herauszubringen, die auch von den Leuten gelesen wird und nebenbei auch noch meist ein Monopol besitzt?

### Selber machen

Selber recherchieren, selber schreiben, selber layouten... Bei einer SchülerInnenzeitung kann jedeR was machen und keineR bekommt was Fertiges vorgesetzt. KeinE LehrerIn mischt sich ein, geschweige denn hat was zu bestimmen. Das macht meist nicht nur Spaß, sondern mensch lernt dabei fürs Leben – learning by doing eben.

### Veränderung von Schule

Wer SchülerInnenzeitung macht, beschäftigt sich immer auch mit seiner Schule und macht sich Gedanken darüber. Und so steht SchülerInnenzeitung-Machen auch für Veränderung: Sie setzt etwas in der Schule in Bewegung, und sei es nur, dass sich die SchülerInnen mehr Gedanken über ihre Bildungsstätte machen.

### Interessenvertretung der SchülerInnen

Eine SchülerInnenzeitung kann ein wichtiger Bestandteil des Schullebens werden, wenn sie die SchülerInnen über die Geschehnisse in der Schule „aufklärt“ und die Gremien der Schule kritisch begleitet.

### Abwechslung im Schulalltag

Schule besteht nicht nur aus Unterricht und lernen, lernen, lernen, sondern ermöglicht auch andere Aktivitäten, für die wir gerne auch in der Freizeit etwas tun. Das sind Arbeitsgemeinschaften ebenso wie SchülerInnenzeitung.

### Spaaaß!

Nicht zu vergessen ist natürlich der Spaßfaktor einer SchülerInnenzeitung. Ihr werdet es schon merken ...

## Die Redaktion

### Wie fange ich an?

Du willst eine SchülerInnenzeitung an deiner Schule machen? Dann los: Sprich MitschülerInnen an, die vielleicht Lust aufs Zeitungsmachen haben könnten. Das ist meist die ergiebigste Methode, Leute zum Mitmachen zu animieren. Vereinbare mit den ersten InteressentInnen einen Termin, zu dem ihr euch schon ein paar Gedanken macht, wie der Start aussehen könnte. Diesen Termin machst du bekannt über Aushänge auf dem Schulgelände und am schwarzen Brett, über den SchülerInnenrat, und vielleicht auch über einen Artikel in der Schulzeitung. Eine Ansprechperson mit Angabe der Klasse sollte dabei auch genannt werden.

Auf dem ersten Treffen, am besten in Ruhe nach Schulschluss, könnt ihr euch erst mal beschnuppern und erste Überlegungen zur Zeitung austauschen. Nach und nach werden sich dann die Interessenschwerpunkte zeigen, manche werden vielleicht auch nie wieder erscheinen. Eine Gruppe, die gut zusammen arbeiten kann, ist sicher wichtig, verschiedene Interessen müssen aber auch vorhanden sein. Denn nur so kann die Zeitung eine gesunde Vielfalt entwickeln.

Die ideale SchülerInnenzeitungs-Redaktion gibt es nicht. Freut euch also erst einmal, wenn ihr viele interessierte und motivierte Leutchen seid!

### Gemeinsam entscheiden

Jede Profizeitung hat ihre Hackordnung: von der Chefredaktion über die RessortleiterInnen bis zu den gewöhnlichen RedakteurInnen. Bei SchülerInnenzeitungen geht es jedoch nicht um Geld und Macht, sondern um Spaß und gemeinsames Arbeiten. Daher sollten in der Redaktion alle gleichberechtigt sein.

Zunächst heißt das, dass es keineN ChefredakteurIn gibt. Wichtige Entscheidungen werden von der Redaktion gemeinsam getroffen:

- ▶ Erscheinungstermine, Redaktionsschluss, Aufmachung, Umfang
- ▶ Auswahl der Artikel und Anzeigen
- ▶ Verkaufspreis
- ▶ etwaige LehrerInnenbeteiligung

Versucht, solche grundsätzlichen Fragen einstimmig zu entscheiden. Ist dies nicht möglich, so muss eine Regelung gefunden werden, mit der alle leben können. Schließlich ist die Zeitung ein Projekt aller RedakteurInnen.

Eine Abstimmung ohne ausführliche Diskussion führt erfahrungsgemäß oft zu unnötigem Frust.

Damit alle wissen, was gerade passiert, ist innerhalb der Redaktion ein ständiger Informationsaustausch nötig. Nur wenn jedes Redaktionsmitglied über alle wichtigen Informationen verfügt, können die Entscheidungen wirklich demokratisch getroffen werden.

Eine Person muss allerdings für den Inhalt verantwortlich zeichnen und daher auch „die Notbremse ziehen können“. Das kann geschehen, wenn diese Person die Verantwortung für einen Artikel ablehnt, so dass dieser nicht gedruckt werden kann. Aus diesem Dilemma gibt es zwei Auswege:

- ▶ Bei jeder Ausgabe der Zeitung ist jemand anderes rechtlich verantwortlich.
- ▶ Falls die Redaktion einen strittigen Artikel in die Zeitung aufnehmen möchte, übernimmt für diesen Artikel der/die AutorIn die Verantwortung.

## 👁️ **Rechtliches**

### **Aufgabenverteilung**

Damit eure Arbeit möglichst reibungslos abläuft, ist es sinnvoll, für bestimmte Aufgaben jeweils eine verantwortliche Person zu benennen.

So könnt ihr verhindern, dass sich für bestimmte Dinge niemand zuständig fühlt und ihr euch dadurch selbst behindert.

Wichtig ist dabei, dass wirklich nur eine Person für eine Aufgabe verantwortlich ist. Dies bedeutet nicht, dass diese Person sich um alles kümmern muss, sondern nur, dass sie den Überblick behält und die Aktivitäten koordiniert.

### **Sinnvolle Zuständigkeiten**

Eine organisatorische Aufgabenteilung macht Sinn in den Bereichen Layout, Anzeigensuche, Geldverwaltung, Druck und euer Postfach in der Schule.

Redaktionell solltet ihr ebenfalls Aufgaben verteilen. Die Organisation wird mit der gesamten Redaktion besprochen und dabei sollte darauf geachtet werden, dass jedeR einen Bereich abbekommt. Sinnvoll ist es vielleicht, wenn ihr Zuständigkeiten nach Rubriken verteilt (Schulinternes, Politik, Fun usw.). Auch hier gilt: Verantwortlich sein bedeutet nicht, dass

man alle Artikel schreiben muss, sondern nur, dass man dafür sorgt, dass angekündigte Artikel auch wirklich geschrieben werden.

## Redaktionssitzungen

Um den Schwung in der Sache zu halten, solltet ihr regelmäßige Redaktionssitzungen abhalten. Wenn ihr einen festen Termin vereinbart – zum Beispiel jeden zweiten Mittwoch nach der Schule – braucht ihr nicht ständig neue Absprachen zu treffen.

Auf den Redaktionstreffen werden die groben Inhalte der Zeitung diskutiert und festgelegt. Natürlich bleibt es jedem/jeder selber überlassen, worüber er/sie schreibt. Aber erst die Absprache über die allgemeinen Inhalte macht die Zeitung zu einer runden Sache. So kann es beispielsweise sein, dass sich auf der Sitzung ein Schwerpunktthema herauskristallisiert, wobei mehrere RedakteurInnen verschiedene Aspekte des Themas beleuchten wollen. Es kann auch passieren, dass ihr feststellt, dass ein



Ordnung muss sein - sonst geht's drunter und drüber in der Redaktion

bestimmtes Thema noch mit in die Zeitung soll, aber bisher von niemandem bearbeitet wurde.

Auch die einzelnen Rubriken und die dazugehörigen Verantwortlichen werden auf einem Redaktionstreffen benannt.

## Zeitplan

Die Planung der jeweils nächsten Ausgabe beginnt gleich nach dem Erscheinen der vorherigen – auch, wenn die Zeitung nur alle drei Monate erscheint. Zunächst werden die Termine festgelegt:

- ▶ Der Erscheinungstermin ist frei wählbar, allerdings empfiehlt es sich nicht, mitten in der Klassenreisezeit herauszukommen.
- ▶ Da der Druck etwa eine Woche dauert, muss das Layout entsprechend rechtzeitig fertig gestellt sein.
- ▶ Um vernünftig planen zu können, müssen alle Artikel und Fotos bis zu einem bestimmten Termin fertig sein. Danach wird nur noch korrigiert und layoutet. Wenn ihr für Korrektur und das Layout zusammen zwei Wochen berechnet, liegt der Redaktionsschluss also drei Wochen vor dem Erscheinungstermin. Dann werden auf einer Redaktionssitzung die Artikel durchgesprochen und das Bildmaterial gesichtet.
- ▶ Der Anzeigenschluss ist der Termin, bis zu dem die Anzeigen besorgt sein müssen. Normalerweise fällt er mit dem Redaktionsschluss zusammen.

Damit ausreichend Zeit zur Recherche und zur Anzeigensuche bleibt, solltet ihr alle Termine mindestens zwei Monate vor dem Erscheinen festlegen. Da erfahrungsgemäß die Zeit nie ausreicht – egal, wie großzügig geplant wird – solltet ihr überall genügend „Luft“ einplanen.



In einer Redaktion ist jeder Einzelne wichtig. Doch nur zusammen ergibt ihr Wirken einen Sinn.

## Zusammenhalt

Auf Redaktionssitzungen könnt ihr euch durchaus mal so richtig zoffen. Nur sollte das auf einer sachlichen Ebene geschehen. Für den Zusammenhalt der Gruppe ist es wichtig, hin und wieder gemeinsame Aktionen zu unternehmen, die unabhängig von der Zeitung Spaß machen (ins Kino gehen, gemeinsamer Wochenendausflug). Ebenso kann eine gelungene Ausgabe auch ordentlich gefeiert werden, wenn finanziell unterm Strich noch was überbleibt (und eigentlich auch sonst...).

## Nachwuchs

Zu einer guten Redaktionsstruktur gehört auch, dass alle Klassenstufen vertreten sind. Daher solltet ihr ständig um Nachwuchs werben. Das geht beispielsweise, wenn ihr euch und eure Zeitung in den neu eingeschulten 5. Klassen vorstellt und vielleicht ein paar Freiexemplare verteilt. Damit weckt ihr auf jeden Fall erst einmal Interesse. Mit einer vom Alter her bunt gemischten Redaktion stellt ihr sicher, dass die verschiedenen Interessensgebiete der verschiedenen Klassenstufen abgedeckt werden. Auch eine eigene Rubrik für die Unterstufe kann eine Möglichkeit sein.

Wichtig ist, den „Neulingen“ jede Tätigkeit genau zu erklären, selbst wenn das etwas länger dauert. Andernfalls geht die Zeitung mit Sicherheit ein, sobald der „alte Kern“ die Schule verlässt.

## Post

Dass eure Schule euch ein Postfach zur Verfügung stellt, sollte selbstverständlich sein. Wenn ihr ein Postfach habt, dann müsst ihr euch natürlich auch darum kümmern, dieses regelmäßig zu leeren. Nur so könnt ihr sicherstellen, dass ihr Einladungen und anderes rechtzeitig erhaltet.

Ihr solltet euch auch darum kümmern, dass ihr regelmäßig aktuelle Informationen zu interessanten Themen erhaltet. Sucht euch im Telefonbuch einfach die Organisationen, Vereine und Unternehmen raus, von denen ihr zum Beispiel Presseinformationen erhalten wollt. **☞ Adressen im Anhang**. Wenn ihr dort anruft, wird man sicher gern bereit sein, euch in den Presseverteiler aufzunehmen.



Beachtet bitte, dass ein Großteil der Briefe, die ihr erhaltet, nur Werbung ist.

Ihr werdet viel Informationsmaterial und viele fertige Artikel erhalten - mit der Bitte, dass ihr diese abruckt. Denkt daran, dass ihr dadurch unter Umständen billige Werbung für kommerzielle Produkte oder gar zweifelhafte Unternehmungen/Vereine macht.

Auch wenn euch Angebote gemacht werden wie: „Wenn ihr über uns berichtet, erhaltet ihr 10 CDs, die ihr verlosen könnt“, überlegt euch gut, ob ihr auf dieses Angebot eingehen wollt (CDs zum Verlosen erhaltet ihr von vielen Pressestellen der Musikverlage - auch ohne Gegenleistung).

## Computereinsatz

Die meisten SchülerInnen sind mit dem Umgang mit Computern und dem Internet vertraut, so dass die Texte und Bilder als Dateien gesammelt werden können. Problematisch kann jedoch das Layouten am Rechner werden, denn dazu bedarf es einiger Übung, bis es leicht von der Hand geht und alle Kniffe der Programme bekannt sind. Wenn aber nur wenige RedakteurInnen darin versiert sind, sollten sich diese in der Zeit des Layoutes mit den einzelnen SchreiberInnen treffen, um gemeinsam mit ihnen die Gestaltung der Artikel zu besprechen. Eine andere Möglichkeit ist, die Gestaltungswünsche (Platzierung von Fotos, evtl. Schrifttypen, Infoboxen,...) aufzuzeichnen und zusammen mit der Text-Datei abzugeben.

Das „Grundlayout“, also die Standardaufteilung der Seiten und weitere grundlegende Gestaltungsmerkmale beschließt die Redaktion gemeinsam. Vorher kann jedeR Vorschläge einreichen, auch als Handzeichnung, die dann von den LayouterInnen am Rechner realisiert wird. So vermeidet ihr Konflikte nach dem Druck der Zeitung.

Für das gleichzeitige Arbeiten mehrerer Personen am Rechner bietet sich der Computerraum der Schule geradezu an. Dort könnt ihr im Internet recherchieren, Texte tippen, Layouten, Scannen und Ausdrucken.

☞ **Förderung im Kapitel „Finanzen“**



Be connected - ohne Computer läuft (fast) nichts mehr

## BeratungslehrerIn

Es steht euch frei, eineN BeratungslehrerIn zu wählen. Rechtlich seid ihr dazu nicht verpflichtet: In den „Richtlinien für Schülerzeitungen“ steht nur, dass ihr eineN LehrerIn wählen könnt, nicht jedoch, dass ihr es müsst. Wir denken, dass es normalerweise auch nicht nötig ist – aber das müsst ihr selbst entscheiden. Wenn ihr zum Beispiel in rechtlichen oder finanziellen Fragen oft unsicher seid, kann einE LehrerIn vielleicht helfen. Voraussetzung dafür ist, dass ein gegenseitiges Vertrauensverhältnis besteht. Diese Entscheidung kann euch niemand abnehmen und sollte von der gesamten Redaktion getroffen werden.

Sprecht mit der Beratungsperson auf jeden Fall ihre Aufgaben ab, damit sie weiß, woran sie ist. Unserer Meinung nach sollte sie nur eine beratende Funktion haben, d.h. ihr fragt sie nur um Rat, wenn ihr in der Redaktion an einem bestimmten Punkt nicht weiterwisst. Wenn ihr sie bittet, nicht von sich aus in das Redaktionsgeschehen einzugreifen, hat das nichts mit Misstrauen oder Ausgrenzung zu tun. Eine SchülerInnenzeitung wird nun einmal von SchülerInnen gemacht. In dieser selbstbestimmten Arbeit liegt ihr besonderer Wert.

Wird einE LehrerIn fest in die Redaktion eingebunden, so führt das unserer Erfahrung nach oft dazu, dass die SchülerInnenzeitung den Charakter einer wirklich selbstbestimmten Arbeit verliert. Durch die größere Erfahrung und die damit verbundene höhere Argumentationsfähigkeit kann einE LehrerIn nämlich in eine Rolle geraten, die weder sie noch ihr willt: Sie bestimmt – bewusst oder unbewusst, direkt oder indirekt – wo es in der Redaktion langgeht.

An einigen Schulen gibt es „SchülerInnenzeitungen“, die von LehrerInnen ins Leben gerufen wurden. Hier spielt der/die LehrerIn manchmal die zentrale Rolle, ist presserechtlich verantwortlich und trifft die wesentlichen Entscheidungen. Einige Zeitungen werden sogar im Unterricht oder in Projektwochen erstellt. Diese Beschreibung soll keine negative Bewertung darstellen, denn auch solche Zeitungen haben ihren Sinn. Eine „echte“ SchülerInnenzeitung ist nicht unbedingt besser, sie ist einfach anders: Hier könnt ihr selbstbestimmt arbeiten. Ihr müsst euch stärker engagieren, aber ihr entscheidet selbst, was ihr tut - und das macht Spaß!

Wenn sich eine Gruppe findet, die gerne selbst Zeitung macht, sollte sie sich überlegen, eine Zeitung herauszugeben, die unabhängig von Unterricht und Lehrkräften erscheint, denn das macht eine SchülerInnenzeitung aus. Rechtlich ist es auch kein Problem, wenn an der Schule schon andere Zeitungen oder Zeitungsprojekte existieren: Es darf an jeder Schule beliebig viele Zeitungen geben.

Jeder Text hat seine eigene Entstehungsgeschichte und seinen eigenen Stil. Woher bekomme ich Informationen? Und was muss ich beachten, damit meine Texte gerne gelesen werden?

# Schreiben





18.11.03



## Recherche

### 1) Wozu Recherche?

Recherchieren bedeutet, möglichst effizient alle notwendigen Informationen für einen Artikel zusammenzutragen. Dazu bedarf es eines gewissen Spürsinns sowie der Kenntnis einiger grundlegender Regeln und „Kniffe“. Ersteren hast du bestimmt, um den Rest geht es in diesem Artikel.

Zugegeben: Die sorgfältige Suche nach Informationen in Büchereien und Archiven sowie die Anrufe bei Behörden und ExpertInnen können sehr zeitaufwendig sein und sind nicht immer von Erfolg gekrönt. Doch wer engagiert Problemen auf den Grund gehen will, um die LeserInnen zu informieren und zu sensibilisieren, statt sie durch Wiederkäuen des allgemein Bekannten zu langweilen, kommt um eine intensive Recherche nicht herum. Egal, ob es um die Klimakatastrophe, den Rechtsextremismus oder die mangelhafte Entsorgung von Abfällen in den Chemie-Räumen deiner Schule geht. Und wer sich vor einem Interview nicht so umfassend wie möglich über Biographie und Tätigkeiten des/der InterviewpartnerIn sowie die anzusprechenden Themen informiert, wird kaum interessante Informationen und Aussagen „herauskitzeln“ können.



Wer gut recherchieren will, muss hinter die Fassaden gucken

## 2) Was will ich eigentlich wissen?

Redaktionssitzung. Ideen für Artikel schwirren durch den Raum. Ein Porträt der neuen Lehrerin, die Musik und die Umweltseite sind klar. Es fehlt noch etwas Politisches. Aber was ist für LeserInnen wirklich interessant und wichtig? Eher beiläufig erwähnt Britta die Aufkleber der „Republikaner“ und die rechtsextremen Schmierereien, die neulich an der Schule aufgetaucht sind. Ein kleiner Kommentar könnte den SchülerInnenrat auffordern, eine Übermalaktion zu organisieren...

Eine halbe Stunde später ist aus dem Kurzkomentar in der Planung ein vierseitiger Artikel über den Rechtsextremismus geworden – Titelthema! Und da Britta die Idee hatte und bisher keinen Artikel für diese Ausgabe geschrieben hat, liegt es doch nahe, dass sie diesen Artikel recherchiert – das meint zumindest der Rest der Redaktion. ‚Na fein‘, denkt Britta, ‚das hat mir gerade noch gefehlt. Wo bekomme ich denn da die Informationen her?‘

Die oben geschilderte Szene ist Redaktionsalltag. Sich die Informationen zu einem Thema zu beschaffen, über das bisher nicht allzu viel bekannt ist, ist eine immer wiederkehrende Herausforderung für JournalistInnen. Hierin unterscheiden sich Tageszeitungen oder Nachrichtenmagazine kaum von einer SchülerInnen- oder Jugendzeitung.

Was sollte Britta tun? Erste Regel: Nicht gleich loslaufen, sondern zuerst nachdenken und sich genau die Fragestellungen überlegen. Soll es nur um die REPs oder auch um andere Parteien gehen? Sollen auch rassistische gesellschaftliche Alltagsstrukturen und Einstellungen behandelt werden? Soll herausgefunden werden, ob es an der Schule oder im Stadtteil organisierte Neonazis gibt? Sollen Gegenstrategien diskutiert werden?

Solche Fragen klärt ihr am einfachsten mit einem Brainstorming. Dabei wird einfach alles, was einem zum Thema einfällt, aufgeschrieben und anschließend sortiert, strukturiert und zusammengefasst. Schließlich werden die (offensichtlich) uninteressanten Dinge gestrichen und die wichtigen in eine „Rangfolge“ gebracht.

Je nachdem, was dann im Mittelpunkt steht, ist zu überlegen,

1. welche Informationen,
2. in welchen Quellen und
3. in welcher Reihenfolge gesucht werden sollen:

Ein Rechercheplan entsteht.

Dabei ist es wichtig, mit gezielten, eingegrenzten Fragen zu suchen, um nicht am Ende mit einem Wust von Büchern, Kopien und Gesprächsmitschriften erschlagen zu werden.

Hilfreich sind in jeder Phase der Recherche Gespräche mit FreundInnen, RedaktionskollegInnen und eventuell mit LehrerInnen und Verwandten. Sie geben Tipps für die Recherche, und als „TestleserIn“ helfen vor allem die RedaktionskollegInnen zu überprüfen, ob die zusammengetragenen Informationen vollständig, verständlich und in sich logisch sind.

### 3) Welche Informationsquellen gibt es?

#### *Kontakte*

Ähnlich wie eine fleißige Honigbiene benutzt einE RedakteurIn viele Informationsquellen und sammelt den Informations-Nektar. Eine der möglichen Quellen sind persönliche Kontakte. Es lohnt sich, einmal in Gedanken den eigenen FreundInnen- und Bekanntenkreis durchzugehen: A ist Mitglied in einer Umweltschutzorganisation, B jobbt in einer Plattenfirma, C's Freund war früher in einer Wehrsportgruppe, D's Mutter arbeitet in einer Behörde und E's Nachbarin ist eine bekannte Rundfunkjournalistin, die früher selber eine SchülerInnenzeitung gemacht hat... Sie alle können zu bestimmten Themen Informationen liefern oder Kontakte vermitteln.

Dabei ist es journalistische Pflicht, die „InformantInnen“ auf Wunsch im Artikel nicht namentlich zu erwähnen und vertrauliche Hintergrundinformationen nicht ohne Rücksprache zu veröffentlichen.

#### *Eigenes Archiv*

Wer interessante Zeitungsausschnitte nicht in den Papierkorb wirft, sondern ausschneidet und zum Beispiel zu der Broschüre legt, die ein ähnliches Thema behandelt, der hat bereits den ersten Schritt zum Aufbau eines eigenen Archivs getan. Die hierfür investierte Zeit zahlt sich auf Dauer erfahrungsgemäß aus. Material, das ihr „auf Vorrat“ gesammelt habt, müsst ihr im Ernstfall nicht mehr mühsam beschaffen. Das spart Zeit und Geld. Und wer KollegInnen mit eigenen Unterlagen bei der Recherche behilflich sein kann, darf dieses auch umgekehrt erwarten.

Bei jedem Dokument sollte unbedingt vermerkt werden, wo und wann es gefunden wurde. Deshalb auf den Zeitungsausschnitt immer Name der Zeitung, Datum und Seite notieren. Zur geordneten Ablage bieten sich Aktenordner, Hängeordner, Klarsichthüllen oder alte Schuhkartons

an. Ein persönliches Ordnungssystem sorgt dafür, dass die Sachen wiedergefunden werden. Nichts ist schlimmer, als einen wichtigen Artikel zu suchen, der sich im entscheidenden Moment nicht wiederfinden lässt! Möglich sind thematische, chronologische (nach Datum sortiert) oder alphabetische Ordnungskriterien – der eigenen Phantasie sind dabei kaum Grenzen gesetzt.

### *Informationsdienste*

Zu beinahe jedem Thema gibt es spezielle Informationsdienste, die von Behörden, Verbänden, Initiativen oder Unternehmen herausgegeben werden und oftmals kostenlos zu beziehen sind. Darin finden sich Artikel, Interviews, Kurznachrichten sowie mehr oder wenige nützliche Schaubilder und Statistiken. Mittlerweile sind diese Informationen meistens auch im World Wide Web abrufbar und als Newsletter erhältlich.

### 👁 **Internet-Recherche**

Auch kostenpflichtige Dienste und Zeitschriften können für „arme“ SchülerInnenzeitungen gratis sein. Viele HerausgeberInnen haben ein großes Interesse daran, ihre Sicht der Dinge zu verbreiten. Jugendliche stellen für sie eine wichtige Zielgruppe dar. Deshalb: Einfach einen netten Bittbrief losschicken. Mehr als ‚Nein‘ sagen können sie nicht!

Keinem sich noch so seriös gebenden Informationsdienst sollte übrigens blind vertraut werden. Die Informationen werden oft – gerade bei kostenlosen Diensten – nach dem Interesse der jeweiligen HerausgeberInnen (Unternehmen, Verbände!) ausgesucht, die eure LeserInnen und gerade JournalistInnen in ihrem Sinne beeinflussen wollen.

Andere Meinungen als die eigene lassen sie dann nicht zu Wort kommen. Es soll auch nicht vergessen werden, dass sich zum Beispiel Chemie- oder Atomkonzerne teure „Informations“-Materialien leisten können, während zum Beispiel viele BürgerInnen-Initiativen mit jedem Euro rechnen müssen. Deshalb: Bettelbriefe nur an diejenigen, die es sich leisten können!

Beim Internet sieht dies schon wieder ganz anders aus.

### 👁 **Internet-Recherche**

#### *Bücherschrank*

Ein gut sortierter Bücherschrank kann ebenfalls eine große Hilfe sein. Kostenlos lässt er sich durch den Besuch der Landeszentrale für Politische Bildung, beim Jugendinformationszentrum und durch ein Schreiben an die Bundeszentrale für Politische Bildung in Berlin mit interessanten Bänden auffüllen. 👁 **Adressen im Anhang**

## *Bibliothek*

Was ihr zu Hause nicht habt, steht in einer öffentlichen Bibliothek. Aus den Stadtteil-Bücherhallen, der Zentralbibliothek, der Staatsbibliothek, der Bibliothek der Bundeswehruniversität und anderen Büchereien lassen sich Bücher, CD-ROMs, DVDs und Videos ausleihen - **Adressen im Anhang**. Beim Suchen sind die MitarbeiterInnen der Bibliotheken gern behilflich, meistens stehen auch Computer zur Verfügung, mit denen sich die Bestände durchforsten lassen. Bücher der Staatsbibliothek und der Bücherhallen können auch übers Internet gesucht und vorbestellt werden: [www.sub.uni-hamburg.de](http://www.sub.uni-hamburg.de) bzw. [www.buecherhallen.hamburg.de](http://www.buecherhallen.hamburg.de)

## *Presseauschnittsdienst*

Besonders interessant ist das Hamburger Weltwirtschaftsarchiv (HWWA) an der Binnenalster. Hier könnt ihr euch nicht nur besonders gut über Wirtschaftsfragen informieren. Zu der Bibliothek gehört ein kostenloser Presseauschnittsdienst. Auf ein Stichwort hin, zum Beispiel den Namen eines/einer PolitikerIn, „Terrorismus“, „Drogen“ oder „Jugend“ wird ein dicker Packen Zeitungsausschnitte gereicht, die vor Ort durchgesehen und kopiert werden können. **Adressen im Anhang**

Den gleichen Service bieten übrigens die Archive der Profi-Medien für ihre MitarbeiterInnen. Leider sind diese nicht öffentlich zugänglich – es sei denn, du kennst jemanden, der/die jemanden kennt, der/die dort arbeitet...



Am Bücherregal führt auch im Internet-Zeitalter kein Weg vorbei: Lesen, lesen, lesen!

### *Verbände, Initiativen und Behörden*

Eine weitere Anlaufstelle bei der Recherche sind Verbände und Initiativen, die auf bestimmte Themen spezialisiert sind. Dort gibt es Informationsmaterial aus der Sicht des jeweiligen Verbandes und – sofern ihr möchtet – Gesprächs- und InterviewpartnerInnen. Hier helfen das Telefonbuch und die Gelben Seiten / Hamburger Branchen schon einen großen Schritt weiter. Auch über Suchmaschinen im Internet kommt ihr zu den Homepages der Organisationen und darüber an deren Adresse und Telefonnummer.

So befassen sich beispielsweise mit dem Problem „Fahrradfahren in Hamburg“ der Allgemeine Deutsche Fahrrad-Club ([www.adfc.de](http://www.adfc.de)), die Grünen ([www.gal-hamburg.de](http://www.gal-hamburg.de)), der alternative Verkehrsclub ([www.vcd.de](http://www.vcd.de)) und die Autolobby ADAC ([www.adac.de](http://www.adac.de)). Für die politischen Rahmenbedingungen ist die Baubehörde verantwortlich ([www.hamburg.de](http://www.hamburg.de)), die wie jede Hamburger Behörde eine Pressestelle hat.

Adresse und Telefonnummer finden sich auch im „Hamburg Handbuch“, in dem alle öffentlichen Einrichtungen in Hamburg aufgelistet sind. Das Buch gibt es kostenlos in Bücherhallen und Orts- und Bezirksämtern – sofern es nicht gerade vergriffen ist. In der Regel gibt es einmal im Jahr eine Neuauflage.

#### *Auskunftspflicht*

Behörden haben im Übrigen im Gegensatz zu Privatpersonen und Unternehmen laut Hamburgischem Pressegesetz (**☞im Rechtsteil**) eine Auskunftspflicht gegenüber der Presse, also auch gegenüber SchülerInnenzeitungen. In der Regel werden die für die Öffentlichkeitsarbeit allein zuständigen Pressestellen ihre Informationen auch gerne weitergeben. Sie sind jedoch nicht verpflichtet, Einsicht in Akten zu gewähren oder umfangreiche Ermittlungen anzustellen.

Manchmal ist es vorteilhaft, Fragen nicht als PressevertreterIn der Pressestelle, sondern als „interessierteR BürgerIn“ direkt der/dem zuständigen BehördenmitarbeiterIn zu stellen. Ein sicheres, freundlich-bestimmtes Auftreten ist für den Erfolg in jedem Fall von großer Bedeutung. Die Telefonnummern der einzelnen BehördenmitarbeiterInnen und ihre Aufgabenbereiche finden sich ebenfalls im „Hamburg Handbuch“.

#### *Abgeordnete und ProfessorInnen*

Im Einzelfall kann es auch sinnvoll sein, sich an abgeordnete PolitikerInnen zu wenden - vom Ortsausschuss bis zum Bundestag. Sie werden gerne

Stellungnahmen abgeben und haben oft Zugang zu wichtigen Informationen. Und wer wiedergewählt werden möchte, sollte auch zu kleinen Serviceleistungen für die Jugendpresse bereit sein. Gerade die Abgeordneten der jeweiligen Oppositionsparteien haben zudem ein Interesse daran, Fehler der Regierungspartei(en) aufzudecken – das macht Gesprächig. Auch so mancheR ProfessorIn steht für Fragen aus ihrem/seinem Fachgebiet gerne zur Verfügung.

## *Lexika*

Die klarsten Begriffsdefinitionen liefern Lexikon und Fremdwörterbuch. Immer auf dem neuesten Stand sind Nachschlagewerke auf CD-ROM oder DVD, die ein riesiges Lexikon auf eine millimeterdünne Scheibe komprimieren – meist mit Bildern, Tonaufnahmen und Videos.

## *Internet-Recherche*

Das World Wide Web wird häufig als Symbol für die „Informationsgesellschaft“ gebraucht. Es beinhaltet auch jede Menge Informationen – und was für welche! Fast jedeR kann seine Meinung im Internet veröffentlichen und verbreiten. Die Kontrollmöglichkeiten durch offizielle Stellen sind äußerst gering, weshalb Lug und Trug an jeder Ecke anzutreffen sind. Das Internet steckt voller „Informationsmüll“.

Die altbewährten Suchmaschinen liefern zu Stichwörtern hunderte, wenn nicht sogar tausende von Treffern, von denen leider meist nur ein Bruchteil interessant ist und viele einfach nur Werbung sind.



Es erscheint so einfach - doch das World Wide Web steckt voller Müll

Eine Internet-Recherche sollte also gründlich vorbereitet sein und genaue Stichwörter müssen bereit liegen, am Besten auch schon ein paar Internet-Adressen, auf denen die Recherche begonnen wird. Auch wenn ihr auf diesen Seiten nicht unbedingt fündig werdet, liefern sie oft weiterführende Links zu interessanten Websites.

Bei den Recherche-Ergebnissen im Netz ist besondere Vorsicht geboten: Hier gilt einmal mehr der Spruch „Glaube keiner Statistik, die du nicht selber gefälscht hast“. Die Seriosität der Quelle sollte also überprüft werden: Gibt es eine Kontaktperson? Welche Quellen gibt der Autor an? Eine minimale Hilfe für deutsche „de-Domains“ ist die DENIC, die Ver-gabestelle für diese Domainendung. Unter [www.denic.de](http://www.denic.de) lässt sich der/die BesitzerIn jeder Internetadresse mit der Endung „.de“ samt Anschrift abfragen, so dass ihr euch im Fall des Falles auch direkt an den Betreiber der Website wenden könnt. Zudem muss auf jeder Homepage ein Impressum vorhanden sein, über das ihr Kontakt knüpfen könnt.

Wer auf anerkannt seriösen Seiten surft, kann auf diese Mittel natürlich verzichten. Viele Nachrichtenmagazine, Zeitschriften und die öffentlich-rechtlichen Rundfunksender bieten eine – mittlerweile größtenteils kostenpflichtige - Suche in ihren Online-Archiven an. Eine Sammlung dieser Adressen findet ihr im Anhang dieses Buches.

#### 4) Grundsätze der Recherche

Was bedeutet das alles für Brittas Artikel? Britta hat bei der Aufstellung ihres Rechercheplans darauf geachtet, dass sie in die Tiefe und nicht in die Breite recherchiert. Deshalb konzentriert sie sich auf ihre Kernfragen: Was sind die „Republikaner“ und wer steckt hinter den Schmierereien?

Britta leiht sich in der Bücherhalle nicht jedes Buch über die Geschichte des Rechtsextremismus aus, sondern nur diejenigen, die (auch) die REPs behandeln. Außerdem recherchiert sie von außen nach innen, das heißt sie informiert sich zunächst über die Geschichte und Programmatik der REPs und über Rechtsextremismus bei Jugendlichen, bevor sie versucht, FunktionärInnen der Partei und jugendliche AnhängerInnen zu interviewen. Denn ohne Hintergrundinformationen lassen sich keine gezielten Nachfragen stellen und ausweichende oder bewusst falsche Antworten nicht als solche erkennen.



Am Beginn der Recherche steht also die Durchsicht schriftlichen Materials. Durch eine Mitschülerin lernt Britta einen Jungen kennen, der Kontakt zu einer rechtsgerichteten Clique im Stadtteil hat. Nach anfänglichem Zögern sind einige Mitglieder der Gruppe zu einem Gespräch bereit. Später trifft sie sich auch mit der Antifa-Gruppe des Jugendzentrums. Hier erfährt sie einiges über die Aktivitäten der Rechten, die diese ihr verschwiegen hatten, und leiht sich mehrere Broschüren aus. Die Pressestelle der Innenbehörde nennt ihr die Mitgliederzahl der REPs, und eine Universitätsprofessorin erläutert Britta ihre Theorie, warum sich Jugendliche rechtsextrem orientieren.

Stoff genug für einen ausführlichen Artikel. Doch wer letztlich die Schmierereien zu verantworten hat, bleibt unklar. Die rechte Clique aus dem Stadtteil will es jedenfalls nicht gewesen sein. Und auf ihren Brief an die REPs mit der Bitte um Informationen erhält Britta nicht nur ein Parteiprogramm, sondern auch jede Menge Aufkleber. ‚Wenn die das immer so machen‘, denkt Britta, ‚können viele Leute die Sachen verklebt haben.‘ Ein Gespräch mit einem REP-Funktionär kommt vor Erscheinen dieser Ausgabe nicht mehr zu Stande. Auf deren Homepage findet sie neben jeder Menge leerer Parolen und Texte auch einen Online-Shop mit auf rechtsextrem getrimmten Produkten. Britta kann sich durch die schriftlichen Materialien auch so ein Bild der Partei machen...

So also könnte das Ergebnis einer Recherche aussehen. Vielleicht aber auch ganz anders. Selbstverständlich gibt es noch viel mehr Möglichkeiten, an Informationen zu kommen, als hier beschrieben werden konnte. Dein journalistischer Spürsinn wird sicherlich eine Menge weiterer Wege finden. Probier‘ es einfach mal aus!

## Textformen

Wie sag‘ ich’s den LeserInnen? Diese Frage stellt sich bei jedem neuen Artikel. Oft sitzen selbst erfahrenen JournalistInnen vorm weißen Blatt Papier oder vorm Rechner und finden keinen Anfang. Doch bevor Profis am Bleistift knabbern, wissen sie bereits, mit welcher Textart sie arbeiten wollen.

Es gibt, grob gesagt, sechs Textarten. Vier davon lassen sich ihrer Ausführlichkeit nach auflisten: Nachricht, Bericht, Reportage und Feature. Nicht in dieses Schema passen der Kommentar und die Glosse, die später vorgestellt werden. Welche Textart du wählst, hängt von deinen persönlichen Vorlieben und vom Thema ab. Wie spannend ist es, und wie viel Platz soll es in der Zeitung einnehmen?



Ein Beispiel: Durch eine Freundin, deren Mutter in der Bezirksversammlung sitzt, erfährst du, dass ein Pavillon auf eurem Schulhof aufgestellt werden soll. Wiederholt hat eure Schulleiterin die Schulbehörde auf die Raumnot hingewiesen. Diese soll nun ein Ende haben.

Du entscheidest dich, darüber zu berichten. Aber wie?

### Die Nachricht

Eine Nachricht ist kurz, klar und kommentarlos. Sie beantwortet möglichst viele der sechs berühmten Journalismus-Ws: Wer? Wo? Wann? Was? Wie? Warum?

Ihr Aufbau gleicht einer Pyramide, die auf dem Kopf steht: Das Wichtigste steht im ersten Satz, das Wichtige im ersten Absatz. Danach folgen Zusatz-Informationen von abnehmender Bedeutung. Zum Pavillon-Beispiel könnte die Nachricht unter der Überschrift „Neuer Pavillon“ lauten:

„Die Bildungsbehörde plant, einen Pavillon auf unserem Schulhof zu errichten. Noch in diesem Jahr soll mit dem Bau begonnen werden. Der Neubau soll die Raumnot an unserer Schule lindern. Die Kosten werden auf rund 250.000 Euro geschätzt.“



Auch wenn es manchmal nervt: Jeder Artikel braucht seine Zeit - abwarten und Tee trinken!

## Der Bericht

Ein Bericht ist ausführlicher als die Nachricht. Hinzu kommen weitere Details und Stellungnahmen. Die Struktur und die Sprache der Nachricht bleiben jedoch erhalten. Bezogen auf den Pavillon könntest du Kosten, Größe und Standort näher beschreiben oder Schulleiterin, Behörden und Parteien um Stellungnahmen bitten.

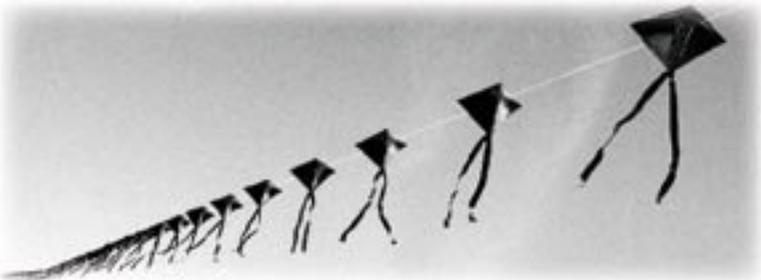
Nachricht und Bericht wirken leicht hölzern. Sie sind jedoch unentbehrlich, wenn Fakten kurz dargestellt werden sollen.

## Die Reportage

Eine Reportage ist lebendiger als eine Nachricht oder ein Bericht. Um eine Reportage zu schreiben, musst du selbst am Ort des Geschehens gewesen sein. Alles, was du mit Augen, Ohren, Nase, Zunge und Fingern wahrnimmst, kann von Bedeutung sein. Ziel ist eine anschauliche Darstellung, ein Augenzeugenbericht. Ganz subjektiv hebst du jene Einzelheiten hervor, die aus deiner Sicht die Situation prägen. So sollten atmosphärische Details ebenso wenig fehlen wie das Aussehen, die Gesten und das Umfeld der Menschen, von denen der Artikel handelt. Die Schwerpunkte setzt allein du.

Eine Reportage sollte „dramatisch“ aufgebaut sein: Neben einem Ein- und einem Ausstieg sollte sie einen Spannungsbogen enthalten. Es ist ratsam, anfangs nicht alles zu verraten und am Schluss des Artikels den Einstieg erneut aufzugreifen. Der Gebrauch des Präsens (Gegenwartsform) sorgt für Spannung.

Zurück zum Pavillon-Beispiel: Es bietet sich an, eine Schule zu besuchen, die bereits in den „Genuss“ eines derartigen Gebäudes gekommen ist. Vielleicht stellst du fest, dass deren Bau schon wieder abrisst: undichtes Dach, welliger Fußboden und chronische Kloverstopfung schon nach drei Jahren. Oder aber die SchülerInnen sind glücklich über die neuen Räume und haben diese bereits bemalt und gemütlich eingerichtet.



Reportage und Feature sind mehr als bloße Aneinanderreihungen von Fakten

### **Das Feature**

Das Feature lebt vom Wechsel zwischen Anschauung und Abstraktion, zwischen Schilderung und Schlussfolgerung. Es handelt sich um eine Kombination aus Beobachtungen und recherchierten Hintergrundinformationen. Diese „Bausteine“ werden wie ein Mosaik zusammengestellt. Im Gegensatz zur Reportage, die sich bewusst einer Einzelsituation widmet, sucht das Feature nach dem Typischen oder nach allgemeinen Trends. Am Anfang steht das ausgiebige Nachforschen. Das Ergebnis kannst du dann durch Einzelbeispiele plastisch beschreiben.

Bezogen auf die Pavillons könntest du ein Feature zum Thema „Raumnot an Hamburger Schulen“ schreiben. Der Einstieg könnte reportageartig ein Extrembeispiel von besonders großer Raumnot schildern. Es folgt die Meinung eines Experten aus der Behörde. Seine Aussagen vergleichst du mit denen der SchülerInnenkammer. Hierauf erläuterst du, wie die Behörde eigentlich Raumnot ermittelt, usw.

### **Der Kommentar**

Neben den beschriebenen vier Textformen, die einen darstellenden Charakter haben, gibt es den Kommentar. Bereits Reportage und Feature sind beeinflusst durch die Sicht des/der SchreiberIn. Seine oder ihre ganz persönliche Meinung aber sollte im Artikel nicht vorkommen. Beim Kommentar ist das jedoch anders: Hier äußert der/die SchreiberIn seine/ihre ganz persönliche Meinung zu einem Thema, das bereits bekannt ist.

Der Kommentar ist eine freie Textform, Regeln gibt es kaum. Das Thema sollte kurz eingeleitet werden und die Schlussfolgerung am Ende stehen. Dazwischen ist jede Menge Platz für Streitkultur. Entweder du wägst Pro und Contra ab, oder du schreibst geradeaus auf dein Ziel hin.

### **Die Glosse**

Die Glosse ist ein satirischer Text, wobei gilt: Jede Glosse ist auch ein Kommentar, aber nicht andersherum. Ein Kommentar kann trocken, eine Glosse aber muss witzig sein. Dieses hohe Ziel macht diese Textform besonders tückisch. Viele Schreibtischergüsse sind nur gewollt komisch und wirken leicht peinlich. Eine gute Glosse braucht sehr viel Fingerspitzengefühl. Ironie wird häufig falsch verstanden und ist nicht immer angebracht. Wer aber eine spannende Idee hat, sollte vor einem Versuch nicht zurückschrecken

So könntest du das LehrerInnenkollegium mit einer Fußballmannschaft vergleichen, die gegen den SchülerInnenrat antritt, oder die Schulleiterin

in einer Gameshow auftreten lassen. Die Texte müssen mit spitzer Feder ins Mark treffen: Eine zahme Satire ist keine. Die Betroffenen müssen damit rechnen, dass der/die AutorIn bis an die Grenzen des Zumutbaren geht, jedoch ohne zu beleidigen. Merke: Eine Glosse/Satire übertreibt.

## Kritik, Rezension

Kritiken von Veranstaltungen und Rezensionen z.B. von Büchern stellen keine eigenen Darstellungsformen dar. Sie ähneln dem Kommentar, sind jedoch ausführlicher: Der/die LeserIn wünscht sich eine Art subjektiven Bericht über eine Sache – also Information und Meinung, wobei beides nicht zu kurz kommen darf.

## Objektivität

Die Trennung der journalistischen Stilformen beruht auf einer Idee von Objektivität: Nachrichten und Berichte sollen keine Meinung enthalten. Das kannst du mehr oder weniger anstreben, letztendlich enthalten aber auch Nachrichten und Berichte den Standpunkt der SchreiberInnen: Welche Informationen werden überhaupt gebracht? Wer wird zu einem Problem zitiert? Was für Wörter werden benutzt (zum Beispiel „Endlagerstätte“ statt „Atomülllager“)? Diese Problematik sollte dir beim Schreiben bewusst sein.

## Das Interview

Ein gutes Interview ist wie ein Eisberg. Denn nur ein kleiner Teil der Fragen und Antworten ist in der fertigen Zeitung zu sehen. „Das Interview ist nicht nur eine Darstellungsform, sondern auch eine Methode des Recherchierens“, sagt das Fischer-Lexikon Publizistik dazu. Wer ein Interview macht, muss auf Menschen zugehen und sich mit ihnen auseinandersetzen können. Daher ist eine gute Vorbereitung unerlässlich.

Es gibt verschiedene Arten von Interviews:

- ▶ Das Recherche-Interview dient dazu, Hintergrundinformationen zu einem Thema zu erhalten. Es wird nicht abgedruckt und kann auch am Telefon geführt werden.
- ▶ Das Persönlichkeits-Interview soll Charakter und Lebensweise des Interview-Partners/der Interview-Partnerin darstellen.
- ▶ Im Fakten-Interview geht es nicht um die Persönlichkeit, sondern um einen bestimmten Sachverhalt, der beleuchtet werden soll.
- ▶ Im Meinungs-Interview unterhalten sich die GesprächspartnerInnen über ein Themengebiet. Im Mittelpunkt steht die Meinung des/der

Interviewten zu Ursachen und Folgen eines Problems oder eines Sachverhaltes. Hier gehen Persönlichkeits- und Fakten-Interview also ineinander über.

*Vorbereitung:* Zur Vorbereitung gehört eine Liste mit möglichen Fragen oder Themengebieten. Als ModeratorIn des Gesprächs musst du stets eine passende Frage im Kopf haben. Um vernünftige Fragen zu erarbeiten, musst du dich fachlich vorbereiten. Dann wird dein Gegenüber dich auch als kompetenteN GesprächspartnerIn anerkennen. Und schließlich sollten dir die Lebensumstände und Überzeugungen deines/deiner GesprächspartnerIn in Grundzügen bekannt sein.

Du musst damit rechnen, dass der/die Interview-„PartnerIn“ dich überlisten oder einschüchtern will. Besonders bei SchülerInnenzeitungs-RedakteurInnen wird gerne die „Du-bist-doch-noch-so-jung-und-unerfahren-Karte“ ausgespielt. Da hilft nur, selbstbewusst mit Wissen zu kontern.

*Ort:* Entscheidend ist auch der Ort, an dem das Interview geführt wird. Meist wird der/die zu Interviewende vorgeschlagen, sich in seinem/ihrer Büro zu treffen. Wenn du unsicher bist, könnte es besser sein, sich in einem ruhigen Café zu unterhalten. Wichtig ist in jedem Fall, dass keine Hektik herrscht.

*Vorgespräch:* In einem Vorgespräch, das auch am Telefon geführt werden kann, solltest du mit deinem/deiner InterviewpartnerIn klären, was das Thema des Interviews und mögliche Fragen sein werden. Auch er/sie muss sich vorbereiten.

Ihr solltet auch die Zahl der teilnehmenden Personen ansprechen. Es ist erfahrungsgemäß ungünstig, wenn die Anzahl der Fragenden geringer ist als die der Antwortenden. Autoritäten interviewst du möglichst nicht alleine.



Ganz entscheidend für den Verlauf eines Interviews ist der Ort, an dem es geführt wird.

*Das Interview:* Es ist ratsam, das Interview mit einer offenen Frage zu beginnen und dann halbgeschlossen weiter zu bohren. Bei offenen Fragen kann sich der/die Gefragte ausführlich äußern („Warum sind Sie Lehrerin geworden?“). Halbgeschlossene Fragen grenzen die Antwortmöglichkeiten stark ein („Welche Klassen unterrichten Sie?“). Geschlossene Fragen haben lediglich „Ja“ oder „Nein“ zur Antwort („Haben Sie 1960 geheiratet?“). Auf rhetorische Fragen, die Antworten vorweg nehmen („Sind Sie nicht auch der Meinung, dass...?“) solltest du verzichten. Sie verleiten die/den InterviewteN zu Aussagen, die nicht ihre/seine eigenen sind.

*Mitschneiden:* Empfehlenswert ist es, das Gespräch mit einem Diktiergerät, Kassettenrekorder oder auf MiniDisk aufzunehmen, womit allerdings der/die Interviewte einverstanden sein muss. Daneben solltest du auf einem Notizblock den groben Ablauf mitschreiben. Auf diese Weise erhältst du einen Überblick und kannst die Aussagen im Interview später belegen.

*Kürzen:* Die Übertragung des Gesprochenen in geschriebene Sprache ist ein großes Problem. Die meisten Leute reden „ohne Punkt und Komma“. Wenn du das Interview aufschreibst, musst du es zwangsläufig kürzen und damit verändern. Diese Tatsache solltest du deinem/deiner GesprächspartnerIn nicht verheimlichen. Wenn ihr vorher vereinbart, dass er/sie den Text vor der Veröffentlichung erneut zu lesen bekommt, musst du dich daran halten. Das ist auch sinnvoll, um Missverständnisse bei der Übertragung vom Band auf Papier und beim Kürzen zu vermeiden. Wenn der/die Interviewte jedoch versucht, seine/ihre einmal gemachten Aussagen zu entschärfen, kannst du auf den Wortlaut vom Band zurückgreifen bzw. dich darauf berufen. Denn: Das gesprochene Wort gilt. Einzige Ausnahme: Es wurde verabredet, dass der/die Befragte nicht nur Übertragungsfehler korrigieren, sondern alles ändern darf.



Glaub nicht einfach alles, was dir erzählt wird - immer schön kritisch sein!

## Schreibstil

### Grundregeln gegen unlesbares Gemurkse

„Daher ist nun die erste, ja schon für sich allein beinahe ausreichende Regel des guten Stils diese, dass man was zu sagen habe“, schrieb der Philosoph Schopenhauer vor 200 Jahren - und hatte Recht. Ein interessanter Text ist voll von Fakten, Eindrücken und Meinungen. Er ist spannend, weil der/die AutorIn etwas mitzuteilen hat.

Doch ein guter Text glänzt nicht nur durch den Inhalt – er muss auch zum Lesen anregen. Der Stil transportiert den Inhalt, er entscheidet darüber, ob der Artikel gelesen wird oder nicht. Es gibt bücherkistenweise Tipps über besseres Schreiben, jedoch nur wenige Grundregeln. Der Rest ist dir selbst überlassen. Durch selbstkritisches Lesen der eigenen Texte kannst du dich stetig verbessern. Ein guter Stil ist erlernbar und kein Geschenk der Gene.

Anhand einiger missglückter Beispiele aus SchülerInnenzeitungen kannst du die wichtigsten Regeln leicht nachvollziehen:

„Viel ist von William Farish nicht bekannt, doch markiert seine Idee, menschlichen Gedanken einen quantitativen Wert beizumessen, die Hinwendung zu der Konstruktion eines mathematischen Wirklichkeitsbegriffs, wie sie ihn auch schon Galilei angestrebt hatte, als er erklärte, dass die Sprache der Natur die Sprache der Mathematik sei.“

- ▶ Fremdwörter vermeiden! Viele Fremdwörter lassen sich durch deutsche Wörter ersetzen, beispielsweise „quantitativer Wert“ durch „Zahlenwert“.
- ▶ Ein Zeitungsartikel ist kein Deutschaufsatz! Darum möglichst kurze, geradlinige Sätze schreiben. Keine verschachtelten Satzgefüge. Der links stehende Satz enthält fast 50 Wörter. Besser verständlich sind Sätze mit bis zu 15 Wörtern.
- ▶ Verben statt Substantive! Anstatt „Farishs Idee (...) markiert die Hinwendung zu der Konstruktion“ könntest du schreiben: „Farish konstruierte mit seinen Ideen“. Verben machen einen Satz lebendiger.

Hier ein zweites Beispiel:

„Bei Verbundstoffen (das sind vor allem die Saft- oder Milchtüten (die die ganze Schule seit längerem ja wieder bedenkenlos in Massen verbraucht, und die, da sie aus einer Kunststoff-, einer Alu- und einer Pappschicht bestehen, unter hohem Aufwand erst einmal in einzelne Fraktionen zerlegt werden müssen, bevor überhaupt an Recycling zu denken ist)) liegt die Erfassungsquote sogar nur bei 20%! (alle Angaben in Gewichtsprozent)“

- ▶ Klammern nur im Ausnahmefall benutzen!
- ▶ Das Subjekt „Erfassungsquote“ und das Verb „liegt“ verstecken sich am Satzende. Besser ist es, Subjekt und Prädikat an den Satzanfang zu stellen.
- ▶ Auch hier steht ein Substantiv, wo ein Verb anschaulicher wäre: Statt „Die Erfassungsquote liegt bei 20%“ könntest du schreiben: „Nur 20% der Verbundstoffe werden erfasst.“

Und ein letztes Beispiel:

„Es wurden jedoch nicht nur Dinge bewundert, sondern auch anregende und fruchtbare Gespräche geführt und mitreißend-idyllische Messen gefeiert.“

- ▶ Aktiv statt passiv! Die Aktivform ist lesbarer. Statt „Es wurde bewundert/geführt/gefeiert“ schreibst du „die Gäste bewunderten“, „die TeilnehmerInnen führten Gespräche“, „wir feierten“.
- ▶ Weg mit unnötigen Adjektiven! Ein Adjektiv hat nur Sinn, wenn es eine Information gibt. Was machte denn das „Anregende“ und „Fruchtbare“ der Gespräche aus? Und ist es nicht widersprüchlich, wenn die Messen einerseits „mitreißend“, andererseits auch „idyllisch“ waren?

Mit Hilfe dieser Regeln kannst du Texte erheblich verständlicher schreiben. Als Test solltest du dir deinen Artikel laut vorlesen. So hörst du, wo die Sätze holpern. Außerdem ist es unerlässlich, jeden Artikel von jemand anderem redigieren zu lassen, das heißt, dass er/sie dir Änderungen vorschlägt. Zurückhaltung ist hier fehl am Platz – im Extremfall kann ein völlig neuer Artikel dabei herauskommen.

## Selbstzensur

### Die Angst vorm eigenen Wort

*Wieso Selbstzensur? Wer ist schon so blöd und zensiert sich selbst? Zensur ist doch nur, wenn einem etwas verboten wird. Ich verbiete MIR doch nichts! Ich schreibe natürlich nur, was ich will und was ich meine – das kann mir doch niemand verbieten.*

*Natürlich muss ich mich dabei an Gesetze halten, ist doch klar. Kritisch bin ich deswegen ja immer noch, will ich als Jugendpresseredakteurin auch sein. Trotzdem muss ich aufpassen, dass sich niemand, über den ich schreibe, beleidigt fühlt, denn sonst gibt's Ärger. Streit mit allen möglichen Leuten bringt mir nichts.*

*Was sollen denn die LehrerInnen von mir denken, wenn ich schreibe, dass wir in einem Polizeistaat leben? Die müssen denken, ich bin eine totale Chaotin, Steinewerferin oder so. Vielleicht behandeln die mich dann ganz anders, möglicherweise gibt's dann schlechtere Zensuren. Lehrerkritiken verbessern das Verhältnis bestimmt nicht.*

*Die MitschülerInnen meckern auch immer über den Politkram – vielleicht gehört sowas wirklich nicht in eine SchülerInnenzeitung. Und dann noch das Rumgenerv mit den Eltern: „Musst du denn immer aus der Reihe tanzen? Wer solche Meinungen vertritt, bringt es doch zu nichts!“*

Soweit die Gedanken unserer fiktiven Redakteurin. Schnell ist da die „Schere im Kopf“ angesetzt, konfliktrichtige Artikel werden nicht geschrieben oder gummiweich formuliert. Oft geschieht dies unbewusst, manchmal aber bewusst in der Auseinandersetzung mit sich selbst. Oder es kommt zu einer Diskussion in der Redaktion, die einen Artikel „so nicht“ veröffentlichen will, weil sie Ärger befürchtet.

Auch wenn es sich hart anhört: Wird ein Artikel aus Angst vor Konsequenzen umformuliert oder gar nicht abgedruckt, so ist das Zensur – nämlich Selbstzensur. Angst ist die Hauptursache für Selbstzensur.

Sie kann in vielen Formen auftreten:

- ▶ Angst vor rechtlichen Konsequenzen,
- ▶ Angst vor schlechten Zensuren,
- ▶ Angst vor Streit mit Eltern oder FreundInnen,
- ▶ Angst vor Nicht-Anerkennung in der Klasse,
- ▶ Angst vor Anzeigenboykott,
- ▶ ...

Gegen diese Angst kannst du ankämpfen. Relativ einfach ist dies bei der rechtlichen Unsicherheit: In diesem Buch steht so ziemlich alles drin, was du wissen musst. Hältst du dich an diese Regeln, so brauchst du keine Angst vor dem Gesetz zu haben. Falls du dir im Einzelfall unsicher bist, solltest du nicht gleich einen Rückzieher machen, denn meistens werden die Gesetze von SchülerInnen eher zu eng ausgelegt. Frage also im Zweifelsfall einfach Leute, die sich besser damit auskennen als du, zum Beispiel die Junge Presse Hamburg oder auch die Rechtsabteilung der Bildungsbehörde ☞ **Adressen im Anhang**.

Auch die Furcht vor Anzeigenboykotten lässt sich schnell entkräften: Das die AnzeigenkundInnen geschlossen aussteigen, kommt praktisch nie vor. Und es passiert auch nur selten, dass einzelne Geschäfte Anzeigen kündigen, weil ihnen die Zeitung nicht gefällt. Und wenn, kann es unendlich viele Gründe haben: Vielleicht ist die Zeitung zu politisch oder zu unpolitisch, nicht ansprechend gestaltet, hat Umweltschutzpapier oder kein Umweltschutzpapier, ist die Redaktion zu alt oder zu jung – es kommt bei so einer Entscheidung also kaum auf einen einzigen Artikel an. Im übrigen habt ihr mehr Macht gegenüber Geschäften, als du glaubst. Im Falle eines Anzeigenboykotts könnt ihr beispielsweise Flugblätter verteilen, die auf diese Ungerechtigkeit hinweisen. Oder ihr informiert die Lokalzeitung, die dann berichtet.



Die Jugendpresse lässt niemanden allein mit seinen Problemen beim Medienmachen.

Die anderen Formen der Angst zu bekämpfen wird schon schwieriger. Hilfreich ist es, sich über die eigenen Ziele bewusst zu werden: Weshalb schreibe ich überhaupt? Sicherlich soll Zeitungsmachen in erster Linie Spaß machen. Doch auf der anderen Seite sind SchülerInnen- und Jugendzeitungen die einzigen Medien, die von Jugendlichen für Jugendliche gemacht werden. Andere Medien berichten höchstens über Jugendliche und wollen sich vor allem gut verkaufen.

Manchmal gehört Mut dazu, ungeliebte Tatsachen und Meinungen zu verbreiten und gegen den Strom zu schwimmen. Die SchülerInnenzeitung bietet eine Möglichkeit dazu: Weder hierarchische Strukturen noch strenge Arbeitsteilung oder einseitige finanzielle Abhängigkeit behindern es, eigene Standpunkte zu vertreten. Ihr habt also die Freiheit, euch vom sonstigen Pressebrei abzuheben und das zu vertreten, was euch wichtig ist.

Die Jugendpresse soll aufmüpfig sein und ihr Recht zu schreiben wahrnehmen. Also los, habe Mut und schreibe, was du denkst! Wer seine Freiheit nicht nutzt, ist selber Schuld.



Seit 1991 dürfen SchülerInnenzeitungen in Hamburg nicht mehr zensiert oder kontrolliert werden.

Buchstaben, Symbole, Linien, Gesichter, Fotos. Der erste Blick in eine Zeitung fällt nicht auf den interessant geschriebenen Artikelanfang sondern auf die grafischen Elemente der Doppelseite. Diese Seite gestalten, die Lesenden zum Artikelanfang zu leiten, sie zum Lesen zu verführen, Text interessant zu verpacken - das ist das Ziel des Layouts.

# Layout





## Einheitlichkeit

Auch eine SchülerInnenzeitung ist eine Zeitung – und keine Ansammlung von einzelnen Artikeln. Und so soll sie auch aussehen.

Einige feste Gestaltungsmittel, die im sogenannten Satzspiegel eingerichtet werden, erzeugen ein Profil: mit ihnen gewinnt die Zeitung eine feste Gestalt, an der sie erkannt wird. Dieser Eindruck kann durch die gleiche Schriftart für den Text oder für die Überschrift erreicht werden, aber auch durch Seitenzahlen sowie Kopf- und Fußzeilen an festen Positionen. Wichtig für den Wiedererkennungseffekt ist auch die Titelseite, auf der wenigstens das Logo, das Erscheinungsdatum und der Preis immer an der gleichen Stelle platziert sein sollten.

Das Auge kann nur eine begrenzte Zeilenlänge gut überblicken. Sie sollte auf 45 bis 70 Buchstaben begrenzt werden. Daher wird die Seite bei Zeitungen oder Zeitschriften im A5- oder A4-Format in zwei oder drei Spalten unterteilt. Je mehr Spalten, desto leichter lassen sich Fotos ins Layout einbauen oder große Überschriften integrieren.

Daher sind typische Zeitungsspalten heute kleiner als die angegebenen Werte. Zwischen Lesbarkeit und Layout muss jede Zeitung ihren Platz finden.

Einmal gefunden, sollte dieser Platz beibehalten werden. Eine feste Aufteilung der Seite und damit eine feste Spaltenbreite trägt viel zu einem einheitlichen Erscheinungsbild bei. Aber Achtung: Interesse kann oft nur durch Auffälliges geweckt werden. Abweichungen von der Norm sind also durchaus in Ordnung, solange ein Grundmuster in der Zeitung erkennbar bleibt.

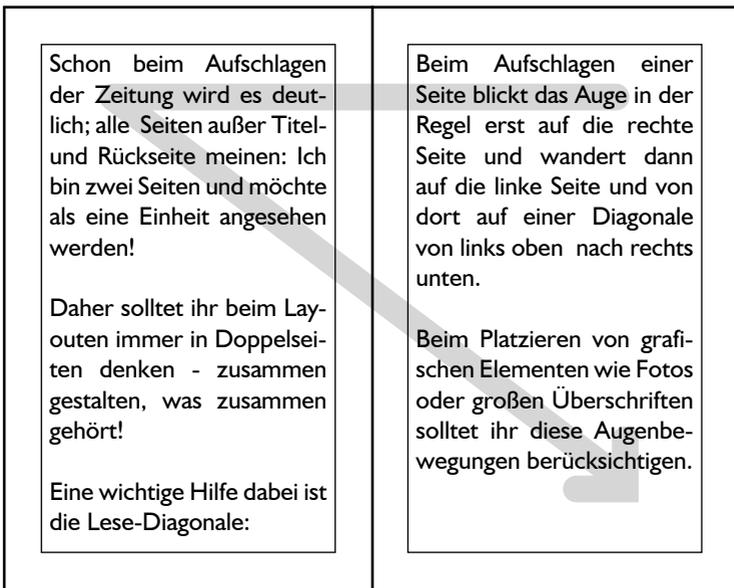
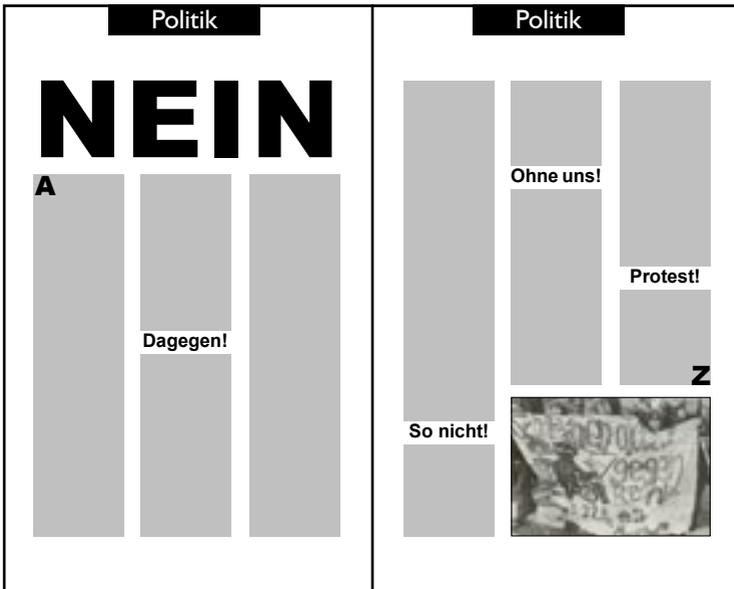
Ein einheitliches Aussehen ist zwar sehr ordentlich und seriös, kann aber auch schnell langweilig wirken. Absätze, auflockernde Zwischenüberschriften und andersfarbige Textkästen verhindern, dass sich die Spalten in Bleistangen, also unansehnliche Blöcke, verwandeln.

Zusätzlich können feste Rubriken (z. B. Politik, Kultur, Schulinternes), ein fester Seitenrahmen, ein auf den Artikelanfang hinweisender Großbuchstabe („Initial“) oder einheitliche Überschriften (Gefahr der Langeweile!) die Orientierung in der Zeitung erleichtern.

Den Anfang jeder Orientierung in der Zeitung bietet ein übersichtliches Inhaltsverzeichnis, das die erste Möglichkeit bietet, die Zeitung anzupreisen und Leselust zu wecken.

Anregungen genug für eine SchülerInnenzeitung gibt es in jeder Zeitung oder Zeitschrift.

Der Rest bleibt deiner Fantasie und den Möglichkeiten deines Layoutprogramms überlassen.



## Vielfalt

Ihr dürft klauen ohne geistigen Dienstahl zu begehen. Die Welt ist voll von irgendwelchem Krimskrams, den mensch in der Zeitung zweckentfremden kann: Das Logo einer Band kann verfremdet in einer Konzertkritik auftauchen. In starker Vergrößerung erzeugen die Rasterpunkte eines Zeitungsfotos einen interessanten Effekt, z. B. für den Hintergrund. Eine Kombination aus U-Boot und altem Tankstellenschild verwandelt sich in ein Logo.

Diese Art zu klauen, richtiger: zu „sampeln“, hat jedoch wenig mit dem Übernehmen von fertigen Comics oder Karikaturen zu tun. Abgesehen von rechtlichen Konsequenzen: Es ist eure Zeitung, und die wollt ihr doch mit euren eigenen Ideen füllen, und nicht mit denen anderer Leute! Es wäre also nicht nur geistiger Dienstahl, sondern auch langweilig.

Eine Herausforderung an die Kreativität bei Sampeln ist die Gestaltung von Logos, grafischen Elementen. Dabei werden Bilder und Text zu einem Symbol verbunden. Ein Bild sagt mehr als tausend Worte, ein Wort mehr als tausend Bilder, beides zusammen ergibt eine interessante Botschaft.

Der Titel einer Zeitung ist ein solches „Logo“, der eigentliche Titel und das Titelbild müssen zusammen passen. Bei längeren Artikeln sollte ein einheitliches Erscheinungsbild des Artikels über mehrere Seiten hinweg erzeugt werden. Statt mit einer Überschrift beginnt der Artikel z. B. mit einem großen Logo, das verkleinert auf den anderen Seiten wieder auftaucht. So zeigen die Küken, dass der mit der Henne begonnene Artikel noch weitergeht.

Auch Rubrikentitel können durch Verbindung mit kleinen Bildern als Logos, wie die Icons beim Computer, gestaltet werden. Selbst die unscheinbare Seitenzahl kann auf diese Weise unverwechselbar gestaltet werden.



Wenn ein Logo immer und überall wiedererkennbar ist nennt sich das „Corporate Identity“



Wichtig bei der Verwendung von Fotos ist, dass diese nicht einfach auf die Seiten aufgeklebt werden, da sie vor dem Druck gerastert werden müssen (oberes Bild).



Beim Ausdrucken vom Computer oder wenn ihr der Druckerei gleich eine Datei schickt, ist das in der Regel kein Problem, Ansonsten übernimmt die Druckerei das Rastern. Ohne Raster werden die Fotos nämlich bretthart (unteres Bild).

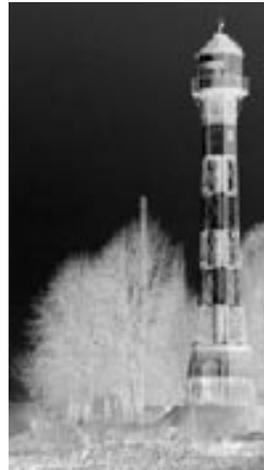


Eine simple, aber interessante „Kamera“ ist der Fotokopierer: Durch Vergrößerungen ergeben sich ungewöhnliche Bilder von ganz alltäglichen Gegenständen (links).

Oder alltägliche Bilder aus ungewöhnlichen Gegenständen (rechts).



Mit digitalen oder eingescannten Bildern lässt sich unendlich viel Blödsinn machen. Verfremdungen aller Art (rechts: negativ) sind ein Kinderspiel, anspruchsvoller sind beispielsweise Montagen (unten: Klone)



## Grafiken

Egal welche Zeitung oder Zeitschrift mensch heute aufschlägt, die kleinen – mehr oder weniger bunten – Bildchen sind schon da. In einer immer komplizierter werdenden Welt sollen Informationsgrafiken und Statistiken komplizierte Zusammenhänge übersichtlich und leicht verständlich darstellen.

Was die Profis machen, können wir auch: Das Ergebnis der Wahl der SchülerInnenvertretung, die Veränderung des Schulhofes durch den Bau von Pavillons oder die neue Regelung der Mitbestimmung – es gibt vielfältige Anwendungsmöglichkeiten für Info-Grafiken in SchülerInnenzeitungen.



„Lass uns verschwinden, die Grafiken greifen an!“

Zu viele und unübersichtliche Grafiken laufen allerdings Gefahr, Klarheit eher zu beseitigen, als zu schaffen. Wie also werden Grafiken erstellt?

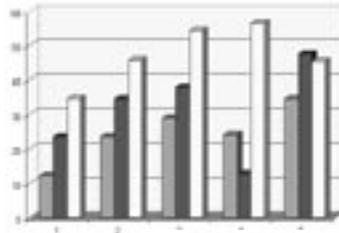
Am Anfang steht die Recherche. Wer etwas grafisch darstellen will, muss etwas zu sagen haben. Zuviel sollte es auch nicht sein, nur die wirklich aussagekräftigen Daten sollten für eine Darstellung ausgewählt werden.

Dann folgt die Aufbereitung der Daten: Unterschiedliche Themen werden unterschiedlich dargestellt; eine einfache Tabelle kann genügen oder eine komplizierte Darstellung notwendig sein.

Grafiken lassen sich heutzutage ziemlich leicht mit dem Computer erstellen. Dort gibt es hunderte verschiedener Darstellungsformen, vom Balkendiagramm bis zur dreidimensionalen zerlegten „Tortengrafik“. Wer es schöner haben will, muss dann noch selber Hand anlegen. Wie reimt die Grafikerin: Lieber kreativ und schief als durch Balken verkalken!

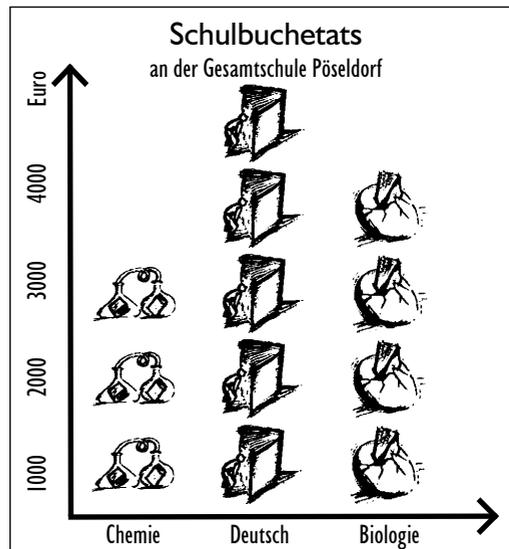
Ein reicher Fundus von Grafiken mit vielen Ideen zum „sampeln“ findet sich in Tages- und Wochenzeitungen.

In schlichten Balken- oder Kuchendiagrammen werden die ersten Hochrechnungen von Wahlen veranschaulicht. Etwas themenbezogener symbolisiert die Schornsteinlänge die Größe der Luftverschmutzung in verschiedenen Regionen. Am aufwendigsten sind ganze Grafikseiten, die zum Beispiel den geplanten Anbau der Schule zeigen.

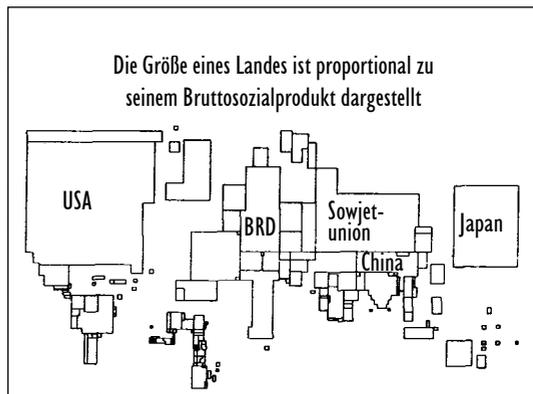


Es gibt unzählige Arten von Diagrammen, wichtigstes Auswahlkriterium ist die Abstimmung auf das jeweilige Thema.

Gut eignet sich dazu die sogenannte Isotype-Darstellung (rechts): Zahlen werden durch eine unterschiedliche Anzahl kleiner Bildchen (z.B. Kleinkinder, Reissäcke oder Mülleimer) dargestellt. Verhältnisse zwischen Zahlen können so leichter erfasst werden.



Pfiffig gewählte Diagramme stellen viel mehr als nackte Zahlen dar, sie machen diese anschaulich. Eine Weltkarte, in der die Größe eines Landes durch die Größe seiner Wirtschaftsleistung dargestellt wird, zeigt auf einen Blick die ungleiche Verteilung des Reichtums in der Welt - und das durch die Verzerrung viel eindringlicher, als eine bloße Statistik das könnte (rechts).



## Schrift

Auf jedem Computer sind standardmäßig hunderte Schriftarten installiert, auf CD-ROMS gibt es tausende weitere und auch das Internet ist voll von verschiedensten Schriftarten („Fonts“), die zum Download bereit stehen. Und jeder Mensch hat eine unverwechselbare Handschrift. Grafische Formen für das Alphabet gibt es also wie Sand am Meer.

Zu unterscheiden sind einige wenige Grundformen. Für den Haupttext eignen sich die lesefreundlichen „Antiqua-Schriften“, deren „Balken“ in der Dicke variieren und an den Enden kleine Häkchen, die sog. „Serifen“, haben. Typisches Beispiel: „Times New Roman“ auf dem Windows-PC. Schlichter sind die serifenlosen oder „Grotesk-Schriften“. Sie eignen sich für ausdrucksstarke, große Überschriften. Typisch hier: „Arial“. Daneben gibt es eine Vielzahl von Schmuckschriften: Von verspielten Hippie-Paisleys bis zu geometrisch strengen Formen ist alles vorhanden.

Schrift hat eine Ordnungsfunktion, sie dient der Orientierung der LeserInnen: Verschiedene Schriftarten unterscheiden z. B. Unterüberschrift und Überschrift, ein fetter Großbuchstabe oder ein Vorspann in einer anderen als der normalen Textschrift kennzeichnet den Artikelanfang. Innerhalb eines Artikels sollte allerdings immer die gleiche Schrift verwendet werden.

Mit der angebotenen Vielfalt ist also maßvoll umzugehen: Nehmt nur eine oder wenige Schriften pro Rubrik, die zum Thema passen.

Insgesamt solltet ihr darauf achten, dass in einer Ausgabe nicht zu viele verschiedenen Schriftarten vorkommen. Häufiger Wechsel verwirrt.



Die passende Schrift zu finden ist keine leichte Aufgabe.

## Fotos

Fotos gehören zu jedem gedruckten oder Online-Medium einfach dazu. Jedes Foto hat seine eigene Aufgabe und „sagt mehr als tausend Worte“. Der/die Fotografierende sollte sich daher vor dem Auslösen Gedanken machen, ob sein/ihr Foto bloß dokumentieren soll oder aufklären, illustrieren, schmücken, aufrütteln, schmunzeln lassen oder Eitelkeiten befriedigen soll?

In der Regel werden Fotos zum Dokumentieren eingesetzt, sie bilden also ein Ereignis oder einen Umstand ab. Doch solche Bilder sind häufig langweilig. Ein Beispiel: Das Basketballteam deiner Schule ist Hamburger Meister geworden. Ein Mannschaftsfoto könnte den Artikel darüber zwar illustrieren, spannender wäre jedoch ein Schnappschuss eines Korblegers im Finale oder ein Bild der jubelnden SpielerInnen und ihrer Fans, den Pokal durch die Luft schwenkend.

Schwieriger zu machen sind Fotos, die etwas darstellen sollen, was mit Worten schlecht oder gar nicht gesagt werden kann. Das können Gefühle und Gedanken sein, aber auch Ironie und Menschlichkeit. Das Motiv eines solchen Fotos hat dabei häufig nichts direkt mit dem Artikel zu tun oder es stellt eine Metapher, also ein Gleichnis, dar. Ein Artikel über die Folgen der neuen Sparmaßnahmen an den Schulen wird so zum Beispiel mit einem Prellbock abgebildet – Titel: Werden die Schulen aufs Abstellgleis geschoben?





## Bildbearbeitung

Dank des Computers kann nun auch der Laie (fast) wie ein Profi mit Fotos und Karikaturen arbeiten. Häufig sind bei einem neuen Computer schon Bildbearbeitungsprogramme installiert, die aber meist nur über einen sehr geringen Funktionsumfang verfügen. Zusätzlich kannst du dir aus dem Internet Testversionen verschiedener Programme herunterladen, die du dann ein, zwei Monate lang ausprobieren, also auch voll einsetzen kannst. So kannst du herausfinden, welche Software für deine Zwecke geeignet ist.

### 👁 Webadressen im Anhang

Mit diesen Programmen kann nicht nur die Größe eines Bildes verändert und darin herumgemalt werden. Erst die große Anzahl an Filtern gibt einem eine Vielzahl von spannenden und faszinierenden Verfremdungsmöglichkeiten, so dass jedes Foto und jede Grafik optimal auf die Zeitung abgestimmt werden kann. So kann beispielsweise ein Bild so weit aufgehellt werden, dass es ohne Probleme als Hintergrund verwendet werden kann. Verzerrungen, Collagen, Negativbilder und vieles mehr sind mit wenigen Mausklicks möglich.



## Soft- und Hardware

Auch das Layout an sich, also die möglichst leseanregende Anordnung der Text- und Bildelemente, ist durch den Einsatz von Computern einfacher geworden. Dazu braucht ihr aber zuerst ein geeignetes Programm: Mit „Word“ zu arbeiten wäre auf Dauer eine wahre Quälerei. Es bietet sich zwar an, Texte damit zu schreiben und zum Redigieren auszudrucken, das Layout selbst sollte jedoch mit einem richtigen Satzprogramm gestaltet werden. Sie sind zwar ziemlich teuer, aber dementsprechend professionell. Für eure Schule lohnt sich die Anschaffung eines Layoutprogramms sicher, da es für diese in der Regel günstiger ist und auch für die ansprechende Gestaltung von Referaten, zur Präsentation von Projektergebnissen und für vieles mehr genutzt werden kann.

Als SchülerInnenzeitung könnt ihr selbstverständlich die Schulrechner benutzen. Das gilt für das Recherchieren im Internet ebenso wie das Tippen der Texte, Layouten, Scannen und Ausdrucken. **👁 „Richtlinien für Schülerzeitungen“ im Anhang**

Das Layoutprogramm sollte auf jeden Fall folgende Funktionen haben: Vielfältige Optionen der Textformatierung, freies Bewegen von Bild- und Textelementen, Definition von Standardseitenelementen (Kopf- und Fußzeile, Seitenzahl) und Positionieren von Bildern in verschiedenen gängigen Bildformaten. Zusätzliche Features (z. B. Importfilter für „Word“-Dateien etc.) können nicht schaden.

Für das entspannte Arbeiten brauchst du außerdem eine Maus, die dir gut in der Hand liegt. Denn beim Layouten ist sie dein wichtigstes Werkzeug. Unverzichtbar ist auch ein Scanner, mit dem Fotos, Graphiken und andere Illustrationen zur weitere Verarbeitung digitalisiert werden können. Denn obwohl Digitalkameras fast Standard sind, gibt es natürlich trotzdem noch Material auf dem guten alten Fotopapier oder Papier-Zeichnungen.



Trotz Laptop und Layoutsoftware: Wichtigste „Hardware“ sind und bleiben Papier und Stift

## Technik

Bevor es ans Gestalten der einzelnen Seiten geht, müssen die Inhalte (Artikel und Bilder) feststehen. Erst wenn diese redigiert und von der Redaktion abgesegnet sind, können sie ins Layout eingefügt werden. Ein Seitenspiegel (welcher Text kommt wo in die Zeitung?) sollte auch schon vorher feststehen. Diese könnt ihr übersichtlich auf einem großen Bogen Papier realisieren, indem ihr für jede Zeitungssseite ein Rechteck einzeichnet (Doppelseiten direkt aneinander) und die Themen bzw. Artikel darauf notiert.

Wichtig ist, dass die Seitenzahl durch vier teilbar ist, da die Zeitung in der Regel aus doppel- und beidseitig bedruckten Bögen des nächsthöheren DIN-Formates zusammengestellt wird. Klärt das am Besten vorher mit der Druckerei!

### Die Datei einrichten

Beim Layout selbst werden zuerst einmal die Ränder festgelegt: Um die Zeitung drucken zu können, muss auf jeder Seite am Rand Platz gelassen werden. Üblicherweise wird mehr Rand gelassen als von der Druckerei verlangt, besonders unten auf der Seite und an den äußeren Rändern einer Doppelseite (jeweils ein, besser zwei Zentimeter).

Praktisch zur Orientierung sind Hilfslinien, mit denen die einzelnen Seiten in mehrere Spalten und Zeilen aufgeteilt werden können.

Dann werden erst einmal die oben genannten Standardseitenelemente definiert, also wo und wie die Seitenzahl erscheint, wie die Kopf- und Fußzeilen (sofern es sie geben soll) aussehen usw.

Damit der Text noch leserlich ist, sollte die Schriftgröße des sogenannten Fließtextes nicht unter 9 bis 10 Punkt liegen, aber auch - je nach Anzahl und Größe der Spalten - nicht größer als 12 Punkt sein, dem Standard bei offiziellen Schreiben. Um Text zu strecken könnt ihr die Zeilenabstände erhöhen. Einzüge am Anfang eines Absatzes schaffen zusätzlich Übersichtlichkeit.

Zum Ausprobieren der Textformatierung gebt ihr etwas „Blindtext“ ins Layout, das ist beliebiges Nonsens-Geschreibsel, mit dem ihr erst einmal alles ausprobieren könnt. Anschließend wird der „richtige“ Text eingefügt.

Linien und Kästen können dem Text eine Struktur geben, ebenso Zwischenüberschriften. Für steckbriefartige Kurzinfos eignet sich beispielsweise ein grau unterlegter Kasten.

## Doppelseiten

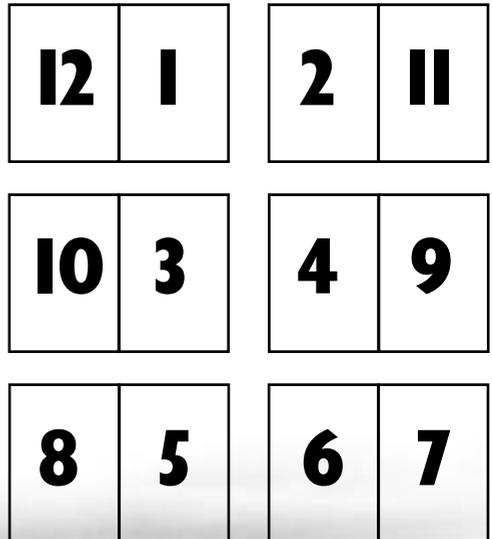
Wie schon unter „Einheitlichkeit“ beschrieben, sollten beim Layout Doppelseiten immer als Ganzes gestaltet werden, wobei in der Zeitungsmittte Fotos auch über die Mittellinie gehen dürfen. Diese Seite ist von den technischen Innenrändern ausgenommen, sie kann also besonders gestaltet werden (z. B. ein großes Bild oder eine Fotostory usw.).

Bei allen anderen Seiten gibt es dabei Probleme mit der Genauigkeit des Drucks und durch das nie völlig exakte Falten. Nur gröbere Elemente können dort über die Mitte gehen, auf keinen Fall Fließtext.

## Übergabe an die Druckerei

Der Lohn der Arbeit sind schließlich die fertigen Dateien. Die müssen nun zur Druckerei. Vorher solltet ihr genau klären, welche Dateiformate dort akzeptiert werden und was bei der Anlieferung der Daten beachtet werden muss - und natürlich, wie die Daten angeliefert werden: per eMail, CD-Rom, ZIP-Diskette, ... Mehr dazu im folgenden Kapitel.

Die traditionelle und manchmal immer noch praktizierte Form der Übergabe sind Druckvorlagen. Das ist eine Sammlung von Seiten, die in einer seltsamen Reihenfolge zusammengeklebt bzw. ausgedruckt worden sind (siehe rechts). Um die Anordnung der Seiten beim Drucken zu verstehen, fertigt euch einfach ein Muster aus ineinander gelegten einmal gefalteten Blättern an. Nummeriert dann die Seiten und nehmt das Muster anschließend wieder auseinander.



Layouten kann ganz schön an den Nerven zehren. Also öfter mal Pause machen und entspannen!

## Papier

Die Bedeutung des Papiers betont eine Grundregel des Layouts: Mut zur Lücke! Auch das Weglassen von grafischen Elementen, freie Flächen und locker angeordnete Seiten sind Gestaltung. Layout hat zwei „Grundfarben“: Die Druckerschwärze und das Paper – und beide stehen zur Verfügung.

Für den Umschlag der Zeitung bietet es sich an, eine andere Papiersorte zu verwenden, nämlich eine etwas festere als das normale (z. B. 120 g/m<sup>2</sup> statt 80 g/m<sup>2</sup>). Bei der Auswahl solltet ihr auf die Besonderheiten der Sorten achten (Glanz, farbig...) – denn nirgends sonst passt das Wort „Aushängeschild“ besser. Die herkömmliche Variante ist die Verwendung von farbigem Karton (bis zu 160g/m<sup>2</sup>).

Umweltschutzpapier! Es ist unser Planet, und es ist an uns, ihn zu erhalten. Es gibt neben dem „grauen“ ungebleichtem Recycling-Papier mittlerweile auch weißes Papier aus ökologischer Herstellung. In der Wiedergabequalität sind beide gleichwertig. Der geringe Kontrast zwischen Grau und Schwarz beim Recycling-Papier wird von vielen sogar für lesefreundlicher gehalten. Fragt mal bei eurer Druckerei nach den verschiedenen Papiersorten und deren Herstellungsweise!

Wenn eure Zeitung in einer kleinen Auflage erscheint, könnt ihr an die fertige Zeitung noch „Hand anlegen“. Es gibt viele Möglichkeiten, jede Zeitung noch einzeln zu verzieren: Farbige Fotos, Collagentitel oder aufgeklebter Sand sind einige, die zwar mit viel Aufwand verbunden sind, aber einen schönen Effekt erzeugen. Spezielle Ausgaben, wie z. B. die erste, die letzte oder die zehnte, können damit zu etwas ganz Besonderem gemacht werden.



...oder doch besser Recycling-Papier?

Der teuerste Bereich beim Zeitungsmachen: Preis und Leistung müssen beim Druck stimmen. Was ist sonst noch zu beachten?

# Druck





## Welche Drucktechnik?

Oft ist der professionelle Druck einer SchülerInnenzeitung der mit Abstand größte Kostenfaktor. Dies bedeutet häufig, dass mehr Anzeigen gedruckt werden müssen oder sogar der Verkaufspreis erhöht werden muss. Dabei gibt es auch viel günstigere Alternativen.

### ...in der Schule

Der Druck in der Schule ist der preisgünstigste. Dazu muss die Schule jedoch einen Schnellkopierer (Risographen) besitzen, denn sonst dauert dies ewig. Außerdem muss die Erlaubnis der Schulleitung eingeholt und in Absprache mit Schulleitung und Hausmeister ein Termin gefunden werden, an dem der Druck in aller Ruhe möglich ist - in der Schulzeit sind diese Kopierer meist von LehrerInnen „besetzt“. Die Druckqualität hängt hier stark von der Qualität des Kopierers ab, besser als im Copy-Shop kann sie eigentlich nicht sein. Kosten entstehen hier für den Toner (Druckerschwärze), für das Papier und ggf. für die Gerätnutzung (alles nach Absprache mit der Schulleitung).

### ...Copy-Shops

In einem Copy-Shop (Kopierladen) könnt ihr eure Zeitung in hohen Auflagen kopieren. Mit einem sogenannten „Risographen“ (Schnellkopierer) geht dies besonders schnell und auch in hoher Druckqualität, teilweise sogar in mehreren Farben. Der Risograph erstellt von der Vorlage einen sog. „Master“ auf eine speziellen Folie, von der dann rasend schnell hunderte Kopien angefertigt werden können. Dies Verfahren ist viel günstiger als der Druck in einer Druckerei, die Qualität ist ein bisschen schlechter, was sich besonders bei Bildern bemerkbar macht. Hochglanzdruck und ähnliches sind nicht möglich. Ihr könnt/müsst dort meist selber kopieren. Bei hoher Kopienanzahl gibt es außerdem Rabatte. In vielen Copy-Shops könnt ihr die Zeitungen auch heften lassen.

### ...Druckereien

Am professionellsten ist der Druck in einer Druckerei. Dort wird die Zeitung als Datei oder als fertige Druckvorlagen angeliefert. Gedruckt wird entweder im Offsetdruck-Verfahren oder digital. Einige Druckereien haben spezielle Komplett-Angebote für SchülerInnenzeitungen. Bei Druckereien solltet ihr euch aber immer vorher ein Druckmuster geben lassen, damit die Druckqualität eurer Zeitung daran gemessen werden kann. Denn der professionelle Druck ist teuer und will wohl überlegt sein.

## Eine Druckerei finden

Adressen von Copy-Shops und Druckereien findet ihr in großer Anzahl in den Branchenbüchern. Aber nur die wenigsten bieten auch den Druck von (SchülerInnen-)Zeitung an, die meisten haben sich auf andere Bereiche der Druckkunst spezialisiert. Damit fallen also schon viele Druckereien weg. Nun gilt es, die in Frage kommenden Druckereien anzuschreiben oder dort vorbeizuschauen. Um einen Kostenvoranschlag zu bekommen, müsst ihr dort die wichtigen Daten eurer Zeitung angeben. Das sind Format, Seitenanzahl und Auflage der Zeitung, die gewünschte Papierstärke und Drucktechnik (Offset oder digital, schwarz/weiß oder Vierfarbdruck) sowie besondere Wünsche (Hochglanzdruck, besonderer Umschlag, Falzen und Heften, Schneiden). Manche Druckereien machen euch ein günstigeres Angebot, wenn sie hören, dass es sich um eine „arme“ SchülerInnenzeitung handelt – Fragen kostet nichts!

Wichtig ist auch, ob ihr der Druckerei eure Zeitung als Datei überlasst (entweder per eMail, auf CD-ROM oder ZIP-Diskette). Dabei muss das Dateiformat (z. B. Word, Quark, PageMaker oder PDF) und das Betriebssystem vorher abgesprochen werden – denn nicht alle Formate werden angenommen! Falls ihr die Zeitung als Papierausdruck vorlegt, müssen die Seiten wie im Kapitel „Layout“ beschrieben angeordnet sein.

Bei den Copy-Shops ist es einfacher: Fragt einfach bei denen in eurer Nähe nach den Druckmöglichkeiten, Preisen und Rabatten, die sie euch bieten. Dann sucht ihr das für euch günstigste Angebot heraus und macht vielleicht einen Termin, an dem ihr die Zeitung kopieren könnt. Die fertig kopierte Zeitung könnt ihr meistens dort auch falzen und heften lassen, jedoch wird dies viel billiger, wenn ihr das selber macht. Ein Heftgerät für Mittelheftung bis DIN A4 gibt es in jedem Büromarkt.

Ein persönlicher Kontakt zur Druckerei oder dem Copy-Shop kann nicht schaden, um etwaige Probleme direkt ansprechen zu können und sie zu klären. Tipps zu den Verträgen mit Druckereien findet ihr im Kapitel „Recht“, Druckerei-Links unter [www.sz-handbuch.de](http://www.sz-handbuch.de).



Druckereien gibt's wie Sand am Meer. Ein Preis- und Qualitätsvergleich lohnt sich daher immer.

„Ich sprüh's an jede  
Häuserwand...“ - auch die  
SchülerInnenzeitung muss  
für sich werben. Und den  
LeserInnen etwas bieten:  
Public Relations gleich  
Öffentlichkeitsarbeit will  
gelernt sein!

**PR**





## Werbung für die Zeitung

Wenn eure Zeitung erstmal fertig ist, müsst ihr euch darum kümmern, sie unter die SchülerInnen zu bringen. Egal ob ihr sie verkauft oder kostenlos verteilt: wichtig ist, dass die SchülerInnen eurer Schule bereits einige Tage vorher wissen, dass eure Zeitung erscheint.

Macht eure MitschülerInnen neugierig auf eure Zeitung, indem ihr bereits einige Tage vorher Plakate aufhängt oder Flyer verteilt, mit denen ihr für die Zeitung werbt.

Die Werbung soll Interesse für die Zeitung wecken. Das bedeutet, dass ihr euch gut überlegen solltet, welchen Inhalt die Plakate oder Flyer haben. Mindestens Logo, Erscheinungstermin und Verkaufsort sollten drauf stehen.

Sinnvoll ist auch, bereits Inhalte der Zeitung bekanntzugeben. Dies kann ganz simpel durch einfaches Abdrucken der Themenliste geschehen. Schöner ist es aber, wenn ihr euch Gedanken macht, wie ihr die SchülerInnen wirklich neugierig machen könnt. Vielleicht, indem ihr provokante oder lustige Fragen aufwerft, die ihr in eurer Zeitung beantwortet.

**War Frau Meier wirklich im Dschungel-Camp?**

**DIE ANTWORT:  
AM 29. FEBRUAR IN DER  
PAUSENHALLE**



Für den Verkauf solltet ihr euch einen Ort suchen, den möglichst viele SchülerInnen passieren oder aufsuchen, zum Beispiel die Pausenhalle, die Schul-Cafeteria und/oder den Schulhof. Sinnvoll ist es, an wenigstens einem Punkt eine Art Verkaufstresen (einen Schultisch) zu benutzen, den euch der/die HausmeisterIn bestimmt ausleiht. Weitere VerkäuferInnen können quasi im „Straßenhandel“ wirken, indem sie mit einem Stapel Zeitungen unter dem Arm durch die Schule gehen und euer Druckwerk auf dem Pausenhof, in den Gängen oder auch vor dem LehrerInnenzimmer anbieten.

Die Verkaufsstände und VerkäuferInnen müssen mindestens drei, vier Tage präsent sein, damit auch jederR ein Exemplar abbekommt, der eins haben möchte.

## Online-Auftritt

Mittlerweile hat fast schon jede Imbissbude ihre Homepage – warum also nicht auch die SchülerInnenzeitung?

Doch wer nur im Netz sein will, weil das ja nun mal jeder ist, der kann schnell damit auf die Nase fallen. Denn ein gelungener Online-Auftritt braucht einiges an Einsatz. Der Webmaster der Seiten sollte nicht nur etwas Know-How besitzen, sondern auch Zeit für ständige Updates haben.

Die Redaktion sollte also vorher überlegen, ob sie überhaupt eine Homepage für die Zeitung haben möchte und ob sie genügend Ressourcen hat, dies auch zu verwirklichen.

### Inhalt

Wenn dann die Entscheidung gefallen ist, sollte gemeinsam überlegt werden, was auf der Website präsentiert werden sollte: Es ist nicht sinnvoll, die ganze Zeitung ins Netz zu stellen, denn das ist überflüssiger Aufwand. Schließlich sollen die Leute die Zeitung in gedruckter Form kaufen! Es ist aber durchaus denkbar, einzelne Artikel aus der gedruckten Ausgabe zu übernehmen, mit weiterführenden Links zu versehen etc. Wenn es ein Schwerpunktthema gibt, kann dies in der Online-Ausgabe weiterverarbeitet werden.

Kennzeichnend für das Internet ist seine Aktualität. Daher können auch zwischen zwei gedruckten Ausgaben aktuelle Berichte auf der Website erscheinen, die beispielsweise von aktuellen Veranstaltungen handeln. Eine Rubrik „Aktuelles“ auf der Netzpräsenz ist deshalb sinnvoll, damit ihr die Online-LeserInnen bei der Stange haltet. Denn kein Mensch guckt sich mehr als zweimal die gleiche Website an, wenn diese nicht halbwegs regelmäßig aktualisiert wird.

Bleibt die Frage, was denn noch alles auf eine SchülerInnenzeitungs-Homepage passt: Welche zusätzlichen „Goodies“ wollen wir den LeserInnen anbieten, um Ihnen den Besuch auf unserer Website schmackhaft zu machen?



Eine Homepage auf Knopfdruck? Davon sind wir leider noch ein Stück weit entfernt.

**Gästebuch** - Ein Gästebuch kann eine spannende Angelegenheit sein. Dort können die BesucherInnen nämlich nicht nur ihre Meinung zur Zeitung äußern. Auch die Macher haben etwas davon, denn so erleben sie, wer so alles auf ihre Websites zugreift. So kommen u. a. Kontakte zu Ehemaligen und zu anderen SchülerInnenzeitungen zustande.

**Diskussionsforum** - Richtig interaktiv wird die Online-Zeitung durch ein Diskussionsforum im Netz. Dort kann jedeR BesucherIn Beiträge hinterlassen, und jedeR kann direkt darauf antworten. So können kontroverse Diskussionen entstehen, ebenso wie Lästerecken und andere illustre Runden.

**Meinungsumfragen** - Gut für die LeserInnen und gut für euch sind Meinungsumfragen im Netz. Per Mausclick können die User zum Beispiel über das Titelbild der nächsten Ausgabe abstimmen oder einzelne Artikel bewerten.

**Bildergalerie** - Anders als in der gedruckten Ausgabe ist im Internet (fast) unendlich viel Platz zur freien Gestaltung. Daher könnt ihr dort auch gut Fotos platzieren, die im Netz ohne Qualitätsverlust betrachtet werden können.

### Werbung

Kommerzielle Werbung werdet ihr zur Finanzierung eures Online-Auftritts kaum brauchen. Aber das Internet ist der ideale Platz, an dem ihr Werbung für euch selber machen könnt. Dies kann in einer Selbstdarstellung der Redaktion geschehen, aber auch mit der frühzeitigen Ankündigung der nächsten Ausgabe.

Dies sind nur ein paar Ideen für eine SchülerInnenzeitungs-Homepage. Der Offene Hamburger Schulserver ([www.hh.schule.de](http://www.hh.schule.de)) bietet gratis einige dieser Goodies an.

### Speicherplatz und Adresse

Um eure SchülerInnenzeitung weltweit erreichbar zu machen, benötigt ihr Speicherplatz auf einem Rechner, der ständig mit dem Internet verbunden ist („Webpace auf einem Internet-Server“) und eine Adresse im Internet („URL“). Beides bekommt ihr als SchülerInnenzeitung völlig kostenlos unter anderem beim Schulserver (siehe oben). Es gibt auch Firmen, die kostenlos Speicherplatz und URL anbieten. Dies ist aber meist mit dem Einblenden von Werbung verbunden.

## Webdesign

Internetseiten werden in der Regel in HTML (Hypertext Markup Language) verfasst. Doch keine Angst; es gibt viele Computerprogramme, die einem die Gestaltung einer Website (das sogenannte „Webdesign“) erleichtern, so dass keine großen Vorkenntnisse erforderlich sind. Ein wenig sollte sich der Webmaster trotzdem mit HTML und den Prinzipien des Webdesigns auseinandersetzen, sich Anregungen von anderen Seiten „abgucken“ etc.

Es gibt dazu jede Menge Bücher, und auch im Internet beinhalten viele Homepages Anleitungen und Erklärungen zum Bau einer Website. Auch, wenn es am Anfang etwas kompliziert aussehen mag – wenn die ersten Seiten „im Netz“ sind, ist die Freude doppelt groß!

Für die interaktiven Elemente der Homepage sind meist Kenntnisse in anderen Skript-Sprachen wie PHP und JavaScript nötig. Auch hierfür gibt es natürlich vorgefertigte Skripte, die auch von Nicht-InformatikerInnen in die Website eingefügt werden können.

## Rechtliches

Auch im Internet gelten Gesetze. Maßgeblich sind hierbei die Gesetze des Landes, in dem der Server mit den Websites steht. Ein „Medien-dienste-Staatsvertrag“ regelt bundesweit insbesondere Veröffentlichungen im Internet (👁️ **Kapitel „Rechtliches“**). Der Pressekodex gilt hier natürlich auch (ebenda). Wenn ihr Links zu anderen Seiten im Netz setzt, solltet ihr deutlich machen, dass ihr auf die dortigen Inhalte keinen Einfluss habt, und sicherstellen, dass sie „in Ordnung“ sind, da ihr sonst im Ernstfall für strafbare Inhalte dort haftbar gemacht werden könnt.



BesucherInnen kommen nicht einfach so auf eure Homepage - also schafft Anreize dafür.

Geld regiert die Welt.  
Irgendwo muss auch die  
Knete für eure Zeitung  
her. Woher bekommen  
wir Geld und welche  
Ausgaben müssen wir  
einplanen?

# Finanzen





BUNDESRECHNUNG



Eine Zeitung braucht Geld – dies ist meist eines der größten Probleme von SchülerInnenzeitungen. Die Druckkosten übersteigen ein normales Taschengeld bei weitem: Sie liegen bei etwa 300 bis 500 Euro.

Beim Start einer neuen Zeitung könnt ihr bei der Bildungsbehörde einen Zuschuss als Starthilfe beantragen. **☞ Förderung am Ende dieses Kapitels** Da dieser Zuschuss meist nur einen Teil der Kosten für die erste Ausgabe deckt und außerdem nur einmalig zu haben ist, müsst ihr euch nach weiteren Geldquellen umschaun. Meistens bleibt nur die Suche nach WerbekundInnen. Das Verbot von Werbung in der Schule, das es verbietet, Werbemittel in der Schule zu verbreiten, gilt nicht für SchülerInnenzeitungen. Trotzdem sollte es auch in eurem Interesse sein, die Annoncen auf ein Minimum zu reduzieren. Denn eine SchülerInnenzeitung soll ja nicht reich machen, sondern etwas für die SchülerInnen sein. Und die freuen sich bestimmt nicht über eine Zeitung voller Werbung.

## Anzeigen

Wir schlagen zwei Möglichkeiten zur Anzeigenbeschaffung vor:

Einfach und effektiv ist es, die der Schule nächstgelegenen Geschäfte abzuklappern und mündlich um Anzeigen zu werben. Besonders erfolgversprechend sind dabei Fahr- und Tanzschulen, Banken und Sparkassen, Friseure, Cafés, Kneipen, Lebensmittel- und Schreibwarenläden und alle anderen Geschäfte, deren Zielgruppe Jugendliche sind. Allerdings solltet ihr euch nicht auf Geschäfte beschränken: Manche LadenbesitzerInnen geben auch Anzeigen auf, um „eine gute Tat“ zu tun – vielleicht haben sie selbst einmal eine Zeitung gemacht oder ihr Kind ist auf eurer Schule.

Als zweite Möglichkeit empfiehlt es sich, einen Werbebrief an größere Unternehmen oder Organisationen zu schicken. Hier bieten sich zum Beispiel HerstellerInnen von Computerspielen, Banken, Versicherungen, Krankenkassen oder VeranstalterInnen von Jugendreisen an. Achtet darauf, welche Unternehmen besonders stark werben und dabei speziell Jugendliche ansprechen.

Bevor der oder die Anzeigenverantwortliche loszieht, sollte die Redaktion gemeinsam überlegen, ob sie jede Anzeige nehmen will oder ob beispielsweise Werbung für umweltschädliche Produkte oder die Bundeswehr ausscheidet. Bedenkt dabei, dass die LeserInnen oft – bewusst oder unbewusst – annehmen, dass ihr inhaltlich hinter den Anzeigen steht.

Auch die SchülerInnenzeitungs-Anzeigenagenturen, die in den letzten Jahren wie Pilze aus dem Boden schossen, sind teilweise mit Vorsicht zu genießen: Oft sind die Verträge undurchsichtig, die gebotenen Anzeigenpreise niedrig, manche zahlen spät oder gar nicht. Wenn ihr euch nicht sicher seid, fragt doch mal bei der Jugendpresse nach.

### **Anzeigenpreise**

Wichtig ist eine Anzeigenpreisliste, in der neben den Preisen auch Auflage, Format usw. (die sogenannten Mediadaten) aufgeführt sind. Ein Beispiel findest du auf der nächsten Seite. Die Anzeigenpreisliste sollte so bemessen sein, dass ihr mit einem Anzeigenanteil von 15 bis 25 Prozent die Zeitung komplett finanzieren könntet. Andererseits sollten die Preise nicht zu stark von denen anderer SchülerInnenzeitungen abweichen, wenn Auflage, Format und Erscheinungsbild der Zeitungen ähnlich sind. Bei Zeitungen im Format DIN A5 mit einer Auflage von 500 Stück ist ein Preis um 50 Euro pro Seite angemessen, bei DIN A4-Format wird's teuer, bis etwa 80 Euro.

Kleine Anzeigen machen mehr Arbeit als große und sind deshalb meistens etwas teurer: Kostet eine ganze Seite beispielsweise 50 Euro, so solltet ihr für eine halbe Seite etwa 30 Euro berechnen. Auch Platzierungen auf den Umschlagseiten und rechten Seiten kosten Aufschlag.

Um euch die Arbeit zu erleichtern, solltet ihr versuchen, Mehrfachaufträge zu bekommen: Eine Firma bestellt Anzeigen für die nächsten 3, 4 oder 5 nächsten Ausgaben auf einmal. Dafür gewährt ihr einen Rabatt von 5 bis 15 Prozent. Bei den nächsten Ausgaben könnt ihr von Anfang an sicher mit dem Geld rechnen und braucht nur noch die neue Anzeigenvorlage abzuholen, ohne neu verhandeln zu müssen.

Es versteht sich von selbst, dass der Tante-Emma-Laden bei Anzeigen ganz anders rechnen muss als eine große Bank. Vielleicht überlegt ihr deshalb, ob ihr nicht kleinen Läden einen Rabatt gebt und dafür von den großen etwas mehr verlangt. Denkt auch daran, dass auf euren Rechnungen aus rechtlichen Gründen keine Mehrwertsteuer stehen darf!

Die Anzeigen werden in der Regel nach Erscheinen der Zeitung bezahlt. Der oder die AuftraggeberIn erhält ein sogenanntes Belegexemplar und eine Rechnung auf „offiziell“ aussehendem Briefpapier, das ihr für eure SchülerInnenzeitung entwerft. Dabei könnt ihr gleich um eine Anzeige für die nächste Anzeige bitten.

Im Kapitel „Rechtliches“ findest du im Artikel „Verträge und mehr“ nähere Informationen zu Anzeigenverträgen und Mahnungen. Ein Beispiel für einen Anzeigenauftrag samt AGBs haben wir ebenfalls dort abgedruckt.



SchülerInnenzeitung an der  
Gesamtschule Pöseldorf  
Erwin-Lottermann-Ring 72  
22765 Hamburg

## Anzeigenpreisliste

Nr. 4, gültig ab 01.01.2004

Erscheinungsweise: 3-4 Ausgaben pro Jahr

Auflage: 500 Exemplare

Format: DIN A5

Satzspiegel: 130 x 195 mm

### Formate und Grundpreise

1/1 Seite: 50,00 Euro

1/2 Seite: 30,00 Euro

1/3 Seite: 20,00 Euro

1/4 Seite: 15,00 Euro

### Plazierungsaufschläge

Umschlagseite 2/3: 15%

Umschlagseite 4: 25%

Rechte Seite Innenteil: 10%

### Anzeigen im Abo:

Wenn Sie in mehreren Ausgaben im voraus Anzeigen schalten, können Sie sparen! Die Anzeigenvorlage kann dabei gewechselt werden, die Rechnungstellung erfolgt nach jeder Ausgabe einzeln.

Die Rabatte: 3 Ausgaben: 5%, 5 Ausgaben: 10%

### Anzeigengestaltung:

Auf Wunsch gestalten wir Ihre Anzeige. Natürlich können Sie auch Ihre Wünsche einbringen. Für diesen Service berechnen wir 20% des Anzeigengrundpreises.

### Bezahlung:

Nach Erscheinen der Zeitung erhalten Sie eine Rechnung und ein Belegexemplar. Sofern nichts anderes vereinbart wird, ist der Rechnungsbetrag bei Erhalt der Rechnung in bar fällig. Mehrwertsteuer erheben wir nicht.

Kontakt: Sabine Müller, Weg 23, 22342 Hamburg,  
Telefon 64 78 83, eMail [anzeigen@gruenesosse.de](mailto:anzeigen@gruenesosse.de)

Unsere nächste Ausgabe erscheint im März 2004,  
Anzeigenschluss ist am 01.03.2004

## Sponsoring

Wenn ihr ein Gewinnspiel machen möchtet, könnt ihr außerdem versuchen, ein Unternehmen dafür zu gewinnen, dass es die Preise spendiert. Das kann zum Beispiel ein Computerspiel, ein Buch oder andere Sachmittel sein.

Der oder die SponsorIn wird als Gegenleistung in der Zeitung erwähnt oder ähnliches. Dies sollte vorher genau abgesprochen werden. Eine weitere Verpflichtung als die abgesprochene besteht gegenüber den SponsorInnen nicht, ihr könnt also weiterhin kritisch über die SponsorInnen berichten.

Manche Copy-Shops sind auch dazu bereit, euch die Zeitung kostenlos kopieren zu lassen, wenn sie im Gegenzug eine Anzeige bekommen; ähnlich geben manche Druckereien gegen Anzeigenschaltung Rabatte.

Weiterhin kann euch natürlich jedeR unterstützen, der möchte. So kann der Schulverein eine Finanzspritze geben, um etwa die Anzeigen zu reduzieren oder eine besondere Ausgabe zu unterstützen. Eltern können euch vielleicht Büromaterialien spendieren.

## Verkauf

Der Verkauf spielt im Vergleich zur Werbung finanziell eine Nebenrolle. Bedenkt auch, dass ihr nicht den größtmöglichen Gewinn erzielen, sondern möglichst viele Leute erreichen wollt. Preise von einem Euro oder mehr schrecken viele vom Kauf ab – gerade jüngere SchülerInnen. Eine kostenlose Verteilung ist dagegen auch nicht sinnvoll: Was nichts kostet, ist für viele auch nichts wert. Dem entsprechend wird die Zeitung nicht so stark beachtet.

Ihr könnt die Preise auch staffeln: SchülerInnen zahlen zum Beispiel 50 Cent, LehrerInnen einen oder sogar zwei Euro.

Mehr zum Verkauf findest du im Kapitel „Public Relations“.



Mit Anzeigen, Sponsoring und Verkauf dreht ihr den Geldhahn auf

## Haushalten

Rechtlich gesehen ist die Herausgabe einer SchülerInnenzeitung übrigens eine unternehmerische Tätigkeit – auch wenn kein Gewinn erzielt wird. Somit unterliegen SchülerInnenzeitungen dem normalen Steuerrecht. Jedoch sind die Gewinne in der Regel so niedrig, dass keine Steuern gezahlt werden müssen:

Umsatzsteuer muss erst ab 16.620 Euro Einnahmen pro Jahr gezahlt werden. Körperschafts-/Gewerbsteuer muss auf den Gewinn (also Einnahmen minus Ausgaben) abgeführt werden, wenn dieser über 3.835 Euro hinausgeht und die Einnahmen 30.678 Euro übersteigen.

Wichtig ist, dass ihr keine Mehrwertsteuer auf Rechnungen verlangen dürft. Häufig versuchen euch die Anzeigenkunden dazu zu „überreden“, diese auszuweisen, da sie sich diese dann vom Finanzamt zurückholen können. Damit würdet ihr aber Steuerbetrug begehen, sofern ihr nicht selbst welche ans Finanzamt abführt - und welche SchülerInnenzeitung kommt schon über die oben genannten Zahlen?

Es empfiehlt sich außerdem, vor jeder Nummer einen Haushaltsplan aufzustellen,

- ▶ um immer einen Überblick über die Finanzen zu haben,
- ▶ damit eine Kontrollmöglichkeit für euch da ist, dass keiner in die eigene Tasche gewirtschaftet hat und
- ▶ damit ihr im Fall des Falles dem Finanzamt nachweisen könnt, dass ihr unter den Steuergrenzen liegt.

In einem Haushaltsplan stellt ihr die erwarteten Einnahmen und Ausgaben gegenüber. Das fängt bei Büromaterialien an und hört bei den Druckkosten auf. Es ist also sinnvoll, die Kosten vorher zu kalkulieren, bevor dann jemand alles aus eigener Tasche zahlen muss. Geld ausgeben müsst ihr unter anderem für Papier, Kopien, Druckerpatrone/-tonerkartusche, ggf. Software und Büromaterialien. Außerdem entstehen Kosten für Druck, Heften und Falten. Einnahmen bringen Anzeigen, SponsorInnen, die Starthilfe der Schulbehörde und schließlich der Verkauf. Wenn ihr höhere Ausgaben als Einnahmen erwartet, gibt es nur zwei Möglichkeiten: Entweder sucht ihr nach zusätzlichen Einnahmequellen – zum Beispiel Spenden von Eltern, LehrerInnen oder dem Schulverein – oder ihr müsst die Kosten senken, indem ihr eine billigere Druckart wählt oder notfalls den Umfang der Zeitung verringert.

## Förderung

In den „Richtlinien für Schülerzeitungen“ (☞ **Anhang**) heißt es, dass Schule und Behörde die Arbeit der SchülerInnenzeitungen im Rahmen ihrer Möglichkeiten fördern. Die Schule ist damit verpflichtet, für euch alles zu tun, was einfach zu organisieren ist und wenig kostet.

Dazu gehört auch, dass ihr einen Raum zur Verfügung gestellt bekommen könnt, wenn der Schul- und Unterrichtsbetrieb dadurch nicht beeinträchtigt wird. Es sollte auch kein Problem sein, den Schulkopierer zu benutzen – überlegt mal, wie viele Kopien ihr im Unterricht bekommt!

An den Schulcomputern könnt ihr nicht nur während des Unterrichts arbeiten, sondern auch Texte für die SchülerInnenzeitung abtippen, Bilder scannen oder auch das ganze Layout erstellen. Die Schule kann dafür auch Anschaffungen wie ein Layoutprogramm oder eine Digitalkamera machen, um einerseits euch die Arbeit zu erleichtern und andererseits diese Dinge selbst im Unterricht einsetzen zu können.

Sollte es Probleme geben, diese Möglichkeiten der Schule zu nutzen, dann verweist auf die Richtlinien. Sie sind auch zu finden im Verwaltungshandbuch für Schulen („Schulrecht Hamburg“ I. 14). Ihr könnt auch erklären, dass die SchülerInnenzeitung einen positiven Einfluss hat: Sie bringt Abwechslung, manchmal sogar Bewegung in das Schulleben und regt die SchülerInnen an, sich mit ihrer Schule zu beschäftigen. Die Existenz einer SchülerInnenzeitung kann also nur im Interesse der Schule liegen.

Allen, die ihre erste SchülerInnenzeitung planen, greift die Bildungsbehörde mit einer Starthilfe unter die Arme. Auf Antrag vergibt sie Zuschüsse von bis zu 250 Euro für die erste Ausgabe. Wie ihr an das Geld kommt könnt ihr beim SchullInformationsZentrum oder der Jungen Presse Hamburg erfragen (Adressen im Anhang). Dieses Angebot solltet ihr auf jeden Fall nutzen!



Da knutsch' mich doch ein Elch: 250 Euro gibt's zum Start einer SchülerInnenzeitung - geschenkt!

Pressefreiheit: Auch diese Freiheit hat Grenzen - doch wer seine Rechte und Pflichten kennt, braucht vor nichts und niemandem Angst zu haben.

# Rechtliches







## Meinungsfreiheit

„... die Gedanken sind frei!

Wer schreibt, äußert eine Meinung. Hören wir dazu das Bundesverfassungsgericht: „Das Grundrecht auf freie Meinungsäußerung ist als unmittelbarster Ausdruck der menschlichen Persönlichkeit in der Gesellschaft eines der vornehmsten Menschenrechte überhaupt. Für eine freiheitlich-demokratische Staatsordnung ist es schlechthin konstituierend, denn es ermöglicht erst die ständige geistige Auseinandersetzung, den Kampf der Meinungen, der ihr Lebenselement ist.“

Die Meinungsfreiheit galt bereits in der amerikanischen Unabhängigkeitserklärung von 1776 und der französischen Erklärung der Menschenrechte von 1789 als eines der wichtigsten Menschenrechte. Sie ist gleichfalls in der europäischen Menschenrechtskonvention von 1950 enthalten, die auch in Deutschland gilt. Im Grundgesetz der Bundesrepublik Deutschland ist die Meinungs- und Pressefreiheit in Artikel 5 festgeschrieben.

Jeder Mensch darf seine Meinung äußern und verbreiten. Eine Meinung ist eine wertende Stellungnahme. Wie sieht's aber mit Nachrichten aus? Auch das Äußern und Verbreiten von Tatsachen ist von der Meinungsfreiheit geschützt, denn sie bilden die Voraussetzung dafür, dass wir uns Meinungen bilden können. Auch „unpolitische“ Meinungen – zum Beispiel über das Programm der letzten Klassenreise oder Lehrer Meiers Unterricht – sind vom Grundgesetz geschützt.

Nicht geschützt ist die wissentliche Behauptung falscher Tatsachen.

## Informationsfreiheit

Neben der Meinungsfreiheit garantiert der Artikel 5 des Grundgesetzes auch die Informationsfreiheit. Diese bedeutet vor allem, dass jedeR lesen, hören und sehen darf, was er/sie will. Außerdem bedeutet Informationsfreiheit, dass der Staat – also auch die Schule – eure Rechercharbeit nicht behindern darf. So darf die Schulleitung zum Beispiel eine Umfrage auf dem Schulhof nicht verbieten, wenn sie nicht den Schulbetrieb stört.

## Zensur

Neben der Meinungs- und Informationsfreiheit gewährleistet das Grundgesetz die Pressefreiheit. Das Bundesverfassungsgericht: „Eine freie, nicht von der öffentlichen Gewalt gelenkte, keiner Zensur unterworfenen Presse ist ein Wesenselement des freiheitlichen Staates (...) [und] für die Demokratie unentbehrlich.“

Eine SchülerInnenzeitung gehört zur Presse. Dazu gehören aber auch einmalig erscheinende Druckwerke wie Flugblätter und Plakate.

Die Presse – und damit auch die SchülerInnenzeitung – darf nicht zensiert werden. Im juristischen Sprachgebrauch ist Zensur eine Vorzensur, also die vorherige Prüfung einer Zeitung durch eine staatliche Stelle, welche dann eine Erlaubnis erteilt oder Passagen streicht. KeinE SchulleiterIn oder sonst jemand darf eine vorherige Prüfung der SchülerInnenzeitung verlangen. Dies ist auch in den „Richtlinien für Schülerzeitungen“ festgehalten.

Manchmal wird behauptet, in der Schule würden die Grundrechte – und damit auch die Pressefreiheit – nicht oder nur beschränkt gelten. Das stimmt nicht. Wer behauptet, die Pressefreiheit würde am Schultor enden, hat die Rechtsentwicklung verschlafen: Bereits 1972 stellte das Bundesverfassungsgericht fest, dass die Grundrechte sogar im Gefängnis gelten; also erst recht in der Schule.

Die Meinungs- und Pressefreiheit kann nur aufgrund von Gesetzen beschränkt werden. Solche Gesetze sind etwa die Vorschriften über Beleidigungen, Jugendschutz usw. Diese haben wir im Abschnitt „Strafrecht“ zusammengestellt.

## Was tun bei Zensur?

Vor Erscheinen der Zeitung: Weder die Schulleitung noch Polizei oder sonst jemand darf die Zeitung kontrollieren (Grundgesetz und Richtlinien für Schülerzeitungen!). Wenn die Schulleitung es trotzdem versuchen sollte oder entsprechenden Druck ausübt, dann informiert die Rechtsabteilung der Bildungsbehörde und die Junge Presse Hamburg.

Nach Erscheinen der Zeitung: Die Schulleitung darf den Vertrieb der Zeitung nicht untersagen und erst recht nicht die Zeitung beschlagnahmen. Eine Beschlagnahme ist nur durch richterliche Anordnung, in Eilfällen durch die Staatsanwaltschaft und ihre Hilfsbeamten möglich.

Informiert bitte bei allen Problemen die Junge Presse Hamburg: Durch unsere Erfahrung können wir euch Tipps geben und im Notfall eine RechtsanwältIn/einen Rechtsanwalt nennen, die/der eure Interessen vertritt.

## Geschäftsschädigung

Wie ist es, wenn Gewerbetreibende durch einen Artikel Geschäftsschädigung wittern? Grundsätzlich ist auch die Meinung etwa über die Qualität des Essens in einem bestimmten Schnellrestaurant geschützt. Schwieriger wird es bei einem Aufruf zum Boykott. Dieser ist nur zulässig, wenn er aus Sorge um Belange der Allgemeinheit geschieht. Bei einem unzulässigen Boykottaufruf riskiert ihr Schadenersatzansprüche des Betroffenen. Also vorher fachkundigen Rat bei der Jungen Presse Hamburg oder einem Anwalt einholen.

## KünstlerInnen

Wenn in einer SchülerInnenzeitung Kunst veröffentlicht wird, so genießt auch diese den Schutz der Kunstfreiheit (Artikel 5 Grundgesetz). Doch was ist Kunst? Kunst lässt sich nicht genau definieren. Letztlich ist deshalb alles Kunst, was in künstlerischer Absicht produziert wird. JedeR ist KünstlerIn. Karikaturen, Fotomontagen, Gedichte und Geschichten sind in jedem Fall Kunst. Die Kunstfreiheit endet erst dort, wo Grundrechte anderer Menschen verletzt werden, zum Beispiel durch krasse, beleidigende Karikaturen.

## Brief- und Postgeheimnis

Wichtig für SchülerInnenzeitungen ist auch das Brief- und Postgeheimnis (Artikel 10 Grundgesetz): Die Schulleitung oder das Schulsekretariat darf an die SchülerInnenzeitung adressierte Postsendungen nicht öffnen. Das Öffnen ist sogar strafbar! Solche Sendungen müssen vielmehr unverzüglich an die SchülerInnenzeitung weitergeleitet werden.



Als SchülerInnenzeitung müsst ihr euch nicht jeden Anschiss gefallen lassen.

## Presserecht

### Richtlinie für SchülerInnenzeitungen

Schulleitungen durften bis 1991 SchülerInnenzeitungen vor dem Vertrieb kontrollieren. Diese Regelung wurde vielfach kritisiert; sie erschien als Widerspruch zum Zensurverbot im Grundgesetz. Außerdem zeigte sich, dass SchülerInnenzeitungen in der Regel sorgfältig berichten und eine derartige Kontrolle nicht nötig ist. Deshalb wurde in Hamburg 1991 unter Mitwirkung der Jugendpresse eine neue Richtlinie erlassen und die alte Regelung aufgehoben. In einigen Bundesländern werden SchülerInnenzeitungen heute noch zensiert.

Die geltende Richtlinie ist im Anhang abgedruckt. Darin ist festgelegt, dass SchülerInnenzeitungen ohne Kontrolle der Schule auf dem Schulgelände verteilt werden dürfen – und auch in anderen Schulen. Außerdem sieht die Richtlinie eine Förderung vor. **☞ Kapitel Finanzen** Wie auch für alle anderen Hamburger Druckwerke gilt für eine SchülerInnenzeitung das Hamburgische Pressegesetz.

### Hamburgisches Pressegesetz

Der Wortlaut des Pressegesetzes ist ebenfalls im Anhang abgedruckt. Die wichtigsten Vorschriften:

#### *Pressefreiheit*

„Die Presse ist frei (...) Sondermaßnahmen jeder Art, die die Pressefreiheit beeinträchtigen, sind verboten.“ So steht es im ersten Paragraphen des Hamburgischen Pressegesetzes. Zensur, Kontrolle oder Vertriebsverbot durch die Schulleitung sind also nicht erlaubt.

#### *Sorgfaltspflicht*

Die so geschützte Presse ist jedoch gemäß § 6 zur Sorgfalt verpflichtet. Jede Nachricht muss auf Wahrheit, Inhalt und Herkunft geprüft werden, bevor sie gedruckt wird. Bevor ihr also Tatsachenbehauptungen verbreitet, befragt die/den BetroffeneN dazu. Bestreitet sie/er es, bietet es sich an, die verschiedenen Ansichten darzustellen, wobei ihr der für euch glaubwürdigeren Darstellung mehr Raum geben könnt.

Der Deutsche Presserat hat Verhaltensregeln für Zeitungen formuliert, in denen die Sorgfaltspflicht näher erläutert wird. Sie sollten auch von SchülerInnenzeitungen beachtet werden – daher ist dieser „Pressekodex“ ebenfalls im Anhang abgedruckt.

## *Auskunftspflicht*

Die Behörden sind gegenüber der Presse verpflichtet, Auskünfte zu erteilen. Ausnahmen sind die Vorschriften über Verschwiegenheit oder Geheimhaltung, zum Beispiel in Personalangelegenheiten oder laufenden Verfahren. Auch Schulen gehören zur Behörde; also sind Schulleitungen grundsätzlich zur Auskunft verpflichtet. Sie können jedoch an die Pressestelle der Bildungsbehörde verweisen.

## *Impressum*

Jede SchülerInnenzeitung muss ein Impressum enthalten. Darin müssen auftauchen:

- ▶ VerantwortlicheR RedakteurIn („Vi.S.d.P. = VerantwortlicheR im Sinne des Pressegesetzes) samt Adresse; dies muss eine Person sein, also nicht „die Redaktion“. Für verschiedene Teile der Zeitung können auch verschiedene Personen verantwortlich zeichnen, sofern für jeden noch so kleinen Teil der Zeitung die Verantwortlichkeit festgelegt ist. Der/die verantwortliche RedakteurIn kann bei Zeitungen, die von Jugendlichen für Jugendliche herausgegeben werden, auch unter 18 Jahren alt sein.
- ▶ VerantwortlicheR für Anzeigen samt Adresse
- ▶ Name und Anschrift der Druckerei

Bei den Adressen reicht es, wenn ihr eure Namen und die Anschrift der Schule angebt.

Außerdem ist es sinnvoll, die Namen der MitarbeiterInnen und ihre Klasse/Stufe anzugeben. Damit wird in der Schule bekannt, wer wegen Artikeln, Mitarbeit, LeserInnenbriefen usw. angesprochen werden kann.

Viele Zeitungen geben außerdem Auflage und Erscheinungsdatum an. Hier ein Beispiel, wie ein Impressum aussehen kann:

### **Impressum**

SchülerInnenzeitung „Grüne Soße“ an der Gesamtschule Pöseldorf  
Erwin-Lottermann-Ring 72, 22765 Hamburg, [redaktion@gruenesosse.de](mailto:redaktion@gruenesosse.de)

Vi.S.d.P.: Claude Eckel

Verantwortlich für die Anzeigen: Peter Silie

MitarbeiterInnen: Peter Silie (VS b), Hans Wurst (9c), André Ansicht (10a)

Druck: Pöselcopy, Müller-Lüdenscheid-Allee 23, 22767 Hamburg

Diese Ausgabe erschien am 15. März 2004  
in einer Auflage von 500 Exemplaren.

## *Anzeigen*

Werden in einer Zeitung Anzeigen veröffentlicht, so müssen diese mit dem Wort „Anzeige“ gekennzeichnet werden, wenn sie nicht offensichtlich als Anzeige zu erkennen sind.

### *Gegendarstellung*

Der gesetzliche Anspruch auf Gegendarstellung steht allen zu, die durch Tatsachenbehauptungen in der Zeitung betroffen sind. Bei Meinungsäußerungen gibt es keinen Anspruch auf eine Gegendarstellung. Eine Gegendarstellung mit dem Wortlaut „Die Zeitung behauptet, die Politik der Bundesregierung sei schlecht. Wahr ist, die Politik der Bundesregierung ist gut“ muss daher nicht abgedruckt werden.

In der Gegendarstellung dürfen nur die in der Zeitung veröffentlichten Tatsachen wiederholt und korrigiert werden. Sie darf nicht länger als der beanstandete Text sein, es sei denn, dies ist in einem Einzelfall unumgänglich. Die Gegendarstellung muss spätestens drei Monate nach der beanstandeten Veröffentlichung bei der Zeitung eingehen. Sie muss schriftlich eingereicht und von der/dem Betroffenen oder deren/dessen gesetzlichen VertreterIn, also bei Minderjährigen von den Eltern, unterschrieben werden.

Wenn eine Gegendarstellung diesen Regeln entspricht, müsst ihr sie in der nächsten Ausgabe abdrucken, und zwar ohne Kürzungen oder Streichungen. Sie muss in gleicher Schriftgröße und Platzierung wie der ursprüngliche Artikel gedruckt werden. Es kommt nicht darauf an, ob die Gegendarstellung die Wahrheit enthält!

Wenn eine Gegendarstellung der genannten Form nicht entspricht, zum Beispiel Meinungsäußerungen enthält („... außerdem ist diese Zeitung ein Schmierblatt...“), so könnt ihr sie zurückweisen. Ihr braucht sie auch nicht teilweise zu veröffentlichen, wenn sie in irgendeinem Teil den genannten Anforderungen nicht entspricht. Also: Ganz oder gar nicht.

Beim Abdruck der Gegendarstellung kann die Redaktion eine Erklärung darüber anfügen, wie sie die Dinge sieht, den sogenannten „Redaktionschwanz“. Dabei muss sie sich auf Tatsachen beschränken. Wenn der/die VerfasserIn der Gegendarstellung Recht hat, könnt ihr schreiben: „Frau X hat Recht. Wir bedauern unseren Irrtum.“ Wenn ihr bei eurer Sicht der Dinge bleibt, dann schreibt ihr: „Nach dem Pressegesetz sind wir zum Abdruck einer Gegendarstellung ohne Rücksicht auf ihren Wahrheitsgehalt verpflichtet. Wir bleiben bei unserer Darstellung.“

Auf der folgenden Seite findest du ein Beispiel für eine solche Gegendarstellung.

## Gegendarstellung

„In der Zeitung ‚Grüne Soße‘ vom 15.03.2004 wird behauptet, ich hätte auf dem Schulfest im März 2004 sechs Flaschen Bier getrunken. Das ist falsch. Wahr ist, dass ich fünf Flaschen Bier getrunken habe.  
Ferner wird behauptet, ich hätte auf diesem Schulfest die erste Strophe des Deutschlandlieds gesungen. Das ist falsch. Wahr ist, dass ich die dritte Strophe des Deutschlandlieds gesungen habe.“

Hamburg, 18.03.2004,  
Musiklehrer Dr. Specht  
(Unterschrift)

Jede Zeitung ist verpflichtet, jeweils ein Pflichtexemplar der Staatsbibliothek in Hamburg und der Deutschen Bibliothek in Frankfurt und Leipzig kostenlos zur Verfügung zu stellen.  **Adressen im Anhang** Die Schule hat keinen Anspruch auf ein Freixemplar, es empfiehlt sich aber, ein Exemplar für das Schularchiv zu spendieren; spätere Generationen von ZeitungsmacherInnen werden ihre Freude daran haben und können von euch lernen! Aus dem gleichen Grund bittet die Junge Presse Hamburg (jph) um fünf kostenlose Exemplare eurer Zeitung. Die jph baut ein Archiv Hamburger SchülerInnenzeitungen auf, um diese interessierten Menschen zugänglich zu machen. Dort könnt ihr auch kostenlos ein Exemplar anderer Zeitungen bekommen.

## Urheberrecht

### Nicht einfach alles kopieren!

Wer in der SchülerInnenzeitung fremde Werke abdrucken möchte, muss das Urheberrecht beachten. Es schützt das „geistige Eigentum“ an literarischen, wissenschaftlichen und künstlerischen Werken. Also sind Texte, Zeichnungen (Comics, Karikaturen), Fotos etc. geschützt. Sofern solche Werke nicht ausdrücklich zum Abdruck freigegeben sind – wie bei Pressemitteilungen und vielen Pressediensten – müsst ihr vor dem Abdruck die Genehmigung des Urhebers / der UrheberIn (meistens des jeweiligen Verlages) einholen. Diese wird SchülerInnenzeitungen in der Regel kostenlos erteilt.

Bei Abdruck ohne Erlaubnis – insbesondere kompletter Comicstreifen – riskiert ihr ein „Abmahnungsschreiben“ des betroffenen Verlags. Das kann teuer werden, kommt aber selten vor.

Kurze Zitate aus Büchern und Zeitschriften könnt ihr jedoch ohne Genehmigung im Rahmen eurer Artikel verwenden. Das Zitat muss als solches gekennzeichnet werden („Anführungszeichen“), und die Quelle muss genannt werden.

## Das Recht am eigenen Bild

Bilder von Personen dürfen grundsätzlich nur mit deren Einwilligung veröffentlicht werden. Es gibt jedoch wichtige Ausnahmen.

- ▶ Personen aus dem „Bereich der Zeitgeschichte“ dürft ihr auch ohne deren Zustimmung oder gegen deren Willen abbilden. Solche Personen sind einerseits MinisterInnen, BürgermeisterInnen, SpitzensportlerInnen und andere Prominente. Andererseits gilt das auch für solche Personen, die in dem Bereich, für den ihr schreibt, Persönlichkeiten der Zeitgeschichte sind – in der Schule zum Beispiel SchulleiterIn, SchulsprecherIn und ElternratsvorsitzendeR. „Normale“ LehrerInnen erhalten in der Schule nur bei besonderen Vorkommnissen zeitgeschichtliche Bedeutung – zum Beispiel, wenn sie SchülerInnen schlagen. Außerdem wird zur Person der Zeitgeschichte, wer bei öffentlichen Veranstaltungen redet. Wenn Personen der Zeitgeschichte gerade nicht als solche tätig sind, besitzen sie jedoch das Recht am eigenen Bild. Die Schulleiterin bei der Eröffnung des Schulfestes ist Person der Zeitgeschichte, im Urlaub am Strand von Grömitz ist sie es nicht.
- ▶ Wenn Personen nur „Beiwerk“ zu einer Landschafts- oder Gebäudeaufnahme sind, etwa im Hintergrund des Bildes stehen, kann dieses Bild ohne ihre Einwilligung veröffentlicht werden.
- ▶ Fotos von Versammlungen oder Demonstrationen dürfen frei veröffentlicht werden – aber nicht Porträtaufnahmen einzelner TeilnehmerInnen.

In keinem Fall dürfen Bilder abgedruckt werden, wenn sie die Intimsphäre verletzen oder herabwürdigend sind.



Fotos von Demonstrationen dürfen einfach so veröffentlicht werden - aber keine Porträts!

Manchmal verlangen fotografierte Personen die Herausgabe des Films oder gar dessen sofortige Belichtung. Das dürfen sie nicht. Verboten ist nämlich nicht das Fotografieren, sondern erst die Veröffentlichung des Fotos ohne Einwilligung. Ihr dürft also den Film behalten, in Ruhe entwickeln und dann entscheiden, ob ihr ein Foto drucken wollt. Allerdings ist es auch schon vorgekommen, dass Personen, die sich zu Unrecht abgebildet fühlten, gewalttätig wurden. Dabei sind sogar Kameras zu Bruch gegangen. Es empfiehlt sich daher, einen gewissen Sicherheitsabstand zu wahren.

## Strafrecht

Was nicht verboten ist, ist erlaubt

### Beleidigungsdelikte

#### *Beleidigung*

Eine Beleidigung ist ein ehrverletzendes Werturteil oder die ehrverletzende Kundgabe von Missachtung. Beispiele: Bezeichnung eines Lehrers als „Schwein“, „Idiot“, „Oberfaschist“, Bezeichnung eines Polizisten als „Bulle“.

Bloße Kritik ist keine Beleidigung: „Frau Meiers Unterricht ist schlecht, weil wir da nichts lernen“ oder „Herr Müller gibt ungerechte Noten, denn ich melde mich ständig und bekomme trotzdem im Mündlichen eine 4“ – das sind kritische Meinungsäußerungen, aber keine Beleidigungen.

Wen könnt ihr eigentlich beleidigen? Jeden Menschen; nach Auffassung der Gerichte auch manche Personengruppen, wie „die GSG 9“, „die Soldaten der Bundeswehr“, „die Spitze der Großbanken“, politische Parteien und deren Untergliederungen, auch „die Polizei“, wenn damit die an einem bestimmten Einsatz beteiligten BeamtInnen gemeint sind. Nicht beleidigen könnt ihr dagegen „die ChristInnen“, „die AkademikerInnen“ und „die Polizei“ als Ganzes. Die Einzelheiten sind unter JuristInnen umstritten.

#### *Üble Nachrede*

Üble Nachrede liegt vor, wenn ihr über jemanden eine Tatsache behauptet, die geeignet ist, diesen herab zu würdigen und die Tatsache nicht nachweisbar ist. Im Unterschied zur Beleidigung geht es also nicht um Werturteile, sondern um Tatsachen. Beispiele: „Sie war in der NSDAP“, „Frau X ohrfeigt Schülerin im Unterricht“. Auch wenn solche Tatsachenbehauptungen in der Form eines Gerüchts verbreitet werden („Es wird gemunkelt, dass...“), können sie wegen übler Nachrede strafbar sein.

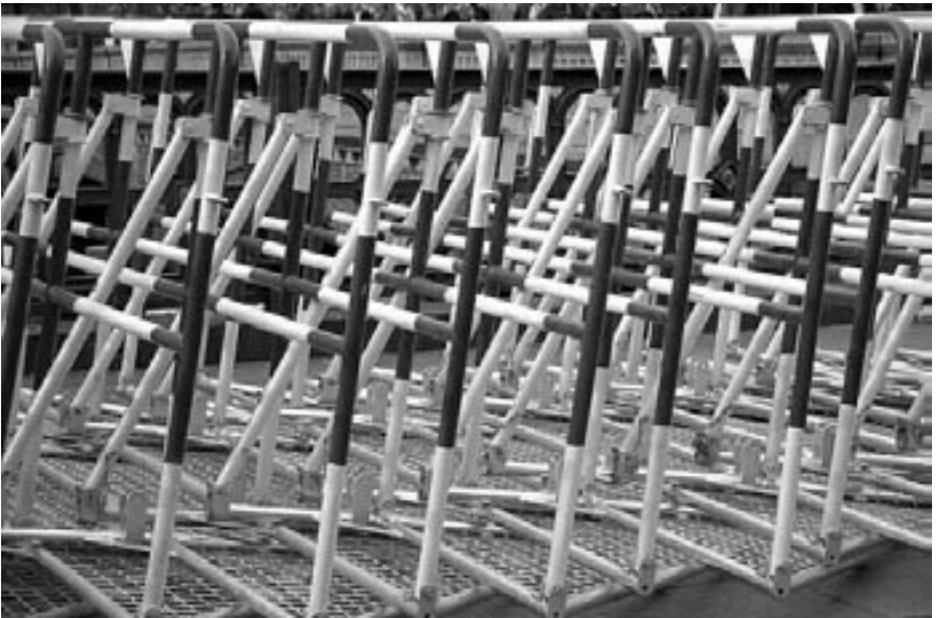
## *Wahrnehmung berechtigter Interessen*

Wichtig für JournalistInnen ist der Begriff der Wahrnehmung berechtigter Interessen. Die Presse soll im Meinungskampf mitwirken. Darum muss stets abgewogen werden zwischen der Pressefreiheit und dem Ehrenschutz der Betroffenen. Bei Persönlichkeiten, die stark in der öffentlichen Diskussion stehen, muss ein kräftiger Ausdruck in der Presse unter Umständen hingenommen werden.

Gerüchte dürfen nicht ungeprüft übernommen werden. JournalistInnen, die jedoch sorgfältig arbeiten, genau recherchieren und sachlich berichten, nehmen berechnete Interessen wahr und können daher nicht bestraft werden.

## *Verleumdung*

Auch die Verleumdung ist eine nicht nachweisbare Tatsachenbehauptung, die zur Herabwürdigung geeignet ist. Im Unterschied zur üblen Nachrede handelt hier der/die TäterIn wider besseres Wissen, es wird also bewusst gelogen.



Alles hat seine Grenzen, auch die Pressefreiheit. Wer sich auskennt, wird damit kaum Probleme haben.

## Staatsschutzdelikte

Es ist strafbar, den Staat, den/die BundespräsidentIn, die Flagge oder die Hymne der Bundesrepublik Deutschland oder ihrer Länder und andere staatliche Symbole und Einrichtungen zu verunglimpfen.

### *Verunglimpfungen*

Verunglimpfungen sind schwere Beleidigungen. Beispiele dafür sind: Eine schwer beleidigende Version der 3. Strophe des Deutschlandliedes abzdrukken, Bezeichnung der Bundesregierung als „Verbrecherbande“. In diesem Bereich sind Verurteilungen sehr selten, außerdem ist stets auch die Kunstfreiheit zu beachten, die zur Straflosigkeit führen kann.

### *Aufforderung zu Straftaten*

Die Aufforderung zu Straftaten ist strafbar. Also: Nicht zum Schwarzfahren in der U-Bahn aufrufen, denn das ist eine Straftat. Die Aufforderung zu Ordnungswidrigkeiten ist dagegen nicht strafbar.

### *Unterstützung und Werben für terroristische Vereinigungen*

Problematisch ist § 129a des Strafgesetzbuchs. Er stellt die Unterstützung und das Werben für eine terroristische Vereinigung unter Strafe. Mit seiner Hilfe wurden in der Vergangenheit zum Beispiel viele Verfahren gegen politisch links stehende Personen geführt. Allerdings stehen der Vielzahl an Ermittlungsverfahren kaum Verurteilungen gegenüber. Wer zu Dokumentationszwecken Texte mit strafbarem Inhalt abdrucken will – etwa Erklärungen terroristischer Gruppen – muss sehr deutlich machen, dass er/sie sich vom Inhalt distanzier; denn dann ist § 129a nicht anwendbar.



Wie sag' ich es richtig? Häufig entstehen Missverständnisse durch ungünstige Formulierungen.

*Beschimpfen von Religionsgesellschaften*

Schließlich ist auch das Beschimpfen von Religionsgesellschaften unter Umständen strafbar. Wer kritisiert, was andere Leute für heilig halten – zum Beispiel Jesus oder die Jungfrau Maria – sollte sich um Sachlichkeit bemühen. Auch hier kann die Kunstfreiheit manches rechtfertigen.

**Sitte und Anstand**

Es ist strafbar, pornographische Schriften und digitale Medieninhalte unter Minderjährigen zu verbreiten. Eine SchülerInnenzeitung darf also keine Pornographie enthalten. Pornographisch sind Darstellungen, die nur der sexuellen Erregung dienen und dabei die Anstandsgrenzen überschreiten. Allerdings ist auch hier die Kunstfreiheit zu beachten.

Es hat bis in die achtziger Jahre hinein Konflikte gegeben, als SchülerInnen in ihren Zeitungen offen über ihre ersten sexuellen Erfahrungen berichteten. Denn auch „jugendgefährdende Schriften“ dürfen nicht an Minderjährige abgegeben werden. Es kommt nach dem Gesetz darauf an, ob eine Schrift geeignet ist, Jugendliche sittlich (das heißt: in ihrer ungestörten sexuellen Entwicklung) zu gefährden. Bereits damals haben PädagogInnen festgestellt, dass die Entwicklung einer angstfreien Sexualität ohne Komplexe und falsche Hemmungen nur gefördert wird, wenn sich junge Menschen offen über erste sexuelle Erfahrungen, Gefühle und Ängste verständigen.

Ein solcher Beitrag in einer SchülerInnenzeitung ist also nicht jugendgefährdend, sondern im Gegenteil begrüßenswert.

In den letzten Jahren haben einige SchülerInnenzeitungen mit oder in ihrer Zeitung Kondome verteilt, um auf die AIDS-Problematik aufmerksam zu machen. Auch das ist nicht jugendgefährdend. Es ist im Interesse der sexuellen Entwicklung junger Menschen nur zu begrüßen, wenn sie frühzeitig darüber informiert werden, dass sie sich mit Kondomen vor AIDS schützen können.

**Zeugnisverweigerungsrecht**

Im Pressekodex des Deutschen Presserats **☞ Anhang** ist festgehalten, dass JournalistInnen ihr Berufsgeheimnis wahren und von ihrem Zeugnisverweigerungsrecht Gebrauch machen. Was ist das? Das Vertrauensverhältnis zwischen JournalistInnen und denen, die ihnen Informationen geben (InformantInnen), kann nur dann funktionieren, wenn sich InformantInnen auf die Wahrung des Redaktionsgeheimnisses verlassen können. Deshalb gibt es das Zeugnisverweigerungsrecht.

Dieses Recht steht „berufsmäßig“ in der Presse tätigen Personen zu. „Berufsmäßig“ ist auch jede nebenberufliche Tätigkeit, wenn sie auf Dauer oder auf Wiederholung angelegt ist. Dabei kommt es nicht darauf an, ob ihr für diese Tätigkeit Geld bekommt. Also haben auch RedakteurInnen von SchülerInnenzeitungen das Zeugnisverweigerungsrecht.

Dieses berechtigt euch, vor Gericht, Polizei und Staatsanwaltschaft alle Angaben zu verweigern, die sich auf die Person des/der VerfasserIn, EinsenderIn oder InformantIn eines Beitrags beziehen und auf Mitteilungen, die euch im Hinblick auf eure journalistische Tätigkeit gemacht wurden. Was vor Gericht gilt, gilt erst recht in der Schule: LehrerInnen und Schulleitung können von euch nicht verlangen, Namen von InformantInnen zu erfahren oder Einsicht in die Unterlagen der Zeitung zu nehmen.



„Wer hat dir das erzählt?“ - Auch vor LehrerInnen und der Schulleitung dürft ihr schweigen!

## Verträge und mehr

### Anzeigengeschäfte

Wenn ihr mit einem/einer AnzeigenkundIn vereinbart, eine Anzeige in der Zeitung abzdrukken, schließt ihr einen Vertrag ab. Auch mündliche Verträge sind rechtlich wirksam, aber im Streitfall lässt sich der Inhalt mündlicher Verträge schwer beweisen. Also ist ein schriftlicher Vertrag für euch besser. Im Anhang findest du einen Mustervertrag, in dem alles drinsteht, was drinstehen sollte. Durch den Anzeigenvertrag verpflichtet ihr euch, die Anzeige abzdrukken, und der/die AuftraggeberIn verpflichtet sich, den vereinbarten Anzeigenpreis zu bezahlen. Das könnt ihr notfalls auch gerichtlich durchsetzen.

Ihr seid dafür verantwortlich, dass die Anzeige rechtzeitig und mängelfrei erscheint. Die Rechtzeitigkeit beurteilt sich nach dem vereinbarten Erscheinungstermin; am besten gebt ihr also keinen festen Termin an. Wenn die Anzeige termingebunden ist, zum Beispiel bei Reiseangeboten, müsst ihr euch an den Termin halten oder den Auftrag nur unter „Rücktrittsvorbehalt“ annehmen. Dies muss dann aber auch im Anzeigenvertrag vermerkt werden.

Was die Druckqualität angeht, so verweist der Mustervertrag auf ein Ansichtsexemplar, das ihr dem/der AnzeigenkundIn überreicht, sofern es schon eines gibt.

Es kommt vor, dass die AnzeigenkundInnen die ausgestellte Rechnung nicht bezahlen. Zunächst solltet ihr in so einem Fall freundlich um Begleichung der Rechnung bitten; wahrscheinlich hat der/die KundIn das nur vergessen. Es ist besser, sich zu einigen, denn ihr wollt ja den/die KundIn behalten. Nach einem „hart“ durchgeführten Mahnverfahren werdet ihr wahrscheinlich keine Anzeige mehr bekommen. Wenn ihr jedoch mit Freundlichkeit nichts erreicht, so könnt ihr folgendes Verfahren anwenden:

Wenn der/die KundIn nach der freundlichen Erinnerung nicht zahlt, wird schriftlich gemahnt, eine Kopie davon behaltet ihr. Diese Mahnung enthält den Grund („Anzeige vom...“), das Datum, den Rechnungsbetrag, eine erneute Zahlungsfrist (14 Tage), die Angaben zum Konto, auf das gezahlt werden soll, und die Unterschrift des/der Anzeigenverantwortlichen. Ist auch diese Frist ergebnislos abgelaufen, befindet sich der/die KundIn im „Verzug“. Die zweite – eventuell erst die dritte – Mahnung versteht ihr mit der Androhung „Sollten wir bis zum ... keinen Zahlungseingang feststellen können, müssen wir das gerichtliche Mahnverfahren einleiten“. Ihr könnt die Mahnung als Einschreiben oder gar Rückschein schicken, um die Absendung später beweisen zu können.

Wird dann immer noch nicht bezahlt, könnt ihr die deutschen Gerichte in Anspruch nehmen und ein gerichtliches Mahnverfahren einleiten. Im Schreibwarenladen kauft ihr dazu das Formular eines Mahnbescheides. Dieses reicht ihr ausgefüllt beim Amtsgericht ein. **☞ Adresse im Anhang** Dort ist eine Gebühr von etwa 10 Euro zu zahlen, die der/die AnzeigenkundIn erstatten muss. Das Gericht schickt den ausgefüllten Mahnbescheid dem/der KundIn mit der Aufforderung zu, innerhalb von zwei Wochen zu zahlen oder Widerspruch einzulegen.

Wird Widerspruch eingelegt, kommt es zum Prozess. Legt der/die KundIn keinen Widerspruch ein und zahlt auch nicht, so könnt ihr die Zwangsvollstreckung beantragen: EinE GerichtsvollzieherIn treibt dann für euch das Geld ein! Soweit wird es im Normalfall aber nicht kommen.

Bei Problemen kann auch die Junge Presse Hamburg helfen.

## Anzeigenauftrag

### AuftraggeberIn:

### AuftragnehmerIn:

SchülerInnenzeitung „Grüne Soße“  
Gesamtschule Pöseldorf  
Erwin-Lottermann-Ring 72  
22765 Hamburg  
vertreten durch Axel Schweiss

Bei der SchülerInnenzeitung „Grüne Soße“ wird folgende Anzeige in Auftrag gegeben (*zutreffendes ankreuzen*):

#### 1) Format

- 1/1 Seite
- 1/2 Seite
- 1/3 Seite
- 1/4 Seite
- anderes:  
\_\_\_\_\_

#### 2) Farbe

- schwarz/weiss
- mit Zusatzfarbe  
\_\_\_\_\_

#### 3) Platzierung

- rechte Seite Innenteil
- Umschlagseite 2
- Umschlagseite 3
- Umschlagseite 4
- ohne Vorgabe

#### 4) Anzeigenvorlage

- liegt vor
- liefert AuftraggeberIn bis zum \_\_\_\_\_ Euro  
(Datum) in Worten: \_\_\_\_\_
- erstellt die SchülerInnenzeitung

#### 5) Anzeigenpreis

**Auflage:** 500

**Erscheinungsdatum:** März 2004

Ort \_\_\_\_\_

Datum \_\_\_\_\_

Unterschrift AuftraggeberIn \_\_\_\_\_

Es gelten die umseitigen Geschäftsbedingungen.

## Geschäftsbedingungen

1. Die Aufnahme der Anzeige an bestimmten Plätzen wird nur bei schriftlicher Vereinbarung einer Platzierung übernommen. In diesem Fall kann jedoch aus redaktionellen Gründen die Platzierung einseitig durch die SchülerInnenzeitung verändert werden, dann reduziert sich der Anzeigenpreis um den erhobenen Platzierungszuschlag.
2. Für die rechtzeitige Lieferung des Anzeigentextes bzw. einer einwandfreien Druckvorlage ist der/die AuftraggeberIn verantwortlich. Wird die Vorlage nicht rechtzeitig geliefert, so bleibt der/die AuftraggeberIn zur Zahlung verpflichtet. Dieser Vertrag umfasst keine Bearbeitung der Anzeigenvorlage durch die SchülerInnenzeitung. Bei Dauerinseraten wird die letzte veröffentlichte Anzeige für die folgende Ausgabe wiederverwendet, sofern der/die AuftraggeberIn nicht bis zwei Wochen vor Redaktionsschluss eine neue Vorlage liefert.
3. Anzeigen, die aufgrund ihrer Gestaltung nicht ohne weiteres als Anzeige erkennbar sind, werden mit dem Wort „Anzeige“ gekennzeichnet.
4. Der Anzeigenauftrag ist angenommen, wenn sich die SchülerInnenzeitung nicht binnen 14 Tagen gegenteilig äußert. Die SchülerInnenzeitung behält sich vor, auch danach noch den Anzeigenauftrag zu stornieren, wenn der Inhalt der Anzeige gegen Gesetze oder behördliche Vorschriften verstößt oder die Veröffentlichung für die SchülerInnenzeitung unzumutbar ist.
5. Die Druckqualität richtet sich nach dem Ansichtsexemplar und den durch die Vorlage vorgegebenen Möglichkeiten des von der SchülerInnenzeitung gewählten und benannten Druckverfahrens.
6. Die SchülerInnenzeitung übergibt mit der Rechnung zwei Belegexemplare. Der Anzeigenpreis ist bei Rechnungslegung fällig.
7. Bei mangelhafter Erfüllung durch die SchülerInnenzeitung kann der/die AuftraggeberIn die Gewährsrechte nur geltend machen, wenn er/sie die Mängel binnen sieben Tage nach Erhalt der Belegexemplare rügt. Schadenersatz wird von der SchülerInnenzeitung nur bei grober Fahrlässigkeit oder Vorsatz geleistet.
8. Bei verspäteter oder mangelhafter Erfüllung durch die SchülerInnenzeitung beträgt die von dem/der AuftraggeberIn zu setzende Nachfrist mindestens drei Wochen.
9. Von diesen Geschäftsbedingungen abweichende Vereinbarungen bedürfen der Schriftform.
10. Erfüllungsort und Gerichtsstand für beide Teile ist Hamburg.

## Umgang mit Druckereien

Wichtig ist, dass ihr eure Vereinbarungen mit der Druckerei schriftlich festhaltet, um ärgerlichen Missverständnissen vorzubeugen. Die Geschäftsbedingungen (AGB) der Druckerei solltet ihr daher auch gründlich studieren, bevor ihr einen Auftrag unterschreibt.

Beim Druck kann es für euch zwei Probleme geben: Die Zeitung ist nicht rechtzeitig fertig oder nur mangelhaft gedruckt.

### *Termin*

Wird die Zeitung nicht zum vereinbarten Termin fertig, müsst ihr eine zweite Frist setzen und erklären, dass ihr die Zeitung danach nicht mehr nehmt (Ablehnungsandrohung). Für diese zweite Frist (Nachfrist) dürften drei Tage meistens angemessen sein. Die Fristsetzung mit Ablehnungsandrohung geschieht am Besten schriftlich:

„Hiermit setzen wir Ihnen eine Nachfrist zur Erfüllung des Druckauftrages bis zum... Danach werden wir das Druckwerk nicht mehr annehmen.“

Liefert die Druckerei auch zu diesem Termin nicht, so könnt ihr vom Vertrag zurücktreten (ihr müsst nicht zahlen und die Druckerei muss euch die Druckvorlagen wiedergeben) oder eine Minderung des Druckpreises verlangen.

### *Fixgeschäft*

Wenn ihr die Zeitung unbedingt zu einem bestimmten Termin braucht, ist es sinnvoll, ein Fixgeschäft zu vereinbaren. Dann könnt ihr sofort ohne zweite Fristsetzung vom Vertrag zurücktreten, wenn der Druck am vereinbarten Termin nicht fertig ist. Allerdings muss bei Vertragsschluss für die Druckerei deutlich werden, dass es sich um ein Fixgeschäft handelt: Ihr könnt auf das Antragsformular schreiben „genau am 15.03.2004, nicht später“ oder „fixer Termin 15.03.2004“.

### *Mangelhafter Druck*

Was bedeutet mangelhafter Druck? Der Druck muss zumindest lesbar sein, Fotos müssen erkennbar sein, Seiten in korrekter Reihenfolge usw. Wenn der Druck mangelhaft ist, könnt ihr von der Druckerei verlangen, dass sie nachbessert, das heißt: die schlechten Seiten neu druckt. Tut sie das nicht, so könnt ihr den Preis mindern. Wenn die Druckerei behauptet, die schlechte Qualität läge an den Vorlagen, so muss sie euch vor dem Druck darauf hinweisen.

Am besten informiert ihr euch vorher über die Druckqualität eurer Druckerei und lasst euch Beispiele ihrer Kunst zeigen, damit es nachher nicht zum Streit kommt.

Den Druck solltet ihr nicht im Voraus bezahlen, denn dann tragt ihr das volle Risiko. Besser ist es, beim Auftrag zu vereinbaren, dass die Zahlung innerhalb von 14 Tagen nach Rechnungserhalt zu leisten ist. Besteht die Druckerei auf Zahlung bei Abnahme der Zeitungen, so prüft das Druckwerk (Stichproben!), bevor die Scheine über den Tresen gehen.

Besteht darauf, dass die Druckerei euch nur den für periodische Druckwerke geltenden ermäßigten Mehrwertsteuersatz von 7 Prozent berechnet. Auch die erste Ausgabe der Zeitung ist ein periodisches Druckwerk, denn es soll ja eine zweite folgen.

### **Haftung**

Rechtlich gesehen ist die Redaktion einer SchülerInnenzeitung meistens ein „nicht eingetragener Verein“. Der Verein haftet für alle Schulden, die seine VertreterInnen – also die RedakteurInnen, die nach außen auftreten – für ihn machen. Diese Haftung ist auf das Vereinsvermögen (Redaktionskasse und Sachwerte) beschränkt. Zusätzlich haftet jeweils, wer für den Verein handelt (zum Beispiel einen Druckauftrag erteilt), persönlich mit dem eigenen Vermögen. Uns ist jedoch kein Fall bekannt, in dem diese Regelung zum Tragen gekommen ist.

### **Besonderheiten für Minderjährige**

Viele SchülerInnenzeitungsmacherInnen sind minderjährig, also unter 18 Jahre jung. Deshalb ist folgendes zu beachten: Rechtliche Handlungen von Minderjährigen, wie das Abschließen eines Vertrages mit der Druckerei oder mit AnzeigenkundInnen, bedürfen der Zustimmung der Eltern. Diese Zustimmung kann auch stillschweigend erfolgen: Wenn die Eltern von der Redaktionstätigkeit wissen und diese dulden, so könnt ihr davon ausgehen, dass sie auch den Handlungen zustimmen, die üblicherweise damit im Zusammenhang stehen.

Zumindest gegenüber den AnzeigenkundInnen solltet ihr darauf achten, dass für die Redaktion jemand tätig ist, dessen Mitarbeit von den Eltern ausdrücklich oder stillschweigend gebilligt wird; hier ist für euch die Wirksamkeit des Vertrages wichtig, damit ihr zu eurem Geld kommt.

Wenn ein Redaktionsmitglied volljährig ist, können die minderjährigen KollegInnen mit seiner Zustimmung als seine VertreterInnen auftreten, also in seinem Namen Verträge abschließen.

Als verantwortliche RedakteurInnen können Minderjährige ohne Einschränkung auftreten.

☞ § 9 (2) *Hamburgisches Pressegesetz, im Anhang*

Jetzt geht's ins Detail: relevante Gesetzestexte, praktische Adressen, ein Glossar und ein Stichwortverzeichnis für die schnelle Suche in diesem Buch findet ihr hier.

# Anhang





In diesem Teil haben wir die für SchülerInnenzeitungen relevanten Gesetzestexte ausschnittsweise im Wortlaut abgedruckt. Die Erläuterungen dazu stehen im Kapitel „Rechtliches“. Obwohl die folgenden Gesetzestexte Personen (anders als sonst in diesem Buch) meist nur in der männlichen Form benennen, gelten diese Texte selbstverständlich für Personen beider Geschlechter. Die hier abgedruckten Gesetzestexte sind alle vom Stand Januar 2004.

Alle Gesetze stehen in vollständiger und immer aktueller Fassung im Internet. Die bundesweiten Gesetze sind alle unter <http://bundesrecht.juris.de> erreichbar, unter [www.presserecht.de](http://www.presserecht.de) sind die für die Presse relevanten Gesetze abrufbar. Der Deutsche Presserat informiert unter [www.presserat.de](http://www.presserat.de) über seinen Pressekodex. Wir verlinken unter [www.sz-handbuch.de](http://www.sz-handbuch.de) die wichtigsten Gesetze.

Außerdem findest du in diesem Kapitel ein Beispiel für einen Anzeigenvertrag und die dazugehörigen Geschäftsbedingungen sowie einige nützliche Adressen, ein Glossar, in dem Fachbegriffe erklärt werden und ein Stichwortverzeichnis.



Noch Fragen? Dann wende dich an die Junge Presse Hamburg - wir sind für dich da!

## Richtlinien für Schülerzeitungen

1. Schülerzeitungen, die von Schülerinnen und Schülern gemacht und für Schülerinnen und Schüler einer oder mehrerer Schulen herausgegeben werden, unterliegen dem Hamburgischem Pressegesetz sowie den übrigen gesetzlichen Bestimmungen und stehen außerhalb der Verantwortung der Schule. Die Verantwortung für Form und Inhalt tragen die im Impressum genannten verantwortlichen Redakteurinnen und Redakteure.
2. Schule und Behörde fördern die Arbeit der Schülerzeitungen im Rahmen ihrer Möglichkeiten. Die Schülerzeitungen dürfen auf dem Schulgrundstück angeboten werden. Die Redakteurinnen und Redakteure einer Schülerzeitung können eine beratende Lehrerin/einen beratenden Lehrer wählen, die/der die Redaktion durch Ratschläge bei der Gestaltung der Schülerzeitung unterstützt.
3. Schülerzeitungen verwalten sich selbst und finanzieren sich durch Verkauf, Anzeigen und Spenden. Anzeigen in Schülerzeitungen unterliegen nicht dem Verbot der Werbung in der Schule.
4. Diese Richtlinien gelten vom 1. November 1991 an. Die Richtlinien für Schülerzeitungen vom 12. Dezember 1979 werden zum gleichen Zeitpunkt aufgehoben.

### **Erläuternde Hinweise zur Neufassung der „Richtlinien für Schülerzeitungen“ vom 11. September 1991**

1. Die Richtlinien für Schülerzeitungen sind mit Wirkung vom 1. November 1991 neu gefasst worden. Wesentliche Neuerung ist, dass künftig der Vertriebsbeginn auf dem Schulgrundstück nicht mehr abhängig gemacht wird von der vorherigen Abgabe zweier Belegexemplare und einer zweitägigen Vorprüfung durch den Schulleiter auf Rechtsverstöße. Schülerzeitungen unterliegen also allein den gesetzlichen Bestimmungen des Presserechts und den übrigen gesetzlichen Bestimmungen.
2. Die Verantwortung für Form und Inhalt tragen die im Impressum genannten Redakteure. Sie können für Veröffentlichungen, die die Rechte Dritter verletzen, sofern die gesetzlichen Voraussetzungen vorliegen, persönlich haftbar gemacht werden. Die neuen Richtlinien sehen wie die alten die Möglichkeit vor, dass Redakteurinnen und Redakteure einer Schülerzeitung sich einen beratenden Lehrer oder eine beratende Lehrerin wählen. Das Amt für Bildung und die Schulleitung sind darüber hinaus gemäß § 4 des Hamburgischen Pressegesetzes verpflichtet, den Redakteurinnen und Redakteuren Auskünfte zu erteilen.

3. Schülerzeitungen können sich durch Verkauf, Spenden, insbesondere durch Anzeigen finanzieren. Wie bisher unterliegen Anzeigen in Schülerzeitungen nicht dem Verbot der Werbung in Schulen. Der bisherige einschränkende Passus, dass Anzeigen von Interessenverbänden und parteipolitischen Organisationen nicht zugelassen sind, entfällt künftig.
4. Die Aussage des Absatzes 2 der Richtlinien, nach der Schule und Behörde die Arbeit von Schülerzeitungen nach ihren Möglichkeiten fördern, beinhaltet auch, dass Schülerzeitungsredaktionen - wie bisher - als Schülergruppen im Sinne des Schulgesetzes zugelassen werden können (§33 HmbSG) und damit die im Gesetz vorgesehenen Hilfen der Schule erhalten (Räume, Kopierer, Schreibmaschine u. ä.). Für Rechtsfragen stehen in der Behörde für Bildung und Sport die Referenten der Rechtsabteilung (V 3) zur Verfügung. (...)

(„erläuternde Hinweise“ aus: Schulrecht Hamburg. Verwaltungshandbuch für Schulen, I.14, angepasst an neue Verwaltungsstrukturen)

## Hamburgisches Schulgesetz

### §33 Schülerzeitungen, Schülergruppen

- (1) Die Schülerinnen und Schüler haben das Recht, Schülerzeitungen herauszugeben und auf dem Schulgrundstück zu verbreiten. Schülerzeitungen sind Zeitungen, die von Schülerinnen und Schülern einer oder mehrerer Schulen für diese herausgegeben werden. Sie stehen anders als die von einer Schule unter Verantwortung der Schulleitung herausgegebene Schulzeitung außerhalb der Verantwortung der Schule und unterliegen dem Hamburgischen Pressegesetz vom 29. Januar 1965 (...), in der jeweils geltenden Fassung sowie den übrigen gesetzlichen Bestimmungen. Die Schule und die zuständige Behörde fördern die Arbeit von Schülerzeitungen im Rahmen ihrer Möglichkeiten.
- (2) Die Schülerinnen und Schüler haben das Recht, sich an ihrer Schule in Schülergruppen zu betätigen. Die Betätigung in der Schule kann von der Schulleitung eingeschränkt oder verboten werden, wenn es die Sicherung des Bildungs- und Erziehungsauftrags erfordert. Den Schülergruppen können Räume und sonstige schulische Einrichtungen zur Verfügung gestellt werden, wenn der Schul- und Unterrichtsbetrieb dadurch nicht beeinträchtigt wird. Die Schulkonferenz regelt Grundsätze für die Betätigung von Schülergruppen in der Schule.

# Hamburgisches Pressegesetz

vom 29. Januar 1965 (GVBl. S. 15)

Zuletzt geändert durch Gesetz vom 28. Januar 2003

## § 1 Freiheit der Presse.

- (1) Die Presse ist frei. Sie soll der freiheitlichen demokratischen Grundordnung dienen.
- (2) Die Freiheit der Presse unterliegt nur den Beschränkungen, die durch das Grundgesetz und in seinem Rahmen durch dieses Gesetz zugelassen sind.
- (3) Sondermaßnahmen jeder Art, die die Pressefreiheit beeinträchtigen, sind verboten.
- (4) Berufsorganisationen der Presse mit Zwangsmitgliedschaft und eine mit hoheitlicher Gewalt ausgestattete Standesgerichtsbarkeit der Presse sind unzulässig.
- (5) Gesetzen, die für jedermann gelten, ist auch die Presse unterworfen.

## § 2 Zulassungsfreiheit.

Die Pressetätigkeit einschließlich der Errichtung eines Verlagsunternehmens oder eines sonstigen Betriebes des Pressegewerbes bedarf keiner Zulassung.

## § 3 Öffentliche Aufgabe der Presse.

Die Presse erfüllt eine öffentliche Aufgabe insbesondere dadurch, daß sie Nachrichten beschafft und verbreitet, Stellung nimmt, Kritik übt, in anderer Weise an der Meinungsbildung mitwirkt oder der Bildung dient.

## § 4 Informationsrecht.

- (1) Die Behörden sind verpflichtet, den Vertretern der Presse und des Rundfunks die der Erfüllung ihrer öffentlichen Aufgabe dienenden Auskünfte zu erteilen.
- (2) Auskünfte können verweigert werden, soweit
  1. hierdurch die sachgemäße Durchführung eines schwebenden Gerichtsverfahrens, Bußgeldverfahrens oder Disziplinarverfahrens beeinträchtigt oder gefährdet werden könnte oder
  2. Vorschriften über die Geheimhaltung oder die Amtsverschwiegenheit entgegenstehen oder

3. sonst ein überwiegendes öffentliches oder schutzwürdiges privates Interesse verletzt würde.
- (3) Allgemeine Anordnungen, die einer Behörde Auskünfte an die Presse verbieten, sind unzulässig.
- (4) Der Verleger eines periodischen Druckwerks kann von den Behörden verlangen, daß ihm deren amtliche Bekanntmachungen nicht später als seinen Mitbewerbern zur Verwendung zugeleitet werden.

## § 5 (aufgehoben)

## § 6 Sorgfaltspflicht der Presse.

Die Presse hat alle Nachrichten vor ihrer Verbreitung mit der nach den Umständen gebotenen Sorgfalt auf Wahrheit, Inhalt und Herkunft zu prüfen. Die Verpflichtung, Druckwerke von strafbarem Inhalt freizuhalten (§ 19), bleibt unberührt.

## § 7 Druckwerke.

- (1) Druckwerke im Sinne dieses Gesetzes sind alle mittels der Buchdruckerpresse oder eines sonstigen zur Massenherstellung geeigneten Vervielfältigungsverfahrens hergestellten und zur Verbreitung bestimmten Schriften, besprochenen Tonträger, bildlichen Darstellungen mit und ohne Schrift und Musikalien mit Text oder Erläuterungen.
- (2) Zu den Druckwerken gehören auch die vervielfältigten Mitteilungen, mit denen Nachrichtenagenturen, Pressekorrespondenzen, Maternendienste und ähnliche Unternehmungen die Presse mit Beiträgen in Wort, Bild oder ähnlicher Weise versorgen. Als Druckwerke gelten ferner die von einem presseredaktionellen Hilfsunternehmen gelieferten Mitteilungen ohne Rücksicht auf die technische Form, in der sie geliefert werden, sowie Wochenschauen.
- (3) Den Bestimmungen dieses Gesetzes über Druckwerke unterliegen nicht
  1. amtliche Druckwerke, soweit sie ausschließlich amtliche Mitteilungen enthalten,
  2. Druckwerke, die nur Zwecken des Gewerbes und Verkehrs, des häuslichen und geselligen Lebens dienen, wie Formulare, Preislisten, Werbetrucksachen, Familienanzeigen, Geschäfts-, Jahres- und Verwaltungsberichte und dergleichen, sowie Stimmzettel für Wahlen.

- (4) Periodische Druckwerke sind Zeitungen, Zeitschriften und andere in ständiger, wenn auch unregelmäßiger Folge und im Abstand von nicht mehr als sechs Monaten erscheinende Druckwerke.

### **§ 8 Impressum.**

- (1) Auf jedem in der Freien und Hansestadt Hamburg erscheinenden Druckwerk müssen Name oder Firma und Anschrift des Druckers und des Verlegers, beim Selbstverlag die des Verfassers oder des Herausgebers genannt sein.
- (2) Auf den periodischen Druckwerken sind ferner Name und Anschrift des verantwortlichen Redakteurs anzugeben. Sind mehrere Redakteure verantwortlich, so muß das Impressum die geforderten Angaben für jeden von ihnen enthalten. Hierbei ist kenntlich zu machen, für welchen Teil oder sachlichen Bereich des Druckwerks jeder einzelne verantwortlich ist. Für den Anzeigenteil ist ein Verantwortlicher zu benennen; für diesen gelten die Vorschriften über den verantwortlichen Redakteur entsprechend.
- (3) Zeitungen und Anschlusszeitungen, die regelmäßig wesentliche Teile fertig übernehmen, haben im Impressum auch den für den übernommenen Teil verantwortlichen Redakteur und den Verleger des anderen Druckwerkes zu benennen.

### **§ 9 Persönliche Anforderungen an den verantwortlichen Redakteur.**

- (1) Als verantwortlicher Redakteur kann nicht tätig sein und beschäftigt werden, wer
1. seinen ständigen Aufenthalt nicht im Geltungsbereich des Grundgesetzes hat,
  2. infolge Richterspruchs die Fähigkeit zur Bekleidung öffentlicher Ämter, die Fähigkeit, Rechte aus öffentlichen Wahlen zu erlangen, oder das Recht, in öffentlichen Angelegenheiten zu wählen oder zu stimmen, nicht besitzt,
  3. das 18. Lebensjahr nicht vollendet hat,
  4. nicht unbeschränkt geschäftsfähig ist.
- (2) Die Vorschriften des Absatzes 1 Nummern 3 und 4 gelten nicht für Druckwerke, die von Jugendlichen für Jugendliche heraus gegeben werden.

- (3) Von der Voraussetzung des Absatzes I Nummer 1 kann die zuständige Behörde in besonderen Fällen auf Antrag Befreiung erteilen.

## § 10 Kennzeichnung entgeltlicher Veröffentlichungen.

Hat der Verleger eines periodischen Druckwerks für eine Veröffentlichung ein Entgelt erhalten, gefordert oder sich versprechen lassen, so hat er diese Veröffentlichung deutlich mit dem Wort „Anzeige“ zu bezeichnen, soweit sie nicht schon durch Anordnung und Gestaltung allgemein als Anzeige zu erkennen ist.

## § 11 Gegendarstellung.

- (1) Der verantwortliche Redakteur und der Verleger eines periodischen Druckwerks sind verpflichtet, eine Gegendarstellung der Person oder Stelle zum Abdruck zu bringen, die durch eine in dem Druckwerk aufgestellte Tatsachenbehauptung betroffen ist. Die Verpflichtung erstreckt sich auf alle Nebenausgaben des Druckwerks, in denen die Tatsachenbehauptung erschienen ist.
- (2) Die Pflicht zum Abdruck einer Gegendarstellung besteht nicht, wenn die Gegendarstellung ihrem Umfang nach nicht angemessen ist. Überschreitet die Gegendarstellung nicht den Umfang des beanstandeten Textes, so gilt sie als angemessen. Die Gegendarstellung muß sich auf tatsächliche Angaben beschränken und darf keinen strafbaren Inhalt haben. Sie bedarf der Schriftform und muß von dem Betroffenen oder seinem gesetzlichen Vertreter unterzeichnet sein. Der Betroffene oder sein Vertreter kann den Abdruck nur verlangen, wenn die Gegendarstellung dem verantwortlichen Redakteur oder dem Verleger unverzüglich, spätestens innerhalb von drei Monaten nach der Veröffentlichung, zugeht.
- (3) Die Gegendarstellung muß in der nach Empfang der Einsendung nächstfolgenden, für den Druck nicht abgeschlossenen Nummer in dem gleichen Teil des Druckwerks und mit gleicher Schrift wie der beanstandete Text ohne Einschaltungen und Weglassungen abgedruckt werden. Sie darf nicht in Form eines Leserbriefes erscheinen. Der Abdruck ist kostenfrei, es sei denn, der beanstandete Text ist als Anzeige abgedruckt worden. Wer sich zu der Gegendarstellung in derselben Nummer äußert, muß sich auf tatsächliche Angaben beschränken.
- (4) Für die Durchsetzung des Gegendarstellungsanspruchs ist der ordentliche Rechtsweg gegeben. Auf Antrag des Betroffenen kann das Gericht anordnen, daß der verantwortliche Redakteur und der Verleger in der Form des Absatzes 3 eine Gegendarstellung veröffentlichen. Auf dieses

Verfahren sind die Vorschriften der Zivilprozessordnung über das Verfahren auf Erlaß einer einstweiligen Verfügung entsprechend anzuwenden. Eine Gefährdung des Anspruchs braucht nicht glaubhaft gemacht zu werden.

- (5) Die Absätze 1 bis 4 gelten nicht für wahrheitsgetreue Berichte über öffentliche Sitzungen der gesetzgebenden oder beschließenden Organe des Bundes, der Länder und der Gemeinden (Gemeindeverbände) sowie der Gerichte.

### **§ 11 a Anwendbarkeit des Bundesdatenschutzgesetzes.**

Soweit Unternehmen oder Hilfsunternehmen der Presse personenbezogene Daten ausschließlich zu eigenen journalistisch- redaktionellen oder literarischen Zwecken erheben, verarbeiten oder nutzen, gelten von den Vorschriften des Bundesdatenschutzgesetzes nur die §§ 5, 9 und 38 a sowie § 7 mit der Maßgabe, dass nur für Schäden gehaftet wird, die durch eine Verletzung des Datengeheimnisses nach § 5 des Bundesdatenschutzgesetzes oder durch unzureichende technische oder organisatorische Maßnahmen im Sinne des § 9 des Bundesdatenschutzgesetzes eintreten. Soweit Unternehmen nicht der Selbstregulierung durch den Pressekodex und die Beschwerdeordnung des Deutschen Presserats unterliegen, gelten für sie die Vorschriften von § 41 Absatz 3 und Absatz 4 Satz 1 BDSG entsprechend.

### **§§ 12–18 (aufgehoben)**

### **§ 19 Strafrechtliche Verantwortung.**

- (1) Die Verantwortlichkeit für Straftaten, die mittels eines Druckwerkes begangen werden, bestimmt sich nach den allgemeinen Strafgesetzen.
- (2) Ist mittels eines Druckwerkes eine rechtswidrige Tat begangen worden, die den Tatbestand eines Strafgesetzes verwirklicht, so wird, soweit er nicht wegen dieser Tat schon nach Absatz 1 als Täter oder Teilnehmer strafbar ist, mit Freiheitsstrafe bis zu einem Jahr oder mit Geldstrafe bestraft
1. bei periodischen Druckwerken der verantwortliche Redakteur, wenn er vorsätzlich oder fahrlässig seine Verpflichtung verletzt hat, Druckwerke von strafbarem Inhalt freizuhalten, und die rechtswidrige Tat hierauf beruht,
  2. bei sonstigen Druckwerken der Verleger, wenn er vorsätzlich oder fahrlässig seine Aufsichtspflicht verletzt hat und die rechtswidrige Tat hierauf beruht.

## § 20 Strafbare Verletzung der Presseordnung.

Mit Freiheitsstrafe bis zu einem Jahr oder mit Geldstrafe wird bestraft, wer

1. als Verleger eine Person zum verantwortlichen Redakteur bestellt, die nicht den Anforderungen des § 9 entspricht,
2. als verantwortlicher Redakteur zeichnet, obwohl er die Voraussetzungen des § 9 nicht erfüllt,
3. als verantwortlicher Redakteur oder Verleger – beim Selbstverlag als Verfasser oder Herausgeber – bei einem Druckwerk strafbaren Inhalts den Vorschriften über das Impressum (§ 8) zuwiderhandelt,
4. (aufgehoben)

## § 21 Ordnungswidrigkeiten.

(1) Ordnungswidrig handelt, wer vorsätzlich oder fahrlässig

1. als verantwortlicher Redakteur oder Verleger – beim Selbstverlag als Verfasser oder Herausgeber – den Vorschriften über das Impressum (§ 8) zuwiderhandelt oder als Unternehmer Druckwerke verbreitet, in denen das Impressum ganz oder teilweise fehlt,
2. als Verleger oder als Verantwortlicher für den Anzeigenteil (§ 8 Absatz 2 Satz 4) eine Veröffentlichung gegen Entgelt nicht als Anzeige kenntlich macht oder kenntlich machen läßt (§ 10).

(2) Ordnungswidrig handelt, wer fahrlässig einen der in § 20 genannten Tatbestände verwirklicht.

(3) Die Ordnungswidrigkeit kann, wenn sie vorsätzlich begangen worden ist, mit einer Geldbuße bis zu 5000 Euro, wenn sie fahrlässig begangen worden ist, mit einer Geldbuße bis zu 2500 Euro geahndet werden.

## § 22 (aufgehoben)

## § 23 Verjährung.

(1) Die Verfolgung von Straftaten nach diesem Gesetz oder von Straftaten, die mittels eines Druckwerkes begangen werden, verjährt bei Verbrechen in einem Jahr, bei Vergehen in sechs Monaten. Bei Vergehen nach §§ 86, 86 a, § 130 Absätze 2 und 4, § 131 sowie nach § 184 Absätze 3 und 4 des Strafgesetzbuches gelten insoweit die Vorschriften des Strafgesetzbuches über die Verfolgungsverjährung.

- (2) Die Verfolgung der in § 21 genannten Ordnungswidrigkeiten verjährt in drei Monaten.
- (3) Die Verjährung beginnt mit der Veröffentlichung oder Verbreitung des Druckwerks. Wird das Druckwerk in Teilen veröffentlicht oder verbreitet oder wird es neu aufgelegt, so beginnt die Verjährung erneut mit der Veröffentlichung oder Verbreitung der weiteren Teile oder Auflagen.
- (4) Absätze 1 und 3 gelten für Hörfunk und Fernsehen entsprechend.

#### **§ 24 Inkrafttreten.**

- (1) Dieses Gesetz tritt mit Ausnahme des § 23 am 1. April 1965 in Kraft. § 23 tritt am 1. Oktober 1965 in Kraft.
- (2) Gleichzeitig tritt das Reichsgesetz über die Presse vom 7. Mai 1874 (Reichsgesetzblatt Seite 65) außer Kraft.
- (3) Das Gesetz, betreffend den Staatsvertrag über den Norddeutschen Rundfunk, vom 10. Juni 1955 (Hamburgisches Gesetz- und Verordnungsblatt Seite 197) bleibt unberührt.

## **Grundgesetz**

### **Art. 5 (Recht der freien Meinungsäußerung)**

- (1) Jeder hat das Recht, seine Meinung in Wort, Schrift und Bild frei zu äußern und zu verbreiten und sich aus allgemein zugänglichen Quellen ungehindert zu unterrichten. Die Pressefreiheit und die Freiheit der Berichterstattung durch Rundfunk und Film werden gewährleistet. Eine Zensur findet nicht statt.
- (2) Diese Rechte finden ihre Schranken in den Vorschriften der allgemeinen Gesetze, den gesetzlichen Bestimmungen zum Schutze der Jugend und in dem Recht der persönlichen Ehre.
- (3) Kunst und Wissenschaft, Forschung und Lehre sind frei. Die Freiheit der Lehre entbindet nicht von der Treue zur Verfassung.



## Strafgesetzbuch

### § 11 Personen- und Sachbegriffe

- (3) Den Schriften stehen Ton- und Bildträger, Datenspeicher, Abbildungen und andere Darstellungen in denjenigen Vorschriften gleich, die auf diesen Absatz verweisen.

### § 90a Verunglimpfung des Staates und seiner Symbole

- (1) Wer öffentlich, in einer Versammlung oder durch Verbreiten von Schriften (§ 11 Abs. 3)
1. die Bundesrepublik Deutschland oder eines ihrer Länder oder ihre verfassungsmäßige Ordnung beschimpft oder böswillig verächtlich macht oder
  2. die Farben, die Flagge, das Wappen oder die Hymne der Bundesrepublik Deutschland oder eines ihrer Länder verunglimpft,
- wird mit Freiheitsstrafe bis zu drei Jahren oder mit Geldstrafe bestraft.
- (2) Ebenso wird bestraft, wer eine öffentlich gezeigte Flagge der Bundesrepublik Deutschland oder eines ihrer Länder oder ein von einer Behörde öffentlich angebrachtes Hoheitszeichen der Bundesrepublik Deutschland oder eines ihrer Länder entfernt, zerstört, beschädigt, unbrauchbar oder unkenntlich macht oder beschimpfenden Unfug daran verübt. Der Versuch ist strafbar.
- (3) Die Strafe ist Freiheitsstrafe bis zu fünf Jahren oder Geldstrafe, wenn der Täter sich durch die Tat absichtlich für Bestrebungen gegen den Bestand der Bundesrepublik Deutschland oder gegen Verfassungsgrundsätze einsetzt.

### § 129a Bildung terroristischer Vereinigungen

- (3) Wer eine in Absatz 1 bezeichnete Vereinigung unterstützt oder für sie um Mitglieder oder Unterstützer wirbt, wird mit Freiheitsstrafe von sechs Monaten bis zu fünf Jahren bestraft.

### § 130 Volksverhetzung

- (2) Mit Freiheitsstrafe bis zu drei Jahren oder mit Geldstrafe wird bestraft, wer
1. Schriften (§ 11 Abs. 3), die zum Haß gegen Teile der Bevölkerung oder gegen eine nationale, rassische, religiöse oder durch ihr Volkstum bestimmte Gruppe aufstacheln, zu Gewalt- oder Willkürmaßnahmen gegen sie auffordern oder die Menschenwürde



anderer dadurch angreifen, daß Teile der Bevölkerung oder eine vorbezeichnete Gruppe beschimpft, böswillig verächtlich gemacht oder verleumdet werden,

- a) verbreitet,
  - b) öffentlich ausstellt, anschlägt, vorführt oder sonst zugänglich macht,
  - c) einer Person unter achtzehn Jahren anbietet, überläßt oder zugänglich macht oder
  - d) herstellt, bezieht, liefert, vorrätig hält, anbietet, ankündigt, anpreist, einzuführen oder auszuführen unternimmt, um sie oder aus ihnen gewonnene Stücke im Sinne der Buchstaben a bis c zu verwenden oder einem anderen eine solche Verwendung zu ermöglichen, oder
2. eine Darbietung des in Nummer 1 bezeichneten Inhalts durch Rundfunk verbreitet.
- (3) Mit Freiheitsstrafe bis zu fünf Jahren oder mit Geldstrafe wird bestraft, wer eine unter der Herrschaft des Nationalsozialismus begangene Handlung der in § § 6 Abs. 1 des Völkerstrafgesetzbuches bezeichneten Art in einer Weise, die geeignet ist, den öffentlichen Frieden zu stören, öffentlich oder in einer Versammlung billigt, leugnet oder verharmlost.
- (4) Absatz 2 gilt auch für Schriften (§ 11 Abs. 3) des in Absatz 3 bezeichneten Inhalts.

### § 130a Anleitung zu Straftaten

- (1) Wer eine Schrift (§ 11 Abs. 3), die geeignet ist, als Anleitung zu einer in § 126 Abs. 1 genannten rechtswidrigen Tat zu dienen, und nach ihrem Inhalt bestimmt ist, die Bereitschaft anderer zu fördern oder zu wecken, eine solche Tat zu begehen, verbreitet, öffentlich ausstellt, anschlägt, vorführt oder sonst zugänglich macht, wird mit Freiheitsstrafe bis zu drei Jahren oder mit Geldstrafe bestraft.
- (2) Ebenso wird bestraft, wer
1. eine Schrift (§ 11 Abs. 3), die geeignet ist, als Anleitung zu einer in § 126 Abs. 1 genannten rechtswidrigen Tat zu dienen, verbreitet, öffentlich ausstellt, anschlägt, vorführt oder sonst zugänglich macht oder
  2. öffentlich oder in einer Versammlung zu einer in § 126 Abs. 1 genannten rechtswidrigen Tat eine Anleitung gibt,
- um die Bereitschaft anderer zu fördern oder zu wecken, eine solche Tat zu begehen.

## § 166 Beschimpfung von Bekenntnissen, Religionsgesellschaften und Weltanschauungsvereinigungen

- (1) Wer öffentlich oder durch Verbreiten von Schriften (§ 11 Abs. 3) den Inhalt des religiösen oder weltanschaulichen Bekenntnisses anderer in einer Weise beschimpft, die geeignet ist, den öffentlichen Frieden zu stören, wird mit Freiheitsstrafe bis zu drei Jahren oder mit Geldstrafe bestraft.
- (2) Ebenso wird bestraft, wer öffentlich oder durch Verbreiten von Schriften (§ 11 Abs. 3) eine im Inland bestehende Kirche oder andere Religionsgesellschaft oder Weltanschauungsvereinigung, ihre Einrichtungen oder Gebräuche in einer Weise beschimpft, die geeignet ist, den öffentlichen Frieden zu stören.

## § 184 Verbreitung pornographischer Schriften

- (1) Wer pornographische Schriften (§ 11 Abs. 3)
  1. einer Person unter achtzehn Jahren anbietet, überläßt oder zugänglich macht,
  2. an einem Ort, der Personen unter achtzehn Jahren zugänglich ist oder von ihnen eingesehen werden kann, ausstellt, anschlägt, vorführt oder sonst zugänglich macht,
  - (...)
  5. öffentlich an einem Ort, der Personen unter achtzehn Jahren zugänglich ist oder von ihnen eingesehen werden kann, oder durch Verbreiten von Schriften außerhalb des Geschäftsverkehrs mit dem einschlägigen Handel anbietet, ankündigt oder anpreist,
  6. an einen anderen gelangen läßt, ohne von diesem hierzu aufgefordert zu sein,
  - (...)
  8. herstellt, bezieht, liefert, vorrätig hält oder einzuführen unternimmt, um sie oder aus ihnen gewonnene Stücke im Sinne der Nummern 1 bis 7 zu erwenden oder einem anderen eine solche Verwendung zu ermöglichen, oder
  - (...)wird mit Freiheitsstrafe bis zu einem Jahr oder mit Geldstrafe bestraft.
- (2) Ebenso wird bestraft, wer eine pornographische Darbietung durch Rundfunk verbreitet.
- (3) Wer pornographische Schriften (§ 11 Abs. 3), die Gewalttätigkeiten, den sexuellen Mißbrauch von Kindern oder sexuelle Handlungen von Menschen mit Tieren zum Gegenstand haben,

1. verbreitet,
2. öffentlich ausstellt, anschlägt, vorführt oder sonst zugänglich macht oder
3. herstellt, bezieht, liefert, vorrätig hält, anbietet, ankündigt, anpreist, einzuführen oder auszuführen unternimmt, um sie oder aus ihnen gewonnene Stücke im Sinne der Nummern 1 oder 2 zu verwenden oder einem anderen eine solche Verwendung zu ermöglichen,

wird, wenn die pornographischen Schriften den sexuellen Mißbrauch von Kindern zum Gegenstand haben, mit Freiheitsstrafe von drei Monaten bis zu fünf Jahren, sonst mit Freiheitsstrafe bis zu drei Jahren oder mit Geldstrafe bestraft.

### **§ 185 Beleidigung**

Die Beleidigung wird mit Freiheitsstrafe bis zu einem Jahr oder mit Geldstrafe und, wenn die Beleidigung mittels einer Tätlichkeit begangen wird, mit Freiheitsstrafe bis zu zwei Jahren oder mit Geldstrafe bestraft.

### **§ 186 Üble Nachrede**

Wer in Beziehung auf einen anderen eine Tatsache behauptet oder verbreitet, welche denselben verächtlich zu machen oder in der öffentlichen Meinung herabzuwürdigen geeignet ist, wird, wenn nicht diese Tatsache erweislich wahr ist, mit Freiheitsstrafe bis zu einem Jahr oder mit Geldstrafe und, wenn die Tat öffentlich oder durch Verbreiten von Schriften (§ 11 Abs. 3) begangen ist, mit Freiheitsstrafe bis zu zwei Jahren oder mit Geldstrafe bestraft.

### **§ 187 Verleumdung**

Wer wider besseres Wissen in Beziehung auf einen anderen eine unwahre Tatsache behauptet oder verbreitet, welche denselben verächtlich zu machen oder in der öffentlichen Meinung herabzuwürdigen oder dessen Kredit zu gefährden geeignet ist, wird mit Freiheitsstrafe bis zu zwei Jahren oder mit Geldstrafe und, wenn die Tat öffentlich, in einer Versammlung oder durch Verbreiten von Schriften (§ 11 Abs. 3) begangen ist, mit Freiheitsstrafe bis zu fünf Jahren oder mit Geldstrafe bestraft.

### **§ 188 Üble Nachrede und Verleumdung gegen Personen des politischen Lebens**

- 1) Wird gegen eine im politischen Leben des Volkes stehende Person öffentlich, in einer Versammlung oder durch Verbreiten von Schrif-

ten (§ 11 Abs. 3) eine üble Nachrede (§ 186) aus Beweggründen begangen, die mit der Stellung des Beleidigten im öffentlichen Leben zusammenhängen, und ist die Tat geeignet, sein öffentliches Wirken erheblich zu erschweren, so ist die Strafe Freiheitsstrafe von drei Monaten bis zu fünf Jahren.

- (2) Eine Verleumdung (§ 187) wird unter den gleichen Voraussetzungen mit Freiheitsstrafe von sechs Monaten bis zu fünf Jahren bestraft.

## § 189 Verunglimpfung des Andenkens Verstorbener

Wer das Andenken eines Verstorbenen verunglimpft, wird mit Freiheitsstrafe bis zu zwei Jahren oder mit Geldstrafe bestraft.

## § 193 Wahrnehmung berechtigter Interessen

Tadelnde Urteile über wissenschaftliche, künstlerische oder gewerbliche Leistungen, desgleichen Äußerungen, welche zur Ausführung oder Verteidigung von Rechten oder zur Wahrnehmung berechtigter Interessen gemacht werden, sowie Vorhaltungen und Rügen der Vorgesetzten gegen ihre Untergebenen, dienstliche Anzeigen oder Urteile von Seiten eines Beamten und ähnliche Fälle sind nur insofern strafbar, als das Vorhandensein einer Beleidigung aus der Form der Äußerung oder aus den Umständen, unter welchen sie geschah, hervorgeht.

## § 194 Strafantrag

- (1) Die Beleidigung wird nur auf Antrag verfolgt. Ist die Tat durch Verbreiten oder öffentliches Zugänglichmachen einer Schrift (§ 11 Abs. 3), in einer Versammlung oder durch eine Darbietung im Rundfunk begangen, so ist ein Antrag nicht erforderlich, wenn der Verletzte als Angehöriger einer Gruppe unter der nationalsozialistischen oder einer anderen Gewalt- und Willkürherrschaft verfolgt wurde, diese Gruppe Teil der Bevölkerung ist und die Beleidigung mit dieser Verfolgung zusammenhängt. Die Tat kann jedoch nicht von Amts wegen verfolgt werden, wenn der Verletzte widerspricht. Der Widerspruch kann nicht zurückgenommen werden. Stirbt der Verletzte, so gehen das Antragsrecht und das Widerspruchsrecht auf die in § 77 Abs. 2 bezeichneten Angehörigen über.
- (2) Ist das Andenken eines Verstorbenen verunglimpft, so steht das Antragsrecht den in § 77 Abs. 2 bezeichneten Angehörigen zu. Ist die Tat durch Verbreiten oder öffentliches Zugänglichmachen einer Schrift (§ 11 Abs. 3), in einer Versammlung oder durch eine Darbietung im Rundfunk begangen, so ist ein Antrag nicht erforderlich, wenn der Verstorbene sein Leben als Opfer der nationalsozialistischen

oder einer anderen Gewalt- und Willkürherrschaft verloren hat und die Verunglimpfung damit zusammenhängt. Die Tat kann jedoch nicht von Amts wegen verfolgt werden, wenn ein Antragsberechtigter der Verfolgung widerspricht. Der Widerspruch kann nicht zurückgenommen werden.

- (3) Ist die Beleidigung gegen einen Amtsträger, einen für den öffentlichen Dienst besonders Verpflichteten oder einen Soldaten der Bundeswehr während der Ausübung seines Dienstes oder in Beziehung auf seinen Dienst begangen, so wird sie auch auf Antrag des Dienstvorgesetzten verfolgt. Richtet sich die Tat gegen eine Behörde oder eine sonstige Stelle, die Aufgaben der öffentlichen Verwaltung wahrnimmt, so wird sie auf Antrag des Behördenleiters oder des Leiters der aufsichtführenden Behörde verfolgt. Dasselbe gilt für Träger von Ämtern und für Behörden der Kirchen und anderen Religionsgesellschaften des öffentlichen Rechts.
- (4) Richtet sich die Tat gegen ein Gesetzgebungsorgan des Bundes oder eines Landes oder eine andere politische Körperschaft im räumlichen Geltungsbereich dieses Gesetzes, so wird sie nur mit Ermächtigung der betroffenen Körperschaft verfolgt.

### § 201 Verletzung der Vertraulichkeit des Wortes

- (1) Mit Freiheitsstrafe bis zu drei Jahren oder mit Geldstrafe wird bestraft, wer unbefugt
1. das nichtöffentlich gesprochene Wort eines anderen auf einen Tonträger aufnimmt oder
  2. eine so hergestellte Aufnahme gebraucht oder einem Dritten zugänglich macht.
- (2) Ebenso wird bestraft, wer unbefugt
1. das nicht zu seiner Kenntnis bestimmte nichtöffentlich gesprochene Wort eines anderen mit einem Abhörgerät abhört oder
  2. das nach Absatz 1 Nr. 1 aufgenommene oder nach Absatz 2 Nr. 1 abgehörte nichtöffentlich gesprochene Wort eines anderen im Wortlaut oder seinem wesentlichen Inhalt nach öffentlich mitteilt.

Die Tat nach Satz 1 Nr. 2 ist nur strafbar, wenn die öffentliche Mitteilung geeignet ist, berechnete Interessen eines anderen zu beeinträchtigen. Sie ist nicht rechtswidrig, wenn die öffentliche Mitteilung zur Wahrnehmung überragender öffentlicher Interessen gemacht wird.

- (4) Der Versuch ist strafbar.
- (5) Die Tonträger und Abhörgeräte, die der Täter oder Teilnehmer verwendet hat, können eingezogen werden. (...)



## § 202 Verletzung des Briefgeheimnisses

- (1) Wer unbefugt
  1. einen verschlossenen Brief oder ein anderes verschlossenes Schriftstück, die nicht zu seiner Kenntnis bestimmt sind, öffnet oder
  2. sich vom Inhalt eines solchen Schriftstücks ohne Öffnung des Verschlusses unter Anwendung technischer Mittel Kenntnis verschafft, wird mit Freiheitsstrafe bis zu einem Jahr oder mit Geldstrafe bestraft, wenn die Tat nicht in § 206 mit Strafe bedroht ist.
- (2) Ebenso wird bestraft, wer sich unbefugt vom Inhalt eines Schriftstücks, das nicht zu seiner Kenntnis bestimmt und durch ein verschlossenes Behältnis gegen Kenntnisnahme besonders gesichert ist, Kenntnis verschafft, nachdem er dazu das Behältnis geöffnet hat.
- (3) Einem Schriftstück im Sinne der Absätze 1 und 2 steht eine Abbildung gleich.

## § 202a Ausspähen von Daten

- (1) Wer unbefugt Daten, die nicht für ihn bestimmt und die gegen unberechtigten Zugang besonders gesichert sind, sich oder einem anderen verschafft, wird mit Freiheitsstrafe bis zu drei Jahren oder mit Geldstrafe bestraft.
- (2) Daten im Sinne des Absatzes 1 sind nur solche, die elektronisch, magnetisch oder sonst nicht unmittelbar wahrnehmbar gespeichert sind oder übermittelt werden.

## Kunsturheberrechtsgesetz

### § 22.

Bildnisse dürfen nur mit Einwilligung des Abgebildeten verbreitet oder öffentlich zur Schau gestellt werden. Die Einwilligung gilt im Zweifel als erteilt, wenn der Abgebildete dafür, daß er sich abbilden ließ, eine Entlohnung erhielt. Nach dem Tode des Abgebildeten bedarf es bis zum Ablauf von 10 Jahren der Einwilligung der Angehörigen des Abgebildeten. Angehörige im Sinne dieses Gesetzes sind der überlebende Ehegatte oder Lebenspartner und die Kinder des Abgebildeten, und wenn weder Ehegatte oder Lebenspartner noch Kinder vorhanden sind, die Eltern des Abgebildeten.



**§ 23.**

- (1) Ohne die nach § 22 erforderliche Einwilligung dürfen verbreitet und zur Schau gestellt werden:
  1. Bildnisse aus dem Bereich der Zeitgeschichte;
  2. Bilder, auf denen die Personen nur als Beiwerk neben einer Landschaft oder sonstigen Örtlichkeit erscheinen;
  3. Bilder von Versammlungen, Aufzügen und ähnlichen Vorgängen, an denen die dargestellten Personen teilgenommen haben;
  4. Bildnisse, die nicht auf Bestellung angefertigt sind, sofern die Verbreitung oder Schaustellung einem höheren Interesse der Kunst dient.
- (2) Die Befugnis erstreckt sich jedoch nicht auf eine Verbreitung und Schaustellung, durch die ein berechtigtes Interesse des Abgebildeten oder, falls dieser verstorben ist, seiner Angehörigen verletzt wird.

**§ 33.**

- (1) Mit Freiheitsstrafe bis zu einem Jahr oder mit Geldstrafe wird bestraft, wer entgegen §§ 22, 23 ein Bildnis verbreitet oder öffentlich zur Schau stellt.
- (2) Die Tat wird nur auf Antrag verfolgt.

## Urheberschutzgesetz

**§ 1 Allgemeines**

Die Urheber von Werken der Literatur, Wissenschaft und Kunst genießen für ihre Werke Schutz nach Maßgabe dieses Gesetzes.

**§ 2 Geschützte Werke**

- (1) Zu den geschützten Werken der Literatur, Wissenschaft und Kunst gehören insbesondere:
  1. Sprachwerke, wie Schriftwerke, Reden und Computerprogramme;
  - (...)
  7. Darstellungen wissenschaftlicher oder technischer Art, wie Zeichnungen, Pläne, Karten, Skizzen, Tabellen und plastische Darstellungen.
- (2) Werke im Sinne dieses Gesetzes sind nur persönliche geistige Schöpfungen.



## § 15 Allgemeines

- (1) Der Urheber hat das ausschließliche Recht, sein Werk in körperlicher Form zu verwerten; das Recht umfaßt insbesondere  
I. das Vervielfältigungsrecht (§ 16),  
(...)

## § 16 Vervielfältigungsrecht

- (1) Das Vervielfältigungsrecht ist das Recht, Vervielfältigungsstücke des Werkes herzustellen, gleichviel ob vorübergehend oder dauerhaft, in welchem Verfahren und in welcher Zahl.  
(...)

## § 48 Öffentliche Reden

- (1) Zulässig ist  
I. die Vervielfältigung und Verbreitung von Reden über Tagesfragen in Zeitungen, Zeitschriften sowie in anderen Druckschriften oder sonstigen Datenträgern, die im Wesentlichen den Tagesinteressen Rechnung tragen, wenn die Reden bei öffentlichen Versammlungen gehalten oder durch öffentliche Wiedergabe im Sinne von § 19a oder § 20 veröffentlicht worden sind, sowie die öffentliche Wiedergabe solcher Reden,  
(...)

# Bürgerliches Gesetzbuch

## § 823 Schadensersatzpflicht

- (1) Wer vorsätzlich oder fahrlässig das Leben, den Körper, die Gesundheit, die Freiheit, das Eigentum oder ein sonstiges Recht eines anderen widerrechtlich verletzt, ist dem anderen zum Ersatz des daraus entstehenden Schadens verpflichtet.
- (2) Die gleiche Verpflichtung trifft denjenigen, welcher gegen ein den Schutz eines anderen bezweckendes Gesetz verstößt. Ist nach dem Inhalt des Gesetzes ein Verstoß gegen dieses auch ohne Verschulden möglich, so tritt die Ersatzpflicht nur im Falle des Verschuldens ein.
- (Anmerkung zum Verständnis: Unter die sonstigen Rechte fallen auch Persönlichkeitsrechte)



## Mediendienste-Staatsvertrag

### § 2 Geltungsbereich

- (2) Mediendienste (...) sind insbesondere (...)
4. Abrufdienste, bei denen Text-, Ton- oder Bilddarbietungen auf Anforderung aus elektronischen Speichern zur Nutzung übermittelt werden, mit Ausnahme von solchen Diensten, bei denen der individuelle Leistungsaustausch oder die reine Übermittlung von Daten im Vordergrund steht, ferner von Telespielen.

### § 3 Begriffsbestimmungen.

Im Sinne dieses Staatsvertrages bezeichnet der Ausdruck

1. „Diensteanbieter“ jede natürliche oder juristische Person, die eigene oder fremde Mediendienste zur Nutzung bereit hält oder den Zugang zur Nutzung vermittelt,
- (...)

### § 6 Allgemeine Grundsätze der Verantwortlichkeit.

- (1) Diensteanbieter sind für eigene Informationen, die sie zur Nutzung bereit halten, nach diesem Staatsvertrag oder den allgemeinen Gesetzen verantwortlich.
- (...)

### § 10 Informationspflichten.

- (1) Diensteanbieter haben für Mediendienste folgende Informationen leicht erkennbar, unmittelbar erreichbar und ständig verfügbar zu halten:
  1. Namen und Anschrift sowie
  2. bei juristischen Personen auch Namen und Anschrift des Vertretungsberechtigten.
- (3) Diensteanbieter von journalistisch-redaktionell gestalteten Angeboten, in denen vollständig oder teilweise Inhalte periodischer Druckerzeugnisse in Text oder Bild wiedergegeben oder in periodischer Folge Texte verbreitet werden, müssen zusätzlich zu den Angaben nach Absatz 1 (...) einen Verantwortlichen mit Angabe des Namens und der Anschrift benennen. Werden mehrere Verantwortliche benannt, so ist kenntlich zu machen, für welchen Teil des Mediendienstes der jeweils Benannte verantwortlich ist. Als Verantwortlicher kann nur benannt werden, wer

(...)

3. voll geschäftsfähig ist und
4. unbeschränkt strafrechtlich verfolgt werden kann.

## § 11 Inhalte, Sorgfaltspflicht, Meinungsumfragen.

- (1) Für die Angebote gilt die verfassungsmäßige Ordnung. Die Vorschriften der allgemeinen Gesetze und die gesetzlichen Bestimmungen zum Schutz der persönlichen Ehre sind einzuhalten.

(...)

- (2) (...) Angebote nach § 10 Abs. 3 haben, soweit sie der Berichterstattung dienen und Informationsangebote enthalten, den anerkannten journalistischen Grundsätzen zu entsprechen. Nachrichten über das aktuelle Tagesgeschehen sind vom Diensteanbieter vor ihrer Verbreitung mit der nach den Umständen gebotenen Sorgfalt auf Inhalt, Herkunft und Wahrheit zu prüfen. Kommentare sind von der Berichterstattung deutlich zu trennen und unter Nennung des Verfassers als solche zu kennzeichnen.

(...)

## § 12 Jugendschutz.

Die für Mediendienste geltenden Bestimmungen des Jugendmedienschutz-Staatsvertrages finden Anwendung.

## § 13 Werbung, Sponsoring.

- (1) Werbung muß als solche klar erkennbar und vom übrigen Inhalt der Angebote eindeutig getrennt sein. In der Werbung dürfen keine unterschweligen Techniken eingesetzt werden.

## § 14 Gegendarstellung.

- (1) Jeder Diensteanbieter von Angeboten nach § 10 Abs. 3 ist verpflichtet, unverzüglich eine Gegendarstellung der Person oder Stelle, die durch eine in seinem Angebot aufgestellte Tatsachenbehauptung betroffen ist, ohne Kosten für den Betroffenen in sein Angebot ohne Abrufentgelt aufzunehmen. Die Gegendarstellung ist ohne Einschaltungen und Weglassungen in gleicher Aufmachung wie die Tatsachenbehauptung anzubieten. Die Gegendarstellung ist so lange wie die Tatsachenbehauptung in unmittelbarer Verknüpfung mit ihr anzubieten. Wird die Tatsachenbehauptung nicht mehr angeboten oder endet das Angebot vor Ablauf eines Monats nach Aufnahme der Gegendarstellung, so ist die Gegendarstellung an vergleichbarer Stelle so lange anzubieten, wie der Betroffene es verlangt, höchstens jedoch einen Monat. Eine

Erwiderung auf die Gegendarstellung muß sich auf tatsächliche Angaben beschränken und darf nicht unmittelbar mit der Gegendarstellung verknüpft werden.

- (2) Eine Verpflichtung zur Aufnahme der Gegendarstellung gemäß Absatz 1 besteht nicht, wenn
  1. der Betroffene kein berechtigtes Interesse an der Gegendarstellung hat,
  2. der Umfang der Gegendarstellung unangemessen über den der beanstandeten Tatsachenbehauptung hinausgeht,
  3. die Gegendarstellung sich nicht auf tatsächliche Angaben beschränke oder einen strafbaren Inhalt hat oder
  4. die Gegendarstellung nicht unverzüglich, spätestens sechs Wochen nach dem letzten Tage des Angebots des beanstandeten Textes, jedenfalls jedoch drei Monate nach der erstmaligen Einstellung des Angebots, dem in Anspruch genommenen Diensteanbieter schriftlich und von dem Betroffenen oder seinem gesetzlichen Vertreter unterzeichnet, zugeht.
- (3) Für die Durchsetzung des vergeblich geltend gemachten Gegendarstellungsanspruchs ist der ordentliche Rechtsweg gegeben. Auf dieses Verfahren sind die Vorschriften der Zivilprozeßordnung über das Verfahren auf Erlaß einer einstweiligen Verfügung entsprechend anzuwenden. Eine Gefährdung des Anspruchs braucht nicht glaubhaft gemacht zu werden. Ein Verfahren zur Hauptsache findet nicht statt.
- (4) Eine Verpflichtung zur Gegendarstellung besteht nicht für wahrheitsgetreue Berichte über öffentliche Sitzungen der übernationalen parlamentarischen Organe, der gesetzgebenden Organe des Bundes und der Länder sowie derjenigen Organe und Stellen, bei denen das jeweilige Landespressegesetz eine presserechtliche Gegendarstellung ausschließt.

### § 15 Auskunftsrecht.

- (1) Diensteanbieter von Mediendiensten nach § 10 Abs. 3 haben gegenüber Behörden ein Recht auf Auskunft.
- (2) Auskünfte können verweigert werden, soweit
  1. hierdurch die sachgemäße Durchführung eines schwebenden Verfahrens vereitelt, erschwert, verzögert oder gefährdet werden könnte oder
  2. Vorschriften über die Geheimhaltung entgegenstehen oder
  3. ein überwiegendes öffentliches oder schutzwürdiges privates Interesse verletzt würde oder
  4. ihr Umfang das zumutbare Maß überschreitet.

## Pressekodex

### Regeln für einen fairen Journalismus

Nicht alles, was von Rechts wegen zulässig wäre, ist auch ethisch vertretbar. Deshalb hat der Presserat die Publizistischen Grundsätze, den sogenannten Pressekodex, aufgestellt. Darin finden sich Regeln für die tägliche Arbeit der Journalisten, die die Wahrung der journalistischen Berufsethik sicherstellen, so z.B.

- ▶ Achtung vor der Wahrheit und Wahrung der Menschenwürde
- ▶ Gründliche und faire Recherche
- ▶ Klare Trennung von redaktionellem Text und Anzeigen
- ▶ Achtung von Privatleben und Intimsphäre
- ▶ Vermeidung unangemessen sensationeller Darstellung von Gewalt u. Brutalität

Ergänzt werden die Grundsätze durch zusätzliche Richtlinien, die aufgrund aktueller Entwicklungen und Ereignisse ständig fortgeschrieben werden (abrufbar mit Fallbeispielen unter [www.presserat.de](http://www.presserat.de)).

1. Die Achtung vor der Wahrheit, die Wahrung der Menschenwürde und die wahrhaftige Unterrichtung der Öffentlichkeit sind oberste Gebote der Presse.
2. Zur Veröffentlichung bestimmte Nachrichten und Informationen in Wort und Bild sind mit der nach den Umständen gebotenen Sorgfalt auf ihren Wahrheitsgehalt zu prüfen. Ihr Sinn darf durch Bearbeitung, Überschrift oder Bildbeschriftung weder entstellt noch verfälscht werden. Dokumentenmüssensinnetreu wiedergegeben werden. Unbestätigte Meldungen, Gerüchte und Vermutungen sind als solche erkennbar zu machen. Symbolfotos müssen als solche kenntlich sein oder erkennbar gemacht werden.
3. Veröffentlichte Nachrichten oder Behauptungen, insbesondere personenbezogener Art, die sich nachträglich als falsch erweisen, hat das Publikationsorgan, das sie gebracht hat, unverzüglich von sich aus in angemessener Weise richtigzustellen.
4. Bei der Beschaffung von personenbezogenen Daten, Nachrichten, Informationen und Bildern dürfen keine unlauteren Methoden angewandt werden.
5. Die vereinbarte Vertraulichkeit ist grundsätzlich zu wahren.
6. Jede in der Presse tätige Person wahrt das Ansehen und die Glaubwürdigkeit der Medien sowie das Berufsgeheimnis, macht vom Zeugnisverweigerungsrecht Gebrauch und gibt Informanten ohne deren ausdrückliche Zustimmung nicht preis.

7. Die Verantwortung der Presse gegenüber der Öffentlichkeit gebietet, dass redaktionelle Veröffentlichungen nicht durch private oder geschäftliche Interessen Dritter oder durch persönliche wirtschaftliche Interessen der Journalistinnen und Journalisten beeinflusst werden. Verleger und Redakteure wehren derartige Versuche ab und achten auf eine klare Trennung zwischen redaktionellem Text und Veröffentlichungen zu werblichen Zwecken.
8. Die Presse achtet das Privatleben und die Intimsphäre des Menschen. Berührt jedoch das private Verhalten öffentliche Interessen, so kann es im Einzelfall in der Presse erörtert werden. Dabei ist zu prüfen, ob durch eine Veröffentlichung Persönlichkeitsrechte Unbeteiligter verletzt werden. Die Presse achtet das Recht auf informationelle Selbstbestimmung und gewährleistet den redaktionellen Datenschutz.
9. Es widerspricht journalistischem Anstand, unbegründete Behauptungen und Beschuldigungen, insbesondere ehrverletzender Natur, zu veröffentlichen.
10. Veröffentlichungen in Wort und Bild, die das sittliche oder religiöse Empfinden einer Personengruppe nach Form und Inhalt wesentlich verletzen können, sind mit der Verantwortung der Presse nicht zu vereinbaren.
11. Die Presse verzichtet auf eine unangemessen sensationelle Darstellung von Gewalt und Brutalität. Der Schutz der Jugend ist in der Berichterstattung zu berücksichtigen.
12. Niemand darf wegen seines Geschlechts oder seiner Zugehörigkeit zu einer rassischen, ethnischen, religiösen, sozialen oder nationalen Gruppe diskriminiert werden.
13. Die Berichterstattung über Ermittlungsverfahren, Strafverfahren und sonstige förmliche Verfahren muss frei von Vorurteilen erfolgen. Die Presse vermeidet deshalb vor Beginn und während der Dauer eines solchen Verfahrens in Darstellung und Überschrift jede präjudizierende Stellungnahme. Ein Verdächtiger darf vor einem gerichtlichen Urteil nicht als Schuldiger hingestellt werden. Über Entscheidungen von Gerichten soll nicht ohne schwerwiegende Rechtfertigungsgründe vor deren Bekanntgabe berichtet werden.
14. Bei Berichten über medizinische Themen ist eine unangemessen sensationelle Darstellung zu vermeiden, die unbegründete Befürchtungen oder Hoffnungen beim Leser erwecken könnte. Forschungsergebnisse, die sich in einem frühen Stadium befinden, sollten nicht als abgeschlossen oder nahezu abgeschlossen dargestellt werden.

15. Die Annahme und Gewährung von Vorteilen jeder Art, die geeignet sein könnten, die Entscheidungsfreiheit von Verlag und Redaktion zu beeinträchtigen, sind mit dem Ansehen, der Unabhängigkeit und der Aufgabe der Presse unvereinbar. Wer sich für die Verbreitung oder Unterdrückung von Nachrichten bestechen lässt, handelt unehrenhaft und berufswidrig.
16. Es entspricht fairer Berichterstattung, vom Deutschen Presserat öffentlich ausgesprochene Rügen abzudrucken, insbesondere in den betroffenen Publikationsorganen.

## MEDIEN MACHEN

JUGENDPRESSE.DE



**JUGENDPRESSE**  
DEUTSCHLAND  
BUNDESVERBAND JUNGER MEDIENMACHER



Grolmanstraße 52  
10623 Berlin

tel. 030 / 450 865 - 50  
fax 030 / 450 865 - 59

info@jugendpresse.de  
www.jugendpresse.de

Die Junge Presse Hamburg ist ein Landesverband der Jugendpresse Deutschland e.V.

## Nützliche Adressen

für SchülerInnenzeitungs-MacherInnen

### Unterstützung für SchülerInnenzeitungen

#### Junge Presse Hamburg e.V. (jph)

Alfred-Wegener-Weg 3, 20459 Hamburg, Fon 555 688 47,  
Fax 01212 - 543 91 53 08, mail@jphh.de, www.jphh.de

#### Landesbeauftragter für den SchülerInnenzeitungswettbewerb:

Andreas Kuschnereit, c/o BBS, Hamburger Straße 31, 22083 Hamburg,  
Fon 428 63 - 29 31, andreas.kuschnereit@bbs.hamburg.de

#### Jugendpresse Deutschland (JPD)

Grolmanstraße 52, 10623 Berlin,  
Fon (030) 450 865 - 50, Fax (030) 450 865 - 59,  
buero@jugendpresse.de, www.jugendpresse.de

### Bibliotheken und allgemeine Archive

#### Hamburger Öffentliche Bücherhallen (HÖB)

rund 50 Bibliotheken in den Stadtteilen  
Zentralbibliothek: Hühnerposten 1, 20097 Hamburg,  
Fon 42 606 215, Fax 42 606 216,  
zentralbibliothek@buecherhallen.de, www.buecherhallen.de

#### Staatsarchiv

Kattunbleiche 19, 22041 Hamburg, Fon 428 31 - 32 00,  
Fax 428 31 - 32 01, poststelle@staatsarchiv.hamburg.de,  
www.hamburg.de/Behoerden/Staatsarchiv

#### Staats- und Universitätsbibliothek Hamburg

##### Carl von Ossietzky (Stabi)

Von-Melle-Park 3, 20146 Hamburg,  
Fon 428 38 - 22 13, Fax 428 39 - 33 52,  
auskunft@sub.uni-hamburg.de, www.sub.uni-hamburg.de

#### Hamburgisches Welt-Wirtschafts-Archiv (HWWA)

Neuer Jungfernstieg 21, 20354 Hamburg,  
Fon 428 34 - 0, Fax 428 34 - 451, hwwa@hwwa.de, www.hwwa.de

#### Deutsche Bibliothek Frankfurt am Main

Adickesallee 1, 60322 Frankfurt am Main,  
Fon (069) 1525 - 0, Fax (069) 1525 - 1010, www.ddb.de

#### Deutsche Bücherei Leipzig

Deutscher Platz 1, 04103 Leipzig, www.ddb.de



## praktische Adressen, nach Themen sortiert

### AIDS

#### AIDS-Beratungsstelle der Gesundheitsbehörde

Lübeckertordamm 5, 20099 Hamburg, Fon 428 63 - 63 63 (Beratung),  
Fon 428 63 - 60 00, Fax 428 63 - 60 62 (Geschäftszimmer),  
beratungsstelle-gesundheit@bug.hamburg.de

#### AIDS-Hilfe Hamburg e. V.

Lange Reihe 30 – 32, 20099 Hamburg,  
Fon 23 51 99 -0, Beratung: 19411, Fax 23 51 99 99,  
info@aidshilfe-hamburg.de, www.aidshilfe-hamburg.de

### AusländerInnen

#### Integrationsbeirat

Behörde für Soziales und Familie  
Winterhuder Weg 29/II. Obergeschoss, 22083 Hamburg,  
Fon 428 63 -28 00, Fax 428 63 - 42 14,  
Integrationsbeirat@bsf.hamburg.de, www.integrationsbeirat.hamburg.de

#### Arbeitskreis Asyl e.V.

Nernstweg 32, 22765 Hamburg, Fon 390 88 62

#### Cultur Cooperation e.V. (Kulturbüro 3. Welt)

Nernstweg 32, 22765 Hamburg, Fon 39 41 33

#### Pro Asyl

Postfach 160 624, 60069 Frankfurt/Main, Fon (069) 23 06 88,  
Fax (069) 23 06 50, proasyl@proasyl.de, www.proasyl.de

#### SOS Rassismus

Wielandstraße 55, 60318 Frankfurt a.M., Fon (069) 596 97 89,  
Fax (069) 506 97 89, sos-rassismus.ffm@t-online.de

#### Verband der Initiativgruppen in der Ausländerarbeit (VIA)

Nernstweg 32, 22765 Hamburg, Fon 39 26 90, Fax 39 56 09

### Behörden

#### Staatliche Pressestelle

Rathaus, 20095 Hamburg, Fon 428 31 - 0, Fax 428 31 - 21 80,  
Pressestelle@sk.hamburg.de, www.presse.hamburg.de

#### Behörde für Bildung und Sport (BBS)

Hamburger Straße 31, 22083 Hamburg, Fon 428 63 - 0,  
Presse: 428 63 - 20 03, Fax 428 63 - 34 96, www.bbs.hamburg.de



**Behörde für Wissenschaft und Forschung (BFWF)**

Hamburger Straße 37, 22083 Hamburg,  
Fon 428 63 - 0, Presse: 428 63 - 23 22, Fax 428 63 - 24 11,  
[www.hamburg.de/Behoerden/BWF](http://www.hamburg.de/Behoerden/BWF)

**Kulturbehörde (KB)**

Hohe Bleichen 22, 20354 Hamburg, Fon 428 24 - 0,  
Fax 428 24 - 244 / 209, Presse: Fon 428 24 - 207 / 208,  
Fax 428 24 - 209, [www.kb.hamburg.de](http://www.kb.hamburg.de)

**Behörde für Soziales und Familie (BSF)**

Hamburger Straße 47, 22083 Hamburg,  
Fon 428 63 - 0, Fax 428 63 - 22 86, Presse: Fon 428 63 - 28 89,  
Fax 428 63 - 38 49, [www.bsf.hamburg.de](http://www.bsf.hamburg.de)

**Behörde für Bau und Verkehr (BBV)**

Stadthausbrücke 8, 20355 Hamburg,  
Fon 428 40 - 0, Presse: 428 40 - 37 78, Fax 428 40 - 31 96,  
[info@bbv.hamburg.de](mailto:info@bbv.hamburg.de), [www.bbv.hamburg.de](http://www.bbv.hamburg.de)

**Behörde für Wirtschaft und Arbeit (BWA)**

Alter Steinweg 4, 20459 Hamburg, Fon 428 41 - 0, Fax 428 41 - 16 20,  
Presse: Fon 428 41 - 16 27, Fax 428 41 - 17 17,  
[poststelle@bwa.hamburg.de](mailto:poststelle@bwa.hamburg.de), [www.bwa.hamburg.de](http://www.bwa.hamburg.de)

**Behörde für Inneres (BFI)**

Johanniswall 4, 20095 Hamburg, Fon 428 39 - 0, Fax 428 39 - 19 08,  
Presse: Fon 428 39 - 26 78, Fax 428 39 - 27 97  
[pressestelle@bfi.hamburg.de](mailto:pressestelle@bfi.hamburg.de), [www.bfi.hamburg.de](http://www.bfi.hamburg.de)

**Behörde für Umwelt und Gesundheit (BUG)**

Billstraße 84, 20359 Hamburg, Fon 428 45 - 0, Fax 428 45 - 32 93,  
Presse: Fon 428 45 - 32 48, Fax 428 45 - 32 84, [www.bug.hamburg.de](http://www.bug.hamburg.de)

**Finanzbehörde (FB)**

Gänsemarkt 36, 20354 Hamburg, Fon 428 23 - 0, Fax 428 23 - 14 02,  
Presse: Fon 428 23 - 16 62, Fax 428 23 - 22 30, [www.fb.hamburg.de](http://www.fb.hamburg.de)

Weitere staatliche und öffentliche Stellen sind im „Hamburg Handbuch“  
aufgeführt, das in Bücherhallen und Ortsämtern kostenlos erhältlich ist  
und unter [www.hamburg.de](http://www.hamburg.de) heruntergeladen werden kann.

**Berufsberatung****Berufsinformationszentrum (BIZ) der Agentur für Arbeit Hamburg**

Kurt-Schumacher-Allee 16, 20097 Hamburg,  
Fon 24 85 - 20 99, Fax 24 85 - 23 33, Hamburg.[BIZ@arbeitsamt.de](mailto:BIZ@arbeitsamt.de)

## **Menschen mit Behinderungen**

### **Senatskoordinator für die Gleichstellung behinderter Menschen der Freien und Hansestadt Hamburg**

Osterbekstraße 96, 22083 Hamburg,  
Fon 428 63 - 57 26, [behindertengleichstellung@bsf.hamburg.de](mailto:behindertengleichstellung@bsf.hamburg.de)

### **Behinderte in Gesellschaft und Beruf e. V. (BiGuB)**

Deutschhausstraße 21, 35037 Marburg,  
Fon (064 21) 68 65 31 oder 462 99, Fax (064 21) 942 941

### **Leben mit Behinderung Hamburg**

Südring 36, 22303 Hamburg,  
Fon 270 790 - 0, Fax 270 790 - 48, [info@lmbhh.de](mailto:info@lmbhh.de), [www.lmbhh.de](http://www.lmbhh.de)

### **Lebenshilfe für Menschen mit geistiger Behinderung e. V.**

Rantzaustraße 74c, 22041 Hamburg,  
Fon 68 94 33 - 11, Fax 68 94 33 - 13,  
[info@lebenshilfe-hamburg.de](mailto:info@lebenshilfe-hamburg.de), [www.lebenshilfe-hamburg.de](http://www.lebenshilfe-hamburg.de)

## **Dritte Welt**

### **Nicaragua-Verein**

Nernstweg 32, 22765 Hamburg, Fon 39 44 04, Fax 390 93 70,  
[Nicaragua-Verein@t-online.de](mailto:Nicaragua-Verein@t-online.de), [www.nicaragua-verein.de](http://www.nicaragua-verein.de)

### **Aktionszentrum 3. Welt e.V.**

Osterstraße 171, 20255 Hamburg, Fon 43 09 22 51

## **Drogenberatung**

### **SuchtPräventionsZentrum (SPZ)**

Winterhuder Weg 11, 22085 Hamburg, Fon 428 63 - 24 72,  
Fax 428 63 - 43 54, [spz@bbs.hamburg.de](mailto:spz@bbs.hamburg.de), [www.spz.hamburg.de](http://www.spz.hamburg.de)

### **Büro für Suchtprävention**

Repsoldstraße 4, 5. und 6. Stock, 20097 Hamburg, Tel 284 99 18 - 0,  
Fax 284 99 18 -19 [Service@SuchtHH.de](mailto:Service@SuchtHH.de), [www.suchthh.de](http://www.suchthh.de)

### **jugend hilft jugend e.V.**

Max-Brauer-Allee 116, 22765 Hamburg,  
Fon 30 68 82 - 0, Fax 30 68 82 - 10,  
[info@jugend-hilft-jugend.de](mailto:info@jugend-hilft-jugend.de), [www.jugend-hilft-jugend.de](http://www.jugend-hilft-jugend.de)

### **Drogen-Beratungszentrum Kö 16 A**

Königstraße 16 a, 22767 Hamburg, Fon 428 11 26 66 / 428 11 26 65,  
Fax 428 11 33 68, [www.kodrobs.de](http://www.kodrobs.de)

**»Horizont« Beratung – Treffpunkt – Café**

Weimarer Straße 83-85, 21107 Hamburg, Fon 75 16 20/29

**Kajal – Treff für Mädchen und junge Frauen von 12 bis 18 Jahren**

Hospitalstraße 69, 22767 Hamburg, Fon 380 69 87, Fax 386 13 156,  
kajal.frauenperspektiven@hamburg.de

**»Kodrobs« Kontakt- und Drogenberatungsstelle**

KODROBS Altona: Hohenesch 13-17, 22765 Hamburg,  
Fon 390 86 40/41, Fax 390 86 11, altona@kodrobs.de

KODROBS Bergedorf: Lohbrügger Landstraße 6, 21031 Hamburg,  
Fon 721 60 38/39, Fax 724 08 33, bergedorf@kodrobs.de

KODROBS Wilhelmsburg: Weimarer Straße 83-85, 21107 Hamburg,  
Fon 75 16 20/29, Fax 752 32 78, wilhelmsburg@kodrobs.de

**Gewalt und sexueller Missbrauch****Allerleirauh e.V.**

Menckesallee 13, 22089 Hamburg, Fon 29 83 44 83, Fax 29 83 44 84,  
www.allerleirauh.de

**Kinderschutzzentrum Hamburg**

Emilienstraße 78, 20259 Hamburg, Fon 491 00 07, Fax 491 19 91,  
Kinderschutz-Zentrum@hamburg.de,  
www.kinderschutzzentren.de/ksz\_hamb.html

**Männer gegen Männergewalt**

Mühlendamm 66, 22087 Hamburg, Fon 220 12 77, Fax 22 12 60,  
hamburg@gewaltberatung.org,  
www.maenner-gegen-maenner-gewalt.de

**Notruf für vergewaltigte Frauen und Mädchen**

Fon 25 55 66

**Hilfe bei Sorgen, Problemen und Nöten****Kinder- und Jugendtelefon**

Fon 0800 - 111 0 333, www.kinderundjugendtelefon.de

**Anonyme Jugendberatung**

Kreuslerstraße 6 - 8, 20095 Hamburg, Fon 33 58 45

**Arbeitsgemeinschaft Kinder- und Jugendschutz (ajs)**

Hellkamp 68, 20255 Hamburg, Fon 410 980- 0, Fax 410 980-92,  
www.hamburg.jugendschutz.de

## **Regionale Beratungs- und Unterstützungsstellen (REBUS)**

Von Essen-Straße 82-84, 22081 Hamburg,

Fon 428 63 54 09, Fax 428 63 46 13, <http://dibis.dufa.de/dibi0031.asp>

## **Kinder- und Jugendnotdienst**

Feuerbergstraße 43, 22337 Hamburg, Fon 428 49 -0

## **Sorgentelefon für Kinder und Jugendliche**

Margaretenstraße 41, 20357 Hamburg, Fon 43 73 73

## **Homosexualität**

### **Homosexuellen-Beratung**

Hauptkirche St.Petri (dienstags von 18 – 20 Uhr)

Kreuzlerstraße 6 - 8, 20095 Hamburg, Fon 32 50 38 -70 /-71

### **Junglesbentreff Intervention e.V.**

Glashüttenstraße 2, 20537 Hamburg, Fon 430 46 24

### **Magnus-Hirschfeld-Centrum**

Borgweg 8, 22303 Hamburg, Fon 278 778 00, Fax 278 778 02,

[mhc@hamburg.gay-web.de](mailto:mhc@hamburg.gay-web.de), <http://hamburg.gay-web.de/mhc/>

## **Jugend**

### **Arbeitsgemeinschaft freier Jugendverbände (AGfj)**

Alfred-Wegener-Weg 3, 20459 Hamburg, Fon 31 65 68, [www.agfj.de](http://www.agfj.de)

### **SJD - Die Falken Hamburg**

Güntherstraße 34, 22087 Hamburg, Fon 3105 52, Fax 31796 328,

[sjd-diefalkenh@t-online.de](mailto:sjd-diefalkenh@t-online.de), [www.falken-hamburg.de](http://www.falken-hamburg.de)

### **Jugend im Parlament**

Bürgerschaftskanzlei, Rathaus, Rathausmarkt 1, 20095 Hamburg

[www.jugendimparlament.de](http://www.jugendimparlament.de)

### **Jugendinformationszentrum (JIZ)**

Altstädter Straße 11, 20095 Hamburg, Fon 428 53 - 007,

Fax 428 54 - 42 79, [jugend@mail.hamburg.com](mailto:jugend@mail.hamburg.com), [www.jiz.de](http://www.jiz.de)

### **Landesjugendring Hamburg e. V.**

Güntherstraße 34, 22087 Hamburg,

Fon 31 79 61 14, Fax 31 79 61 80, [www.ljr-hh.de](http://www.ljr-hh.de)

## **Medien**

### **Axel Springer Verlag AG**

Axel-Springer-Platz 1, 20355 Hamburg, Fon 3 47 - 00,

[www.axel-springer-verlag.de](http://www.axel-springer-verlag.de)

**Deutsche Presse-Agentur GmbH (dpa)**

Mittelweg 38, 20148 Hamburg, Fon 41 13 - 0, [www.dpa.com](http://www.dpa.com)

**Gruner + Jahr AG & Co**

Am Baumwall 11, 20459 Hamburg, Fon 37 03 - 0, Fax 37 03 - 56 17,  
[oeffentlichkeitsarbeit@guj.de](mailto:oeffentlichkeitsarbeit@guj.de), [www.guj.de](http://www.guj.de).

**Heinrich Bauer Verlag**

Burchardstraße 11, 20095 Hamburg, Fon 30 19 - 0, Fax 30 19 - 1043,  
[kommunikation@hbv.de](mailto:kommunikation@hbv.de), [www.bauer-verlag.de](http://www.bauer-verlag.de)

**SPIEGEL-Verlag Rudolf Augstein GmbH & Co. KG**

Brandstwierte 19, 20457 Hamburg, Fon 30 07 - 0, Fax 30 07 - 22 47,  
[www.spiegel.de](http://www.spiegel.de)

**Deutscher Journalistenverband Hamburg (DJV)**

Rödingsmarkt 52, 20459 Hamburg, Fon 36 97 10-0, Fax 36 97 10-22,  
[info@dju-hamburg.de](mailto:info@dju-hamburg.de), [www.dju-hamburg.de](http://www.dju-hamburg.de)

**Deutsche Journalisten Union Hamburg (DJU)**

Besenbinderhof 60, 20097 Hamburg, Fon Tel. 2858 515,  
[djuhh@hamburg.de](mailto:djuhh@hamburg.de), [www.dju-hamburg.de](http://www.dju-hamburg.de)

**Deutscher Presserat**

Gerhard-von-Are-Straße 8, 53111 Bonn, Fon (0228) 985 72 - 0,  
Fax (0228) 985 72 - 99, [info@presserat.de](mailto:info@presserat.de), [www.presserat.de](http://www.presserat.de)

**Menschenrechte****Amnesty for Women**

Louise-Schroeder-Straße 231, 22767 Hamburg, Fon 38 47 53

**Amnesty International**

Immenhof 8, 22087 Hamburg  
Fon 220 77 47, Fax 220 77 40, [www.amnesty.de](http://www.amnesty.de)

**SOS Rassismus**

Wielandstraße 55, 60318 Frankfurt /Main, Fon (069) 596 97 89

**Terre des Hommes Arbeitsgruppe Hamburg**

c/o Bärbel Faak, 21220 Seevetal, Fon (04105) 853 73  
[b.faak.tdh@freenet.de](mailto:b.faak.tdh@freenet.de), [www.tdh-hamburg.de](http://www.tdh-hamburg.de)

**Parteien****Christlich Demokratische Union (CDU)**

Leinpfad 74, 22299 Hamburg, Fon 46 85 4 - 800, Fax 46 35 4 -900,  
[info@cduhamburg.de](mailto:info@cduhamburg.de), [www.cduhamburg.de](http://www.cduhamburg.de)

**Freie Demokratische Partei (FDP)**

Ost-West-Straße 63, 20457 Hamburg, Fon 36 63 63, Fax 37 51 8210,  
office@fdp-hh.de, www.fdp-hh.de

**Grün Alternative Liste (GAL/Grüne)**

Curienstraße 1, 20095 Hamburg, Fon 39 92 52 - 0, Fax 39 92 52 - 99,  
info@hamburg.gruene.de, www.gal-hamburg.de

**Regenbogen – Für eine neue Linke**

Koppel 30, 20099 Hamburg, Fon 432 807 -33, Fax 432 807-37,  
info@regenbogen-hamburg.de, www.regenbogen-hamburg.de

**Sozialdemokratische Partei Deutschlands (SPD)**

Kurt-Schumacher-Allee 10, 20097 Hamburg, Fon 280 848 0,  
Fax 280 848 18, info@spd-hamburg.de, www.spd-hamburg.de

**Schule und Bildung****Allgemeiner Studierenden-Ausschuß (AStA)**

Von-Melle-Park 5, 20146 Hamburg, Fon 45 02 04 - 10, Fax 410 72 24,  
www.asta.uni-hamburg.de

**Arbeitsgemeinschaft der Elternräte an Gesamtschulen (ARGE)**

c/o Holger Gisch, Alter Berner Weg 119, 22393 Hamburg,  
Fon 644 73 58, www.arge.schule-hamburg.de

**Behörde für Bildung und Sport (BBS)**

Hamburger Straße 31, 22083 Hamburg,  
Fon 428 63 - 0, Fax 428 63 - 34 96, www.bbs.hamburg.de

**Beratungsstelle besondere Begabungen (BBB)**

Winterhuder Weg 11, 22085 Hamburg,  
Fon 428 63-29 29, <http://lbs.hh.schule.de/bbb/welcome.htm>

**BundeschülerInnenvertretung (BSV)**

[www.bundes-sv.de](http://www.bundes-sv.de)

**Deutscher Lehrerverband Hamburg**

Papenstraße 18, 22089 Hamburg,  
Fon 25 52 72, Fax 250 59 49, [www.dl-hamburg.de](http://www.dl-hamburg.de)

**Elternkammer Hamburg**

Hamburger Straße 31, 22083 Hamburg,  
Fon 428 63-35 27, [www.elternkammer-hamburg.de](http://www.elternkammer-hamburg.de)

**Gemeinnützige Gesellschaft Gesamtschule (GGG)**

Burgstraße 27, 26603 Aurich,  
Fon (049 41)18 777, [www.ggg-hamburg.de](http://www.ggg-hamburg.de)

**Gewerkschaft Erziehung und Wissenschaft (GEW)**

Rothenbaumchaussee 5, 20148 Hamburg,  
Fon 4146 33 - 0, [www.gew-hamburg.de](http://www.gew-hamburg.de)

**Lehrerkammer Hamburg**

Hamburger Straße 31, 22083 Hamburg,  
Fon 428 63 -20 48, [www.hh.schule.de/lehrer/kammer](http://www.hh.schule.de/lehrer/kammer)

**Organizing Bureau of European School Student Unions (OBESSU)**

Europäische SchülerInnenvertretung, [www.obessu.org](http://www.obessu.org)

**Ombudsfrau für SchülerInnenvertretungen**

Barbara Beutner c/o SchullInformationsZentrum  
Hamburger Straße 35, 22083 Hamburg,  
Fon 428 63 -28 97, Fax 428 63- 40 35,  
[ombudsfrau@bbs.hamburg.de](mailto:ombudsfrau@bbs.hamburg.de), [www.skh.de/ombudsfrau](http://www.skh.de/ombudsfrau)

**Rechtsabteilung der Bildungsbehörde**

Hamburger Straße 31, 22083 Hamburg, Fon 428 63 - 21 64

**SchullInformationsZentrum (SIZ)**

Hamburger Straße 35, 22083 Hamburg, Fon 428 63 -19 30,  
Fax 428 63- 40 35, [siz@schule.hh.shuttle.de](mailto:siz@schule.hh.shuttle.de), [www.siz.bbs.hamburg.de](http://www.siz.bbs.hamburg.de)

**SchülerInnenkammer Hamburg (skh)**

Meerweinstraße 28, 22303 Hamburg,  
Fon 428 984 96, Fax 428 984 95, [info@skh.de](mailto:info@skh.de), [www.skh.de](http://www.skh.de)

**SV-Verein** - Verein zur Förderung der SchülerInnenvertretungsarbeit in  
Hamburg e.V., c/o SchülerInnenkammer Hamburg, Anschrift siehe oben  
[sv-verein@skh.de](mailto:sv-verein@skh.de), [www.skh.de/sv-verein](http://www.skh.de/sv-verein)

**Sekten – Religiöse Probleme****Arbeitsgruppe »Scientology« der Behörde für Inneres**

Eiffestraße 664b, 20537 Hamburg,  
Fon 428 86 - 64 44, Fax 428 86 - 64 45,  
[fhhags@t-online.de](mailto:fhhags@t-online.de), [www.arbeitsgruppe-scientology.de](http://www.arbeitsgruppe-scientology.de)

**Arbeitskreis Jugendreligion**

Margaretenstraße 41, 20357 Hamburg, Fon 439 5118

**Umwelt****Anti Atom Büro (AAB)**

Nernstweg 32, 22765 Hamburg, Fon 390 92 22, Fax 390 35 27

## **Bund für Umwelt und Naturschutz**

Lange Reihe 29, 20099 Hamburg, Fon 600 38 60, Fax 600 38 720,  
bund.hamburg@bund.net, www.bund.net/hamburg/

## **Bund für Umwelt und Naturschutz – BUNDjugend**

Haus der BUNDten Natur, Loehrsweg 13, 22175 Hamburg,  
Fon 460 34 32, www.bundjugend.de

## **Deutscher Jugendbund für Naturbeobachtung**

Justus-Strandes-Weg 14, 22337 Hamburg  
Fon & Fax 50 67 64, djn@gmx.de, www.naturbeobachtung.de

## **Greenpeace**

Große Elbstraße 39, 22767 Hamburg, Fon 30618- 0, Fax 306 18 - 100,  
mail@greenpeace.de, www.greenpeace.de

## **Naturschutzbund NABU**

Osterstraße 58, 20259 Hamburg, Fon 69 70 89 - 0, Fax 69 70 89-19  
nabu@nabu-hamburg.de, www.nabu-hamburg.de

## **Naturschutzjugend NAJU Hamburg**

Osterstraße 58, 20259 Hamburg, Fon 69 70 89 - 20, Fax 69 70 89 -19  
mail@naju-hamburg.de, www.naju-hamburg.de

## **Nutzmüll e. V. Recyclinghof**

Mendelssohnstraße 13, 22761 Hamburg, Fon 89 06 63 - 0,  
Fax 89 53 97, kontakt@nutzmuell.de, www.nutzmuell.de

## **Robin Wood**

Nernstweg 32, 22765 Hamburg, Fon 38 08 92 - 0, Fax 38 08 92-14  
info@robinwood.de, www.robinwood.de

## **Zentrum für Schulbiologie und Umwelterziehung**

Hemmingstedter Weg 142, 22609 Hamburg  
Fon 82 3142-0, Fax 82 3142 - 22, zsu@ifl-hamburg.de

## **Verkehr**

### **Allgemeiner Deutscher Automobil-Club Hansa (ADAC)**

Amsinckstraße 39, 20097 Hamburg, Fon 239 19 19, www.adac.de

### **Allgemeiner Deutscher Fahrrad-Club Hamburg e.V. (ADFC)**

Infoladen: Im Grünen Grunde 1c, 22337 Hamburg Fon 50 04 88 25,  
Landesverband Hamburg: Wandsbeker Marktstr. 18, 22041 Hamburg,  
Fon 39 39 33, Fax 3 90 39 55, www.hamburg.adfc.de

### **Hamburger Verkehrsverbund (HVV)**

Steinstraße 7, 20095 Hamburg, Fon 32 57 75 - 0 Fax 32 57 75 - 20  
info@hvv.de, www.hvv.de

**Verkehrsclub Deutschland Landesverband Hamburg e.V. (VCD)**

Nernstweg 32-34, 22765 Hamburg, Fon 280 551 20, Fax 280 551 22,  
hamburg@vcd.org, www.vcd.org/hamburg

**Verschiedenes****Amtsgericht Hamburg (bei Mahnsachen zuständig)**

Sievekingplatz 1, 20355 Hamburg,  
Fon (Mahnsachen) 428 43 - 14 62, Fax 428 43 - 43 18 / 43 19,  
www.amtsgericht.hamburg.de

**Landeszentrale für politische Bildung**

Informationsladen: Altstädter Straße 11, 20095 Hamburg,  
Büro- und Postadresse: Steinstraße 7, 20095 Hamburg,  
Fon 428 54 - 21 48 / - 21 49, Fax 428 54 - 21 54,  
PolitischeBildung@bbs.hamburg.de, www.politische-bildung.hamburg.de

**Verbraucher-Zentrale**

Informationszentrum: Kirchenallee 22, 20099 Hamburg,  
Geschäftsstelle: Fon 248 32 - 0, Fax 248 32 - 290,  
info@vzhh.de, www.vzhh.de

**Deutscher Gewerkschaftsbund Hamburg (DGB)**

Besenbinderhof 60, 20097 Hamburg, Fon 28 58 - 240 /- 250,  
Fax 28 58 - 251, hamburg@dgb.de, www.dgb-hamburg.de



„Enten“ heißen im Journalismus Falschmeldungen, die von der Redaktion für wahr gehalten wurden.

## Stichwortverzeichnis

- A**  
Adressen 121  
Anzeigen 11, 12, 14, 38, 68ff, 80, 81, 89  
Anzeigenpreisliste 70  
Anzeigenvertrag 90f  
Archiv(e) 11, 22ff, 121  
Aufgabenverteilung 12  
Auskunftspflicht 25, 80
- B**  
Behörden 22, 25, 80, 99f, 111, 117, 122  
Belegexemplar 69, 70, 91, 97, 134  
Beleidigung 77, 84, 86, 109ff,  
Beratung 7, 17, 121  
BeratungslehrerIn 17, 97  
Bericht 30  
Beschlagnahmung 78  
Bibliotheken 24, 82, 121  
Bildbearbeitung 50  
Bildungsbehörde 38, 68, 73, 77, 80, 128, 129  
Briefgeheimnis 78, 112  
Buchhaltung 72
- C**  
Chefredaktion 11  
Comics 44, 82  
Computer 16, 24, 44, 46, 48, 73  
Copyrights 82, 112, 113f
- D**  
Diagramme 47  
Digitalkamera 51, 73  
Druck(erei) 12, 14, 45, 53, 54, 56ff, 68, 71, 80, 92f, 134
- E**  
Ente 131  
Erscheinungstermin 11, 14, 62, 89  
ExpertInnen 20
- F**  
Feature 31  
Finanzen 66ff,  
Förderung 16f, 72, 79, 97f  
Fortbildung 7  
Fotokopierer 45, 58, 73, 98  
Fotos 14, 16, 42, 49, 51, 53, 54, 64, 82ff
- G**  
Gegendarstellung 81f, 102f, 116f  
Geschäftsschädigung 78  
Glossar 134  
Glosse 31f  
Grafiken 46f, 82ff, 113  
Grundgesetz 99, 101, 105
- H**  
Haftung 93,  
Hardware 51  
Haushalten 72  
Hilfestellung 97f  
Hilfslinien 52  
Homepage 63ff
- I**  
Impressum 27, 80, 97, 101ff  
InformantInnenschutz 22, 87, 118, 134  
Informationsfreiheit 77  
Informationsquellen 21f, 105, 134  
Interessenvertretung 10  
Internet 7, 16, 26f, 51, 63ff  
Interview 32ff
- J**  
Jugendpresse 7, 79, 121  
Jugendschutz 77, 116  
Junge Presse Hamburg 7, 82, 121
- K**  
Karikaturen 44f, 50, 78, 82  
Kirche 108, 111  
Kommentar 21, 31f, 116  
Kopieren 45, 58, 73, 98  
Kritik 32, 37, 84, 99  
Kunstfreiheit 78, 86f,
- L**  
Layout 12, 14, 16, 40ff, 134  
LehrerInnen 11, 16, 37, 83ff, 88, 97  
Lese-Diagonale 43  
Logo 42, 44, 62,
- M**  
Mahnung 88  
Mediendienste-Staatsvertrag 65, 115ff

Mehrwertsteuer 70, 93  
 Meinungsfreiheit 76ff, 134  
 Minderjährige 81, 87, 93  
**N**achrede, üble 84f, 109f  
 Nachricht 29f, 134  
 Nachwuchs 15  
**O**bjektivität 32  
 Online-Auftritt 63ff  
**P**apier 54, 72  
 PolitikerInnen 24, 25  
 Pornographie 87  
 Postgeheimnis 78, 112  
 Presseausweis 7  
 Pressefreiheit 76ff, 85, 99, 105  
 Pressegesetz 79ff, 99ff, 134  
 Pressekodex 87, 96, 118, 134  
 Pressestelle 16, 25, 80, 122  
 Publikationen 7, 134  
**R**echerche 20ff, 77, 118, 134  
 Rechnung 69f, 89, 91, 93  
 Recht am eigenen Bild 83  
 Redaktion 9ff, 93, 97f  
 Redaktionsschluss 11, 14  
 Redaktionssitzungen 13ff  
 Redigieren 37, 51, 134  
 Religion 87, 108ff  
 Reportage 28, 30f  
 Rezension 32  
 Richtlinien für SchülerInnen-  
 zeitungen 17, 73, 77, 118  
 Rubriken 12, 14, 42, 44  
**S**atire 32  
 Satzspiegel 42, 70  
 Schadensersatz 114, ▶ Haftung  
 Schreibstil 35  
 Schrift 42, 48, 52, 102, 105, 107,  
 110, 134  
 Schule 6, 10ff, 15ff, 51, 58, 73, 97f  
 Schulgesetz 98  
 Schulleitung 7, 58, 77ff, 88, 97f

Selbstzensur 37ff  
 Seminare 7  
 Software 50, 72  
 Sorgfaltspflicht 99, 100, 116, 134  
 Spalten 42, 52  
 Sponsoring 71, 116  
 Staatsschutz 86  
 Starthilfe 68, 72f  
 Steuern 72  
 Stilformen 28ff, 32  
 Strafrecht 84, 103  
**T**ermine 11, 14, 92  
 Terror 24, 86, 106  
 Textarten 28ff  
**Ü**berschriften 42f, 48, 52  
 Üble Nachrede 84, 109f  
 Umsatzsteuer 72  
 Umschlagseite 69f, 90  
 Unabhängigkeit 76, 120  
 Unterstützung 7, 121  
 UrheberInnenschutz 82, 112ff  
**V**erantwortliche 12, 14, 68, 80,  
 93, 97, 101ff, 115  
 Verbände 7, 23, 25, 98  
 Verkauf 11, 62, 71f, 97f  
 Verleumdung 85, 109f  
 Verträge 69, 89, 03  
 Vertriebsverbot ▶ Zensur  
 Verunglimpfung 86, 106, 110f  
**W**ahrnehmung berechtigter  
 Interessen 85, 110  
 Webdesign 65  
 Webspaces 64  
 Werbung ▶ Anzeigen  
**Z**eitplan 14  
 Zensur 77, 79, 105  
 Zeugnisverweigerungsrecht 87f,  
 118, 134  
 Zitate 83  
 Zwischenüberschriften 42, 52



## **Glossar** ohne Anspruch auf Vollständigkeit Erweiterungen auf [www.sz-handbuch.de](http://www.sz-handbuch.de)

### **Auflage**

Anzahl der gedruckten Exemplare einer Zeitung.

### **Belegexemplar**

Zum Beweis einer erbrachten Leistung erhalten z.B. AnzeigenkundInnen ein Exemplar der gedruckten Zeitung.

### **Bleiwüste**

Seiten„gestaltung“, die nur aus Text besteht und keine grafischen Elemente enthält.

### **Blocksatz**

Text, der links und rechts einen geraden Rand hat (so wie meistens in diesem Buch).

### **Desktop-Publishing (DTP)**

Erstellen von Publikationen mit dem Computer (engl.: „auf dem Schreibtisch“).

### **Initial**

Als Gestaltungsmittel wird der erste Buchstabe eines Textes oder Absatzes über mehrere Zeilen gesetzt.

### **Layout**

Verteilung von Text- und Bildelementen.

### **Metadaten**

Informationen über Auflage, Druckformat, Seitenzahl etc. einer Publikation.

### **Meinungsfreiheit**

Das Grundrecht, die eigene Meinung in Wort, Bild und Schrift frei zu äußern und zu verbreiten.

### **Offsetdruck**

Qualitativ hochwertiges Druckverfahren, bei dem die Druckvorlagen auf eine Metallplatte abfotografiert werden.

### **Punkt und Pica**

Maße für die Schriftgröße. Dieser Text ist 10 Punkt (ca. 0,84 Pica) groß.

### **Pressekodex**

Vom Deutschen Presserat aufgestellte Regeln für eine faire Berichterstattung. Nicht verbindlich und kein Gesetz.

### **Presserecht**

Bei uns legt das „Hamburgische Pressegesetz“ Rechte und Pflichten der Presse fest.

### **Recherche**

Die Suche nach Informationen.

### **Redigieren**

Texte vor allem stilistisch nachbearbeiten.

### **Sorgfaltspflicht der Presse**

Verpflichtung, jede Nachricht vor ihrer Verbreitung auf Wahrheit und Herkunft zu prüfen.

### **Werturteil**

Behauptung, die eine innere Überzeugung ausdrückt

### **Zeugnisverweigerungsrecht**

Das Recht für journalistisch Tätige, die Aussage zum Schutz ihrer InformantInnen und Informationsquellen zu verweigern.



# Impressum

Herausgeberin:

## **Junge Presse Hamburg e.V.**

Alfred-Wegener-Weg 3  
20459 Hamburg  
Fon (040) 555 688 47  
Fax (01212) 543 91 53 08  
mail@jphh.de, www.jphh.de



## **Redaktion:**

Michel Alexander (Vi.S.d.P), Steven Galling, Sebastian Olényi

## **MitarbeiterInnen:**

Oliver Bärwald, Jörn Dobert, Axel Halfmeier, Andreas Kuschneireit (Lektorat), Ute Leimich, Torben Leßmann, Stefan Marks, Robin Meyer-Lucht, Stefan Salzmann (Rechtsberatung), Wolfgang Schmidt, Jana Zacharias,

## **Bildnachweis:**

ahf (74f), Michel Alexander (94f), Dr. F.-W. Badeck (55), boy (40f), Margot Cichy (45lu), Rolf Derenthal (51), Ebin (39), Torsten-Sönke Gajda (18f), Steven Galling (83), Charito Gil (59), Rudi Gauer (S. 7, 68), Philip Gulati (63), Heidelberger Druckmaschinen AG (56f), Jorge Jacinto (76), Jinee (86), Olivia Joel (71), karmalaoai (15), Kerstin KEP (38), Silke Kowalewski (66f), Monika Klink (48), Manuela König (96), kwsNI (73), Martin Landolt (53), Maximilian Lange (29), Georg Legan (49), Jürgen Lindemann (8f), Erich Martinek (131), Rafael Mucha (69f), Günter Rolf (14), Regine Sickel (26, 50), Bernhard Siemer (78), Uwe Stratmann (85), Stephan Tijink (16), watch me now (20), wenzday01 (50), www.photocase.de (6, 46)

## **Layout:**

Michel Alexander, Sebastian Olényi

## **Catering:**

Frida Thurm

## **Druck:**

Roco-Druck GmbH, Neuer Weg 48a, 38302 Wolfenbüttel

2. vollständig überarbeitete Auflage, Februar 2004

Wir danken der Behörde für Bildung und Sport  
für die freundliche Unterstützung.



Schülerinnenzeitungs-  
Handbuch  
[www.sz-handbuch.de](http://www.sz-handbuch.de)