

EDITORIAL



Liebe Leserin, lieber Leser

Die Spannung steigt. In nächster Zeit sollen die neuen regionalen Rundfunkkonzessionen vergeben werden. Eigentlich ist es eine unmögliche Situation, dass eine staatliche Stelle über die Ausrichtung und zum Teil die Existenz von Medienunternehmen entscheidet. Aber dies ist in Teilen eine Konsequenz aus dem Gebührensplitting, welches im neuen RTVG vorgesehen ist.

Ärgerlich an der Debatte über die Neuverteilung der Konzessionen ist, dass dies eine gute Plattform ist, die ewig gleichen und veralteten Argumente gegen angebliche Monopole der Verleger aufzuwärmen. Für Politiker mag der Zugang zu den Medien seit der Abschaffung der Parteipresse schwieriger geworden sein. Die Mediennutzer sind heute aber besser informiert als je zuvor. Die Vorstellung einer Indoktrination des folgsamen Publikums durch machtgierige Verleger passt einfach nicht mehr zur heutigen on-demand Gesellschaft. Im Übrigen verfügt die Schweiz im internationalen Vergleich über eine aussergewöhnliche Medienvielfalt - freuen wir uns darüber!

Ihr Hanspeter Kellermüller

SCHWEIZER PRESSE - FÜR EINE SAUBERE SACHE

Der Verband SCHWEIZER PRESSE ist neu Mitglied der IGSU, der Interessengemeinschaft saubere Umwelt gegen das Littering. Littering auf öffentlichem Grund ist seit langem ein Thema, in jüngster Zeit haben sich die Diskussionen in den Medien, den Gemeinden aber auch in der Öffentlichkeit vermehrt.

► [Ganzer Artikel auf Seite 3](#) ►

NEU: DIE INSERATESTATISTIK DER SCHWEIZER PRESSE SCHWEIZER PRESSE/VERBAND SCHWEIZER WERBEGESELLSCHAFTEN VSW

Bei der in den letzten Tagen publizierten Inseratestatistik handelt es sich um Zahlen, welche aufgrund der neuen Richtlinien erhoben wurden.

► [Ganzer Artikel auf Seite 4](#) ►

MEDIENRECHTSTAGUNG 2008

Die Arbeit in den Medienhäusern stösst allenthalben an rechtliche Schranken. Im Rahmen der traditionellen Medienrechtstagung des Medieninstituts werden jedes Jahr im Mai aktuelle juristische Fälle präsentiert und kritisch diskutiert. Im Zentrum steht dabei die Praxis in den Redaktionen und Werbeabteilungen.

► [Ganzer Artikel auf Seite 6](#) ►

MEDIENFACHLEUTE - DER GROSSE ENDSPURT

Im letzten Block des Medienfachleute-Kurses vor dem grossen Repetitorium stand ein zweites Modul zum Thema «Unternehmensführung» auf dem Programm. Ausserdem erhielten die Kursteilnehmer hilfreiche Tips zur optimalen Prüfungsvorbereitung.

► [Ganzer Artikel auf Seite 9](#) ►

AUSSERDEM

| | |
|--|------|
| Radio- und Fernsehkonzessionen | ► 2 |
| Das kann nur ein Inserat - Einladung zur Kampagne 2008 | ► 3 |
| Das Medieninstitut gratuliert | ► 4 |
| Mechanismen der Medienbranche | ► 10 |
| VDZ-Verlegerreise in die Ukraine | ► 12 |
| Die Zeitung in der Primarstufe | ► 13 |

AKTUELL

Zum Gedenken an unseren Ehrenpräsidenten Dr. Karl Blöchli-Sager

Im Alter von 92 Jahren verstarb am 23. Februar 2008 unser Ehrenpräsident Dr. Karl Blöchli-Sager. Karl Blöchli-Sager, damaliger Direktor des «Vaterland» Luzern, war von 1971 bis 1980 Präsident des Verbandes SCHWEIZER PRESSE.



Karl Blöchli-Sager hat sein Amt in einer Periode grosser Wachstumseuphorie angetreten. Bald musste die Schweizer Presselandschaft aber durch wirtschaftlich schwierige Zeiten gehen. Auch in dieser Zeit trat Karl Blöchli-Sager immer für Solidarität unter den Zeitungsverlegern ein und engagierte sich für gute wirtschaftliche Rahmenbedingungen für die Branche. Publizistisch und wirtschaftlich gedeihende Zeitungen sah er immer als Grundlage unserer föderativen Demokratie.

Bis ins hohe Alter verfolgte Karl Blöchli-Sager die Arbeit des Verlegerverbandes. Noch letztes Jahr durften wir ihn an unserer Mitgliederversammlung in Luzern begrüssen. Herr Blöchli-Sager hat sich um die Schweizer Presse verdient gemacht, dafür danken wir ihm. Der Trauerfamilie sprechen wir unser tiefes Beileid aus.

Radio- und Fernsehkonzessionen

Das Bundesamt für Kommunikation hat soeben die Anhörung zur Erteilung der neuen regionalen Radio- und Fernsehkonzessionen abgeschlossen. In diesem Zusammenhang kam in verschiedenen Medien die Rolle der Verlagshäuser zur Sprache und es wurden vereinzelt Stimmen laut, wonach bei der Konzessionsvergabe angeblichen Monopolen regionaler Medienunternehmen entgegenzuwirken sei. Diese Debatte geht am Ziel vorbei.

Bei der laufenden Konzessionierung geht es in erster Linie um die Qualität der Bewerbungen. Dabei kommt auch den bisherigen Leistungen der Veranstalter ein grosses Gewicht zu. Zu berücksichtigen ist, dass die Verlage seit Einführung des privaten Rundfunks bewiesen, dass sie ein langfristiges Interesse am Bestand der privaten Sender haben. Sie haben diese Mediengattung durch ihr publizistisches und finanzielles Engagement überhaupt am Leben erhalten.

Nur falls unter dem Aspekt der Leistungsauftragserfüllung eine Gleichwertigkeit mehrerer Bewerbungen vorliegt, soll laut Gesetz auch die «Bereicherung der Meinungs- und Angebotsvielfalt» Beachtung finden. Was damit genau gemeint ist, bleibt unklar. Die parlamentarische Beratung zeigte aber zumindest, dass es bei der vergleichenden Beurteilung der Gesuche nicht auf die Person des Veranstal-

ters, sondern auf die Programmvielfalt ankommen soll. Dies deckt sich mit der heutigen Auffassung in der Wissenschaft, wonach Meinungsvielfalt nicht primär von der Anzahl Anbieter, sondern von der inhaltlichen Ausrichtung der Programme abhängt. Im regulierten Rundfunk tendieren deshalb die Bestrebungen eher zu sog. binnenpluralistischen Massnahmen (Leistungsaufträge, Vorgaben zur Qualitätssicherung etc.). Durch derartige Vorkehren soll eine inhaltliche Programmvielfalt sichergestellt werden. Genau solche service public Aufträge umfassen auch die zu erteilenden Konzessionen. Sie enthalten konkrete Leistungsvorgaben und entsprechende Kontrollmechanismen. Indem im Rahmen jeder Konzession klare und kontrollierbare Auflagen zu einer pluralistischen Berichterstattung und einem unabhängigen Programm-schaffen erfolgen, treten Kriterien der Eigentümerschaft bzw.

der Medienverflechtung der Veranstalter notwendigerweise in den Hintergrund. Bei der Konzessionierung steht folglich nicht die Anbietervielfalt, sondern die Inhaltsvielfalt im Zentrum. Die Diskussion über die unternehmerischen Verflechtungen und angebliche Monopolsituationen einzelner Bewerber geht daher am Ziel vorbei. Sie wirkt mit ihrem

Fokus auf die privaten Veranstalter auch etwas absurd angesichts der Tatsache, dass die schweizerische Rundfunklandschaft durch die SRG mit ihrer Vielzahl von nationalen und regionalen Programmen klar dominiert wird.

► <http://www.schweizerpresse.ch/index.php?id=25>

HANSPETER.KELLERMUELLER@SCHWEIZERPRESSE.CH

SCHWEIZER PRESSE - für eine saubere Sache

Der Verband SCHWEIZER PRESSE ist neu Mitglied der IGSU, der Interessengemeinschaft saubere Umwelt gegen das Littering. Littering auf öffentlichem Grund ist seit langem ein Thema, in jüngster Zeit haben sich die Diskussionen in den Medien, den Gemeinden aber auch in der Öffentlichkeit vermehrt.

Die IGSU, eine Interessengemeinschaft ursprünglich ins Leben gerufen von der PET- und Alubranche, engagiert sich seit Jahren mit Kampagnen gegen das Littering, inzwischen ist u.a. auch der Detailhandel mit im Boot. Nicht alles, was nicht mehr gebraucht wird oder gar gratis ist, soll achtlos weggeworfen oder liegen gelassen werden. Hier geht es um die Sensibilisierung jedes einzelnen Konsumenten, welcher einen Hamburger mit Cola genießt und dazu vielleicht eine Pendlerzeitung liest. Sachgerechte Entsorgung ist eine Geisteshaltung und die Interessengemeinschaft saubere Umwelt eine Plattform zu deren Förderung und Bewusstwerdung.

Wer kennt sie nicht, die so genannten «Botschafter», welche im Sommer jeweils mit ihren Wagen durch die Parks laufen oder die TV-Spots und Plakatkampagnen. Auch für 2008 sind wieder Plakatkampagnen mit den Gemeinden und Schulen, Presseberichte, im Sommer in verschiedenen Städten wieder Einsätze mit «Botschaftern», sowie auch Inseratenkampagnen, gerade auch bei Mitgliedern von SCHWEIZER PRESSE geplant. Für mehr Informationen: ► www.igsu.ch

CATHERINE.MUELLER@SCHWEIZERPRESSE.CH

WERBEMARKT

Das kann nur ein Inserat - Einladung zur Kampagne 2008



Zu diesem Slogan haben in den letzten Jahren Kreative aller Werbeagenturen Sujets entwickelt und anschaulich demonstriert, was ein Inserat alles bewirken kann.

Mit 196 Einsendungen von jungen Kreativen erreicht die diesjährige Kampagne einen neuen Höhepunkt. Eine hochkarätige Jury, bestehend aus ADC-Mitgliedern, wählte die 12 besten Anzeigen für die Realisierung aus. Die Jurymitglieder waren sich einig, 2008 wird ein hervorragender Jahrgang, vielseitig und überraschend.

Wie in den Vorjahren wird die Jury am 27. März 2008 ausserdem zwei Teams erküren, welche die Schweiz im Mai am internationalen Wettbewerb «best YET - best Young

European Team» in Stockholm vertreten werden. Und schliesslich werden die Leserinnen und Leser im Herbst mittels Voting-Inserat (13. Sujet) entscheiden, welches Team an der nächsten Dreikönigstagung (6. Januar 2009) als Sieger ausgezeichnet wird.

Alle Mitgliedspublikationen der SCHWEIZER PRESSE wurden in den letzten Tagen eingeladen, wieder mit möglichst vielen Inseratenschaltungen - nach dem Füllerprinzip - zur Stärkung der Printmedien im Werbemarkt beizutragen. Je breiter die Beteiligung, desto durchschlagender die Wirkung. Die Druckunterlagen stehen wieder unentgeltlich zur Verfügung.

Das Präsidium des Verbandes SCHWEIZER PRESSE, die Mitglieder der Projektgruppe Gattungsmarketing des Departements Werbemarkt und die jungen Kreativen freuen sich auf eine grosse Teilnahme. Die Ausschreibungsunterlagen für die Kampagne sind abrufbar unter

► <http://www.schweizerpresse.ch/index.php?id=15>

TONI.VETTERLI@SCHWEIZERPRESSE.CH

Neu: Die Inseratestatistik der Schweizer Presse SCHWEIZER PRESSE / Verband Schweizerischer Werbegesellschaften VSW

Bei der in den letzten Tagen publizierte Inseratestatistik handelt es sich um Zahlen, welche aufgrund der neuen Richtlinien erhoben wurden. Die wichtigsten Unterschiede gegenüber den früher gültigen Richtlinien sind:

- Neu werden für alle Titel die Kunden-Netto-Werbeumsätze (Brutto-Umsätze minus Rabatte für Mengen- oder Wiederholungsabschlüsse vor Abzug von Provisionen und Kommissionen) in Franken erhoben. Diese sind in der beiliegenden Tabelle in den wichtigsten Pressekategorien zusammengefasst ausgewiesen.
- Inserate für andere Verlagsobjekte, die zum gleichen Konzern gehören, zählen nicht mehr.
- Die «Übrigen Rubriken» werden nicht mehr separat publiziert. Diese Inserate sind in der Kategorie «Kommerzielle/übrige Inserate» enthalten.

Damit der Vorjahresvergleich gewährleistet ist, wurden auch alle Zahlen des Vorjahres nach den neuen Richtlinien erhoben. Der Datenvergleich 2007 – 2008 ist damit gewährleistet. Vergleiche zwischen 2007 und 2006 sind dagegen nicht mehr möglich und im Online-Auswertungstool gesperrt. Bei einigen wenigen Titeln ist es nicht möglich, vergleichbare Zahlen für das Jahr 2007 auszuweisen. Diese sind jeweils im Vorjahresvergleich nicht enthalten. Die aktuelle Titelliste wie auch die neuen Richtlinien können unter http://www.wemf.ch/de/mitteilungen/news/news_inseratestistik_oktober.php herunter geladen werden.

ROLF.BLUM@WEMF.CH

MEDIENINSTITUT

Das Medieninstitut gratuliert

Die erste höhere Fachprüfung für das eidgenössische Diplom MedienmanagerIn wurde im Februar durchgeführt. Die Fragestellungen waren komplex, an die erforderliche Diplomarbeit wurden hohe Ansprüche gestellt.

Drei Monate hatten Kandidaten letztes Jahr Zeit, um schriftlich ein strategisches Projekt für die Medienwirtschaft zu entwickeln. In den mündlichen Prüfungen wurde dann getestet, wie plausibel die Argumentation in der schriftlichen Arbeit ist. In weiteren mündlichen Prüfungen wurden ihre Kenntnisse und ihre konzeptuellen Fähigkeiten in den Fächern Medienbranche, Marketing, Produktmanagement und Führung im Medienunternehmen unter die Lupe genommen. 13 haben alle Hürden auf Anhieb gemeistert und konnten bereits ihre Zeugnisse in Empfang nehmen. An der Diplomfeier vom 11. April 2008 erhalten sie zudem die eidgenössischen Diplome Medienmanager/Medienmanagerin.


medienjobs.ch

**Online-Stellenportal
für Medien- und
Kommunikationsprofis**

Das Medieninstitut gratuliert den erfolgreichen Absolventen der Prüfungen Medienmanager 07/08:

- Dominik Achermann, Verlagsleiter, p.a media ag
- Roland Baumgartner, Leiter Elektronische Medien, AZ Medien Gruppe
- Daniela Brunner, bis Ende Februar: Südostschweiz Presse AG (Verlagsleiterin) / Neu: Höhere Kaderausbildung der Armee (Chefin Kommunikation)
- Urs Dubs, Chefredaktor, Engadiner Post/Posta Ladina
- René Frey, Geschäftsführer, VVA Media AG
- Bernhard Hügli, Leiter Lesermarkt, Berner Zeitung AG
- Claudia Jud, Gebietsverkaufsleitung, Media Punkt AG
- Christoph Kloetzli, Geschäftsführer, Continue AG
- Zeno Läber, Projektleiter, AZ Medien Gruppe
- Marco Piffaretti, Produkt Manager Immobilien, Tamedia
- Waltraud Stalder, Projektleiterin, Verband SCHWEIZER PRESSE
- Daniel Strässle, Managing Director International, Ringier AG
- Toni Thoma, Geschäftsführer, onairwerbung

INFO@MEDIENINSTITUT.CH

Fachtagung Online

Bis vor kurzem wurde die Medienplattform Online in den Medienhäusern stiefmütterlich behandelt. Jetzt herrscht jedoch Aufbruchstimmung.

Die Webpräsenz wird publizistisch frisch gestaltet, neue publizistische Marken werden aufgebaut, oder Pressetitel mit dem Internet verknüpft. Traditionelle Printhäuser werden multimedial, Film- und Ton-Beiträge ergänzen Artikel, Blogs und User Generated Content die journalistischen Beiträge und das Ganze wird mobil. Zum publizistischen multimedialen Angebot kommen crossmediale Werbeformen. Die Medienbranche erfindet sich neu, indem sie eine weitere technische Dimension integriert: Die Auseinandersetzung findet auf allen Ebenen statt: Geschäftsmodelle, redaktionelle und journalistische Konzepte sowie kommerzielle Kommunikationsformen.

In dieser Fachtagung präsentieren profilierte Referenten aktuelle Umsetzungen, redaktionelle und kommerzielle Lösungen, Geschäftsmodelle von verschiedenen Medienhäusern sowie die Erkenntnisse aus der Nutzerforschung.

Termin: Mittwoch, 26. März 2008. 9.00 bis ca. 16.30 Uhr
Ort: Hotel Krone Unterstrass, Schaffhauserstrasse 1, 8006 Zürich
Anmeldung: info@medieninstitut.ch

INFO@MEDIENINSTITUT.CH

Medienrechtstagung 2008 - Die Grenzen der Informationsfreiheit und Werbefreiheit ausloten

Die Arbeit in den Medienhäusern stösst allenthalben an rechtliche Schranken. Im Rahmen der traditionellen Medienrechtstagung des Medieninstituts werden jedes Jahr im Mai aktuelle juristische Fälle präsentiert und kritisch diskutiert. Im Zentrum steht dabei die Praxis in den Redaktionen und Werbeabteilungen.

Das Verhältnis von politischen Behörden und Journalismus ist dieses Jahr von verschiedenen Seiten in der aktuellen Diskussion. Am 1. Juni 2008 stimmt das Volk darüber ab, wo die Behördeninformation aufhört und die Behördenpropaganda beginnt. Thomas Sägesser, stellvertretender Generalsekretär Eidg. Finanzdepartement und vormals Leiter Recht Bundeskanzlei, wird zum Thema Informationen von Regierung und Verwaltung im Vorfeld von Abstimmungen referieren. Das Öffentlichkeitsprinzip gehört zu den neueren Entwicklungen der Informationspolitik von Behörden. Simon Canonica, Rechtskonsulent Tamedia, berichtet über die Erfahrungen von Redaktionen. Die Publikation von diplomatischen Dokumenten durch den Journalisten Martin Stoll im Fall Jagmetti hat eine weitere juristische Wendung genommen. Am 10. Dezember 2007 entschied der Europäische Menschenrechtsgerichtshof (EMRG) in Strassburg, die Schweiz habe mit der Verurteilung von Martin Stoll nicht gegen die Menschenrechtskonvention verstossen. Peter Studer analysiert die Folgen dieses Urteils.



Mit der Erteilung der Konzessionen an regionale Radio- und Fernsehveranstalter wird die Frage der Medienvielfalt gestellt. Hanspeter Kellermüller, Geschäftsführer Verband SCHWEIZER PRESSE, analysiert die Bedeutung von Anbieter- zur Inhaltsvielfalt für die Medienvielfalt. Urs Saxer, Rechtsanwalt, weist auf die Knacknüsse im Konzessionierungsverfahren hin. Mit der Interpretation des Trennungsgebots von Werbung befasst sich Rechtsanwalt Rolf Auf der Maur. Während der Euro 08 sind sie ein Trost

für alle, die keine Eintrittskarte für ein Fussballspiel ergattert haben - dank der Übertragung auf Grossbildschirme können sie die Matches mit Gleichgesinnten erleben. Willi Egloff, Rechtsanwalt, zeigt auf, was dies für das Urheberrechtsgesetz bedeutet.



Er hat lange Zeit den Presserat geprägt und ist heute Präsident der Unabhängigen Beschwerdeinstanz für Radio und Fernsehen: Roger Blum kennt die Praxis der Kontrolle von Medien aus allen Perspektiven. Dominique von Burg ist seit Anfang Jahr Präsident des Presserates und ein profiliertes Journalist in der Westschweiz. Anlässlich der Medienrechtstagung zeigen sie die Perspektiven ihrer Institutionen auf.

Termin: Mittwoch, 7. Mai 2008, 9.00 bis ca. 17.00 Uhr
Ort: Hotel Krone Unterstrass, Schaffhauserstrasse 1, 8006 Zürich
Anmeldung: info@medieninstitut.ch

INFO@MEDIENINSTITUT.CH



Grosses Interesse für den Informationsanlass Kurs Medienmanager 08/10

Am 10. März führt das MEDIENINSTITUT einen Informationsanlass für den nächsten Kurs Medienmanager durch, der am 27. August 2008 startet.

Der Kurs wurde wiederum weiterentwickelt. Im Zentrum steht die Entwicklung des analytischen Blicks, der strategischen Kompetenzen und der Führungspersönlichkeit. Die Teilnehmenden beschäftigen sich systematisch mit der Medienwirtschaft, ihren Rahmenbedingungen und ihrer Dynamik. Der Kurs ist gattungsübergreifend ausgerichtet. Thematisiert werden Print, Radio, Fernsehen und Internet sowie multimediale und crossmediale aktuelle Ansätze der Medienwirtschaft.

Termin: Montag, 10.3.2008 ab 17.00 Uhr

Ort: Verband SCHWEIZER PRESSE, Konradstrasse 14, 8005 Zürich (2. Stock)

Anmeldung: info@medieninstitut.ch

INFO@MEDIENINSTITUT.CH

Weiterbildung in den Modulen des Kurses Medienmanager

Die Module des Kurses Medienmanagement können auch von Gästen gebucht werden, die spezifische Weiterbildungsbedürfnisse haben. Das Medieninstitut steht gerne für individuelle Beratungen zur Verfügung. Die Inhalte und Termine (jeweils Mittwoch bis Samstag) sind die folgenden:

- **Modul 2:** Aktuelle Theorien und Konzepte (24.-27.9.2008)
- **Modul 3:** Inhaltliche / Technische Produktherstellung - journalistische und redaktionelle Konzepte (29.10.-1.11.2008)
- **Modul 4:** Inhaltliche / Technische Produktherstellung - elektronische Medien (19.-22.11.2008)
- **Modul 5:** Technische Produktion, Führung, Distribution (10.-13.12.2008)
- **Modul 6:** Produktmarketing, Produktstrategie, Marktstrategie (21.-24.1.2009)
- **Modul 7:** Nutzermarketing (25.-28.2.2009)
- **Modul 8:** Medienforschung (25.-28.3.2009)
- **Modul 9:** Werbemarketing (22.-25.4.2009)
- **Modul 10:** Führung Organisation (27.-30.5.2009)
- **Modul 11:** Führung Finanzen (24.-27.6.2009)
- **Modul 12:** Führung Personal (5.-8.8.2009)
- **Modul 13:** Führung Recht (2.-5.9.2009)
- **Modul 14:** Kommunikationskompetenz - Führungskompetenz (30.9.-3.10.2009)

INFO@MEDIENINSTITUT.CH


medienjobs.ch

Online-Stellenportal
für Medien- und
Kommunikationsprofis

Medienfachleute - der grosse Endspurt

Im letzten Block des Medienfachleute-Kurses vor dem grossen Repetitorium stand ein zweites Modul zum Thema «Unternehmensführung» auf dem Programm. Ausserdem erhielten die Kursteilnehmer hilfreiche Tips zur optimalen Prüfungsvorbereitung.

Im Rahmen des Moduls «Unternehmensführung» hatten die Kursteilnehmer nochmals die Möglichkeit, Dozentin Angela Sgura mit Fragen zum Thema betriebliches Rechnungswesen zu überhäufen und einige knifflige Übungen zu lösen. Josefa Haas vermittelte uns am nächsten Kurstag die wichtigsten Grundlagen der Organisationslehre, bevor wir den Kursblock mit einem Tag Selbstmanagement-Training bei Hannes Hinnen beendeten und dabei spannende Diskussionen führen und neue Seiten an uns selbst und unseren Mitschülern entdecken durften.

Zeit auszuruhen bleibt uns kaum - bereits Mitte März findet das Repetitorium statt, in welchem wir den bereits gelernten Stoff vertiefen und uns etwas in die kommenden Prüfungssituationen einfühlen können. Ab Ende Mai gilt es dann ernst und die schriftlichen und mündlichen Abschlussprüfungen stehen an. Bis dahin werden die zukünftigen Medienfachleute alle Hände voll zu tun haben, um den Prüfungsstoff zu lernen und zu verinnerlichen, den Prüfungsordner zusammenzustellen - und natürlich die Nervosität einigermassen im Zaum zu halten.



NADJA.NAEGELI@SCHWEIZERPRESSE.CH

«Eugen» 2008 – Medienpreis-Ausschreibung der Bedag für Printmedien, Radio, Fernsehen und Internet.

DIE BEDAG ZEICHNET JOURNALISTEN/INNEN AUS

Die Bedag-Medienpreise «Eugen» bezwecken die Förderung und Unterstützung von allgemeinverständlichen journalistischen Arbeiten in deutscher, französischer und italienischer Sprache aus dem Informatik-Bereich. Für die Auszeichnung steht eine Preissumme von insgesamt 18'000 Franken zur Verfügung.

Bewertet werden Arbeiten von Journalistinnen und Journalisten aus der Schweizer Tages- und Wochenpresse sowie von Schweizerischen Radio- oder Fernsehgesellschaften. Im Internet publizierte Arbeiten werden bewertet, sofern sie in der Art und Weise den Vorgaben für Artikel in den Printmedien entsprechen. Einzusenden sind Beiträge, welche zwischen dem 1. Mai 2007 und dem 30. April 2008 veröffentlicht wurden. Ausgeschlossen sind Arbeiten aus der Fachpresse und aus Special-Interest-Magazinen. Bewerberinnen und Bewerber müssen nachweisen, dass ihr Erwerbseinkommen zu mindestens 70 Prozent aus journalistischer/redaktioneller Tätigkeit stammt. Die eingereichten Arbeiten werden von einer Fachjury getrennt nach zwei Sprachregionen bewertet.

Arbeiten sind einzureichen an:
Fachbereich Medien- und Kommunikationswissenschaft,
«Bedag-Medienpreise», Universität Freiburg,
Boulevard de Piémont 90, 1700 Freiburg,
Telefon 026 300 83 83

Das Reglement ist erhältlich bei:
Bedag Informatik AG
Engelholzerstrasse 12, Postfach 5121, 3001 Bern.
Tel. 031 633 21 21, Fax 031 633 26 28
www.bedag.ch, info@bedag.ch

Einsendeschluss: Freitag, 2. Mai 2008



BEDAG

Mechanismen der Medienbranche - Branchenkunde für Insider und Einsteiger

Die Faszination der Medienbranche ist gross, ebenso ihre Dynamik. Wer in der oder für die Medienwirtschaft tätig sein will, muss sich permanent mit den neuesten Entwicklungen auseinandersetzen. Der Kurs Mechanismen der Medienbranche vermittelt den aktuellen Wissensstand sowohl für Brancheneinsteiger wie auch für bereits im Medienbereich Beschäftigte, die an einer Gesamtschau interessiert sind. Er vermittelt auf kompakte und intensive Weise die aktuellen Grundkenntnisse der Medienbranche. In fünf Modulen thematisiert er aus allen Perspektiven die Rahmenbedingungen von Medien, die Produktions- und Vermarktungsformen, die gesellschaftlichen, technologischen und wirtschaftlichen Entwicklungen von Medien. Zentrale Elemente sind auch die unternehmerische Organisation sowie die Bedeutung von IT in den Medienbetrieben. Der Kurs wird von erfahrenen Dozentinnen und Dozenten mit Praxisbezug durchgeführt.

INFO@MEDIENINSTITUT.CH

MAZ

«New Media Journalism»: Neuer internationaler Kooperations-Masterstudiengang am MAZ

Europäisch vernetzt weiterbilden - ab Wintersemester 2008 in Hamburg, Leipzig, Luzern und Salzburg -
Bewerbungsschluss ist Ende August 2008.

Vier renommierte Medienausbildungsinstitutionen aus drei Ländern bieten erstmals gemeinsam ein akademisches Weiterbildungsprogramm an: «New Media Journalism» - das berufsbegleitende Studium für karrierebewusste Journalisten, Medienmanager und Web-Profis mit einem international anerkannten Master-Titel als Abschluss.

Durchgeführt wird der viersemestrige Studiengang von der Universität Leipzig / Master Media Leipzig; der Akademie für Publizistik, Hamburg; dem Kuratorium für Journalistenausbildung, Salzburg und der Schweizer Journalistenschule MAZ in Luzern.

Die länderübergreifende Zusammenarbeit ist Konzept: internationale Inhalte, Netzwerke als Arbeitsumfeld, Qualitätsmedien und Top-Referenten aus allen drei Ländern. Das internationale Studium ist berufsbegleitend mit Schwerpunkt Cross-Media und bietet künftigen Spitzen-Medienmachern die Möglichkeit, auf akademischem Niveau Crossmedia-Kenntnisse, Führungskompetenzen und

neue Managementtechniken zu erwerben sowie Inhalte und Onlinetechniken verschränkt und berufsnah anzuwenden.

Das Studium besteht aus zehn Modulbausteinen, einem Praktikum und der Masterarbeit. Der Lehrgang startet im Wintersemester 2008. Teilnehmen kann, wer bereits einen Hochschulabschluss besitzt, Berufserfahrung mitbringt und bei einem Auswahlgespräch überzeugt.

Informationen und Anmeldung unter
www.newmediajournalism.de

Begrenzte Teilnehmerzahl! Bewerbungsschluss ist Ende August 2008

Auskunft erteilt:

Frank Hänecke, Studienleiter MAZ

Tel: +41 41 226 33 33

E-Mail: frank.haenecke@maz.ch

FRANK.HAENECKE@MAZ.CH



Schenken Sie sich oder jemandem zu Ostern ein Abo für eine Schweizer Zeitung oder Zeitschrift. Ganz einfach per Mausklick.

Machen Sie ein Geschenk, das man ein ganzes Jahr lang auspacken kann, zum Beispiel eine gefühlvolle Zeitung oder eine spannende Zeitschrift. Unter www.presseabo.ch können Sie unter vielen Titeln Ihr Geschenkaboo ganz einfach per Mausklick auswählen und bestellen. Und vielleicht gewinnen Sie dabei eines von 525 Einkaufsgutscheinen von Coop City im Gesamtwert von CHF 125'000.-

presseabo.ch
DAS ABO-PORTAL DER SCHWEIZER PRESSE

NEUE MITGLIEDER

Willkommen!

Wir begrüssen folgende neue Mitglieder im Verband SCHWEIZER PRESSE:

- B+L Verlags AG, Schlieren
- ea Druck + Verlag AG, Einsiedeln
- Wochenblatt Nordwestschweiz AG, Arlesheim

WALTRAUD.MISTARZ@SCHWEIZERPRESSE.CH

INTERNATIONAL

VDZ-Verlegerreise in die Ukraine vom 15. bis 19. Juni 2008 - potentieller Zielmarkt für Schweizer Publikums- und Fachzeitschriftenverlage

Der VDZ Verband Deutscher Zeitschriftenverleger bietet im Juni dieses Jahres eine Verlegerreise für interessierte Publikums- und Fachzeitschriftenverlage in die Ukraine an.

Eine vom VDZ im letzten Jahr herausgegebene Analyse ergab, dass in der Ukraine noch beträchtliche Wachstumsperspektiven für Zeitschriften bestehen. In Kooperation mit dem VDZ Verband Deutscher Zeitschriftenverleger können auch Mitglieder der SCHWEIZER PRESSE zu vergünstigten Mitgliederpreisen an der dieser Verlegerreise teilnehmen.

Weitere Informationen und Details zum Reiseprogramm finden Sie im Internet ► <http://www.medieninstitut.ch/index.php?id=65>

INFO@MEDIENINSTITUT.CH

PUBLIKATIONEN

Kommunikationsrecht für die Praxis

Journalistinnen und Journalisten sehen sich bei ihrer täglichen Arbeit vermehrt mit rechtlichen Fragen konfrontiert. Urteile, welche den Medienalltag betreffen, sorgen für aktuellen Gesprächsstoff. Sie werfen grundsätzliche Fragen zur Kommunikation in der heutigen Gesellschaft, zum Umgang mit den Medien und ganz allgemeine Fragen der Publizistik und des Journalismus auf.

Das Hand- und Arbeitsbuch für die Praxis vermittelt neben einem allgemeinen Überblick eine breite Darstellung der wichtigsten Rechtsgebiete, mit welchen sich Medien und Medienschaffende auseinandersetzen. Dabei wird besonderes Gewicht auf die zentralen Themenfelder gelegt, welche in der Medienarbeit heute eine wichtige Rolle spielen. Es handelt sich dabei um den zivilrechtlichen Persönlichkeitsschutz, das Recht auf Gegendarstellung, das Medienstrafrecht, das Urheberrecht, das Wettbewerbsrecht, das Radio- und Fernsehrecht, das Datenschutzrecht, das Medienarbeitsrecht und das Werberecht.

Angesichts der zunehmenden Bedeutung der Information und der Kommunikation im gesellschaftlichen Alltag, des immer grösser werdenden Bedarfs an zeitgerechter Kommunikation sowie der damit verbundenen Kommerzialisierung werden nicht zuletzt auch Konzepte zur Qualitätssicherung und Qualitätsentwicklung im Medienbereich dargestellt.

Kommunikationsrecht für die Praxis, Ein Hand- und Arbeitsbuch zur Lösung kommunikations- und medienrechtlicher Fragen, Franz A. Zölch / Rena Zulauf, ca. 290 Seiten, broschiert, ISBN 978-3-7272-9957-5, CHF 52.00, Stämpfli Verlag AG, Bern 2007

CATHERINE.MUELLER@SCHWEIZERPRESSE.CH

Die Zeitung in der Primarstufe

Früh übt sich, wer ein Zeitungsleser werden möchte. Und oftmals ist die Schule der einzige Ort, an dem Kinder Gelegenheit haben, eine Tageszeitung kennen zu lernen. Als medienkundliches Handbuch für Lehrkräfte hat sich in diesem Zusammenhang inzwischen «Die Zeitung in der Grundschule» bewährt.

Nach drei Auflagen liegt das Handbuch nun mit neuem Titel und in überarbeiteter Fassung vor. «Zeitung in der Primarstufe»: Der neue Titel spiegelt, dass nicht mehr allein vom Unterricht an Grundschulen in Deutschland die Rede ist. Eine wesentliche Bereicherung gegenüber den vorangegangenen Auflagen sind die Erfahrungsberichte über die Arbeit mit Schweizer Zeitungen an Schweizer Schulen. Hierbei werden vor allem Unterrichtsideen für die Klassenstufen fünf und sechs vorgestellt. So schildert Bruno Dütsch anschaulich, wie seine sechste Klasse bei einem Interview mit der Züricher Bildungsdirektorin selbst erleben konnte, wie Medienberichterstattung entsteht. Silvia Rötheli erläutert ein Konzept, das ihren Primarschülern den sprachlichen Zugang zur Zeitung erleichterte. Indem die Kinder jeden Tag die Bedeutung eines Fremdworts aus der Zeitung klärten, erweiterten sie spielerisch ihren Wortschatz und konnten Schwierigkeiten beim Textverständnis überwinden.

Stolze Bilanz

Das Projekt «Zeitung in der Primarschule» weist seit der Lancierung in der Deutschschweiz eine sehr beachtliche Bilanz aus: Gesamthaft haben bisher 19 974 Schülerinnen und Schüler aus 1086 Schulklassen teilgenommen.



spielen zu einem idealen Handbuch für die Unterrichtsgestaltung mit einer Tageszeitung macht. Die Autorinnen und Autoren zeigen, dass die Zeitung in der Primarstufe wesentlich mehr sein kann als ein Lesemedium. Sie eignet sich ideal für die Gestaltung eines fächerübergreifenden Unterrichts. Collagen, Wochenplanarbeit nach «Zeitungswochenplänen», Ansätze für den Fremdsprachenunterricht werden vorgestellt. Aber auch hinsichtlich der Unterrichtsbereiche Deutsch, Mathematik, Mensch und Umwelt, Kunst und Sport gibt es Anregungen für themenbezogene und schülerorientierte Arbeitsansätze. Die Lehrerinnen und Lehrer zeigen in ihren Erfahrungsberichten eindrucksvoll, dass während der Projektarbeit mit der Zeitung Lehrplanstoff nicht vernachlässigt werden muss.

Das Buch eröffnet aber auch eine neue Perspektive zur Vermittlung von Medienkompetenz. Schüler müssen an unterschiedliche Medien herangeführt und auf den kompetenten Umgang mit ihnen vorbereitet werden. Das Handbuch zeigt auf, wie Lehrkräfte eine altersgerechte Arbeit mit der Zeitung gestalten können und dadurch Kindern ein hochinteressantes Medium erschliessen, das ihnen zugleich neue Perspektiven für den Kontakt zu ihrer Umwelt erschliessen.

Der Kauf dieses Handbuches ist für Lehrerinnen und Lehrer interessant, wenn sie Anregungen für einzelne Stunden oder Projekte suchen, die durch den Einsatz einer Tageszeitung eine neue oder zusätzliche Dimension erhalten sollen. Die Publikation eignet sich mit ihren Impulsen zur abwechslungsreichen Unterrichtsgestaltung und für die Handbibliothek im Lehrerzimmer. Es kann anregend sein für die Planung von Projekten für einzelne Unterrichtsbereiche oder den fächerübergreifenden Unterricht. Unverzichtbar ist es für Lehrkräfte, die ihren Schülern altersgerecht an das Medium Zeitung heranführen möchten.

Die Zeitung in der Primarstufe, Eva Brand / Peter Brand (Hrsg.), Hahner Verlagsgesellschaft, Aachen-Hahn 2007, 328 Seiten, 28 Euro. ISBN 3-89294-307-9

Gleichzeitig bleibt Bewährtes erhalten, vor allem die Praxisnähe, die den Band mit seiner Fülle von konkreten Bei-

VSW-Katalog der Schweizer Presse 2008

Diese Tage ist die Ausgabe 2008 des Kataloges der Schweizer Presse - Ausgabe Zeitungen - erschienen. Im handlichen Nachschlagewerk finden Sie wiederum alle wesentlichen Basisdaten für die Platzierung von Inseratewerbung in Tagespresse, Regionale Wochenpresse, Sonntagspresse und Publikums-, Finanz-, und Wirtschaftspresse. Alle Angaben wurden mit Stichtag 15. Januar 2008 erhoben.

Im Katalog sind alle dem VSW bekannten Titel unabhängig von Grösse und Bedeutung aufgeführt. Für jeden Titel finden Sie Angaben über Auflage, Erscheinungsweise, Satzspiegel, Spalteneinteilung, Einheitstarife sowie Seitenpreise schwarz/weiss, 2- und 4-farbig. Das Nachschlagewerk ist auf die Gewinnung einer raschen Übersicht ausgelegt und kann auch für einfache Grobbudgetplanungen (Seitenpreise) verwendet werden.

Bestellungen (CHF 35.- + MWST + Versand):

VSW Verband Schweizerischer Werbegesellschaften, Rue Etraz 4, Postfach 5000, 1002 Lausanne, Telefon 021 317 86 67, Telefax 021 317 86 66 oder direkt via Homepage ► <http://www.vsw-assp.ch>

NADJA.NAEGELI@SCHWEIZERPRESSE.CH

AGENDA

Termine SCHWEIZER PRESSE

- 10. März 2008: Departement Ethik, Leitungsausschuss
- 14. März 2008: Departement Nutzermarkt, Leitungsausschuss
- 20. März 2008: Präsidium
- 26. März 2008: Online-Fachtagung
- 2.-4. April 2008: Einstieg in die Verlagsbranche
- 9.-11. April 2008: Führungslehrgang


medienjobs.ch

Online-Stellenportal
für Medien- und
Kommunikationsprofis

IMPRESSUM



Der Verband SCHWEIZER PRESSE ist die Branchenorganisation der schweizerischen Medienunternehmen mit Schwerpunkt Presse. Er vereinigt über 150 Medienunternehmen und branchennahe assoziierte Mitglieder, die zusammen rund 300 Zeitungen und Zeitschriften herausgeben sowie verschiedene elektronische Medien anbieten. Zusammen mit den beiden sprachregionalen Organisationen, PRESSE SUISSE und STAMPA SVIZZERA, setzt sich SCHWEIZER PRESSE für die Wahrung der Interessen der privaten Medienunternehmen in der Schweiz ein. Gegründet wurde der Verband 1899. Sein Sitz ist in Zürich.

Mehr dazu unter: ► www.schweizerpresse.ch



Über das dem Verband angegliederte Medieninstitut verfügt SCHWEIZER PRESSE über die einzige spezifisch medienwirtschaftliche Ausbildungsstätte der Schweiz. Sie bietet angehenden Medienfachleuten und -managern praxisbezogene Kurse an. Das Medieninstitut organisiert zudem die Prüfungen für die eidgenössisch anerkannten Fachausweise und Diplome, sowie verschiedene Fachveranstaltungen.

Mehr dazu unter: ► www.medieninstitut.ch

Nutzen Sie unsere Dienstleistungen!

Der Verband SCHWEIZER PRESSE setzt sich gegenüber Politik, Verwaltung und anderen Organisationen für die Interessen seiner Mitglieder und der Branche ein. Darüber hinaus können die Verbandsmitglieder von einer breiten Palette von Dienstleistungen und Vorteilen profitieren.

Kontakte:

Geschäftsführung: Dr. Hanspeter Kellermüller

► hanspeter.kellermueller@schweizerpresse.ch

Recht, Sozialpartnerschaft, Distribution, Elektronische Medien, Aussenbeziehungen: Catherine Mueller

► catherine.mueller@schweizerpresse.ch

Werbemarkt, Nutzermarkt: Toni Vetterli

► toni.vetterli@schweizerpresse.ch

Bildung, Ethik: Josefa Haas

► josefa.haas@medieninstitut.ch

Telefon: 044 318 64 64

FLASH Newsletter:

Erscheint 10 mal jährlich in einer Auflage von 2000 Ex. Der Newsletter kann unter www.schweizerpresse.ch kostenlos abonniert werden. Abdrucke unter Angabe der Quelle erlaubt.

Herausgeber und Redaktion:

Verband SCHWEIZER PRESSE. Verantwortlich für den redaktionellen Inhalt: ► [Hanspeter Kellermüller](#)

Desktop: ► [Nadja Naegeli](#)

Inseratepreise:

1 Seite: 495.- CHF

1/2 Seite: 360.- CHF



Schenken Sie sich oder jemandem ein Abo für eine Schweizer Zeitung oder Zeitschrift. Ganz einfach per Mausklick.

Machen Sie ein Geschenk, das man ein ganzes Jahr lang auspacken kann, zum Beispiel eine gehaltvolle Zeitung oder eine spannende Zeitschrift. Unter www.presseabo.ch können Sie unter vielen Titeln Ihr Geschenkabo ganz einfach per Mausklick auswählen und bestellen. Und vielleicht gewinnen Sie dabei einen von 525 Einkaufsgutscheinen von Coop City im Gesamtwert von CHF 125'000.-

presseabo.ch
DAS ABO-PORTAL DER SCHWEIZER PRESSE