

Leser-Rat statt Kanzel

Der *Kurier* will transparenter werden und öffnet seine Pforten für eine Leserschaft, die künftig stärker in die Berichterstattung eingebunden werden soll.

Bericht von **Stefan Binder**

Es war ein erstes Beschnuppert mit Baby-Elefanten-Abstand: Zehn Leserinnen und Leser wurden vergangene Woche in die *Kurier*-Redaktion in Heiligenstadt eingeladen, um über das Blatt, die Redaktion und ihre Berichterstattung zu diskutieren. Das erste Treffen soll nur der Startpunkt für ein viel breiter aufgestelltes Projekt der Redaktion sein: „Unser Ehrgeiz ist es, die Leser in die Berichterstattung fix einzubinden, um mit ihnen am Produkt zu arbeiten“, so Philipp Wilhelmer, stellvertretender Kulturreportleiter und Triebfeder hinter dem Projekt. Einerseits wolle man lernen, wo man steht, um die Berichterstattung zu kalibrieren: „Wo sind wir zu insiderisch? Welche Themen sind nur Bubble-Diskussionen, bei denen wir die Aufmerksamkeit unserer Leser tendenziell eher verlieren?“ Andererseits will man eine Möglichkeit schaffen, den Lesern einen Einblick in die Redaktion zu geben, um Transparenz zu schaffen.

Was relativ banal klingt, soll in der Tageszeitung zu einem Kulturwandel führen. Man müsse sich die Frage stellen, „warum die Menschen einem Journalisten zuhören sollten, wenn sie auch einem YouTuber zuhören können. Es muss einen Grund geben, und wir werden diese Gründe in den kommenden Jahren liefern müssen“, so Wilhelmer. Versuche, mit der Leserschaft enger in Kontakt zu

treten, hatte der *Kurier* schon einige. Man erinnere sich etwa an „Redakteure to go“. Damals tauchten in Werbespots *Kurier*-Mitarbeiter aus einem Sackel auf, um Leser zu animieren: Die Sieger eines Gewinnspiels konnten dann die Redakteure einen Tag lang begleiten. Die Leserbindungsaktion wurde damals in der Branche belacht, ein wohl misslungener Einfall der Marketing-Abteilung. Genau das soll die neue Initiative nicht sein, betont Wilhelmer: „Wir möchten gerne mit unseren Lesern einen intensiveren Austausch pflegen. Das heißt, wir wollen sie in die Redaktion holen und von ihnen lernen. Und zwar als Journalisten, und auch nicht allein als Marketing-Unterfangen.“

„Erstaunlich wenige Antworten“

Die Idee dafür hatte Wilhelmer gemeinsam mit *Kurier*-Chefredakteurin Martina Salomon. Wilhelmer forschte vergangenes Jahr am Reuters Institute an der Uni Oxford zu dem Thema. Zurück in Wien – „vollgepackt mit gutem Rat, Theorie und Ratschlägen“ – legte er ein Konzept vor, das nun zur Umsetzung kommt. Die Herausforderung betreffe den Journalismus insgesamt, das alte „Von der Kanzel“-Predigen funktioniere nicht mehr: „Die Macht, die einzige Plattform zu sein, auf der etwas verbreitet wird, ist gebrochen. Damit einher geht die Frage, was tut ihr eigentlich, und warum tut ihr das? Darauf haben wir als Branche erstaunlich wenige Antworten.“



Projekt-Triebfeder **Philipp Wilhelmer** und *Kurier*-Chefredakteurin **Martina Salomon** empfangen vergangene Woche zehn Leserinnen und Leser. © Christian Deutsch/Kurier

Boulevard, aber links

Übervater Peter Pilz? Mitnichten. Zackzack.at hat sich innerhalb nur eines Jahres zu einem spannenden Politportal mit klarer Weltanschauung etabliert.

Bericht von **Martin Wurnitsch**

Im ebenerdigen Redaktionsbüro in der Wiener Gumpendorfer Straße ist er beim HORIZONT-Besuch zumindest in Form einer übergroßen Puppe präsent (siehe Bild rechts): Peter Pilz, Grünen-Urgestein und zu Ende seiner politischen Karriere mit der Liste Jetzt quasi „Spalt-Pilz“ der Partei. Vor ziemlich genau einem Jahr, kurz nach dem Ibiza-Skandal und knapp vor den Neuwahlen, gründete Pilz zackzack.at – mit Bezug auf Heinz-Christian Straches Ibiza-Sager. Gedacht war die Website als Aufdeckerplattform und unterstützendes Medium durch den Wahlkampf.

täglich rund zehn Online-Berichte zu Innen- und Außenpolitik – die, wenn Herausgeber Pilz seine bekannt guten Kontakte zu Ermittlungsbehörden spielen lässt, schon mal für Aufregung sorgen. Zuletzt kamen etwa via *ZackZack* FPÖ-interne Telefonprotokolle an die Öffentlichkeit, die Straches fragwürdigen Umgang mit Geld („der hat Millionen geschneidelt ..“) zum Inhalt hatten.

Keine ‚Scheinneutralität‘

Man selbst sich bei *ZackZack* Walach zufolge als „tägliches politisches Boulevardblatt und Magazin“, mit dem Ziel, „linken Boulevard zu machen, durchaus zuzuspitzen und das Feld nicht

auf, wie sie gerade unter anderem gerade in den USA geführt wird. „Es hat keinen Sinn, in Zeiten von Präsident Trump ‚He said, she said‘-Journalismus zu machen. Für manche politische Äußerungen muss es eine klare Bewertung geben.“ In der eigenen Leserschaft sind übrigens SPÖ-Wähler stark überproportional vertreten, gefolgt von FPÖ-Wählern – für das einstige Parteimedien der Liste Jetzt durchaus bemerkenswert.

Mit der ehemaligen politischen Bewegung – sowohl Walach als auch Nasswetter haben für die Partei kandidiert – ist man jedenfalls noch übers Finanzielle verbunden. 1,4 Millionen Euro „Parteiakademieförderung“, die auch der Liste Jetzt zustand, garantieren derzeit den Bestand des Mediums; neben Crowdfunding, das bisher rund 80.000 Euro eingebracht habe, wie Nasswetter anmerkt. „Bei Kosten von monatlich 80.000 Euro müssen wir uns spätestens ab Mitte nächsten Jahres selbst finanzieren.“ Der Bildungsverein Offene Gesellschaft wird deshalb auch einer „ZackMedia GmbH“ als Medieninhaberin weichen. Nasswetter baut derzeit die Werbevermarktung auf: „klassisch, via Content-Marketing und im Bereich Corporate Publishing“. Und: „Wir arbeiten intensiv an einem Community-Modell, das – sehr partizipativ gestaltet – den Usern ganz bestimmte Rollen zuweist und sie an strategischen wie redaktionellen Entscheidungen durchaus beteiligen soll.“

Als Gründer der Agentur Massive Art und Staatspreisträger im Community-Bereich bringt Nasswetter dabei eine Menge Erfahrung mit. Walach wiederum hat seinen Brotberuf als Wissenschaftler (er ist Medientheoretiker) vorläufig auf Eis gelegt: „*ZackZack* ist im Moment das gesellschaftlich wichtigere Projekt.“



Thomas Walach (li.) und **Thomas Nasswetter** treiben das Projekt *ZackZack* als Chefredakteur und Geschäftsführer voran. © zackzack/mp/M. Wurnitsch

Die Liste Jetzt ist mittlerweile Geschichte, *ZackZack* hingegen ist quicklebendig. Die Plattform hat sich zu einer ernstzunehmenden Stimme in der politmedialen Öffentlichkeit des Landes entwickelt. Chefredakteur Thomas Walach und Geschäftsführer Thomas Nasswetter berichteten im Interview von rund 500.000 Usern monatlich. Und: Derzeit werden 16 Mitarbeiter in Redaktion, Grafik und kaufmännischem Bereich beschäftigt; auch den Bereich Video wolle man demnächst ausbauen. Die sechs Personen starke Redaktion publiziert

der Sensationspresse zu überlassen.“ Und was versteht der Chefredakteur unter Boulevardjournalismus? „Wir machen nichts, was nicht politischen Hintergrund hat. Und wir beachten zwei Grundregeln: keine Fake News, kein Voyeurismus. Boulevard ist nur dann abschreckend, wenn man ihn mit Sensationspresse gleichsetzt.“

Walach will die gesellschaftspolitisch dezidiert linke Ausrichtung von *ZackZack* („es soll links der Mitte nicht nur *Falter* und *Standard* geben“) auch nicht durch „Scheinneutralität“ kaschieren – er greift damit eine Debatte



MEDIENRECHT

Sind AGB rechtlich geschützt?

Kolumne von **Gerald Ganzger**

Die Verwendung von Allgemeinen Geschäftsbedingungen ist weit verbreitet. Mit der Erstellung und Gestaltung ist ein zeitlicher und finanzieller Aufwand verbunden, der umso größer ist, je individueller und spezifischer die AGB textiert sind.

Wenn ein Dritter diese AGB zur Gänze oder größtenteils ohne Zustimmung übernimmt, stellt sich für das betroffene Unternehmen die Frage, ob und welche rechtlichen Schritte dagegen unternommen werden können. Ein kürzlich vom Obersten Gerichtshof (OGH) entschiedener

Fall zeigt, dass beim Vorliegen aller notwendigen rechtlichen Voraussetzungen sowohl urheberrechtliche als auch lauterkeitsrechtliche Ansprüche in Frage kommen.

Bei den Parteien dieses Ansverfahrens handelte es sich um zwei Energieunternehmen, die mit deren Kunden Energielieferverträge für Strom und Gas abschließen, denen sie ihre Allgemeinen Lieferbedingungen zugrunde legen. Die beklagte Partei hat diese Lieferbedingungen der Klägerin, in denen auch mehrere ganz spezifische und individuelle Klauseln enthalten waren, mit wenigen kosmetischen Änderungen

fast wortgetreu übernommen. Die Gerichte gingen davon aus, dass die Inhalte von AGB – soweit es sich nicht um Standardklauseln beziehungsweise „Allerweltstexte“ handelt – als Sprachwerke urheberrechtlich geschützt sind.

Im gegenständlichen Fall hatte die Beklagte aber nicht nur eine Urheberrechtsverletzung begangen, sondern auch gegen die Bestimmungen des UWG (Gesetz gegen unlauteren Wettbewerb) verstoßen. Der OGH sprach aus, dass die beklagte Partei „unlauter wegen glatter Leistungsübernahme gehandelt“ habe. Die beklagte Partei hat die von der klagenden Partei mit einem gewissen Arbeitsaufwand eigens für ihre Bedürfnisse erstellten AGB ohne nennenswerte

Änderungen abgeschrieben beziehungsweise den Text und die Gestaltung nahezu unverändert übernommen. Demzufolge hat die klagende Partei einen rechtlichen Anspruch auf Unterlassung der glatten Übernahme der gesamten Lieferbedingungen mit nur geringfügigen Änderungen.

Der OGH sprach aus, dass dieser Anspruch auch dann besteht, wenn nur einzelnen Vertragsklauseln ein urheberrechtlicher Schutz als Sprachwerk zukommt. Dementsprechend darf die beklagte Partei die gesamten Bedingungen nicht mehr verwenden. Angesichts der nicht unerheblichen Prozesskosten wäre es für die beklagte Partei sicherlich günstiger gewesen, eigene AGB zu entwickeln beziehungsweise verfassen zu lassen.



Dr. Gerald Ganzger ist einer der profiliertesten Medienrechts- und Litigations-PR-Experten Österreichs und Gründungspartner der Wiener Rechtsanwaltskanzlei LANSKY, GANZGER + partner (LGP). © LGP

Haben auch Sie eine Frage zu einem rechtlichen Thema? Dann schreiben Sie uns: horizont@manstein.at. Aus allen Anfragen wird die jeweils spannendste von der Redaktion als nächstes Thema dieser Kolumne ausgewählt. Es besteht kein Anspruch auf Bearbeitung der übrigen Anfragen.