

„Berliner Stadtmagazine lassen sich schmieren“

[Reptilienfonds-Blog](#) der taz: „Offener Brief der Berliner Buehnen an Zittytip“ (...) „im November haben Sie den Berliner Veranstaltern in einem gemeinsamen Brief mitgeteilt, dass sie ab Januar 2008 die Cine Marketing GmbH mit der Eingabe aller Veranstaltungstermine für [Tip](#) und [Zitty](#) beauftragt haben. Die Daten werden zukünftig nur noch kostenpflichtig erfasst oder sollen von den Veranstaltern selbst in eine Online-Maske eingegeben werden. (...) Die Bühnen der [Spielzeit AG](#) werden Ihnen daher ihre Spielpläne in gewohnter Form übermitteln. Wir werden weder für die Digitalisierung der Daten bezahlen, noch Ihre Eingabemaske benutzen. Maßnahmen, die die Digitalisierung der Daten für uns personalintensiv verkomplizieren oder zu direkten Kosten führen, lehnen wir ab. Eher verzichten wir auf den Abdruck.“ (...) [Vgl. auch [Reptilienfonds-Blog](#): „Tip & Zitty sourcen ihre Kernkompetenz aus“.]

Danke für den Tipp (!) an [Publizistik in Berlin](#) (28.11.2007) „Berliner Stadtmagazine lassen sich schmieren“.