



Ausgabe Wintersemester 2016/17

PUBLIZISSIMUS

Diese Ausgabe ist an der Uni Mainz leider nicht verfügbar.

Das tut uns leid.



STRESS MIT SAGE:

Warum manche Fachzeitschriften nur
noch eingeschränkt verfügbar sind

PRESSEFREIHEIT: Brennpunkt Türkei

PROMINENTER PUBLI-ABBRECHER: Béla Réthy

MINI ME: So sahen die IfPler als Kinder aus

UNZENSIERT: Chinesische Journalistin am Institut



Wrong!

von Elisabeth Neuhaus



Donald J. Trump @realDonaldTrump · Now

Publizissimus is a totally overrated clown who speaks without knowing the facts.

RETWEETS 1419 FAVORITES 2821



9:25 AM - 23 Jan 2017 · Details



Liebe Leserinnen und Leser,

wir leben in einer Welt, in der jeder alles sein kann. Marc Terenzi Dschungelkönig bei RTL, Günther Oettinger viele Jahre lang EU-Digitalkommissar, Donald Trump der amtierende Präsident der Vereinigten Staaten. Und als ob das alles nicht schon schlimm genug wäre, können neuerdings auch Unwahrheiten in eine Rolle schlüpfen, die ihnen eigentlich widerspricht, und als Fakten um die Welt gehen. „Alternative Fakten“ zwar, so bezeichnete sie jüngst eine Beraterin des Weißen Hauses und machte mit diesem Begriff Schlagzeilen — aber der Weg zur Wahrheit, so suggeriert es die Umschreibung, ist eben nicht mehr ganz so lang wie bei der Lüge. Als gäbe es etwas, eine Art Aggregatzustand, der zwischen wahr und falsch liegt.

Tatsachen so lange zurechtdrehen und justieren, bis sie im Sinne des Absenders sitzen, so lange, bis aus „Fake News“ alternative Wahrheiten werden: Das können auch einige Medienangebote, die sich passenderweise ausdrücklich als „Alternative“ zum Medien-Establishment sehen. Sie setzen die Realitätsverdrehung dazu ein, ihre politischen Botschaften an ein größtmögliches Publikum zu bringen. Eines dieser Angebote ist die rechtspopulistische US-Nachrichtenseite Breitbart News. Elena Reinhard hat in ihrem Bericht über die Seite ausgelotet, was der deutschen Medienlandschaft bevorsteht, wenn ein Ableger von Breitbart, wie angekündigt, auch in Deutschland online geht. Ihr Fazit findet Ihr auf Seite 15.

Deutlich erfreulicher ist im Gegensatz dazu eine Entwicklung, die Deutschland bereits

erreicht hat: Die Verwertungsgesellschaft für Musikrechte GEMA hat sich mit Youtube nach zähem und langem Streit auf ein Vergütungsmodell für das Abrufen von Musikvideos geeinigt. Seit Anfang November können sich die Nutzer somit wieder durch die Plattform klicken — ohne sich über die garstige rote Sperrtafel ärgern zu müssen. Dafür gibt es nun für Mainzer Studis an anderer Stelle Zugangsbeschränkungen. Denn seit Jahresbeginn sind aktuelle Ausgaben von (den meisten) Zeitschriften des Wissenschaftsverlags Sage nicht mehr verfügbar. Grund für den Abgang ist ein ausgelaufener Vertrag der Deutschen Forschungsgemeinschaft (DFG), durch den in den vergangenen Jahren die aktuellen Jahrgänge von Titeln aus dem Sage-Verlag bereitgestellt wurden. Sowohl für Studierende als auch für das wissenschaftliche Personal bedeutet das eine Verschlechterung der Forschungsbedingungen. Wie es zu der aktuellen Situation kam und welche Zeitschriften von der neuen Regelung ausgenommen sind, könnt Ihr ab Seite 19 nachlesen.

Jetzt, da Dozenten viele aktuelle Sage-Ausgaben nicht mehr lesen können, haben sie womöglich mehr Zeit, unsere Hausarbeiten zu korrigieren. Oder etwa nicht? Die durchschnittlichen Korrekturzeiten waren vielen Studierenden bislang ein Dorn im Auge. Mehrere Monate soll manch einer schon auf eine Hausarbeitsnote gewartet haben. Dass das beiden Seiten nicht besonders viel Spaß macht, ist klar. Aber wieso dauert das überhaupt so lange? Das haben sich Carolin Wollschied und Anne Lindlar gefragt und am Institut nachgehakt. Auf Seite 23 haben die beiden ihre Rechercheergebnisse aufgeschrieben.

Für Verspätungen im laufenden Semester müssen auch wir die Schuld auf uns nehmen, denn wir haben die Dozenten darum gebeten, für uns ihre alten Fotoalben auszugraben und uns Kinderfotos von sich zur Verfügung zu stellen. Die Mini-Versionen von Gregor Daschmann, Vanessa Zauner und Co. findet Ihr auf Seite 27. Könnt Ihr erraten, welcher Junior-Publizist hinter welchem Bild steckt? Die Auflösung steht am Ende dieses Hefts.

Fast genauso weit wie die Kinderfotos liegt für viele von uns wohl die Nutzung des Instant-Messaging-Dienstes ICQ zurück. Zumindest fühlt es sich so an. Sarina Metzger hat sich der Sache angenommen und aufgearbeitet, was aus der Chat-Plattform geworden ist. Lest auf Seite 43, worauf sie bei ihren Nachforschungen gestoßen ist — und wie ihre ICQ-Nummer lautet...

Wenn wir schon beim Alter sind: Eine eher betagtere Zielgruppe möchte offenbar die Zeitschrift „Meine Schuld“ des Martin-Krüger-Verlages ansprechen. Laura Jentgens hat das Heft für uns gelesen und dabei äußerst skurrile Berichte entdeckt (Seite 34). Ob diese Geschichten wirklich so passiert sind, wissen wir nicht. Aber wer weiß das heute schon noch.

Wir glauben jedenfalls weiter an die Wahrheit. Der Publizissimus bleibt Fake-News-frei. Auch wenn Donald Trump uns das höchstwahrscheinlich nicht so bescheinigen würde. Auf weitere böse Tweets von ihm sind wir gefasst.

Viel Spaß bei der Lektüre!

IMPRESSUM

Publizissimus
Ausgabe 01/2017

Chefredaktion (V.i.S.d.P.):

Elisabeth Neuhaus

Layout: Saskia Bender, Greta Pässler

Logo: Richard Lemke

Titelbild: Elisabeth Neuhaus (Idee: Tobias Lentz)

Herausgeber:



Fachschaftsrat Publizistik

Auflage: 700

Druck:

Zentraldruckerei (Uni Mainz),
mit freundlicher Unterstützung des



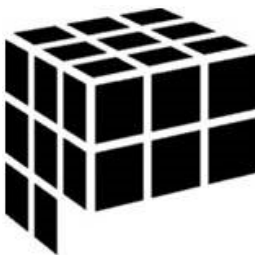
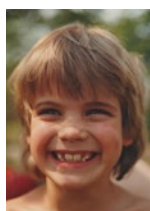
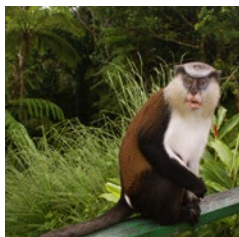
Redaktionsadresse:

Publizissimus-Redaktion
c/o Fachschaftsrat Publizistik
Georg-Forster-Gebäude
Jakob-Welder-Weg 12
55099 Mainz

Kontakt: publizissimus@uni-mainz.de

Autoren:

Duygu Aksoy, Selina Beckmann, Saskia Bender,
Chantal Berg, Pauline Bieske, Gloria Geyer, Laura
Hennemann, Maike Höpp, Jessica Hofacker,
Laura Jentges, Margarytna Korytna, Julia Leipe,
Tobias Lentz, Daniela Lenz, Anne Lindlar, Sarina
Metzger, Elisabeth Neuhaus, Greta Pässler, Lotta
Pommerien, Franziska Pröll, Henrik Rampe,
Elena Reinhard, Rebecca Reinhard, Katharina
Reul, Pascal Schneiders, Lina Wattad, Lisa Winter,
Carolin Wollschied



INHALTSVERZEICHNIS

2 **Editorial**
3 **Impressum / Inhalt**
4 **Vor 30 Jahren**

Neu am Institut

5 Lutz Hofer
6 Johannes Beckert
7 Stephanie Kienzler
8 Sabine Kieslich
9 Fiona Hui Hui

Digitales:

11 Was kann Funk?
14 Macht Facebook glücklich?
15 Breitbart-News
17 Google-Wissen
18 **Meinung:** Business Insider und Focus Online

19 **Titel:** Eine Frage des Geldes

22 Ein # und seine Geschichte
23 **Inside IfP:** Der Weg einer Hausarbeitsnote
24 **Publparty:** Impressionen
25 Alumni-Talk
26 Publis und ihre Projekte
27 **Quiz:** Vom Kinderzimmer in den Hörsaal
29 Frag Dr. med(ia)
30 Der ewig arme Publi-Student?
31 Das Journalisten-Genre der Träume
34 **Journaille:** Meine Schuld

Ehemalige:

35 Béla Réthy
37 Caroline Wiemann

39 Meinungsfreiheit Aserbaidshan
41 Pressefreiheit Türkei
43 **Was wurde aus...** ICQ, Heftig.co und MTV?
46 Medien in den Medien
49 **Publizissimus-Preis:** Volker Stöckemann
51 **Au revoir:** ZDFkultur und EinsPlus
53 In eigener Sache
55 Was ist das für 1 Autor?
59 **Kolumne:** Erasmus vs. Gutenberg

Rasenmäher und andere Gefahren

von Pauline Bieske

Was war so los am Institut vor 30 Jahren? Mal wieder eine ganze Menge: von der Gründung von „Communicate“ und Fahrradunfällen bis hin zu studentischen Ambitionen, Arbeitsplätze zu sichern...

Vor 30 Jahren machte der Anteil der PR im Mainzer Publizistik-Studium „2,88% des Gesamtangebots von 96 Wochenstunden“ aus. Das passte so gar nicht zu der 1985 vom Institut durchgeführten Befragung der Publizistik-Studierenden. Diese ergab nämlich, dass etwa ein Drittel der Studis in die „Werbung und/oder Öffentlichkeitsarbeit“ gehen wollte. Um zumindest auf freiwilliger Basis mehr PR(-Praxis) ins Studium einfließen zu lassen, wurde „Communicate“ gegründet. Die Studierendeninitiative für Marketing und Medien dürfte den meisten Lesern ein Begriff sein: Es gibt sie noch heute.

Im Zuge der Gründung plädierte ein Publizissimus-Autor nicht nur dafür, „Communicate“ zu unterstützen, sondern tatsächlich auch dafür, sich kommunikationswissenschaftlich mehr mit der dunklen Seite der Macht (Öffentlichkeitsarbeit) zu beschäftigen. Denn bisher sei die thematische Auseinandersetzung mit der PR meist nur auf starren Teilbereichen wie der Abgrenzung zur Werbung ausgegangen. Man solle sich nach Meinung des Autors aber auch fragen, „warum PR immer mehr in den Mittelpunkt gesellschaftlicher Kommunikation rückt“. Die Öffentlichkeitsarbeit biete da ein interessantes „Feld von Untersuchungsmöglichkeiten“.

Publizissimus in Gefahr

Man mag es kaum glauben: Nach zwölf Jahren stand der Publizissimus im Jahre 1987 fast vor dem Aus. Denn während sich die Kernredaktion auf ihre Abschlussprüfungen vorbereitete, herrschte in

der Redaktion chronischer Autorenmangel. Also rief die Stammredaktion die Mitarbeiter dazu auf, ihren „LAHMARSCH bitte mal wieder in Richtung Redaktion [zu] bewegen“. Denn was wären die Publizistik-Studis schon ohne eigene Zeitung, die „die neuesten Gerüchte“ erzählt und die „komplexen Intrigen“ entwirrt?

Rasenmäher und Schmutzfinken

Schon mal was von Rasenmäher-Journalismus gehört? Das ist der damaligen Redaktion zufolge ein Muss für „echte Publexoten“. Bei dieser Form des Journalismus würden Themen an beliebigen Details aufgehängt und oberflächlich abgehandelt, davon dann zu verwandten Themen übergeleitet, um schließlich wahllos zu irgendwelchen Sujets zu springen. So erspare man sich lästiges Recherchieren. Die Vermischung von Tatsachen und Meinungen sei Ehrensache. Unter dem Thema „WAS IST LOS AM INSTITUT“ balancierte die Redaktion nach Rasenmäher-Journalismus-Manier auf dem Rasenmäher-Messer der nicht ganz so ernst gemeinten Kritik. Da wären zum Beispiel die „drei (!) Fahrradunfälle mit Bruch- und Stauchfolge“, die durch alkoholisiertes Radfahren nach der Publizisten-Fete zustande gekommen waren. Zur Vorbeugung solcher Unfälle bei den nächsten Partys hatte der Publizissimus natürlich eine Lösung parat: Die Studierenden sollten in Zukunft lieber mit dem Auto kommen. Die betrunkenen Autofahrer seien nämlich unverletzt geblieben. Auch erwähnt wurden der polnische Gastdozent, der gleichzeitig Geografie-Unterricht erteilte oder



Bild: Archiv

das Fest der Freude, welches die Teilnehmer eines Seminars von Elisabeth Noelle-Neumann erleben, als sie ihnen handsignierte Ausgaben der „Schweigespирale“ schenkte. Ob Kepingers „geniale Rasenmäher-Vorlesung“ Ideengeber für diesen Artikel war? Dieser schien, den Autoren zufolge, nämlich nicht sehr begeistert von seiner Vorlesung „Journalismus als Berufung“ zu sein und erzählte deshalb lieber Geschichten „über Gott, die Welt und das Institut“.

Am Ende des Artikels rufen die Autoren dazu auf, den Rasenmäher-Journalismus einmal selbst auszuprobieren. Denn dies böte die einmalige Gelegenheit, fünf bis zehn Gerichtsverfahren wegen übler Nachrede gleichzeitig zu führen.

Es gab aber auch ernst gemeinte Kritik im Publizissimus. Diese traf in der Ausgabe aber weniger die Universität beziehungsweise das Institut, als die Studierenden selbst. So regten sich die Autoren über schmutzige Esstische im Philosophicum auf. Sie philosophierten darüber, ob die betreffenden Studenten a) zu faul seien, um zwei Meter zu einem Papierkorb zurückzulegen, b) so erzogen worden seien, dass ihnen zu Hause eine Putzfrau nachlaufe, c) der Meinung seien, einen Protest gegen das bestehende Personalsystem ausführen zu müssen oder d) daran interessiert seien, die Arbeitsplätze der Putzkolonne zu sichern.

Putzfrau oder Arbeitsplatzsicherung? Diese Frage könnte man heute wohl genauso gut stellen. Diesmal in Bezug auf die Toiletten im GFG.



Zwischen Wissenschaft und Startup-Leben

von Maike Höpp & Katharina Reul

Lutz Hofer verstärkt das Team des IfP seit diesem Wintersemester – und das nicht nur in Lehre und Forschung. Als Mitarbeiter im Studienbüro hat Hofer auch immer ein offenes Ohr für Studierende. Mit dem Publizissimus hat er über seine Zeit in Amsterdam, alte Bekannte am Institut und seine Startup-Erfahrungen gesprochen.

Herr Hofer, bevor Sie nach Mainz gekommen sind, haben Sie in Düsseldorf, Amsterdam, Mannheim und sogar in New York gelebt – was hat Sie jetzt nach Mainz verschlagen?

Einer der Gründe dafür ist, dass ich hier die Möglichkeit habe, meine Promotion zu Ende zu führen. Ein weiterer ist ganz einfach: das Institut. Ich kenne viele der Kolleginnen und Kollegen hier schon sehr lange und finde, dass es ein sehr produktiver Ort zum Arbeiten ist. Thomas Koch kenne ich schon seit meiner Zeit in Nürnberg, andere Kollegen von Konferenzen. Mir war immer klar, dass ich mich am IfP bewerben werde, sollte eine Stelle ausgeschrieben sein.

Einige Studierende kennen Sie bereits aus dem Studienbüro. Gleichzeitig sind Sie in der Forschung und der Lehre tätig. Gibt es einen Bereich, der Ihnen am meisten Spaß macht?

Das ist eine schwierige Frage, weil es sehr unterschiedliche Aufgaben sind. Bei der Arbeit im Studienbüro kann ich viele der Dinge kombinieren, die ich gerne mache: Organisieren, Kontakt mit verschiedenen Menschen haben. Am Ende des Tages hat man immer das Gefühl, wirklich etwas geschafft zu haben. Dieses Gefühl haben Sie in der Wissenschaft nicht unbedingt. Forschungsarbeit kann ein sehr mühsamer und zeitweise einsamer Prozess sein. Da muss man sich selbst häufig klarmachen, dass man gerade gearbeitet und nicht einfach herumgesessen und „nur gedacht“ hat. Gleichzeitig aber kann man sich in ein Thema vertiefen – immer mit dem Ziel, die Gesellschaft

ein klein wenig besser zu machen – und wird dafür sogar noch bezahlt, das ist fantastisch! Auch die Lehre gefällt mir gut. Man vermittelt den Studierenden Wissen, das sie in ihrem späteren Leben gebrauchen können und bekommt direktes Feedback.

Seit Ihrem Abitur 1999 haben Sie entweder studiert oder waren an einer Universität beschäftigt – haben Sie nicht das Gefühl, einmal etwas Anderes tun zu wollen? Das Gefühl hatte ich bisher gar nicht. Zum einen finde ich die Arbeit an der Uni sehr interessant, zum anderen war die Zeit sehr abwechslungsreich. Ich habe ein Jahr in einer PR-Agentur gearbeitet und mich in Amsterdam für einige Zeit als Kommunikationsberater selbstständig gemacht. Zudem hatte ich durch Praktika und Nebenjobs während des Studiums immer einen Ausgleich zwischen Theorie und Praxis.

Vor und nach Ihrem Studium haben Sie gleich zwei Startups gegründet. Was waren das für Unternehmen und wie haben Sie die Zeit damals wahrgenommen?

Das erste Startup habe ich mit zwei Freunden zwischen der Schul- und Zivildienstzeit gegründet. Wir haben für verschiedene Firmen Internetseiten aufgebaut und gestaltet. Es war eine interessante Zeit, irgendwann hat sich das Ganze jedoch aufgelöst und jeder ist seinen Weg gegangen. Das zweite Startup habe ich dann in Amsterdam gegründet: Eine Beratungsagentur für Niederländer, die geschäftlich mit Deutschland zu tun haben. Ich habe unter anderem eine Stiftung über mediale

und politische Unterschiede zwischen den beiden Ländern beraten. Das Projekt hatte dann auch ziemlich schnell Erfolg in mehreren Ländern.

Sind Sie bei diesem Startup immer noch aktiv dabei?

Nein, leider nicht. Ich habe hier einen Vollzeitjob, der mich in Anspruch nimmt.

Sie haben mehrmals Amsterdam angesprochen, wo sie eine Zeit lang gelebt haben. Welchen Ort sollte man bei einer Reise dorthin unbedingt gesehen haben?

Es ist eine unglaublich schöne, internationale, lebendige und auch kulturelle Stadt, die einem sehr viel Freiraum ermöglicht. Ein Muss ist auf jeden Fall die Bibliothek. Das ist wahrscheinlich auch die Nerd-Antwort, die Sie von mir erwartet haben. Von der obersten Etage hat man einen sehr schönen, kostenlosen Blick über den gesamten Innenstadt-Gürtel. Die typischen Touristenattraktionen kann man sich hingegen getrost sparen.

Was machen Sie in Ihrer Freizeit?

Ich habe lange Geige gespielt, Improvisationstheater beziehungsweise Impro-Comedy gemacht und in einem Chor gesungen. Diese Hobbys ruhen aber leider zurzeit. Grundsätzlich mag ich das, was alle gerne machen: sich mit Freunden treffen, rausgehen, mal einen Kaffee trinken – oder ein Bierchen...

Vielen Dank für das Gespräch, Herr Hofer!

Eine Schwarzwälder Spezialität

von Elisabeth Neuhaus

Johannes Beckert und das IfP. Zwei Institutionen der Mainzer Universität bleiben bis auf weiteres miteinander verbandelt. Der ehemalige Publizissimus-Pressesprecher hat die Seiten gewechselt und am Arbeitsbereich für Unternehmenskommunikation offiziell seine Wissenschaftskarriere gestartet. Was ihn am Journalismus nervt und wie er einmal fast einen Shitstorm anzettelte: Beckert im Interview.

Johannes, ich war vor einigen Wochen in Freiburg. Überall gab es Wurstsalat. Weil man munkelt, dass Du den gerne isst, habe ich Dir einen mitgebracht¹. Kommen da Heimatgefühle auf?

Danke! Wurstsalat habe ich schon immer gerne gegessen, ihn aber nie als typisch für die Region wahrgenommen, aus der ich komme (Titisee-Neustadt, Anm. d. Red.). Deshalb habe ich jetzt nur mittelgroße Heimatgefühle. Mit Schwarzwälder Schinken, Kirschtorte oder einer Kuckucksuhr hätte das vielleicht besser funktioniert.

Zu offensichtlich... Deine zweite Heimat ist ohnehin das IfP. Du warst lange im Fachschaftsrat aktiv, hast als HiWi in verschiedenen Projekten mitgearbeitet und wissenschaftliche Vorträge gehalten. Wann war für Dich klar, dass Du mal als Mitarbeiter am IfP Dein Geld verdienen willst?

Das war in der Übergangszeit vom Bachelor zum Master. Damals habe ich das Seminar Online-Kommunikation bei Ilka Jakobs belegt. Das war montagmorgens um acht, deswegen wollte ich da eigentlich gar nicht hin. Jogustine sah das aber anders. Im Endeffekt war es super, weil wir dank einer überschaubaren Kursgröße intensiv an einem Forschungsprojekt arbeiten konnten. Da habe ich gemerkt: Wissenschaftliches Arbeiten macht mir Spaß. Als es dann darum ging, mich für einen Master zu entscheiden, habe ich deshalb Kommunikationswissenschaft gewählt. UK hätte mich auch interessiert. Im Endeffekt bin ich jetzt auch so hier gelandet, was schön ist.

Schon während der Studienzeit warst Du vor allem in der PR unterwegs.

Das stimmt, ich habe fast nirgends rein redaktionell gearbeitet. Außer beim Publizissimus. Da habe ich aber recht schnell gemerkt, dass ich kein Journalist werden möchte.

Warum?

Am journalistischen Arbeiten stört mich, dass man vielen Leuten hinterherrennen und unangenehme Fragen stellen muss. So zu arbeiten, setzt eine gewisse Veranlagung voraus. Wenn man die nicht hat, ist es schwer, sich da zurechtzufinden. Das hat mich persönlich abgeschreckt.

Am Institut bist Du quasi ein Urgestein, auf Instagram aber ein Spätzünder. Erst vor Kurzem hast Du Dir einen Account zugelegt. Fühlst Du Dich als PR-Wissenschaftler nun dazu verpflichtet, auf mehr sozialen Plattformen vertreten zu sein?

Ich betreue gerade eine Abschlussarbeit, in der es um Instagram geht. In erster Linie habe ich mir deshalb die App heruntergeladen. Ein begnadeter Fotograf bin ich nämlich nicht.

In Deiner Bachelorarbeit hast Du Dich mit Shitstorms beschäftigt. Hast Du Dich schon mal selbst an einem beteiligt?

Nein.

Ich erinnere mich an eine öffentliche Nachricht an die MVG, die Du vor Monaten auf Facebook verfasst hast. Damit hättest Du immerhin einen anzetteln können...

Ja, in diesem Fall wäre ich wohl der Auslöser gewesen, wenn es zu einem Shitstorm gekommen wäre. Ich hatte aber nicht die Absicht, sowas ins Rollen zu bringen. Damals habe ich mich über einige Bus-



Bild: Elisabeth Neuhaus

fahrer aufgeregt und dachte, dass der Sache eher nachgegangen wird, wenn ich sie öffentlich teile.

Hast Du schon ein Thema für Deine Dissertation?

Gerade arbeiten wir an mehreren Studien zur Wirkung von Native Advertising. In Deutschland ist dieses Phänomen noch ziemlich unerforscht, in diese Bresche möchte ich mit meiner Dissertation springen.

Kritiker sagen, Native Advertising führe Leser hinters Licht.

Es ist sicherlich eine subtile Art der Beeinflussung. Ob das moralisch vertretbar ist, hängt von der Perspektive ab. Aus ökonomischen Gesichtspunkten ist es mit Sicherheit positiv. Als Forscher sollte man da offen herangehen, anstatt es von vornherein zu verurteilen.

Wird man Dich in 20 Jahren mit Prof. Dr. ansprechen dürfen?

So weit will ich mich nicht aus dem Fenster lehnen. Es kann gut sein, dass ich jetzt Spaß an der Forschungsarbeit habe, mir aber in vier oder fünf Jahren alles so auf die Nerven geht, dass ich nach der Promotion in die Praxis gehe. Vielleicht bleibe ich aber auch in der Wissenschaft. Das sind Sachen, die schwer planbar sind. Im Endeffekt ist es genauso wie im Bachelorstudium, als man noch alle Möglichkeiten hatte, in welche Richtung man geht. So ist es bei mir jetzt auch. Das „Festlegen“ kommt später.

Danke für das Gespräch, Johannes!

¹ Aus logistischen und lebensmittelchemischen Gründen in Mainz, nicht in Freiburg gekauft.

Über Zellen und Medien

von Daniela Lenz

Von Hohenheim über New York nach Mainz: Stephanie Kienzler ist seit Oktober Teil des Medienmanagement-Teams. Mit uns hat sie über Scheuklappen in Zeiten steigender Vielfalt gesprochen – und uns erklärt, warum sie lieber auf einen Job im Labor verzichtet.



Bild: Daniela Lenz

Frau Kienzler, im Namen der Publizismus-Redaktion erst einmal herzlich willkommen an der Uni Mainz. Haben Sie sich schon gut eingelebt?

Ich habe mich schon ganz gut eingelebt, ja. Ich muss dazu sagen, dass ich in Frankfurt wohne und nicht in Mainz, aber am Institut habe ich mich sehr schnell sehr wohl gefühlt. Mir ist hier ein wirklich herzlicher Empfang bereitet worden und ich freue mich, dass ich hier sein darf.

Das freut uns. Sie waren für Ihre Dissertation unter anderem in Zürich und New York. Welche Stadt ist denn Ihr bisheriger Favorit und warum?

Wenn ich das komplette Institut nach New York verlagern könnte, würde ich nicht nein sagen. Die Stadt ist schwer zu toppen, ich schätze dort die Vielfalt der Leute und dass das Zusammenleben einigermaßen gut zu funktionieren scheint. Das spiegelt sich auch im kulturellen und kulinarischen Angebot wieder. Was ich in dem Jahr in New York alles gegessen habe ist wirklich faszinierend (lacht). Wenn man einfach nur durch die einzelnen Stadtviertel geht, die alle so einen unterschiedlichen Charakter haben, bekommt man das Gefühl, man hat ganz viele verschiedene Städte an einem Ort.

Vielfalt haben Sie ja auch in Ihrem Beruf. Sie haben zum Thema „Einflussfaktoren auf Werbeinvestitionen“ promoviert. Das klingt weniger nach Kommunikationswissenschaft als nach Marketing. Wie kamen Sie darauf?

Das stimmt. Das Thema ist im Rahmen eines Drittmittelprojekts mit dem Titel „Medien im Sog des Werbewandels“ entstanden. Aufhänger war die Bedeutung der Werbeeinnahmen für die Medienfinanzierung. Die vorgelagerte Frage, von welchen Faktoren die Höhe der Werbeinvestitionen beeinflusst werden, habe ich mir dann in der Dissertation näher angeschaut.

Wollten Sie denn schon immer „irgendwas mit Medien“ machen?

(lacht) Ja, das würde ich so unterschreiben. Ich habe nach dem Abi, wie so viele wahrscheinlich, keinen genauen Plan gehabt. Ich hatte eigentlich zwei Sachen im Kopf: Entweder ich mache etwas in Richtung Biologie beziehungsweise Medizin oder eben Medien. Ich habe mich damals auf Studiengänge wie Molekulare Medizin und Kommunikationswissenschaft beworben. Als ich dann die Zusage für „KoWi“ aus Hohenheim hatte, war klar, ich mache irgendwas mit Medien. Die Vorstellung, dass ich viele Tage im Labor mit irgendwelchen Tieren und Zellen verbringe, fand ich dann doch schwierig.

Sie sind jetzt doch in der Forschung gelandet, nur eben nicht im Labor. Was macht Ihnen an Ihrer Arbeit am meisten Spaß?

Ich lehre tatsächlich gerne, für manche ist das eher ein lästiges Übel, das man machen muss. Aber ich finde es schön, wenn man Leuten etwas mitgeben oder sie irgendwie inspirieren kann und man den direkten Austausch und das Feedback hat. Das finde ich umgekehrt oft das Schwierige an der Forschung. Da hat man manchmal das Gefühl, man

sei allein auf weiter Flur. Ich finde es aber auch spannend, sich in ein Thema einzufuchsen und zu überlegen, wie man das, was schon geforscht wurde, irgendwie weiterentwickeln kann. Gerade das Zusammenspiel von beidem ist sehr schön.

Gibt es etwas, von dem Sie sagen, dass man es in seiner Studienzeit unbedingt gemacht haben sollte?

Ich würde jedem empfehlen ins Ausland zu gehen, in einer anderen Stadt zu leben, in einer anderen Kultur. Das ist erstmal viel Aufwand und anfangs ist es vielleicht auch schwer, sich von allem Vertrauten zu lösen und sich in eine neue Welt zu stürzen, aber man bekommt auch viel zurück und es ist sehr horizontenerweiternd.

Zum Abschluss: Was würden Sie den IfP-Studierenden und künftigen Medienschaffenden mit auf den Weg geben?

Ich glaube, dass man sich die Offenheit bewahren sollte, sich auch auf andere Meinungen, andere Themen einzulassen. Und dass man in der heutigen Zeit, in der man mit mehr Diversität konfrontiert ist, nicht die Scheuklappen aufsetzt, sondern aufgeschlossen bleibt gegenüber allem, was man vielleicht noch nicht kennt. Das finde ich sehr wichtig.

Vielen Dank für das Interview, Frau Kienzler!

Bild: Sabine Kieslich



„Der Geist ist der gleiche geblieben“

von Lisa Winter

Der Journalismus zieht sich wie ein roter Faden durch das Leben von Sabine Kieslich. Neben ihrem Journalismus-Studium in Mainz arbeitete sie für Verlage, schrieb für Zeitungen wie die FAZ oder die Welt und ging anschließend nach Tübingen. Nun ist Kieslich als Wissenschaftliche Mitarbeiterin ans Journalistische Seminar zurückgekehrt.

Frau Kieslich, wie kommt man von der Buchhandlung in den Journalismus?

Das war in der Tat ein längerer Weg. Nach dem Abi habe ich mich gefragt, was ich machen will. Ich war mir damals eigentlich nur sicher, dass ich zunächst gerne arbeiten wollte und nicht direkt von der Schule ins Studium. Es war eher Zufall, dass ich dann sofort einen Ausbildungsplatz in einer Buchhandlung bekommen habe. Nach der Ausbildung hatte ich dann doch Lust zu studieren. Der Buchhandel ist schön, aber ich wollte auch noch etwas anderes kennenlernen.

Sie und die JGU verbindet eine lange Geschichte. Was gefällt Ihnen hier so gut?

Ich schätze besonders das Journalistische Seminar. Ich finde, dass das eine ganz besondere und tolle Einrichtung ist. Schon während meiner Studienzeit habe ich hier sehr viel und sehr intensiv gelernt. Es war eine sehr bewegte Zeit. Nach meinem Abschluss fühlte ich mich fit für den Journalismus. Mit dem Handwerkskoffer, den ich am Seminar mitgekriegt habe, bin ich immer sehr gut gefahren. Und auch heute können die Studierenden das, was sie hier lernen, in ihren Praktika sofort anwenden.

Was hat sich seit Ihrer Studienzeit am Journalistischen Seminar verändert?

Obwohl sich Journalismus stets im Wandel befindet - denken Sie nur an die Digitalisierung -, ist der Geist, der hier immer geherrscht hat, bis heute erhalten geblieben. Natürlich müssen wir unsere Lehre an die neuen Entwicklungen anpassen. Ich bin mir aber sicher, dass die Qualität der Ausbildung erhalten bleiben wird.

Sie haben zwei Jahre als wissenschaftliche Mitarbeiterin am Institut für Medienwissenschaft der Uni Tübingen gearbeitet. Wieso sind Sie wieder nach Mainz gewechselt?

Tübingen ist eine schöne Stadt. Außerdem wohnt mein Lebensgefährte dort. Ich war dann aber nur zwei Jahre da, weil mir der Journalismus gefehlt hat. In Tübingen gibt es zwar auch eine ganze Menge interessanter Angebote, praktischer Journalismus ist dort aber nicht der Schwerpunkt. Auch lassen sich Lehrredaktionen nicht mit der gleichen Intensität durchführen. Hier in Mainz fühle ich mich sinnvoller eingesetzt.

Wie gut lassen sich Journalismusforschung und praktischer Journalismus miteinander vereinbaren?

Nach dem Journalismus-Studium habe ich eine Zeit lang sehr intensiv als Freie gearbeitet und es sogar geschafft, mich davon zu ernähren. Jetzt habe ich in Mainz eine volle Stelle und muss mich neben der Lehre erst einmal einleben und organisieren. Deswegen tritt meine eigene journalistische Tätigkeit gerade etwas in den Hintergrund. In Zukunft würde ich gerne an der einen oder anderen wissenschaftlichen Publikation mitwirken, zum Beispiel zu Schleichwerbung oder Themen der Medienethik. Ob da Zeit bleibt, nebenher für eine Zeitung zu schreiben, wird sich zeigen.

Was gefällt Ihnen besser, die freie Mitarbeit oder die Arbeit an der Uni?

Das kann man gar nicht miteinander vergleichen. Schön ist es natürlich, wenn man einen festen Job

hat und nebenher vielleicht das ein oder andere zusätzlich machen kann. Wenn man sich als freie Journalistin ernähren muss, kann das sehr belastend sein. Man muss immer zusehen, dass man genügend Aufträge bekommt. Manchmal sitzt du da und es kommt kein Auftrag und dann plötzlich vier auf einmal. Nie hat man die Sicherheit, dass es am Ende klappt und man auf sein Geld kommt. Das ist schwer zu koordinieren.

Was würden Sie angehenden Journalisten mit auf den Weg geben?

Wer eine Leidenschaft für den Journalismus hat, soll dem Weg auch folgen. Es gibt immer noch gute Jobs. Oft kriegt man auch über Praktika einen Fuß in die Tür. Eine Garantie auf Festanstellung gibt es heute aber immer seltener. Selbstständigkeit ist aber auch eine Typfrage. Manche Leute lieben das, andere empfinden es als großen Druck. Da sollte man sich selbst gut prüfen. Im Journalismus muss man sich außerdem vermarkten können. Es bringt wenig, wenn man gut schreibt, seine Sachen aber nicht an den Mann bringt. Man sollte nicht zu introvertiert sein und den Redaktionen die eigenen Werke aktiv anbieten. Wenn sich jemand so einschätzt, das journalistische Handwerk beherrscht und mit seinen Themen vielleicht noch eine Nische besetzt, steht ihm nichts im Weg.

Vielen Dank, Frau Kieslich!



Bild: Fiona Hui Hui

„In gewisser Weise sind wir eine Propagandamaschine“

von Gloria Geyer

Was kann China von deutschen Digitalisierungsstrategien lernen? Das erforscht Fiona Hui Hui, die seit Ende August im Rahmen eines einjährigen Stipendiums am Institut für Publizistik tätig ist. In ihrem Heimatland China studierte Hui Hui International Studies und Wirtschaft, für ihren Master ging sie in die USA. Nun arbeitet sie als Journalistin beim chinesischen Staatsfernsehen CCTV. Für wie frei hält sie die Presse in China?

Sie arbeiten beim chinesischen Staatsfernsehen CCTV. Wieso haben Sie sich dort beworben?

Ich arbeite dort im Ressort Gesellschaft und Recht. Dafür habe ich mich entschieden, weil ich der Gesellschaft etwas zurückgeben will. Ich berichte dort zum Beispiel über die weniger Privilegierten der Gesellschaft, die ansonsten nicht so viel mediale Aufmerksamkeit erhalten. Ich beschäftige mich in den Berichten beispielsweise mit Migrantenkindern, die aus ländlichen Gegenden in große Städte

ziehen. Sie lassen ihre Familien hinter sich. Oftmals haben sie psychische Probleme. Ich möchte die Geschichten dieser Kinder veröffentlichen und die Thematik so mehr Menschen näherbringen.

Wie ist das Programm aufgebaut?

Eine Sendung dauert insgesamt 30 Minuten, 20 Minuten davon haben wir Zeit, eine „Story“ zu erzählen, da gerade persönliche Geschichten die Aufmerksamkeit der Zuschauer auf sich ziehen. Danach gibt es Experten, die über diese Themen

sprechen. Dieser Teil ist allerdings oftmals sehr formal. In dem genannten Fall würde beispielsweise besprochen werden, weshalb die Kinder sich von der Gesellschaft ausgeschlossen fühlen und was man dagegen tun könnte. Dennoch ist dieser Teil wichtig, um die Öffentlichkeit darüber zu informieren und zu bilden.

Und dieser Bildungsauftrag geht vom Staat aus?

Ja, wir sind kein unabhängiges Nachrichten-

Unternehmen, sondern staatlich - also quasi ein Teil der Regierung. Wir haben einen Bildungsauftrag. Darunter fallen allerdings nicht nur positive Berichte, sondern auch negative.

Was meinen Sie mit negativen Berichten?

Meine Kollegen und ich haben beispielsweise über eine große Umweltverschmutzung berichtet. Der erste Fall dieser Art in der chinesischen Geschichte: Die Firma musste dafür ungefähr 160 Millionen Yuan (umgerechnet rund 22 Millionen Euro) zahlen.

Was bedeutet das für Ihr Publikum?

Wir versuchen die Öffentlichkeit darüber zu unterrichten, wie sie sich verhalten sollte. Dazu gehören aber auch negative Aspekte: Wir wollen diejenigen informieren, die unter Umständen illegale Dinge machen, um ihnen näher zu bringen, dass diese Taten Konsequenzen haben. Man sagt uns nach, wir seien eine „Propagandamaschine“. In gewisser Weise stimmt das, aber wir machen auch Journalismus. Was wir berichten ist eigentlich die Wahrheit. Wir sagen den Leuten, die wir interviewen, zum Beispiel nicht, was wir hören wollen. Sie erzählen uns, was sie wirklich denken.

Und wenn das Gesagte zu kritisch wird? Wie sieht es dann mit der staatlichen Kontrolle aus?

Teilweise müssen wir kritisch berichten, um notwendige Veränderungen und Reformen voranzutreiben. Ich verstehe meine Arbeit als konstruktiven Journalismus. Beispielsweise haben wir eine alte Geschichte aufgedeckt, bei der jemand mehr als 20 Jahre unschuldig im Gefängnis saß. Für den chinesischen Staat war das eine sehr negative Story, da sie zeigt, dass unser Rechtssystem vor 20 Jahren schlecht war. Wir haben aber dennoch darüber berichtet, da es wichtig ist zu zeigen, dass wir uns weiterentwickeln und wahrnehmen, dass Fehler gemacht wurden. Es gab einige solcher Fälle. Als Journalisten ist es unsere Aufgabe, der Öffentlichkeit zu zeigen, dass es Entwicklungen gibt.

Haben Sie selbst mal Erfahrungen mit Zensur gemacht?

Nein, noch nie.

Welche Themen werden normalerweise zensiert? Worüber soll nicht berichtet werden?

Hm. Darüber muss ich nachdenken. Ich persönlich

war noch nie in der Situation. Auch meine Kollegen noch nie. In meinem Programm geht es sehr liberal zu. Ich habe wirklich keine Ahnung. Ich muss mir darüber nochmal Gedanken machen.

Also ist der Grad der Zensur abhängig vom entsprechenden Medium?

Ja, ich denke es hängt stark davon ab, wo man arbeitet.

Kennen Sie Journalisten, die aufgrund ihrer Berichterstattung inhaftiert wurden?

Nein, zum Glück nicht.

„Reporter ohne Grenzen“, eine internationale NGO, veröffentlicht jedes Jahr einen Pressefreiheits-Index. China liegt auf Platz 176 von 180. Was ist Ihre Meinung dazu?

Ich kann nachvollziehen, weshalb es manchmal falsche Wahrnehmungen chinesischer Journalisten gibt. Vor allem weil viele Medien, darunter Facebook und Youtube, blockiert sind. Ich kann verstehen, dass die westlichen Länder die Informationsfreiheit in China als begrenzt ansehen. Auch was die Behandlung von Journalisten angeht, die in ihren Augen nicht fair ist. Ich würde sagen, dass es ein Prozess ist, der sich verbessert. China ist kein perfektes Land. Aber China macht kleine Schritte in der Verbesserung des Systems. Ich respektiere und verstehe das Ranking, aber das System muss auch separat verstanden werden. Das ist eine komplizierte Angelegenheit.

Was denken Sie, weshalb Netzwerke wie Facebook in China nicht erlaubt sind?

Ich denke, dass manche Informationen in diesen Netzwerken nach chinesischem Recht nicht erlaubt sind.

Beispielsweise?

Ich selbst habe Facebook in den USA genutzt und dort viele radikale Informationen gesehen. Ich denke, dass manche Netzwerke zu radikal sind und dass manche Inhalte nicht objektiv gegenüber China sind. Deshalb sind sie wohl geblockt. Aber dafür haben wir eigene, chinesische Versionen der großen Medienunternehmen.

Was meinen Sie mit „nicht objektiv“ genug?

Manche Berichte sind irreführend. Die Regierung oder historische Themen werden oft falsch ver-

standen. Wenn Facebook und Co. erlaubt wären, dann hätte das einen sehr negativen Effekt auf die Gesellschaft.

Denken Sie, dass dies in Europa der Fall ist?

Das kann ich nicht beurteilen, da ich Facebook hier nicht nutze. Aber ich weiß, dass wir in China eine andere Interpretation von Informationsfreiheit haben. Wenn Leute nach China kommen, fragen sie oft, ob wir überhaupt eine Demokratie oder Redefreiheit beziehungsweise Pressefreiheit haben. Wir verstehen etwas anderes unter Konsensbildung. Wir schätzen einzigartige Meinungen, aber das Wichtigere ist, dass ein Konsens gebildet wird und gemeinsame Werte geteilt werden, die vom Staat umfasst werden. Wir fördern die Bildung von übereinstimmenden Meinungen. Manche Informationen sind zu divergent. Mark Zuckerberg hat sehr viel versucht, um auch den chinesischen Markt zu erschließen, aber solange das Problem der radikalen Inhalte nicht gelöst werden kann, hat Facebook in China keine Chance.

Vielen Dank für das Gespräch!

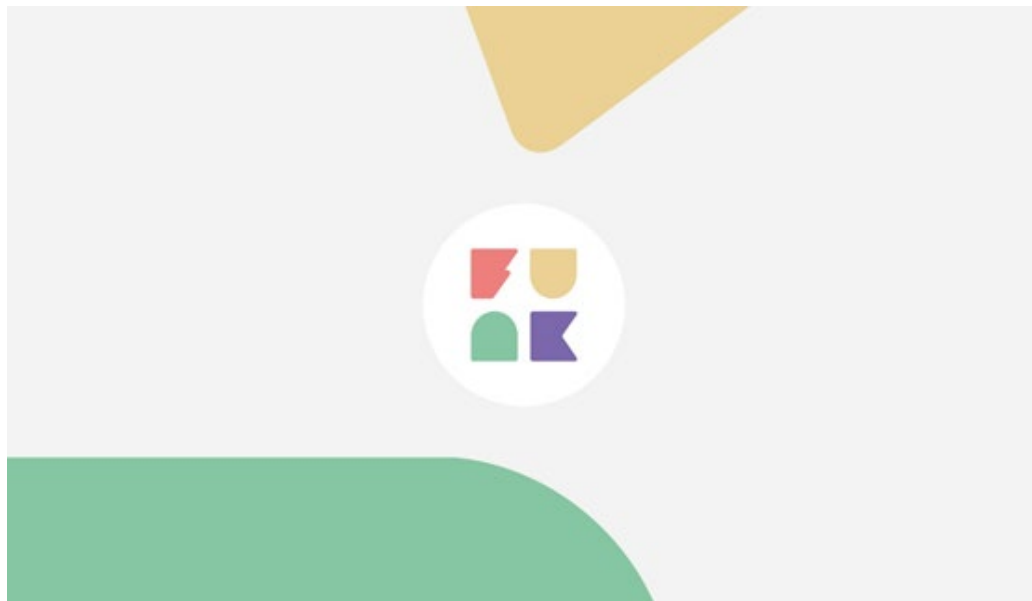


Bild: © Funk. Alle Rechte vorbehalten.

Das Logo von Funk.

1 nices Angebot vong Content her

von Rebecca Reinhard

Wer diesen Titelsatz nicht versteht, der lebt hinterm Mond – oder gehört nicht zur Zielgruppe. Denn Funk, ein Angebot von ARD und ZDF, soll gezielt junge Menschen zwischen 14 und 29 ansprechen. Doch wie gut ist Funk eigentlich? Und wie werden die Formate von den Nutzern angenommen? Der Publizissimus zieht eine erste Bilanz.

Am 1. Oktober 2016 ging die deutlich verjüngte Version der öffentlich-rechtlichen Sender an den Start. Ganz pragmatisch und ein wenig Oldschool präsentiert sich zumindest der Name der neuen Online-Videoplattform: Funk soll sie heißen. Die Inhalte, oder der Content, wie es heutzutage heißt, soll hauptsächlich über soziale Netzwerke wie Facebook, Youtube und Snapchat zu sehen sein. Denn dass konventionelles Fernsehen für junge Menschen obsolet ist, haben die Macher unter Programmchef Florian Hager erkannt: „Wir wollen kein crossmediales Programm aufbauen. Vielmehr produzieren wir Webvideos, die wir auf Drittplattformen vertreiben möchten.“

Funks Ziele sind durchaus ambitioniert: „Irgendwann wollen wir nachhaltig zu einem festen Bestandteil der Lebenswirklichkeit unserer Nutzer werden“, sagt Anna Pust-Petters, Referentin der Programmgeschäftsführung. Funk will also nicht nur eine Art Fernsehsender 2.0 sein, sondern vielmehr eine Community: So sollen die einzelnen

Formate sowie die Nutzer selbst über soziale Netzwerke miteinander verbunden sein. Die Dachmarke Funk soll dabei übrigens zunächst kaum eine Rolle spielen. Vielmehr liege der Fokus auf starken Formatmarken, die so unterschiedlich sein sollen wie die Nutzer selbst. Ist das also der Grund, weshalb der Name Funk tatsächlich noch nicht viel Aufmerksamkeit zu bekommen scheint? Anna Pust-Petters erklärt: „Es ist unheimlich schwierig mit einer Marke, die sich noch nicht etabliert hat, eine so heterogene Gruppe anzusprechen und inhaltlich abzuholen. Es kann also durchaus sein, dass viele Menschen schon einmal ein Funk-Format gesehen haben, ihnen aber nicht bewusst war, dass es sich dabei um einen Funk-Inhalt handelt.“ Macht Sinn. Doch was genau bietet Funk überhaupt und welche Themen werden angesprochen?

Hilfe von bekannten Youtubern

Mit 45 Millionen Euro Budget pro Jahr, das rein aus den Rundfunkbeiträgen gespeist wird, sind

mittlerweile über 40 Formate und Serien zu sehen, weitere 30 sollen noch hinzukommen. Um diesen finanziellen Aufwand zu stemmen, wurden die öffentlich-rechtlichen Spartensender ZDFkultur und EinsPlus komplett eingestrichen (siehe hierzu unseren Nachruf auf Seite 51). Klingt gewagt – und das ist es auch. Denn als Teil des öffentlich-rechtlichen Rundfunks ist Funk verfassungsgemäß dazu verpflichtet, über ein vielfältiges Programmangebot zu verfügen, das der Meinungsbildung und somit auch dem Funktionieren unserer Demokratie dient. Doch mit rein online publizierten Inhalten betritt das Öffentlich-Rechtliche absolutes Neuland: Noch kann keiner sagen, ob sich das Risiko lohnt.

Dabei haben sich die Macher von Funk bei der Produktion ihrer zumeist selbst erarbeiteten Inhalte allerlei prominente Hilfe geholt: Mit beliebten YouTubern wie LeFloid („1080 Nerd Scope“), Finn Kliemann („Kliemannsland“) und Fabian Nolte („Was mit Fabian“) scheint der Erfolg der Formate

garantiert. Außerdem wurde eine App entwickelt, die hauptsächlich als Ergänzung zu den Formaten konzipiert wurde (siehe dazu unseren Erfahrungsbericht auf der nächsten Seite).

Gemäß Funks Maximen - Orientierung, Information und Unterhaltung - wartet die Plattform mit einer großen Bandbreite an Themen auf: Comedy ("Gute Arbeit Originals"), gesunde Ernährung ("living the healthy choice"), Sex ("Fickt euch!"), Gaming ("1080 NerdScope"), Politik und Gesellschaft ("Y Kollektiv"). So besticht zum Beispiel das Format "Bohemian Browser Ballett" mit politischer Satire in Jan-Böhrmann-Manier. Mit teilweise urkomischen Videos und Memes schafft es das Format bisher auf knapp 35.000 Facebook-Likes – und ist damit eines der erfolgreichsten.



Bild: © Funk, Foto: Meimberg GmbH / Markus Kretzschmar. Alle Rechte vorbehalten

Die Moderatoren von 1080 NerdScope, darunter Youtuber LeFloid (3. v.l.)

Dabei versucht Funk ganz gezielt, die relevanten Themen junger Menschen anzusprechen: So berichtet das Format Frei.Willig.Weg über junge Freiwillige, die ins Ausland gehen, um anderen Menschen zu helfen.

Ohne eine Prise Humor geht (fast) nichts

Doch vor allem will Funk (natürlich) auch eines – unterhalten. Und orientiert sich dazu an etablierten Youtube-Formaten. In „janasdiary“ zum Beispiel lässt uns eine hübsche Blondine an ihrer heilen Welt teilnehmen und berichtet munter über

Hundebabys, die erste gemeinsame Wohnung und Fashion. Was uns schmerzlich an BibisBeautyPalace erinnert, soll vielmehr eine ironisch verpackte Reminiszenz an Youtube-Trash sein. Diese Ironie zu erkennen, fällt beim Schauen der Videos allerdings schwer.

Auch einige Info-Formate legen die Frage nahe, ob Funk nicht doch zu tief in die Boulevard-Tasche gegriffen hat und leicht verdaulichen Content anspruchsvollem Journalismus vorzieht. So werden in „schönschlau“ Information und Unterhaltung verbunden: Die Moderatorin beantwortet alltägliche Fragen und vermittelt reichlich unnützes Wissen (Was passiert, wenn Astronauten rülpfen?). Funk möchte offensichtlich informieren, scheint aber oft nur an der Oberfläche zu kratzen. Informationen müssen leicht verpackt und gut verdaulich verabreicht werden. Ohne eine Prise Humor geht kaum etwas. Stimmt das? Haben die Öffentlich-Rechtlichen etwa den Glauben an hintergründigen, kritischen Journalismus verloren oder ist unsere Generation schlichtweg nicht mehr interessiert daran?

„Ganz und gar nicht“, wehrt sich Anna Pust-Petters, „dies ist ein Vorwurf, den ich für absolut unberechtigt halte. Die Tagesschau ist nach wie vor ein Format, das bei jungen Leuten ankommt. Deshalb zeigen wir keine tagesaktuellen Nachrichten. Wir möchten kommentieren, einordnen und informieren.“ Tatsächlich bietet Funk seit Dezember besonders mit einem neuen, vielversprechenden Format auf: „INFORMR“ beleuchtet per Live-Videos auf

Facebook und Youtube relevante, polarisierende Themen aus verschiedenen Blickwinkeln. Es geht um Merkels Kanzlerkandidatur, TTIP, Political Correctness. Dabei legen die Macher viel Wert auf den Austausch mit den Nutzern - Fragen sollen gestellt und Meinungen eingebracht werden. Sollte das Programm erfolgreich sein, wäre ein Format wie dieses wegweisend für die politische Partizipation von jungen Menschen. Doch nach einem Monat kann INFORMR lediglich auf knapp 600 Facebook-Likes und jeweils circa 25 Views bei Live-Videos blicken. Zu wenig? „Ob und wie gut unsere Informations-Formate funktionieren, muss in den nächsten Monaten im engen Austausch mit unseren Nutzern analysiert und gegebenenfalls optimiert werden“, sagt Anna Pust-Petters.

Erste Bilanz fällt positiv aus

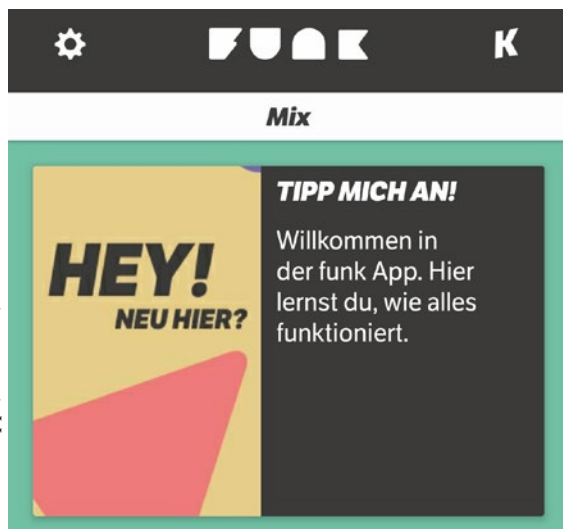
Doch insgesamt schlägt sich Funk bisher recht ordentlich: In den ersten beiden Monaten konnten die circa 40 Formate insgesamt knapp 47 Millionen Views auf Youtube und Facebook generieren, resümiert Anna Pust-Petters: „Natürlich ist da noch viel Raum für Verbesserung, aber für den Anfang ist das keine schlechte Bilanz.“ Perspektivisch soll allerdings die Dachmarke Funk mehr und mehr in den Vordergrund rücken – denn ein einheitliches Branding soll Zuschauer langfristig besser binden. Nichtsdestotrotz werde fortlaufend an der Weiterentwicklung starker Eigenmarken gearbeitet - ob die Formate erfolgreich werden, hängt allerdings von den Usern ab.



Die Moderatoren vom Bohemian Browser Ballett.

Bild: © Funk, Foto: Mara Lea Hohn. Alle Rechte vorbehalten.

Bild: Funk App (Screenshot)



Eine kluge App? Beim ersten Öffnen weiß sie zumindest, dass ich neu bin und lädt mich zu einem Rundgang ein.

Erfahrungsbericht: Was kann die Funk-App?

von Carolin Wollschied

Das neue junge Angebot von ARD und ZDF hat neben seinen Inhalten auch eine App auf den Markt gebracht, um seine Formate zu promoten. In der App finden sich neben den unterschiedlichen Formaten von Funk auch Serien. Neugierig? Wir haben die Anwendung für Euch getestet.

„Alles, was das Herz begehrt“, etwas überschwänglich ist die Beschreibung der App des junges Angebots von ARD und ZDF, Funk. „Auf geht’s“, denke ich mir und lade sie mir herunter. Nach ein paar Sekunden ist sie startbereit. Das Design wirkt auf den ersten Blick minimalistisch und ansprechend. Man merkt direkt – es soll für junge Leute sein.

„Keep it simple“

Beim ersten Öffnen weiß die App, dass ich neu bin und lädt mich ein, einen Rundgang zu machen. Die Versprechungen darin klingen nicht schlecht. Spannende Geschichten und exklusive Serien? Das scheint mein Ding zu sein, sagt der Netflix- und News-Junkie in mir. Nach und nach wird mir das Prinzip der App erklärt: Alles, was mir angezeigt wird, kann ich entweder „keepen“, also behalten, oder es „kicken“, wenn es mir nicht gefällt. Die App merkt sich dann, was mir gefallen hat und was nicht. In Zukunft soll sie mir nur noch die Inhalte anzeigen, die mir gefallen.

Rechts oben finde ich ein Menü, in dem ich die App nach Geschichten, Serien und nach meinem persönlichen Mix sortieren kann. So beginne ich mich durch die Geschichten zu wischen - und klicke oder klicke Inhalte. Fast alle Formate von Funk befinden sich in der App. So kann ich zum Beispiel die Videos einer Soap, die über Snapchat ausgestrahlt wird, direkt in der App schauen. Falls ich mehr davon se-

hen will, kann ich dem Format auch einfach direkt bei Snapchat folgen. Auch die Videos von YouTube, die für Funk produzieren, kann ich direkt in der App anschauen.

Exklusive Serien?

Auch Serien sind in der App verbaut. Sobald man sie anklickt, kann man sich den Trailer der Serie und - je nach Serie - auch komplette Folgen anschauen. Bisher gibt es jedoch nicht wirklich viele Serien im Angebot. Neben „Wishlist“, einer Webserie, von der jede Woche auf Youtube eine neue Folge veröffentlicht wird, und zwei Staffeln „Twenty-Something“, das aber bereits nach der zweiten Staffel eingestellt wurde, entdeckte ich auch „Fargo“, eine gehypte US-Serie, die ganz spannend zu sein scheint und auch bei Netflix im Programm ist. Beim Weiterwischen bin ich kurz schockiert: Eine Serie über und mit David Hasselhoff? Das soll wirklich was für junge Leute sein? Ich habe zumindest nach kurzem Reinsehen genug davon. Gekickt. Dann gibt es noch die BBC-Serien „The Aliens“ und „Banana“, die beide nicht schlecht zu sein scheinen. Beide kann man auch in Originalversion schauen. Das gefällt mir!

Als ich mich dann entscheide, die erste Folge „Fargo“ zu sehen, geht es nicht. Warum? Die Serie hat ein FSK von 16. Und da es noch vor 22 Uhr ist, muss ich mich identifizieren, um zu beweisen,

dass ich über 16 bin. Dafür braucht Funk meine Personalausweisnummer. Seufz. Das schreckt trotz hochheiliger Versprechen des Datenschutzes ab. Zudem muss ich mich alle sechs Monate wieder identifizieren. Dann streame ich die Serie lieber direkt bei Netflix. Enttäuscht wische ich weiter durch die App. Dabei entdeckte ich, dass sie mit den ganzen Formaten total aufgebläht ist. Ich habe mal durchgezählt: Es sind insgesamt 41 Formate beziehungsweise Serien. Wer sich nur einen Überblick über Funk verschaffen will, den schreckt dieses Überangebot womöglich erstmal ab. Der Sinn dahinter ist wahrscheinlich, dass man einmal alle Formate sieht, um dann die zu keepen, die einem gefallen. Zukünftig bekommt man dann nur noch diese angezeigt. Aber wer hat schon Lust, sich erst einmal alle Formate anzuschauen? Ich eigentlich nicht. Also lösche ich die App. Gekickt!

Mein Fazit: Für den Einstieg ist die App nicht schlecht. Wer erst einmal wissen möchte, was Funk überhaupt ist und was es grundsätzlich kann, dem kann die App helfen. Jedoch bleibt offen, ob damit wirklich viele Nutzer an Land gezogen werden können. Dazu gibt es meiner Meinung nach auch noch einiges zu überarbeiten. Besonders problematisch finde ich, dass die App hauptsächlich aus Videos besteht, für Tablets aber nicht verfügbar ist. Versucht es einfach mal selbst. Vielleicht gehört ihr ja zu den Keepern.

Welche Folgen hat „always on“ für Jugendliche?

von Franziska Pröll

Mit dieser Forschungsfrage beschäftigt sich eine am Forschungsschwerpunkt Medienkonvergenz durchgeführte Studie, die auf drei Jahre angelegt ist. Welche Ergebnisse hat die erste Welle hervorgebracht?



Bild: treetsincolour. Bestimmte Rechte vorbehalten.

Durch wiederholte Befragungen von 1.800 Jugendlichen in Rheinland-Pfalz sammelt das Forscherteam um Juniorprofessor Leonard Reinecke repräsentative Daten zu deren Medien- und Internetnutzung, digitalem Stress, Internetsucht und der Bewältigung von Entwicklungsaufgaben.

Dass fast alle Jugendlichen zwischen 11 und 17 Jahren ein Smartphone besitzen (96 Prozent), ist wenig überraschend. Erstaunlich ist hingegen das Kommunikationsvolumen: Über ein Drittel der Befragten empfängt pro Tag mehr als 100 Nachrichten auf dem Smartphone. Je etwa 20 Prozent bekommen zwischen 21 und 50 oder zwischen 51 und 100 Nachrichten.

Wie Leonard Reinecke bei der Präsentation der Ergebnisse deutlich macht, ist der erhebliche „communication load“ einer der Faktoren, der bei den Befragten Stress auslöst. Auch Internet-Multi-Tasking, also die Nutzung des Smartphones wäh-

rend anderer Aktivitäten wie Essen, Hausaufgaben oder Verabredungen, ist ein Stress-Faktor für die Jugendlichen. „Dieser digitale Stress erhöht die Wahrscheinlichkeit einer psychologischen Symptombelastung“, erklärt Reinecke.

Orientierung per Snapchat

„Wer bin ich? Wer will ich sein?“, lauten die übergeordneten Entwicklungsaufgaben, mit denen Jugendliche in der Adoleszenz konfrontiert sind. Die Bewältigung dieser Aufgaben – sich von den Eltern ablösen, erste romantische Beziehungen führen, die eigene Geschlechtsrolle ausleben – hat sich im Zeitalter des allgegenwärtigen Smartphones verändert. Soziale Netzwerke bieten den Jugendlichen verschiedene Möglichkeiten, sich selbst zu thematisieren und zu präsentieren sowie mit der Peergroup zu vergleichen. Wie die Studie zeigt, dient sowohl die passive (z.B. Beiträge lesen) als auch die aktive Nutzung (z.B. Statusmeldungen

verfassen) sozialer Netzwerke den Jugendlichen als Orientierung. Freund- und Bekanntschaften werden auch online gepflegt und die Jugendlichen sammeln Beziehungserfahrung.

„Wo stehe ich – mit meiner Einstellung zur Welt, meinem Aussehen, meinem Style?“. Solche Gedanken beschäftigen viele Jugendliche. Ob Facebook, Snapchat oder Instagram – kein soziales Netzwerk funktioniert ohne Selbstpräsentation. Nicht verwunderlich also, dass sich dort soziale Vergleichsprozesse der Jugendlichen abspielen. Ungefähr ein Drittel der Befragten vergleicht Aussehen, Kleidung oder Figur mit dem, was andere Nutzer zu bieten haben. Die Blicke und Klicks auf Beiträge der Peers frustrieren viele der Befragten und sorgen für Unzufriedenheit mit dem eigenen Körper. Glücklicherweise machen Facebook und Co. also ganz offensichtlich nicht zwangsläufig.

Rechtsruck im deutschen Journalismus?

von Elena Reinhard

Die deutsche Medienlandschaft muss sich auf etwas gefasst machen: Bald entert „Breitbart News“ journalistische Sphären in Deutschland und bringt damit rechtspopulistische Nachrichten auf den Markt. Hat unser Journalismus einen Rechtsruck zu befürchten?



Bild: Bestimmte Rechte vorbehalten von Don Irvine
Steve Bannon, Macher von „Breitbart News“ und
Chefstrategie Trumps

Seit November 2016 ist es offiziell — Breitbart News, eine rechtsradikale Nachrichtenplattform, schickt einen Ableger aus seiner US-amerikanischen Heimat nach Deutschland. Einer der Macher ist Steve Bannon, Galionsfigur der rechten Szene in den USA und nach den Präsidentschaftswahlen kein geringerer als der Chefstrategie Donald Trumps.

Ein rechtes Nachrichtenportal, dessen Macher neben Trump im Weißen Haus sitzt, hier in Deutschland? Das lässt jedenfalls nichts Gutes vermuten. Doch was steckt eigentlich hinter dem ominösen Titel „Breitbart News“, der bald Einzug in die deutsche Medienlandschaft halten soll?



Bild: Bestimmte Rechte vorbehalten von john duph

Wer auf der Seite landet, möchte sie am liebsten gleich wieder verlassen. Grelle Farben, reißerische Schlagzeilen und schrille Fotos springen dem Leser sofort ins Auge. Überschriften wie „Verhütung macht Frauen unattraktiv und verrückt“, „Angeblicher Vergewaltiger arbeitet als Santa Claus“ oder „Mexikaner tötet Amerikaner“ lassen sofort vermuten: Die Botschaften, die hier verbreitet werden, zeigen eindeutig in die rechte Richtung. Dass der Leser beim Durchstöbern der Seite mehrfach dazu aufgefordert wird, im hauseigenen „Official Breitbart Store“ Tanktops mit lächelnden Trump-Prints zu shoppen, passt hier nur allzu gut ins Bild. Noch dubioser geht es in den Kommentarspalten

zu: Zwischen nationalistischen Trump-Parolen wie „Build that wall!“ finden sich wüste Beschimpfungen und Hetze gegen jene Minderheit, die sich liberal positioniert. Ein Sammelsurium aus Fremdenhass, Sexismus und Nationalismus. Kein Wunder also, dass der Spiegel das Nachrichtenportal als „Sammelbecken des Hasses“ betitelt. Auch gegen den Macher Steve Bannon häufen sich die Vorwürfe: Während die TAZ ihm den Beinamen „rechtsradikaler Profi-Provokateur“ verliehen hat, betitelte ihn Bloomberg als den „gefährlichsten politischen Akteur Amerikas“, der nun also im Weißen Haus sitzen soll. Bei den Lesern scheint das anzukommen — spätestens seit den Präsidentschaftswahlen sind die Klickzahlen der Breitbart-Artikel konstant weit oben.

Ein Medium für Trump-Wähler

Doch wie konnte es überhaupt dazu kommen, dass Breitbart News solche Erfolge feiert? Und welchen Einfluss hat die von ihm etablierte Online-Plattform „Breitbart News“ überhaupt? Simon Kruschinski vom Institut für Publizistik hat sich auf Wahlkampfkommunikation in den USA spezialisiert und sieht die aktuelle Stimmungslage in Politik und Gesellschaft als einen bestimmenden Faktor für Breitbart. „Das Problem ist eine sogenannte Anti-Establishment-Haltung, die sich in großen Teilen der US-amerikanischen Gesellschaft entwickelt hat. Vor allem bei konservativen Wählersegmenten können wir ein Auseinanderdriften zwischen praktizierter Politik der politischen Eliten und den politischen Wünschen der Wählerschaft beobachten.“ Langfristig führt das zu einer Entfremdung von Wählern und Repräsentanten. Folglich unterstützen die Wähler eher jenen Kandidaten, der sich gegen die Politik der Eliten wendet. Genau das hat Donald Trump getan und sich mit

Parolen wie „Make America Great Again“, „I build that wall“ oder dem „Muslim Ban“ gerade bei den konservativen Wählern populär gemacht.

„Trumps Politik ist ganz gezielt auf das ausgelegt, was die konservative Bevölkerung für wichtig erhält. Man spricht die Ängste des Volkes aus und versucht dadurch, Stimmungen zu schüren und zu verstärken“, erklärt Kruschinski. „Genau auf diese Stimmungslage konzentriert sich Breitbart und greift die Themen in seinen Artikeln auf.“ Klar, dass das gut bei der Trump-Wählerschaft ankommt. Ein eigenes Medium nur für die Zielgruppe Trumps also. Bei all diesen Parallelen ist es kaum verwunderlich, dass Steve Bannon höchstpersönlich der Wahlkampf-Manager Trumps war. „So konnte er von Anfang an die Fäden ziehen und leistete mit seiner Plattform Schützenhilfe für Trump“, sagt Kruschinski. Facebook, Twitter & Co. haben dem Ganzen schließlich den Rest gegeben. „Soziale Netzwerke wirken hier wie ein Durchlaufrührer. Sie sind perfekt dazu geeignet, Inhalte schnell und vor allem zielgruppenspezifisch zu verbreiten.“

Ob das noch Journalismus ist? „Ganz klar: nein“, sagt Kruschinski. „Ich würde es eher als eine Internetplattform bezeichnen, die zielgerichtete Neuigkeiten verbreitet, ohne Rücksicht auf Wahrheitsgehalt.“ Neutrale Berichterstattung? Fehlangezeige. Häufiger geklickt werden nun mal Verschwörungstheorien oder eben schlichtweg Fake News, wie viele Analysen zeigten.

Erfolge bald in Deutschland?

Nachdem Breitbart neben der zentralen Redaktion in den USA bereits Ableger in Großbritannien und Israel gegründet hat, ist das nächste Ziel neben Frankreich nun auch Deutschland. Die AfD jubelt

bereits und tut ihre Freude mit einem „Fantastisch!“ per Twitter kund. Dass sowohl in Frankreich, als auch in Deutschland in diesem Jahr Präsidentschafts-, beziehungsweise Bundestagswahlen anstehen, scheint kein Zufall zu sein.

Auch wenn Kruschinski davor warnt, systemübergreifende Vergleiche zu ziehen, vermutet er potentielle Erfolge des Mediums auch in Deutschland: „Wenn sich Breitbart professionell positioniert und sich auf die entsprechenden Zielgruppen beruft, könnte sich das Medienoutlet auch in Deutschland etablieren und Reichweiten annehmen, die es mit den klassischen Nachrichtenwebseiten aufnehmen können.“ Anhaltspunkte dafür, dass es auch in Deutschland potentielle Rezipienten gibt, existieren jedenfalls. Man denke nur an Bewegungen wie PEGIDA oder eben die AfD. Aktuelle Brennpunkte wie die Flüchtlingskrise und die damit verbundenen Ängste der Bevölkerung seien hier gefunden. Fressen für eine Plattform wie Breitbart. „Breitbart könnte bei der anstehenden Bundestagswahl Positionen wie die der AfD stärken und eine entsprechende Wählerschaft mobilisieren“, so Kruschinski. Die Frage ist nur, wie groß die Zielgruppe tatsächlich ist. „Gerade wenn es um Themen wie Fremdenhass geht, haben die Menschen

oft Hemmungen, ihre Positionen nach außen zu zeigen. Ein Medium wie Breitbart könnte dazu beitragen, solche Botschaften salonfähig erscheinen zu lassen. Damit müssen wir rechnen.“

Journalismus in der Krise

Wie viel Angst müssen wir nun also um den Journalismus in Deutschland haben? Müssen wir einen Rechtsruck erwarten, der sich durch die deutsche Medienlandschaft zieht? Oder können wir noch in die deutsche Justiz vertrauen, die rechtsradikalem Journalismus den Wind aus den Segeln zu nehmen vermag? „Es ist klar, dass man in den USA viel mehr Spielraum hat, Beleidigungen, Hetze oder Fake News ungehindert zu verbreiten“, erklärt Kruschinski. „Dennoch ist die Rechtslage in Deutschland in Bezug auf solche Botschaften nicht wirklich fassbar – gerade wenn sie von internationalen Internetplattformen stammen.“ Auch politische Gegner der Bewegung hätten nicht die Durchschlagskraft, die Etablierung Breibarts in Deutschland zu verhindern. Denn es sind die Unterstützer, die die sozialen Netzwerke dominieren – selbst wenn sie in der Minderheit sind. Deshalb liege es nicht nur an Justiz oder Politik, sondern auch an Facebook oder Twitter selbst, Fake News einzudämmen. „Die

Mittel, die aktuell von einzelnen Akteuren ausprobiert werden, sind meiner Meinung nach nicht weitreichend genug, um das Problem anzugehen“, kritisiert Kruschinski. „Vielmehr müssen Medien, Justiz, Unternehmen und Politik ein gemeinsames Lösungskonzept vorlegen“.

Wie sich die deutsche Medienlandschaft mit Breitbart tatsächlich verändern wird, ist schwer zu sagen. Es stellt sich die Frage, ob sich etablierte Medien im medialen Spektrum neu positionieren werden oder ihre Position behalten. Der Experte zeigt sich jedenfalls eher pessimistisch: „Ich sehe den deutschen Journalismus nicht als selbstbewusst genug an, dass man hier auf seiner Position bleibt.“ Vielmehr zeichnen sich schon jetzt Mechanismen ab, wie sich der Journalismus an die gesellschaftlichen Veränderungen anzupassen versucht – wie etwa in der Berichterstattung der Flüchtlingskrise.

Letztlich können definitive Schlüsse erst gezogen werden, wenn Breitbart tatsächlich in Deutschland angekommen ist. Auch die Frage, wie viel Einfluss das Medium in Bezug auf die anstehende Bundestagswahl haben könnte, lässt sich kaum vorhersagen. Der Experte jedenfalls warnt davor, voreilige Schlüsse zu ziehen: „Ob und in welchem Maße Medien Wahlverhalten beeinflussen, hängt von unzähligen Faktoren ab.“ Fest steht hingegen, dass mit Breitbart große Herausforderungen auf den deutschen Journalismus zukommen, die vor allem eines sind: besorgniserregend.



Karikatur: Margaryta Korytna



Bild: Google (Screenshot)

Schlaue Suchmaschine: personalisierte Suchergebnisse auf Google.

Das nahezu allumfassende Google-Wissen

von Lotta Pommerien

Mit einem Marktanteil von 88 Prozent ist Google weltweit die größte Suchmaschine. Ein regelrechter Daten-Gigant, der Alter, Standort und Suchergebnisse von seinen Nutzern speichert. Doch was sagen diese Suchergebnisse über uns aus? Was lässt sich aus ihnen herauslesen?

Einige Statistiken zu seinen Suchergebnissen stellt Google seit Mitte 2015 der Öffentlichkeit zur Verfügung¹. Zeitliche Verläufe zu bestimmten Anfragen können bis auf die Minute genau eingesehen werden. Diese Statistiken sorgen auch immer wieder für Verwunderung. Zum Beispiel darüber, dass nach Schließung der Wahllokale beim Brexit-Votum in Großbritannien die Frage „Was passiert, wenn der Brexit beschlossen wird?“ plötzlich Google-Thema Nummer eins im Land wurde. Was also weiß der Konzern über mich?

Google sammelt so viele Daten über uns wie möglich. Es stellt Verbindungen zwischen verschiedenen Geräten her und sammelt die Daten der Geräte bezogen auf eine Person. All das macht Google, um Werbung genau auf uns abstimmen zu können.

Das Recht auf Vergessen

Das Recht darauf, im Netz anonym bleiben zu können und sich dabei vor staatlicher und unternehmerischer Überwachung zu schützen, ist in Deutschland ein Grundrecht. Das Recht auf informationelle Selbstbestimmung wurde 1983 (noch vor Beginn der öffentlichen Internetnutzung!) verabschiedet, das Recht auf den Schutz der Vertraulichkeit und Integrität informationstechnischer Systeme 2008. Diese Bestimmungen verhindern zwar nicht, dass Unternehmen wie Google unsere Daten speichern, aber sie ermöglichen es, dass wir diese Funktionen ausschalten können².

Doch wer macht das schon? Im Internet wird nicht klar darauf verwiesen. Verständlich, immerhin leben die meisten Internetauftritte von den Daten, die sie über ihre Nutzer sammeln.

Warum Menschen wie Wetter sind – und Google der Meteorologe

Mit dem Thema „Was Google über uns weiß“ hat sich im vergangenen November auch der Journalist Wolfgang Uchatius für *Die Zeit* befasst. Er startete einen Selbstversuch, in dem er sich einen neuen Computer sowie ein neues Handy besorgte und Google gezielt mit inszenierten Informationen über sich fütterte. Was ihm auffiel: Obwohl er mehrmals klar in E-Mails über Gmail, auf Google+ und bei seinen Google-Suchanfragen vorgab, keine Autos zu mögen, bekam er dennoch Autowerbung ausgespielt. Der Grund: Die Algorithmen von Google teilen den Nutzer nur in bestimmte Gruppen ein. Zudem kann dieser Algorithmus keine negativen Aussagen erkennen. Schreibt man also einem Freund über Google+ „Ich hasse Autos“, so versteht der Google-Algorithmus nur das Wort „Autos“ – und zeigt Autowerbung an. Uchatius schreibt dazu: „Womöglich ist es mit dem Menschen wie mit dem Wetter. Auch Meteorologen sammeln Unmengen an Daten [...]. Von Jahr zu Jahr werden es mehr. Trotzdem schaffen sie es nicht, sicher vorherzusagen, ob morgen die Sonne scheint. Weil das Wetter unberechenbar ist. Genau wie der Mensch.“

Das klingt einleuchtend. Der Mensch ist ein sehr komplexes Wesen und hinterlässt als solches im Internet Unmengen an Spuren. Googles Algorithmen sind vor diesem Hintergrund ohne Frage intelligent, aber noch nicht superintelligent. Google selber möchte aber anscheinend, dass wir denken, der Konzern könne potentiell alles über jeden wissen. Dabei darf man nicht vergessen, dass Google

ein Riesenkonzern ist und seine Werbeflächen verkaufen möchte. Da kann es nur zuträglich sein, wenn man sich als allwissend positioniert – und zusätzlich noch ein bisschen Geheimniskrämerei um seinen Algorithmus betreibt.

Das gläserne Ich

Ich will es mal selbst ausprobieren und einen eigenen kleinen Test machen. Da ich aus Datenschutzgründen aber kein Google nutze, sondern hauptsächlich duckyduckgo.com, frage ich eine Freundin, ob ich auf ihrem Smartphone prüfen darf, was Google über sie gespeichert hat.

Google weiß zum Beispiel, dass sie weiblich und zwischen 18 und 23 Jahre alt ist. Das stimmt. Bei den Suchergebnissen wird es schon spannender. In ihrem Verlauf ist alles gespeichert, was sie am Vormittag auf ihrem Laptop gesucht hat. Dieses Herumwühlen ist amüsant, allerdings stelle ich mir die Frage, was Google, außer Werbung zu individualisieren, wirklich damit anstellt.

Am Tag meiner Suche hatte meine Freundin nach Auslandsaufenthalten, Fitness-Videos und Journalismus-Themen gesucht. Wahrscheinlich wird Google ihr nun beispielsweise verstärkt Werbung für Fitnessprogramme oder Auslandspraktika anzeigen. Dies passiert aber nicht immer zwangsläufig, wie der Test des Zeit-Autors gezeigt hat. Google weiß also mit Sicherheit sehr viel – aber eben, zum Glück, noch längst nicht alles.

¹ Und zwar hier: <https://www.google.de/trends/>

² Zum Beispiel unter: <http://www.youronlinechoices.com/de/präferenzmanagement/>



Bild: facebook.com/Business.Insider.Deutschland/



Bild: © Axel Springer SE



Genial einfach: Mit einem Trick habt ihr nie wieder schlechten Internet-Empfang - Video

Wow, diese Strategie hat uns völlig aus dem Konzept gebracht!

von Gloria Geyer

Reißerische Überschriften, die neugierig auf meist emotionale Inhalte machen sollen – „Clickbaiting“ – das kennen wir von Heftig.co oder der Huffington Post. Doch auch die Facebook-Auftritte von vermeintlich seriösen Online-Nachrichtenportalen wie Business Insider und Focus Online bedienen sich dieser Strategie. Was steckt dahinter?

Business Insider – das klingt vertrauenswürdig. Insider haben schließlich den Zugang zu Informationen, über die die Allgemeinheit nicht verfügt. Und die Themen sind vielfältig: Laut Facebook-Profil veröffentlicht das Portal Artikel zu „Wirtschaft, Karriere, Tech, Digitalkultur, Wissenschaft“, aber auch „allem Anderen, das Menschen interessiert“. Doch die Inhalte werden häufig reißerisch aufbereitet. So tauchen immer wieder Teaser auf wie „Unser Autor wollte herausfinden, warum Cannabis damals verboten wurde. Die Antwort hat ihn aus der Fassung gebracht“ oder „Dieses Erlebnis eines Münchner Vaters ist bewegend. Eine wahre Weihnachtsgeschichte, die uns zeigt, dass wir besser sind, als wir denken“.

Woher kommt Business Insider?

Das englischsprachige Portal ging 2007 online und wurde unter anderem von Henry Blodget gegründet, einem ehemaligen Finanzanalysten. Das Grundkonzept von Business Insider setzt den Fokus auf schnelle und günstige Inhalte, wobei die Artikel meist kürzer als in traditionellen Wirtschaftsmedien sind. Griffige Überschriften gemischt mit vielen visuellen Inhalten sollen zum Lesen anregen. Ein offenbar erfolgversprechendes Rezept: Im Juni 2012 verzeichnete die US-Seite noch 5,4 Millionen monatliche Unique Visitors, in 2015 waren es bereits 72 Millionen. Das sorgte für Interesse bei Investoren. Auch Axel Springer wurde auf die Entwicklung aufmerksam

und übernahm Ende Oktober 2015 die Mehrheit an Business Insider. Mitte November 2015 startete dann auch der deutschsprachige Dienst. Laut der Chefredakteurin Christin Martens soll das Portal einen „kompetenten und zugleich unkonventionellen Blick auf die Welt der Wirtschaft“ bieten.

Klingt erstmal gut. Aber wo ist der Haken?

Schnelle und verständliche Informationen? Das klingt nach einem stimmigen Konzept für die Zielgruppe der „Millenials“. Jedoch sind viele Inhalte nicht selbst recherchiert, sondern werden von anderen Medien aufgegriffen, oftmals nur Teilspekte. Diese liefern dann die Grundlage für eine mitunter aufgeblasene Story. Denn in der Welt des Online-Journalismus zählt eben bei vielen Medien nicht der Inhalt, sondern der Klick. Die Strategie dahinter ist einfach: Mehr Klicks bedeuten eine größere Reichweite, die führt zu höheren Anzeigenpreisen und letztlich mehr Umsatz. Das ist natürlich an sich nicht verwerflich – welches Unternehmen ist nicht an einer Umsatzsteigerung interessiert? Aber einer wird dabei vergessen – der Leser. Er wird nur begrenzt zufrieden gestellt, da die angekündigten Inhalte oft nicht halten, was sie versprechen. Denn ausgiebig recherchierte, lange Artikel kosten Zeit. Und wer will die schon aufbringen, wenn man aus einem Artikel auch zwei oder mehr Artikel erstellen kann, die weitere Klicks generieren?

Focus Online ganz vorne mit dabei

Mit dieser Strategie ist Business Insider in Deutschland nicht allein. Auch Focus Online versucht mit „dramatischen“ Teasern Klicks zu generieren. Dabei setzt das Nachrichtenportal zusätzlich immer und immer wieder auf die gleichen Inhalte, die mehrmals gepostet werden. Günstiger und stupider lässt sich die Reichweite wohl kaum erhöhen, vor allem nicht wenn das alles unter dem Deckmantel der „Aktualität“ geschieht. Dass es sich bei vielen Artikeln um alte Meldungen handelt, schreibt Focus Online nämlich nicht dazu.

Ups, drauf reingefallen

Und das Schlimmste daran? Es funktioniert (manchmal) leider. Auch ich habe mich bei der Recherche zu diesem Artikel dabei erwischt, wie ich aus Neugier auf Clickbaiting-Artikel geklickt habe. Teilweise, um mehr über die angeteserte „geniale Entdeckung“ zu erfahren – teilweise, um zu sehen, wie vermeintlich grandiose Meldungen aufbereitet werden. Doch – Überraschung – jedes Mal wurde ich enttäuscht. Dennoch: Focus Online spielt regelmäßig ganz oben im AGOF-Ranking der reichweitenstärksten Nachrichtenangebote mit. So kommt abschließend vor allem eine Frage auf: „Ist das die Zukunft des (Online-)Journalismus – kann man nur so eine große Reichweite erzielen?“ Im August 2016 hat Facebook angekündigt, verstärkt gegen Clickbaiting-Artikel vorzugehen. Das ist zumindest ein Anfang.

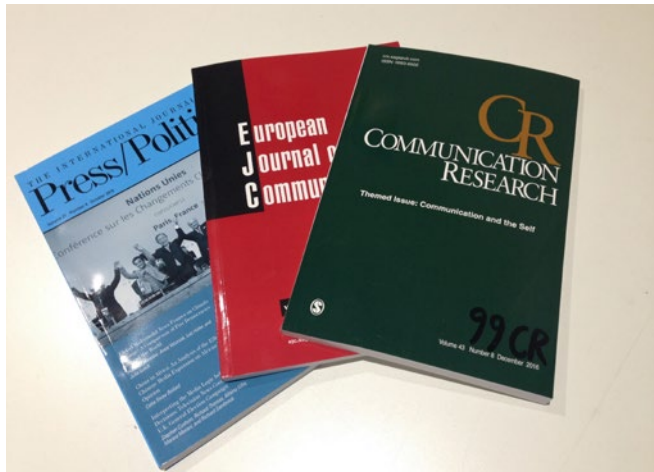


Bild: Elisabeth Neuhaus

Eine Frage des Geldes

von Elisabeth Neuhaus

Für die nächste Hausarbeit schnell in die neueste Ausgabe von „New Media & Society“ schauen? Das ist seit Jahresbeginn nicht mehr möglich. Ein Vertrag mit dem Wissenschaftsverlag Sage ist ausgelaufen. Von ihr hatten auch andere Institute profitiert. Die Publizistik trifft der Wegfall der Zugriffsrechte aber wohl am stärksten.

Eigentlich ist alles ganz einfach. Wenigstens scheint es so, denn schon ein paar Klicks auf der Webseite der Universitätsbibliothek (UB) führen in die schier endlosen Weiten der Bücherkataloge, Fachzeitschriften und Datenbanken. Als Studierende nehmen wir das so hin – mit spärlicher Dankbarkeit – und lassen uns höchstens dann zu Gefühlsausbrüchen hinreißen, wenn das eine Buch, das eine Journal, die eine Ausgabe, die wir gerade so dringend brauchen, an der Mainzer Uni nicht verfügbar ist.

Was am Bildschirm so einfach erscheint, erfordert einen großen Verwaltungsapparat, der im Hintergrund agiert. Dass es hier nicht immer reibungslos zugeht, zeigt ein aktuelles Beispiel: Seit dem 1. Januar 2017 sind einige wissenschaftliche Zeitschriften im Netz der Uni nicht mehr uneingeschränkt einsehbar. Es geht um die aktuellen Jahrgänge von Titeln des Wissenschaftsverlages Sage, der für die Publizistik wichtige Journals wie „New Media & Society“, „Mobile Media & Communication“ oder die „International Communication Gazette“ im Programm hat. Publizisten sind laut Abrufstatistik auch diejenigen, die Sage-Journals in Mainz am häufigsten nutzen.

Wie sieht es mit älteren Ausgaben aus?

Es gibt deutschlandweit eine Lizenz für Sage-Titel, die von der Deutschen Forschungsgemeinschaft (DFG) finanziert wird. Damit sind circa 650 E-Journals des Verlags für staatliche Bibliotheken, zu denen auch Universitätsbibliotheken zählen, dauerhaft frei zugänglich. Dieser sogenannte „Allianzlizenzvertrag“ umfasste auch die aktuellsten Ausgaben der Zeitschriften, er lief jedoch Ende

2016 aus. Dadurch ist der Zugriff auf die Archive der Zeitschriften, und somit auf ältere Ausgaben, zwar weiterhin möglich, der Zugriff auf aktuelle Ausgaben bleibt der Uni dagegen verwehrt. Davon sind erst einmal alle 650 Titel betroffen, auch solche aus anderen Disziplinen wie der Psychologie oder der Medizin.

Doch es gibt Ausnahmen: Von den 650 Zeitschriften waren 30 zusätzlich an der Uni in verschiedenen Fachbereichen abonniert, teilweise in Print, teilweise online. Denn eine Bedingung für die Teilnahme am Lizenzvertrag war bis Ende 2016, dass die an der Mainzer Uni bestehenden Abonnements nicht gekündigt werden. Die besagten 30 Abos blieben demnach in dem Format (Print oder online) zugreifbar, in dem sie ursprünglich geordert wurden. Und bleiben es auch weiterhin – es sei denn, sie sind, wie es bei den Politikwissenschaftlern verstärkt vorkam, ab 2017 abbestellt worden.

Auf seine ohnehin vorhandenen Abos fällt das IfP nun also wieder zurück. Einige Journals (siehe Übersicht), wie zum Beispiel das „European Journal of Communication“, wird es dadurch weiter in aktueller Form geben. Allerdings nur gedruckt.

Wieso gibt es keinen neuen Vertrag?

Um den Zugriff weiter zu gewährleisten, hat die Bayerische Staatsbibliothek (BSB) für einen Verbund von Universitäten und staatlichen Einrichtungen mit Sage einen sogenannten Konsortialvertrag über die neuesten Jahrgänge seiner Zeitschriften ausgehandelt. Einzelne Unis konnten sich diesem Vertrag anschließen, das Angebot erreichte die UB im Spätsommer 2016. Kostenpunkt: 11.000 Euro –

zusätzlich zu den Kosten für vorhandene Abos, die gemäß den Vorgaben von Sage ja hätten weiterlaufen müssen.

Weil überwiegend Sozialwissenschaftler die Sage-Publikationen nutzen, war Dr. Marianne Bartsch, Abteilungsleiterin Medienbearbeitung und E-Medien-Referentin, mit dem Angebot der BSB an den Fachbereich 02 herangetreten. Anschließend setzten sich Vertreter einzelner Institute zusammen, um die Angelegenheit zu besprechen.

Journal	Print oder online?
<i>European Journal of Communication</i>	Print
<i>International Journal of Press Politics</i>	Print
<i>Communication Research</i>	Print
<i>Social Media + Society</i> (Open Access)	online

Diese kommunikationswissenschaftlichen Sage-Journals sind dank eines IfP-Abonnements oder Open-Access-Zugangs weiter aktuell verfügbar.

Nun sieht die Hauspolitik der Uni Mainz vor, dass die Institute selbst für fachbereichsspezifische Literatur aufkommen müssen. Sie erhalten von der Uni einen Jahresetat, der sich nach verschiedenen Kennwerten wie etwa der Zahl der Studierenden oder der Zahl der abgeschlossenen Promotionen bemisst. Ein Teil des Etats investiert das IfP in Buch-Neuanschaffungen und Zeitschriftenabon-

nements. Nach dieser Logik wäre das IfP dafür zuständig, ausgefallene Literatur für sich bereitzustellen. Doch die Summe sprengte den Rahmen: „Für uns war klar, dass wir das nicht alleine zahlen können“, erklärt der IfP-Bibliotheksbeauftragte Dr. Philipp Müller. „Der Gedanke war, dass es ja nur fair wäre, wenn die Kosten aufgeteilt würden. Schließlich beinhaltet das Paket auch Literatur aus anderen Disziplinen.“

Doch zu einer Aufteilung der Kosten kam es nicht: Die anderen Institute des Fachbereichs 02 sahen sich finanziell nicht in der Lage dazu, mitzumachen. Die UB hätte lediglich die Kosten für jene Zeitschriften anderer Fachbereiche übernommen, die ansonsten abbestellt worden wären, um die Voraussetzungen für den Vertragseinstieg zu schaffen. Zu den 11.000 Euro hätte sie nichts zugeschossen.

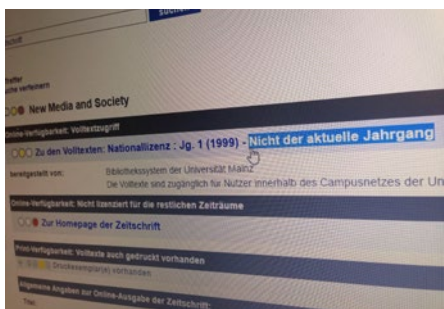


Bild: Elisabeth Neuhaus

„News Media and Society“ — dieses und viele andere Journals des Sage-Verlags sind seit Jahresbeginn nicht mehr frei im UB-Portal der Uni verfügbar.

Steigende Kosten, stagnierende Etats

Dazu kommt, dass die 11.000 Euro als Momentaufnahme zu verstehen sind. Denn der vorgelegte Vertrag müsste jedes Jahr neu verhandelt werden, was wahrscheinlich mit jährlichen Preiserhöhungen einhergehen würde. Das ist nicht ohne weiteres finanzierbar, sagt Prof. Dr. Christian Schemer vom IfP: „Oft werden Verträge nur kurzfristig geschlossen, daher stehen in immer kürzerer Frist Nachverhandlungen an. Wir können aber nicht im gleichen Maße mithalten wie die Verlage jährlich teurer werden.“

Was das Geld für Literatur anbelangt, steht die Mainzer Universität zwar nicht schlecht da, ist jedoch auch nicht in der Spitzengruppe, wie Philipp Müller erklärt. An einigen anderen deutschen

Hochschulen wie der Ludwig-Maximilians-Universität in München seien die Etats höher. „Wir haben sowieso schon viele Journals nicht. Jetzt reduziert sich der Bestand durch den Wegfall der aktuellen Sage-Titel noch weiter. Die Lage ist eigentlich schon prekär, sie wird jetzt noch prekärer“, fügt Schemer hinzu.

Fragwürdige Modelle der Wissenschaftsverlage

Indem die DFG-Allianz deutsche Hochschulen bündelt, vergrößert sie deren Verhandlungsmacht. Doch die Verlage agieren global: „Selbst ein Zusammenschluss von Unis ist für sie eher irrelevant. Wenn der als Kunde wegfällt, bricht denen kein Zacken aus der Krone. Die Verlage haben eine mächtige Verhandlungsmacht, der man ausgeliefert ist“, so Schemer.

Der Fall Sage macht damit auf ein generelles Problem in der Wissenschaft aufmerksam. Prof. Dr. Gregor Daschmann, Dekan des Fachbereichs Sozialwissenschaften, Medien und Sport, sagt, man habe es hier mit „monopolisierten Strukturen am Markt“ zu tun: „Die Preise für die Sage-Zeitschriften diktiert uns der Verlag. Wir Wissenschaftler sollen also für die Aufsätze, die wir selbst schreiben, immer mehr bezahlen.“

Auch Philipp Müller sieht die Geschäftsmodelle der Wissenschaftsverlage kritisch. Im Prinzip läuft es dort so ab: Die Verlage vertreiben über ihre Journals wissenschaftliche Studien von Personen, die in erster Linie bei staatlichen Unis beschäftigt sind und somit vom Staat bezahlt werden. Die Studien werden von diesen Angestellten erarbeitet und in der Regel ohne Honorar (in einigen Fällen sogar nur gegen eine Zahlung) abgedruckt. „Und dann soll der Staat, der schon das Gehalt der Autoren bezahlt hat, nochmal dafür zahlen, dass wir das wieder lesen können?“, so Müller.

Als Lösung des Problems sieht er vor allem Open Access. Damit sind Plattformen gemeint, auf denen Wissenschaftler ihre Forschungsarbeiten frei zur Verfügung stellen können — und so große Verlage und langwierige Prozesse umgehen. Eine Gegenbewegung, mit der sich auch Schemer angefreundet hat: „Für viele Wissenschaftler ist das der Ausweg, nur noch über Open Access zu publizieren. Das wäre konsequent, aber so weit sind wir noch nicht.“ Genau das sei die Krux: Die all



Bild: Elisabeth Neuhaus

ermeisten Aufsätze erscheinen eben immer noch bei Verlagen.

Kein Einzelfall

Bleibt die Frage, inwiefern die Uni einspringen und in Fällen wie diesem mehr Geld in die Institute geben sollte. Bartsch, die Chefin der UB-Abteilung für Medienbearbeitung, erklärt, es stünde den Fachbereichen frei, um höhere Zuwendungen zu bitten. „Das Präsidium wird aber wahrscheinlich nach der zehnten Anfrage sagen: Moment, wir können nicht immer mehr dazu geben.“ Denn Sage sei kein Einzelfall, das bestätigt auch Schemer. Ähnliche Situationen habe es bereits mit den Verlagen Wiley oder Elsevier gegeben. Andere Institute, sagt er, kämpfen mit anderen Verlagen, die die Preise für Flaggschiff-Publikationen angezogen haben. Bartsch glaubt: „Es gibt so viele Verträge mit so vielen Beteiligten, da würde wahrscheinlich jede Woche jemand vor dem Präsidenten stehen.“

Die Beteiligten auf Universitätsseite versuchen aktuell in Gesprächen miteinander zu klären, wie groß der Bedarf der verschiedenen Institute für den Zugriff auf einzelne Zeitschriften ist. Die Relevanz eines Lizenzpakets für alle beteiligten Fachbereiche zu bewerten ist wichtig, da viele Institute einzelne Abonnements gerne abbestellen würden, durch laufende Lizenzverträge aber zum Halten dieser Zeitschriften gezwungen sind. Bartsch meint dazu, man habe sich vorgenommen, die Pakete zu analysieren und zu versuchen,

gemeinsam mit den betroffenen Fachbereichen Inhalt, Nutzungsfrequenz und Kosten im Konsens aller Beteiligten in Einklang zu bringen: „Wenn wir das für alle Pakete — große und kleine — schaffen, haben wir, Fachbereiche und UB, Transparenz in der Sache erreicht und können besser feststellen, welche Pakete wir halten müssen und auf welche wir verzichten können.“ Hierbei handle es sich jedoch um einen langfristigen Prozess: „Die Thematik ist sehr komplex und die Menge der Teilnehmer groß. Deshalb wird es noch dauern, bis wir ans Ziel kommen“, sagt die Abteilungsleiterin.

Nicht nur schlechte Nachrichten

Dass sich Kontroversen mit Uni-externen Akteuren auch regeln können, macht hingegen der Fall VG Wort deutlich. Im Dezember hatte das JGU-Präsidialbüro mitgeteilt, dass Textmaterialien ab 2017 nicht mehr online geteilt werden dürften, da die VG Wort, die in Deutschland die Urheberrechte von Autoren vertritt, eine neue Abrechnungsmethode forderte. Für die Bereitstellung und Nutzung von urheberrechtlich geschützten Textmaterialien wie etwa Scans aus Lehrbüchern, bekommen die Rechteinhaber eine Vergütung, bisher über Pauschalzahlungen der Bundesländer an die VG Wort. Damit Studierende und Lehrende die Materialien weiter online teilen und nutzen dürfen, wollte die Verwertungsgesellschaft statt einer pauschalen Vergütung eine Zahlung pro Seite und Nutzer durchsetzen. Dies sah auch ein neuer Rahmenvertrag zwischen der VG Wort und der Kultusministerkonferenz vor. Weil das nach Auffassung der Hochschulen mit einem immensen Arbeitsaufwand

verbunden gewesen wäre, traten sie dem Vertrag jedoch nicht bei, woraufhin neu verhandelt werden musste.

Tatsächlich konnte sich eine von der Hochschulrektorenkonferenz, der Kultusministerkonferenz und der VG Wort eingesetzte Arbeitsgruppe Mitte Dezember auf eine Übergangslösung einigen. Das Ergebnis: Bis zum 30. September 2017 soll sich vorerst nichts an der bisherigen Praxis ändern. Was nach diesem Stichtag gilt, darüber entscheiden die beteiligten Institutionen derzeit — und wollen sich dafür noch bis März Zeit lassen.

Wie geht es weiter?

Sowohl bei Sage als auch bei VG Wort geht es um elementare Bestandteile einer guten Wissenschaftsinfrastruktur: den Zugang zu Forschungs- und Lehrmaterialien. Gregor Daschmann sieht noch einen weiteren Berührungspunkt: „Beiden Fällen ist gemein, dass externe Stakeholder hier künstlich und übertrieben an der Preisschraube drehen — und somit die Lehrbedingungen an den Universitäten erschweren.“

Wenigstens die umstrittene VG-Wort-Neuregelung ist vorerst vom Tisch, eine Einigung in der Mache. Und die nun erscheinenden Sage-Journals? Werden nach jetzigem Stand ab 2018 zugänglich sein. Und für nächstes Jahr (2018) besteht zumindest die Chance, dass neue Titel wieder aktuell verfügbar sind. Denn der von der BSB ausgehandelte Vertrag ist auf zwölf Monate angelegt. „In der zweiten Jahreshälfte 2017 wird man uns ein neues Ange-

bot auf den Tisch legen“, so Bartsch. Ob sich die Institute und Fachbereiche dann zusammenraufen können, lässt sich noch nicht sagen. Klar ist nur: Die Forschung wird darunter leiden, dass aktuelle Ausgaben von Sage-Zeitschriften vorerst nicht mehr verfügbar sind. Immerhin ist es hier besonders wichtig, auf dem neuesten Stand zu sein. In Sachen Literatur müssen insbesondere Publizisten nun erst einmal Abstriche machen.



Bilder: Elisabeth Neuhaus



Bild: Elisabeth Neuhaus

Mitarbeit: Tobias Lentz

Achtung, stillgestanden! Die Mannequin-Challenge erobert die sozialen Medien

von Julia Leipe

Man sieht ihn überall – ob man will oder nicht – den #MannequinChallenge-Hashtag! Ob auf Facebook, Twitter oder Instagram, alle sind im „Freezing“-Fieber und posten Videos, in denen sie regungslos posieren. Mitmachen und dabei nichts tun? Das geht.

Thomas Pesquet  @Thom_astro · 29. Dez. 2016
We got the whole crew together and took the #MannequinChallenge to new heights #Proxima
 Original (Englisch) übersetzen



Bild: Videoausschnitt Twitterkanal Thomas Pesquet (Screenshot)

Die Ice Bucket Challenge oder der Harlem Shake – das ist doch Schnee von gestern. Die Mannequin-Challenge ist derzeit der absolute Renner unter den Social-Media-Trends und bewegt die Nutzer in Massen dazu, einfach mal nichts zu tun. Es sieht nämlich so aus, als stünde die Zeit still: Gruppen bilden eine Art Standbild und drehen Videos davon, welche meist mit dem Lied „Black Beatles“ von Rae Sremmurd unterlegt sind. Egal in welcher Situation, ob im Stadion, beim Streiten oder auch während eines Konzerts, die Mannequin Challenge hat schon in die verschiedensten Lebenslagen Einzug gehalten und ist dabei immer wieder für eine Überraschung gut. Es gilt: Je größer die Gruppe und je außergewöhnlicher der Ort, desto höher die Klickzahlen und desto mehr Spaß macht das Ganze.

Wie das geht? Ganz einfach. Zunächst benötigt man eine Kamera und einen Kameramann, der das ganze Szenario aufnimmt – und sich als einziger bewegt. Dann gilt es nur noch, ein passendes Thema für die Mannequin Challenge zu finden und in einer Pose einzufrieren – fertig!

Dieser Trend hat uns mal wieder aus den USA erreicht und wurde von Schülern einer Highschool im US-Bundesstaat Florida ins Leben gerufen. In einer Schulklasse filmten sich die Schüler dabei, wie sie erstarren und dadurch den Eindruck einer Schaufensterpuppe vermitteln. Das Video wurde daraufhin mit dem Hashtag #MannequinChallenge versehen – und der Hype nahm seinen Lauf.

Ein Trend geht um die Welt

Die Mannequin Challenge hat sich als absoluter Social-Media-Trend 2016 entpuppt. Auch viele

Prominente sind davon begeistert. Von Beyoncé Knowles und Adele über den Kardashian-Clan bis hin zu Hillary Clinton gab es schon ganz verschiedene Versionen der Mannequin Challenge. Die Prominenten nutzen sie offenbar, um Aufmerksamkeit zu erlangen und ihre Klickzahlen auf ihre Profile in die Höhe zu treiben.

Clinton beispielsweise veröffentlichte am Tag der US-Wahl ein Video mit der Aussage „Don’t stand still. Vote today“. Darin posierte sie unter anderem mit Sänger Jon Bon Jovi regungslos in einem Flugzeug und appellierte damit an die Amerikaner, wählen zu gehen. Das hat ihr zwar nicht zum Wahlsieg verholfen, aber es war sicherlich eine Selbstvermarktungsstrategie.



Hillary Clinton  @HillaryClinton
Don't stand still. Vote today: hillaryclinton.com/locate
#ElectionDay #MannequinChallenge
12:47 PM · 8 Nov 2016
Bild: Videoausschnitt Twitterkanal Hillary Clinton (Screenshot).

Die Demokratin versuchte am Tag der US-Wahl, ihre Wähler mit einem Mannequin-Video zum Urnengang zu bewegen.

Das absolute Mannequin-Challenge-Highlight kam jedoch von der ISS-Crew, denn noch weiter kann ein Trend wirklich nicht kommen. Astronaut Thomas Pesquet und sein Team zeigten dabei, dass der Hype um die Mannequin Challenge auch im Welt-raum angekommen ist.

Andere Hypes und ihre Geschichten

Bereits in den vergangenen Jahren zeigten uns Mitmach-Aktionen wie die Ice Bucket Challenge oder der Harlem Shake, dass eine einfache Idee um die Welt gehen kann. Die Ice Bucket Challenge verfolgte das Ziel, für die Forschung der Nervenkrankheit ALS (Amyotrophe Lateralsklerose) zu spenden und sich dafür einen Eimer Eiswasser über den Kopf zu gießen. Mit der Veröffentlichung des Videos galt es dann, weitere Personen zu nominieren, die es ihnen innerhalb von 24 Stunden gleichtun sollten. 2014 war diese Aktion der Hype schlechthin und hat neben dem Unterhaltungsfaktor noch einen guten Zweck erfüllt.

Auch der Harlem Shake sorgte für ordentlich Trubel im Netz. Dabei tanzten Menschen auf unterschiedliche Art und Weise an den verschiedensten Orten zum Lied von Baauer. Die Videos entwickelten sich 2013 zum internationalen Hit, der viele Begeisterte dazu animierte, die eigene, flashmob-artige Tanzszene zu veröffentlichen.

Die Mannequin Challenge erfüllt sicher keinen guten Zweck, hat aber einige Nutzer zur Kreativität inspiriert. Der Ideenvielfalt sind keine Grenzen gesetzt. Doch auch dieser Hype wird sicherlich sein Ende finden. Wir warten schon gespannt auf die nächste Idee, die uns zum Mitmachen anregt.



Der Weg einer Hausarbeitsnote ...und warum er manchmal ganz schön lang ist

von Anne Lindlar & Carolin Wollschied

Das Gefühl, endlich die Hausarbeiten hinter sich gebracht zu haben, ist befreiend. Im Hinterkopf bleibt aber immer die Neugier, welche Note dabei herauskommt. Woran liegt es, dass manche Noten so spät kommen? Wir haben bei Ilka Jakobs nachgefragt.

Studis können ihre Hausarbeiten entweder im Briefkasten des IFP oder in dem des Hausmeisters im Erdgeschoss des Georg-Forster-Gebäudes abgeben. „Viele Studierende trauen den Briefkästen aber nicht und geben Sie lieber persönlich im Büro ab“, erzählt Ilka Jakobs, Leiterin des IFP-Studienbüros.

Sobald der Dozent alle Hausarbeiten korrigiert hat, gibt er die Noten in Jogustine ein. Ähnlich wie bei der Prüfungsanmeldung muss er jedes Mal eine TAN eingeben, um die Eingabe freizuschalten. Danach druckt er die Noten aus und gibt sie unterschrieben an das Prüfungsamt des Fachbereichs 02 weiter. Die Mitarbeiter des Prüfungsamts schauen dann nochmal alle Noten auf ihre Richtigkeit durch. Zu Semesterende häufen sich natürlich die Hausarbeits- und Klausurnoten, die überprüft und veröffentlicht werden müssen. Das kostet viel Zeit und fordert Geduld bei den Studierenden.

Wie viel Dozenten korrigieren

Viel spannender ist sowieso die Frage, warum die Dozenten teilweise so lange Korrekturzeiten benötigen. Die Antwort: Viele Dozenten müssen etwa 60 bis 90 Hausarbeiten pro Semester bewerten. Die Vielzahl an Arbeiten kommt dadurch zustande, dass Dozenten teilweise zwei oder drei Kurse pro Semester anbieten, in denen jeweils bis zu 35 Studierende eine Hausarbeit schreiben. „Die kriegt man dann auch nicht mal eben schnell weg korrigiert“, so Jakobs. „Wenn man die Arbeiten wirklich gründlich lesen und korrigieren will, schafft man aus meiner Erfahrung etwa fünf bis sechs Hausarbeiten am Stück und braucht dann erstmal eine kleine Pause.“

Gründe für verspätete Bewertung

Einige Dozenten warten, bis die Hausarbeiten von allen angemeldeten Studierenden eingegangen sind, um sie dann alle gebündelt zu korrigieren und auf diese Weise besser vergleichen zu können. Bei Studierenden mit Krankmeldung verlängert sich die Abgabefrist. Das kann wiederum dazu führen, dass sich die komplette Notenvergabe nach hinten verschiebt.

Dazu kommt, dass Dozenten während des Semesters durch ihre Tätigkeit als Lehrende kaum Zeit für die eigene Forschung haben. Diese wird aber dringend benötigt, um sich beispielsweise einem Aufsatz oder einem Konferenzbeitrag intensiv widmen zu können: „Da braucht man manchmal vier Wochen am Stück, in denen man nichts anderes macht“, so Jakobs. Dafür nutzen die Dozenten dann häufig die vorlesungsfreie Zeit.

Und: Viele Dozenten fahren erst nach dem Abgabetermin der Hausarbeiten in den Urlaub. Während der Vorlesungszeiten dürfen sie keinen Urlaub nehmen. Während der Schreibphase wollen die meisten den Studierenden die Besprechung in der Sprechstunde ermöglichen.

Frist für Dozenten?

Tatsächlich ist in der Publizistik-Prüfungsordnung festgehalten, dass „das Bewertungsverfahren vier Wochen nicht überschreiten soll.“ Laut der Prüfungsordnung müsste also eigentlich jeder Studierende dann seine Note vorliegen haben. Jakobs erklärt dazu aber, dass diese vier Wochen nur eine unverbindliche Richtlinie sind: „Das mit dem Soll ist ja immer so eine Sache.“ Die vier Wochen seien, so Jakobs, eher unrealistisch.

Jedoch versucht das Studienbüro darauf zu achten,

dass die Noten bis zur Prüfungsanmeldephase des nächsten Semesters vorliegen — denn nur so kann ein Studierender sich gegebenenfalls zu einer Wiederholungsprüfung anmelden. Das ist sozusagen die „letzte Frist“ für die Dozenten. Um alle daran zu erinnern, schreibt das Studienbüro Mails. Frau Jakobs vermutet, dass sich „95 Prozent der Dozenten auch daran halten“. Natürlich gebe es aber auch Ausnahmen.

Was kann ich tun, wenn die Note nicht kommt?

Es gibt aber auch Sonderfälle, in denen Studierende seit zwei Jahren auf ihre Note warten. Hier rät Jakobs, eine Mail an den Dozenten zu schreiben und nachzufragen — oder persönlich in der Sprechstunde vorbeizuschauen. Wenn das alles nichts bringt, kann man sich an das Studienbüro oder die Fachschaft wenden, die gerne weiterhelfen.

Generell rät Jakobs Studierenden dazu, „keine Scheu“ vor dem Nachfragen beim Dozenten zu haben. Eine neutral formulierte Mail wirke sich sicherlich nicht negativ auf die Note aus, wie viele Studierende vielleicht befürchten. Man solle die Nachfrage aber möglichst nicht vorwurfsvoll formulieren und den Dozenten nicht täglich daran erinnern.

Falls man eine Note besonders früh brauche, beispielsweise für Erasmus, eine Bewerbung oder den nahenden Studienabschluss, wäre „jeder Dozent bereit, die betreffende Hausarbeit vorgezogen zu korrigieren“, versichert Jakobs. In einem solchen Fall kann die Note auch einzeln eingegeben und überprüft werden. Studierende sollten das dann aber möglichst früh ankündigen, am besten um den Zeitraum der Abgabe — und laut Jakobs nicht erst eine Woche vorher Bescheid sagen.

*Publiparty –
Make Publiparty
great again!
Impressionen*



Bilder: Laurent Schons (Fotos linke und mittlere Spalte),
FSRP (Fotos rechte Spalte + Plakat)



Bild: Pascal Schneiders

Publizisten à la mode

von Pascal Schneiders

Der Alumni-Talk zeigt, wo es nach dem Studium hingehen kann und was hinter den Kulissen verschiedener Jobs geschieht. Die jüngste Veranstaltung drehte sich um Journalismus und Marketing in der Modebranche.

Mit seinem Konzept des sozialen Kapitals wusste es Pierre Bourdieu schon lange vor uns: Vernetzung ist das A und O. Und das gilt ganz besonders in der Medienbranche. So lautete also auch das Resümee des mittlerweile achten Alumni-Talks. Zu Gast waren André Bangert und Axel Reichmann. Beide haben am IfP studiert. Bangert ist heute Redakteur der Fachzeitschrift für die Textil- und Bekleidungsbranche *TextilWirtschaft*. Reichmann arbeitet als Industry Manager bei Google Deutsch-

land. Beide waren sich auf der Veranstaltung einig: Man sollte im Studium das machen, was Spaß macht, statt strikt die Regelstudienzeit einzuhalten. Denn im Job fehle die Zeit, Interessen zu entdecken und ihnen nachzugehen. Auch Noten seien bei der Bewerberauswahl gar nicht so wichtig. Das war sicherlich Balsam für die Ohren der bei der Veranstaltung circa 35 anwesenden Studierenden.

Demgegenüber: Will man als Industry Manager bei Google arbeiten, so Reichmann, braucht es nicht nur Ausdauer im Bewerbungsverfahren. Gefragt seien auch Kenntnisse der Statistik und des Online-Marketings. Denn Industry Manager beraten Kunden aus der Konsumwirtschaft, welche Werbeformen sie am effizientesten im Google-Universum einsetzen.

Wer als Journalist zur *TextilWirtschaft* wolle, erklärte Bangert, sollte vor allem Neugier mitbringen. Ein wirtschaftswissenschaftlicher Hintergrund sei kein Muss. Es könne sogar von Vorteil sein, die Themen aus der Sicht eines Laien zu betrachten und aufzubereiten. Wichtig sei die Praxis. Doch hier gilt: nicht zu viele Praktika und möglichst keine unbezahlten. Denn am Ende reicht soziales Kapital allein dann doch nicht.

Infobox: Alumni-Talk

Der Alumni-Talk wird vom Fachschaftsrat Publizistik und der Alumni-Stiftung der Mainzer Publizisten ausgerichtet, um klare Perspektiven nach dem Studienabschluss zu bieten. Themenvorschläge sind immer willkommen! Schreibt dazu eine Mail an: fsrp@uni-mainz.de.

Wer nun Lust auf Vernetzung hat - hier geht's zur Xing-Gruppe der Alumni-Stiftung: https://www.xing.com/communities/groups/alumni-stiftung-der-mainzer-publizisten-7358-1000371?sc_o=da980_e



Bild: Pascal Schneiders

Neben dem Studium in die Europapolitik

von Maïke Höpp

Im vergangenen Herbst entschloss sich Jonas Fritz dazu, nicht mehr nur passiv neben der europäischen Politik zu stehen, sondern sie aktiv mitzugestalten. Fritz, der Politikwissenschaft und Publizistik im dritten Semester studiert, engagiert sich seitdem als Chef für Kommunikation beim sogenannten European Student Think Tank.



Bild: Jonas Fritz

Jonas, Du bist seit Herbst 2016 Teil des European Student Think Tank (EST). Was genau ist das für ein Projekt?

Der EST ist 2010 in Amsterdam von Studierenden gegründet worden. Wir arbeiten alle ehrenamtlich bei dem Projekt und finanzieren uns durch Sponsoren oder Kooperationen mit Vereinen und Organisationen. Die Grundidee dahinter ist, dass junge Menschen die Möglichkeit bekommen sollen, europäische Politik mit zu beeinflussen.

Wie soll das funktionieren?

Zum einen sind wir eine Art Online-Plattform. Wir veröffentlichen akademische Arbeiten sowie Kommentare und Blog-Beiträge auf unserer Seite, die sich mit aktuellen europäischen Geschehnissen befassen. Man kann zum Beispiel seine Hausarbeit an uns schicken. Dann prüfen wir, ob sich das Thema als Artikel eignet und veröffentlichen ihn gegebenenfalls. Schließlich gibt es eine Menge Hausarbeiten zu politischen Themen, die am Ende in der Schublade verschwinden, sobald sie benotet wurden. Wir möchten durch die Veröffentlichung der Texte, zum Beispiel zum Brexit oder der Protestbewegung gegen Abtreibung in Polen auf neue Ideen und verschiedene Sichtweisen zu Themen aufmerksam machen.

Und wie sieht es mit praktischer politischer Teilhabe aus?

Das ist der zweite Aspekt des EST. Wir organisieren immer wieder Events in ganz Europa, an denen jeder teilnehmen kann. Bei solchen Veranstaltungen arbeiten wir oft in Arbeitsgruppen, die sich mit ei-

nem Thema beschäftigen und sich darüber austauschen. Meistens können die Teilnehmer dabei mit politischen Vertretern oder Aktivisten diskutieren und Fragen stellen. So etwas auf die Beine zu stellen ist aber nicht immer einfach, weil finanzielle Mittel fehlen. 2016 konnten wir aber relativ viele Veranstaltungen organisieren. Wir waren etwa in der EU-Delegation in Bosnien und Herzegowina, bei der Vertretung der Europäischen Kommission in Paris und auch im Europäischen Parlament. Dort haben wir zwei Arbeitsgruppen zum Thema Geschlechtergerechtigkeit und Benachteiligung von Frauen gebildet. Mit diesen Veranstaltungen versuchen wir auch, eine Brücke zwischen Theorie und politischer Praxis zu schlagen.

Wie bist Du auf den EST gestoßen?

Ich habe im Frühjahr 2016 eine Studierende kennengelernt, die zu dieser Zeit beim EST mitgemacht hat. Sie hat mir einiges von ihrer Arbeit dort erzählt. Das hat mein Interesse geweckt. Ich interessiere mich schon länger für die Kommunikation im politischen Prozess und dafür, wie politische Akteure junge Menschen erreichen können. Ich habe mich einfach beworben und wurde ausgewählt.

Was sind Deine Aufgaben bei dem Projekt?

Ich bin gerade für ein Jahr zum Kommunikationsdirektor gewählt worden, kümmere mich also um die sozialen Kanäle, die wir bespielen. Dafür bereite ich Bilder und Texte auf, die uns zugeschickt werden. Außerdem beantworte ich Fragen und Nachrichten. Alles in allem komme ich so auf teilweise zehn Stunden pro Woche.

Der Think Tank ist ja ein europäisches Projekt, seid Ihr auch tatsächlich in jedem Land in Europa vertreten?

Wir haben mindestens einen sogenannten Botschafter in jedem europäischen Land. Sie organisieren Veranstaltungen in den einzelnen Ländern. Wenn große politische Themen in Europa aufkommen, schreiben sie zudem einen Kommentar aus der Sichtweise ihres Landes dazu.

Infobox:

European Student Think Tank (EST)

Wer Interesse an der Arbeit des EST hat, kann über soziale Netzwerke mit der Initiative in Kontakt treten – oder gleich Artikel, Kommentare sowie wissenschaftliche Texte an das Team schicken. Eine Online-Checkliste auf der Webseite des EST (europeanstudentthinktank.com) zeigt auf, was es dabei zu beachten gilt.

Vom Kinderzimmer in den Hörsaal

von Selina Beckmann, Laura Hennemann & Henrik Rampe

Die Dozenten des IfP haben uns in ihre alten Fotoalben schauen lassen. Von Herzchen-Haarspangen bis Udo-Lindenberg-Musik sind hier die verschiedensten Kindheitserinnerungen festgehalten. Könnt Ihr erraten, welcher Junior-Publizist hinter welchem Bild steckt? Die Auflösung findet Ihr auf Seite 54.



1. Das schmatzende Fotomodel lässt ausrichten: den stylischen Hut gibt er für kein Geld der Welt her.



2. Diese kleine Dame bestand immer auf zwei Zöpfen und nicht nur einen. Warum? Weil man dann zwei Herzchen-Haarspangen verwenden konnte. Das Publizissimus-Urteil: knuffig!



3. Probeshooting vor dem ersten Kindergarten-Gruppenfoto im heimischen Hof. Man will ja nichts dem Zufall überlassen.



4. Wehendes Haar und extravagante Kopfbedeckung. Der gebannte Blick der kleinen Publizistin gilt den Ritterkämpfern mit Pferden im Europa-Park Rust.



5. Heute sagt dieser kleine Frechdachs über sich: „Ich habe schon früh angefangen, Menschen auf die Hörner zu nehmen.“



6. Scheinwerfer, Kameras, Licht: Für das schicke Familienfoto vom Profifotografen ließ sich der Junior-Publizist sogar schminken: Das erste und bisher einzige Mal in seinem Leben.



7. Für dieses Bild konnte sich der kleine Musik-Fan für einen kurzen Augenblick von seinem Walkman lösen. Aber wirklich nur ganz kurz. Dann wurde wieder laut zu Liedern von Udo Lindenberg mitgesungen!



8. Modisch eine Augenweide. Der Lausbub mit dem Checker-Blick überragt heute seine beiden älteren Schwestern um Längen.



9. Heute versteht sie, warum sie sich ihre Kleidung damals nicht selbst aussuchen sollte.



10. In Opas Garten ist es immer toll! Das findet auch diese süße Grinsebacke. Im Jahr 2017 sagt er: „Die beiden Schneidezähne sind noch dieselben wie heute...“



11. Diebisch freut sich die Kleine, dass Mama den Fototermin vergessen hat: So konnte sie anziehen, was sie wollte!

A.



B.



C.



D.



E.



F.



G.



H.



J.

K.



L.



„Freunde? Finden Sie auf Facebook!“

Zugegeben: Ein bisschen vermissen wir die Bravo schon. Doch die verschwindet langsam in der Bedeutungslosigkeit und überhaupt sind wir ja wohl aus dem Alter raus! Deshalb stellen wir die Fragen, die uns jetzt unter den Nägeln brennen, ab dieser Ausgabe einem anderen, nämlich dem Publi-Aufklärer. Wir präsentieren: Dr. med(ia). Nach vielen Jahren am Institut kennt er sich in sämtlichen Publi-Fragen bestens aus. Wer dahinter steckt, verraten wir nicht. Vielleicht kommt Ihr ja selbst drauf. Achtung: Satire!

Hilfe, Dr. med! Ich bin neu an der Uni, wie finde ich am schnellsten Freunde?

Wozu brauchen Sie Freunde? Die lenken doch nur ab. Es sei denn, Sie finden Freunde, die Ihnen die Vorlesungsmanuskripte mitbringen, während Sie ausschlafen. Oder Freunde, die Sie in Klausuren abschreiben lassen. Solche Freunde sind gut. Wie man die findet? Bestechung ist ein Weg, denken Sie an Zigaretten, Alkohol oder sexuelle Dienstleistungen. Damit kommen Sie sicherlich am Weitesten. Wenn Sie allerdings tatsächlich an Freunden interessiert sind, dann probieren Sie es doch mal mit Facebook...

Anwesenheitspflicht? Ich bin doch nicht mehr in der Schule! Was soll das?

Ja, das humanistische Bildungsideal glänzt durch Ihre Zeilen hindurch. Und tatsächlich: Wieso sollte man erwachsene Leute, die sich freiwillig in die Hände selbstverliebter Dozenten begeben und dafür noch (wenn auch geringe) Geldbeträge zahlen müssen, zur Anwesenheit verpflichten? Heerscharen von Studierenden seit dem 19. Jahrhundert haben auch schon studiert – ohne Anwesenheitspflicht. Und ist aus denen etwa etwas Schlechteres geworden? Nein.

Ihre Frage ist berechtigt und die Antwort lautet schlicht und ergreifend: Weil Professoren nicht all die Jahre bedeutungslose Aufsätze geschrieben und sich auf stinklangweilige Tagungen herumgetrieben haben, um dann, auf dem Gipfel ihrer Karrieren, vor leeren Bänken zu lehren. So einfach ist das. Sehen Sie Ihre Anwesenheit einfach als einen psychotherapeutischen Einsatz, als Streicheleinheit für narzisstische Dozenten-Seelen.

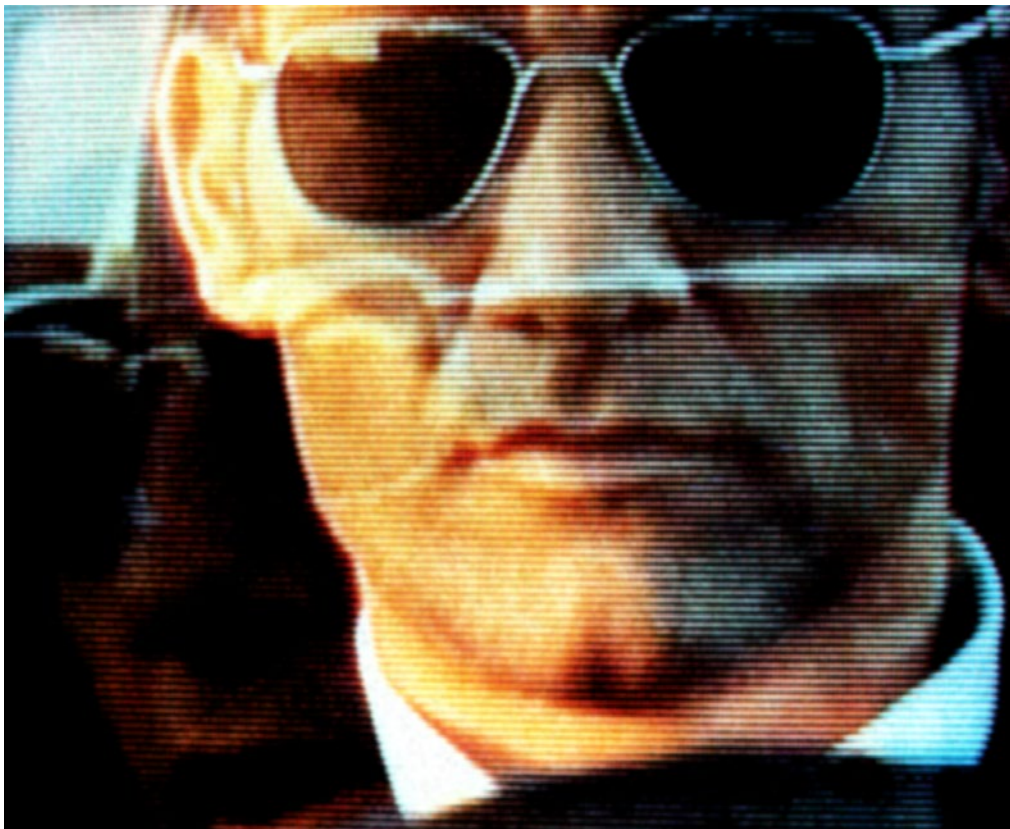


Bild: Photogrammaton. Bestimmte Rechte vorbehalten.

Steckt dieser Mann hinter Dr. med(ia)? Wir hüllen uns in Schweigen.

Der ewig arme Publi-Student?

von Daniela Lenz

Studium und Geld sind ein Widerspruch? Am Ende geht das ganze Geld trotz Nebenjob für die Uni drauf? Weit gefehlt. Stipendien können helfen, das Studium auch ohne großen Mehraufwand durch Jobs finanziell zu bestreiten. Wir stellen spezielle Angebote für angehende Publizisten vor.



Wenn man zu studieren beginnt, eröffnet sich für die meisten eine neue Welt. Und für viele stellt sich gleichzeitig die Frage: Wie finanziere ich das eigentlich? Da ein Studium durchaus Zeit in Anspruch nimmt, ist die Zeit, die zum Arbeiten bleibt, begrenzt. Selbst wer zusätzlich BAföG erhält, dürfte genau wissen, wie eng es am Ende des Monats manchmal aussehen kann. Neben dem Lebensunterhalt und weiteren Kosten wie der Miete und dem ein oder anderen Bier wollen auch Lernmaterialien bezahlt werden. Aber woher bekommt man schon „einfach so“ Geld?

Von diversen Stiftungen. Sie haben sich der Bildung, Ausbildung und Forschung verschrieben und vergeben Stipendien, um jungen Menschen das Studieren zu ermöglichen und zu erleichtern. Dadurch ist zwar das Bier noch nicht bezahlt, zumindest aber ein Teil oder sogar die kompletten Kosten für den akademischen Teil des Studiums. Die Liste der Stiftungen, die solche Fördermittel anbieten, ist lang. Gibt man bei Google das Stichwort „Stipendium“ ein, so erhält man circa 4,5 Millionen Ergebnisse. Grenzt man dies auf die Schlagworte „Stipendium für Publizistik“ ein, reduzieren sich die Ergebnisse auf 44.500. Immer noch viel zu viel um zu wissen, welche Angebote infrage kommen.

Publizisten helfen Publizisten

Für Studierende des IfP bietet sich zum Beispiel das Paul F. Lazarsfeld-Stipendium an. In Zusammenarbeit mit der Deutschen Gesellschaft für Presse und Kommunikation (DGPuK) zeichnet die Paul Lazarsfeld Gesellschaft e.V. jedes Jahr Abschlussarbeiten für besonders innovative oder anspruchsvolle Methoden aus und vergibt ein Preisgeld in Höhe

von 1.000 Euro – für weitere Forschungszwecke. Wer also beispielsweise eine besonders kreative Idee für die Methode in der Bachelorarbeit hat und danach vielleicht einen Master plant, für den kann es in Bezug auf die Masterarbeit interessant sein, seine Bachelorarbeit einreichen zu lassen. Das ist der einzige Haken dieses Stipendiums: Man kann seine Arbeit nicht selbst einreichen, sie muss von einem DGPuK-Mitglied vorgeschlagen werden. Hinzu kommt, dass die Preisträger ihre ausgezeichneten Arbeiten auf der Fachgruppentagung der DGPuK vorstellen und so neue Kontakte für die weitere Laufbahn knüpfen können. Neben dem finanziellen Aspekt kann sich die Auszeichnung also auch für die Karriere lohnen. Weitere Informationen zum Paul F. Lazarsfeld-Stipendium sind auf der Internetseite der DGPuK zu finden.

Zum Teil haben auch die kommunikationswissenschaftlichen Institute eigene Stipendienangebote. Das IfP in Mainz zwar selbst nicht, dafür vergeben aber ehemalige IfPler ein Stipendium. Sie haben sich zur Alumni-Stiftung der Mainzer Publizisten zusammengeschlossen und greifen damit jetzigen IfP-Studierenden finanziell unter die Arme. Die Alumni-Stiftung unterstützt mit dem Examens- und Promotionsstipendium finanziell aufwendige Examensarbeiten und Promotionen für alle am IfP angebotenen Bachelor- und Masterstudiengänge. Auch hier ist also ein bisschen Kreativität gefragt: Wenn ihr eine tolle Idee für eure Bachelor- oder Masterarbeit oder die Promotion habt, aber denkt, dass sich euer Vorhaben nicht realisieren lässt, weil die Kosten euer Studentenbudget übersteigen, dann seid ihr bei der Alumni-Stiftung vielleicht an der richtigen Adresse. Voraussetzung für das Stipendium sind sehr gute Leistungen während

des Studiums, ein besonderes gesellschaftspolitisches Engagement oder Berufserfahrungen in einem Publizistik-nahen Berufsfeld, sowie eine Abschlussarbeit oder Promotion, deren Umsetzung besonders kostspielig ist. Detaillierte Informationen, was genau zu tun ist und an wen man sich wenden kann, sind auf der Internetseite der Alumni-Stiftung unter dem Stichwort „Förderungen“ zu finden.

Wenn ihr euch in den beiden beschriebenen Angeboten nicht wiedergefunden habt, und es womöglich auch nicht an der Examensarbeit hängt, sondern viel mehr am Weg dorthin, dann findet ihr auf der Internetseite des Journalistischen Seminars eine Liste mit Stiftungen, die Stipendien für angehende Journalisten beziehungsweise Studierende im journalistischen Bereich vergeben. Die Anforderungen für diese Stipendien sind ganz unterschiedlich: Während beispielsweise das Stipendium der Konrad-Adenauer-Stiftung auf Begabtenförderung abzielt, fördert das „Dr. Alexander und Rita Besser Stipendium für künftige Journalisten“ Volontariate und Praktika, auch im Ausland.

Insgesamt ist das Angebot relativ groß. Das führt dazu, dass die Stipendien-Suche mühsam sein kann. Mit ein paar Eingrenzungsstrategien ist es dennoch gut möglich, ein passendes Angebot zu finden. Auch ohne sich dafür durch 4,5 Millionen Google-Ergebnisse kämpfen zu müssen.



Bilder: Saskia Bender

Das Journalisten-Genre der Träume

von Saskia Bender

Am liebsten raus, so weit weg wie möglich – alle Sorgen des Alltags hinter sich lassen, den Rucksack auf den Rücken schnallen und ab in die Ferne. So stellen sich viele den Berufsalltag eines Reisejournalisten vor. Der großen Leidenschaft nachgehen und mit ein bisschen Getippe auch noch Geld machen: das vermeintliche Idealbild eines Berufs.

Man stelle sich vor: mit der GoPro auf dem Helm über südländische Inseln fahren, in blauen Lagunen oder bunten Riffen schnorcheln, mit jeder Menge gute Laune und Spaß im Gepäck. Im Dschungel wird dann mit einigen Äffchen gekuschelt. Auf dem Rückweg ins Fünf-Sterne-Hotel das ein oder andere Souvenir zum Spottpreis mitgenommen. Kulinarische Vielfalt soweit das Auge reicht und zwischendurch schreibt man das Erlebte eben auf.

Bildschöne Welt

Wie schön es sein kann, Reiseberichte zu machen, zeigt auch die Netflix-Serie Bildschöne Welt (Originaltitel: Tales by Light, 2015) die den Zuschauer in atemberaubende Welten und Kulturen entführt. Produziert unter anderem von Canon Australia, begleitet die Serie renommierte Fotografen, um die

Geschichte hinter ihren Bildern und deren Entstehung zu erzählen. Dass das Ganze gleichzeitig beste Werbung für Canon ist, sei einmal dahingestellt.

Der große Traum und seine Wirklichkeit

Doch das Leben des klassischen Reisejournalisten ist, anders als vielfach vermutet, kein Zuckerschlecken. Zum Beruf gehört wesentlich mehr als Reiselust und das Interesse an fremden Kulturen und Ländern dieser Erde (siehe Interview). Im Gegenteil, das Reisen steht eher im Hintergrund. Vielmehr geht es darum, dem Leser und Touristen ein Land und seine Kultur mit Schrift und Bild so nahe wie möglich zu bringen. Immerhin muss der Reisende anhand des reisejournalistischen Werkes ja eine Entscheidung treffen, in welche der 206 Länder dieser Erde es gehen soll. Folglich sollte

ein Reisejournalist so viel wie möglich sehen und erleben, um alle Reisemöglichkeiten einzufangen und bewerten zu können. Nicht gerade das, was man unter Urlaub versteht, sondern ein Alltag, der von Stress und Zeitdruck geprägt ist. Einmal abgesehen von einer ganzen Menge organisatorischer Aufgaben wie der Planung der Reise, Finanzen und mehr.

Woher kommt das Geld?

Der Beruf ist ein hartes Stück Arbeit, insbesondere weil die meisten Reisejournalisten keine Festanstellung vorweisen können, sondern als Freiberufler Tag für Tag sehen müssen, wo das Geld herkommt, da Angebot und Nachfrage die Bezahlung bestimmen. Verlockend sind dann vor allem Presereisen. Reiseunternehmen und PR-Agenturen fi-

und Christine Meltzer üben im Rewi zu Mittag. +++ Man munkelt, sie täten dies, um den neugierigen Blicken der Studis zu entgehen. +++ Man

finanzieren die Reise und fordern als Gegenleistung einen Reisebericht. Die Vereinigung Deutscher Reisejournalisten (VDRJ) sieht dieses Angebot aber nur als Recherchehilfe, um den journalistischen Qualitätsstandards treu bleiben zu können und sich und dem Leser unabhängig von den Einflüssen der PR ein eigenes Bild zu verschaffen.

Die Eintrittskarte

Wie im Journalismus generell gibt es auch in der Reisesparte verschiedene Möglichkeiten, einen Fuß in die Branche zu setzen. In der Regel wird ein abgeschlossenes Hochschulstudium vorausgesetzt. Die Axel Springer Akademie bietet sogar ein Programm an, das auf den Reisebereich spezialisiert ist. Weiterhin zählen gesammelte Praxiserfahrungen in entsprechenden Ressorts. Fremdsprachenkenntnisse aller Art sind natürlich von Vorteil.

Zahlreiche Blogger, Youtuber und andere Influencer machen es vor

Daneben gibt es auch gute Chancen für Quereinsteiger, Stichwort: #Wanderlust und #Globetrotting: Wer sowieso ein Händchen für Fotografie,

Video-Bearbeitung oder das Schreiben hat, kann Youtube, Instagram und Co. als perfekte Eintrittskarte ins Reise-Genre der Träume nutzen und damit mit ein bisschen Glück sogar den Geldbeutel füllen.

Auf Youtube und Instagram rücken zum Thema Reisen vor allem künstlerische und ästhetische Aspekte in den Vordergrund. Fotografisches und filmisches Know-How lassen sogenannte Lifestyle-Clips entstehen, die das Reisen weniger realistisch, sondern eher idealisiert-ästhetisch darstellen.

So umsegeln etwa Elayna Carausu und Riley Whitelum, ein australisches Pärchen, in inniger Zweisamkeit mit ihrem Segelboot „La Vagabonde“ die Welt und halten alle Erlebnisse in Videos, Blog-Posts und Bildern fest. Die beiden scheinen einen wahren Traum zu leben, fernab der Gesellschaft, komplett unabhängig und abenteuerlustig in den Weiten des Ozeans - eine Geschichte, die nach einem Märchen klingt.

Besonders an dieser Form der Reiseberichterstattung ist, dass sie unter anderem auf ein besonders großes, teilweise globales Publikum abzielt. Leser und Zuschauer nutzen die Inhalte nicht nur

zu Informations- sondern auch zu Unterhaltungszwecken: Und schon hat man als selbsternannter Reisejournalist zwei Fliegen mit einer Klappe geschlagen.

Fernweh bekommen?

Die Bilanz: Insgesamt kostet es einiges an Mühe und Kraft, als Reisejournalist beziehungsweise -blogger zu arbeiten. Doch der Job garantiert, sofern es finanziell hinhaut, auch jede Menge Abwechslung und ist gerade stark gefragt. Sei es für eine Tageszeitung, ein Wochenmagazin oder eines von derzeit insgesamt 40 deutschen Reisemagazinen - über Urlaub liest's sich gern. Wer also die Füße nicht stillhalten kann vor lauter Fernweh, der sollte seine sieben Sachen packen, sich ein Flugticket buchen und schreiben, was das Zeug hält.



Bild: Saskia Bender

Leinen los und Schiff Ahoi!

von Saskia Bender



Bild: Harald Spilker

Harald Spilker ist ein waschechter Quereinsteiger. Reisejournalist im engeren Sinne ist er zwar nicht, trotzdem weiß er, wie es ist, durch die Welt zu reisen, anderen davon zu erzählen und damit Geld zu verdienen. Als Lektor bei der Flotte eines deutschen Kreuzfahrtanbieters berichtet der gelernte Mediengestalter vor Passagieren über Land, Leute und Sehenswertes der angefahrenen Häfen. 290 Tage im Jahr ist der 66-Jährige mit seiner Frau auf See.

Herr Spilker, wie sind Sie zu Ihrem Beruf gekommen?

Ich habe 1984 mit meiner Frau die erste Kreuzfahrt gemacht und seitdem mindestens eine pro Jahr. Wir haben dadurch sehr viel von der Welt kennengelernt und es sind viele Eindrücke im Kopf geblieben. Da ich schon immer gerne fotografiert habe und viele Destinationen kenne, hat mich der Kreuzfahrtanbieter darum gebeten, darüber zu berichten. Inzwischen bin ich seit etwa zehn Jahren hier an Bord als landeskundiger Lektor in der Welt unterwegs.

Ihnen ist es also gelungen, das Reisen zum Beruf zu machen?

In gewisser Weise schon. Mittlerweile bin ich aber nicht mehr im Berufsleben, seit zwei Jahren ist das Ganze reines Hobby.

Was haben Sie vor Ihrer Kreuzfahrt-Karriere gemacht?

Etwas ganz anderes. Meine Ausbildung habe ich als Elektrotechniker/-ingenieur gemacht und mein Berufsleben in der Medizintechnik verbracht. Da sind wir auch viel unterwegs gewesen, das hatte aber nichts mit Kennenlernen zu tun, es war nur fürs Geschäft.

Wie viele Länder haben sie bereits bereist?

(schnauft) Das habe ich nie gezählt. Meine Frau und ich haben letztes überlegt, dass es fast keinen Kreuzfahrthafen gibt, den wir noch nicht erreicht

haben. Das hört sich ein bisschen verrückt an, vielleicht sogar überspannt, es ist aber wirklich so. Es werden mittlerweile wohl zwischen 200 und 230 Kreuzfahrten sein.

Welches Reiseland hat Sie am meisten fasziniert?

Schwer zu sagen. Es gibt Ecken wie Singapur, die absolut faszinierend sind. China und Asien überhaupt. Auf der anderen Seite aber auch ganz naheliegende Sachen wie Norwegen, Island, Spitzbergen - eine ganz andere Welt.

Wie sammeln Sie die Informationen über einzelne Destinationen?

Es sind drei Schienen: einmal die Erfahrung, die man selbst durch Besuche sammelt. Dazu kommt die Recherche in Literatur und dem Internet. Über die Bekanntschaften, die man unterwegs mit Einheimischen macht, kommt man aber an ein Wissen, auf das man in dieser Form in keinem Reiseführer stößt.

Das Problem ist ja oftmals, dass man beim Besuch normaler Touristenattraktionen eine Kultur gar nicht richtig erleben kann. Wie gehen Sie damit um?

Das kann man bei einem ersten Besuch nicht direkt erwarten. Es bleibt nicht aus, dass man sich erst diese Punkte anschaut, die andere für wichtig halten. Erst beim zweiten oder dritten Mal hat man dann die Chance und die Zeit, sich intensiver mit

jemandem zu unterhalten. Häufig dienen dann Taxifahrer als Ausgangspunkt (lacht).

Sicherlich beneiden Sie viele Menschen um Ihre Tätigkeit. Wie beurteilen Sie das?

Ich kann mir nur denken, wie andere sich meinen Alltag vorstellen. Er ist aber schon ein bisschen anders. Man sieht nicht ständig neue Destinationen, vieles doppelt sich. Außerdem ist es nicht überall so schön, wie man es sich vorgestellt hat. Wer ständig unterwegs ist, hat auch keine gewohnte Umgebung. Es kann also durchaus auch stressig werden. Kreuzfahrten haben den Vorteil, dass man hier sehr viele Kontakte knüpft. Das ist auf Hotel-Ebene nicht möglich. Hier erlebt man gemeinsam, tauscht sich aus. Das finde ich so toll an diesen Reisen.

Herzlichen Dank für das Interview, Herr Spilker!

„Drama, Drama, Baby!“

von Laura Jentgens



Bild: Meine Schuld, Ausgabe 12/2016

Jan Böhmermann und Mike Krüger hatten sie schon in den Händen: die „Meine Schuld“, eine in jedem Fall belächelte Romanzeitschrift des Martin-Krüger-Verlages. Nun muss sie auch dem Urteil des Publizissimus standhalten.

„Was Frauen berichten: schonungslos – indiskret“, beschreibt die Meine Schuld ihren Inhalt selbst. Die Zeitschrift besteht aus verschiedenen Erzählungen, größtenteils von Frauen, die Einblick in ihr Leben geben. Schuld wird zwar in einigen Geschichten angesprochen, ist aber häufig nicht das zentrale Thema. Verzweiflung scheint dagegen ein viel wichtigeres Auswahlkriterium zu sein.

Egal ob eine schwangere 14-Jährige im Vordergrund steht oder das Erbe einer Millionärin, Drama darf auf keinen Fall fehlen. Dafür wird auch mal tief in die Vorurteilstiste gegriffen und eine sexsüchtige Frau mit einer französischen Affäre herbeigezaubert. Skurriler wird es, als eine Tochter samt schlechtem Gewissen Kontakt mit dem Jenseits aufnehmen will. Passend dazu liefert die Zeitschrift den Psychotest „Glauben Sie an übersinnliche Kräfte?“ Eine Frage, die man wohl kaum ohne den Psychotest beantworten kann.

Wer nach „Familiendrama: Oh Gott! Schwanger mit 14“ und „Dramatische Sekunden: Mein Schutzengel rettet mich und die Kinder“ wieder runterkommen will, kann getrost den Krimi der Zeitschrift lesen. Spannend wie eine Kindergeschichte senkt er den Bluthochdruck garantiert, um sich danach wieder den Schicksalen frustrierter Frauen widmen zu können. Da wäre zum Beispiel Kati H., die sich doch nur Sex außerhalb der Missionarsstellung wünscht.

Ihr Mann hat dafür nur wenig Verständnis. Oder Jessica L., die einen „Sugar Daddy“ sucht, um ein Leben in Glamour und Reichtum führen zu können. Als dann die Liebe ihres Lebens auftaucht, will Jessica sich nicht vom Daddy trennen. Es kommt, wie es kommen muss, und ihr Zweitleben fliegt auf. Aber macht nichts, Jessi lernt ja daraus: Ab und an noch ein Sugar Daddy für den Kleiderschrank, aber kommt die große Liebe wieder, da wüsste sie, was sie tue!

Herzschmerz in allen Facetten

Als einziger Mann erzählt Tobias B., wie er, ein Familienvater und Ehemann, eine Affäre mit einer Kollegin anfängt, weil er Verantwortung abgeben und dominiert werden will. Schuldig fühlt er sich dabei nicht, immerhin schläft er ja auch noch mit seiner Frau, sodass sie nichts „vermisst“.

Der Leser soll sich wohl mit dem Erzählten identifizieren können. Ob das wirklich immer funktioniert, sei dahingestellt. „Frauen gewähren Einblick in ihr wahres Leben“, heißt es auf der Webseite des Martin-Krüger-Verlages. Dabei wird außer Acht gelassen, dass diese Frauen ganz offensichtlich meist fiktiv sind.

Wie sich die Zeitschrift Meine Schuld von anderen Formaten des Krüger-Verlages abhebt, ist schleier-

haft. Ohne Probleme könnte zum Beispiel Jessicas Geschichte auch in den im Verlag erscheinenden Titel „Meine Liebesbeichte“, „Meine Enthüllung“ oder in „Meine Lebenslüge“ (ja, die hat der Verlag ebenfalls im Angebot!) erscheinen. Ähnliche Überschneidungen gibt es auch bei den anderen Schicksalen. Das Konzept des Verlags scheint hier auf viel Herzschmerz in allen denkbaren Facetten zu liegen.

Meine Schuld: Das sind in erster Linie Geschichten, über die sich tratschende Frauen beim Kaffeeklatsch austauschen können, dazwischen ein bisschen Rätselspaß und zum Schluss Rezepte, die mindestens genauso pikant sind wie die Geschichten, da sie alle (sicherlich rein zufällig) Unilever-Produkte (Knorr und Co.) enthalten – fertig ist eine Ausgabe der Zeitschrift.

Kiosk-Besucher sollten sich lieber ein spannendes Buch kaufen, Telenovelas schauen oder, wenn es denn sein muss, mit Freunden lästern. Doch es gilt: Hände weg von Meine Schuld! Drama ohne Spannung oder einen Funken Authentizität funktioniert einfach nicht.



Bild: © ZDF/Rico Rossival

„Je mehr Kulturen man verinnerlicht, desto freier ist der Kopf“

von Duygu Aksoy

Er selbst verließ die Uni ohne Magisterarbeit, rät aber anderen dazu, es nicht so zu machen wie er: Béla Réthy. In den Siebzigern begann der Sportjournalist und Kommentator, in Mainz Publizistik, Soziologie und Ethnologie zu studieren. Inzwischen ist er seit 30 Jahren beim ZDF tätig. Zeit für einen Rückblick.

Herr Réthy, was hat Sie damals zum Publizistik-Studium an der JGU bewegt?

Ende der Siebzigerjahre gab es bundesweit noch keine akademische Ausbildung für Journalisten, nur private Journalistenschulen, etwa in München oder Bochum. Publizistik war für mich dann einfach ein naheliegender Weg zu meinem Berufswunsch.

Welche Erinnerungen werden wach, wenn Sie an Ihre Studienzeit zurückdenken?

Ich habe mein Studium ja nicht abgeschlossen. Drei Viertel meiner Magisterarbeit habe ich bei Professor Wilke geschrieben. Man musste sich damals aber parallel zum Studium intensiv um einen Job kümmern, deshalb habe ich den Anschluss verloren und meine Abschlussarbeit nicht beeen-

det. Denn am Ende des Studiums sollte ja ein Job kommen, aber ich dachte mir, wenn der Job vorher kommt, ist das umso besser. Insgesamt habe ich die Zeit als sehr entspannt empfunden. Trotz des fehlenden Abschlusses war es auch keine verlorene Zeit. Denn das Studium hat mir in vielerlei Hinsicht sehr viel beigebracht, zum Beispiel was Methodik oder Allgemeinbildung betrifft. Das hat mir in meinem Berufsleben sehr geholfen.

Gibt es ein Erlebnis, an das Sie sich konkret erinnern?

Ich bin damals aufgrund des hohen Numerus Clausus nicht direkt in die Publizistik eingestiegen. Anfangs war ich vier Wochen bei den Chemikern und wollte dann in die Medizin wechseln, die mich auch

sehr interessiert hat. Eine Kommilitonin hat mich einmal mitgenommen, als das Herz analysiert wurde. Dabei roch es nach Leichen und Formalin; ein einschneidendes Erlebnis.

Ursprünglich stammen Sie aus Ungarn, Sie sind in Wien geboren, nach Ihrer Geburt mit Ihrer Familie nach São Paulo und schließlich ins Rhein-Main-Gebiet gezogen. Wie hat es sich für Sie angefühlt, als junger Mensch unter dem Einfluss so vieler verschiedener Kulturen zu stehen?

Das war ein Gewinn, ein absoluter Gewinn. Je mehr Kulturen man verinnerlicht, desto freier ist der Kopf. Man lernt, toleranter und offener gegenüber anderen Religionen und Kulturen zu sein. Auch

sprachlich hat es mir sehr geholfen, ich spreche ja sechs Sprachen. Die Mentalität und Denkweise wird von verschiedenen Kulturen geprägt, was sich auch positiv auf meinen späteren Job ausgewirkt hat. Zurück in Deutschland war ich der Exot und musste immer viel von meiner Zeit in Brasilien erzählen. Das war sehr schön.

Da Sie in São Paulo aufgewachsen sind, war es für Sie bestimmt eine Herzensangelegenheit, die olympischen Sommerspiele 2016 zu kommentieren. Brasilien ist ja bekanntlich von Armut und Korruption geprägt. Was sagen Sie zu den Missständen im Land und den Aufständen der Bevölkerung wegen der hohen Investitionen für die Olympischen Spiele?

Ich möchte das gerne am Beispiel der Fußball-Weltmeisterschaft 2014 beschreiben, da Fußball ja wichtig für die Brasilianer ist und das deshalb ein noch bedeutenderes Ereignis war. Es sind Gelder bei der WM versickert. Korruption ist das Hauptproblem im Land, deshalb sind die Aufstände der Menschen durchaus verständlich. Man hätte von der politisch dominierenden linken Bewegung in jedem Fall mehr soziales Engagement erwarten können, was anfangs auch geschehen ist. Viele Menschen wurden zum Beispiel aus dem Analphabetentum rausgeholt und somit in den Mittelstand gebracht. Konkrete Investitionen betrafen jedoch nicht alle Armen im Land. Sie zielten mehr auf die Gegenden um die großen Stadien ab, die extra für die WM errichtet wurden. Insgesamt hat die WM internationale Aufmerksamkeit auf die bereits seit Langem herrschenden Probleme der Armen in Brasilien gelenkt. Ich bin der Meinung, dass soziale Probleme dort auch vom Sport gelöst werden müssen.

Kommen wir zu Ihrer Arbeit beim ZDF und Ihrer Profession als Sportjournalist. Ich habe gelesen, dass Sie bereits während Ihres Studiums angefangen haben, beim ZDF zu arbeiten. Was hat Sie dorthin geführt?

Ganz klar die örtliche Nähe. Das ZDF war damals noch in Wiesbaden. Da ich zu der Zeit in Wiesbaden gewohnt habe, war das der nächstgelegene Arbeitgeber. Regional war ich schon beim damaligen Südwestfunk im Sport tätig, ich wollte aber unbedingt bundesweit beziehungsweise international arbeiten. Da war das ZDF der perfekte Arbeitgeber für mich und ich war froh, nach nur zwei Praktika

einsteigen zu dürfen. Ich habe die Chance ergriffen und bin dort geblieben. Seit 1987 bin ich fest angestellt, also seit inzwischen 30 Jahren.

Wie hat Sie das Publizistik-Studium auf Ihre Tätigkeit als Sportjournalist vorbereitet?

Jedes andere Studium hätte das auch getan. Das Studium hat mir aber das Rüstzeug gegeben, das ich für den Beruf gebraucht habe. Zum Beispiel die Fähigkeit, richtig und quer zu lesen. In meinem Job muss ich zudem einen großen Wortschatz haben, da kann man nicht warten, bis einem ein Wort einfällt oder der liebe Gott einem hilft.

Einige Studierende am Institut für Publizistik möchten Journalisten werden. Welche Eigenschaften muss ein erfolgreicher Journalist Ihrer Meinung nach mitbringen?

Auf jeden Fall die Leidenschaft zum Beruf. Von Rückschlägen sollte man sich nicht unterkriegen lassen. Sie sollten sich breit aufstellen und nicht nur auf ein Medium beschränken. Heutzutage hat man ja viele Möglichkeiten, tätig zu werden. Man kann online arbeiten, im Hörfunk, bei lokalen Fernsehsendern. Jeder Bundesligist hat mittlerweile einen Sender. Außerdem sollte man Kontakte ausloten. Man sollte sich aber darüber im Klaren sein, dass der Beruf nicht mehr so einfach wie früher ist. Es wird schlechter bezahlt und die Konkurrenz ist größer geworden. Zeitungen sterben aus. Deshalb sollte man auf keinen Fall aufgeben.

Als Journalist übt man ja eine Vielzahl an wichtigen Funktionen aus. Eine davon ist die kritische Auseinandersetzung mit gesellschaftlichen Themen. Sie engagieren sich als Botschafter für die „Initiative Respekt! Kein Platz für Rassismus“. Wie sind Sie dazu gekommen?

Ich kam durch meinen Kollegen Thomas Wark dazu, der einer der Initiatoren der Aktion ist. Durch das viele Reisen bekommt man ein ganz anderes Toleranzverständnis für andere Kulturen und Sprachen. Das erzähle ich auch meinen Kindern immer. In einer friedlichen Welt ist Toleranz der Sockel, der gegenseitige Respekt im Umgang mit anderen Kulturen und Menschen ist elementar. Dem Rassismus und der Ignoranz der Menschen auf der Welt muss man entgegensteuern. Deshalb engagiere ich mich dort.

Gibt es etwas, das Sie uns als Publizistikstudierenden mit auf den Weg geben können?

Machen Sie auf jeden Fall Ihren Abschluss! Heutzutage geht es nicht mehr ohne, so wie bei mir. Für große Unternehmen ist es wichtig, einen Abschluss zu sehen. Man sollte aber nebenbei schon das Fundament für später legen und arbeiten gehen. Da es heute viel mehr Abiturienten als früher gibt, wird man schon bei der Vorauswahl scheitern, wenn man kein Papier in der Hand hat. Das spielt heutzutage eine große Rolle. Ohne wird es schwer.

Herr Réthy, vielen Dank für das Gespräch!

Mitarbeit: Elisabeth Neuhaus

Eine Dosis Kurioses: Seriöser Journalismus endlich auch für Sprüche-Fans

von Greta Pässler



Bild: ZDFzeit / Videoausschnitt „Wendepunkt Köln“

Caroline Wiemann prüft für das ZDF die Ausländerfeindlichkeit von Zeitungsartikeln seit dem Vorfall aus der Silvesternacht 2015 in Köln.

Spruchbilder sind ideal, um Infos in den Sozialen Medien zu verbreiten. Aber sind sie auch das richtige Medium für Qualitätsjournalismus? Die Klasse 54B der Deutschen Journalistenschule (DJS) in München setzt mit ihrem Projekt RLY? allein auf Spruchbild-Journalismus und beweist damit, dass diese Idee durchaus funktionieren kann.

Caroline Wiemann ist eine der angehenden Journalisten, die hinter dem Projekt stehen – doch nicht nur das. Die ehemalige IfP-Studentin steht am Anfang einer steilen journalistischen Laufbahn. Bevor sich das herumspricht und wir sie nicht mehr zu fassen bekommen, haben wir mit Caro über Journalismus gesprochen – über den deutschen, den mexikanischen – und über ihren eigenen.

Mal nicht ganz so journalistisch angefangen: Du hast am Mainzer IfP studiert, im Hauptfach aber Theaterwissenschaft belegt. Auch wenn du Dich letztlich für das Schreiben entschieden hast: Eignet sich Theater, um vom Alltag abzuschalten?

Definitiv. Vor allem, weil auch das Theater viele journalistische Themen aufgreift und sie von einer ganz anderen Seite beleuchtet. Mir eröffnet das oft noch einmal ganz neue Blickwinkel. Zum Abschalten übrigens auch sehr empfehlenswert: selbst Theaterspielen.

Mittlerweile liest man immer öfter Artikel von dir in bekannten Medien. Du hast etliche Praktika gemacht, zum Beispiel bei der FAZ, dem SWR und 3sat. An der DJS bist Du gerade auf der Zielgeraden ins Journalistenleben. Was schwebt dir als nächstes im Sinn?

Mein letztes Projekt war eine Recherchereise nach Rumänien zusammen mit einer Kollegin. Wir hatten dafür ein Stipendium vom Deutschen Institut für Menschenrechte. Der Artikel dazu ist Mitte Januar im FAZ-Magazin Frankfurter Allgemeine Woche erschienen. Jetzt werde ich mich erst einmal auf die letzten Monate an der Schule konzentrieren und meine Masterarbeit schreiben. Danach habe ich vor, ein paar Monate zu reisen und von unterwegs Artikel nach Deutschland zu verkaufen. Solange kann die Jobsuche noch warten. Für die Zukunft habe ich noch nichts Konkretes geplant, aber wahrscheinlich soll es in Richtung Datenjournalismus gehen. In dem Bereich habe ich letztes Jahr ein großes Projekt für das ZDF gemacht.

Grundsätzlich könnte ich mir gut vorstellen, erstmal als freie Journalistin zu arbeiten.

Für das Projekt „RLY?“ hat Eure Klasse einiges auf den Kopf gestellt. Ihr seid zum Beispiel ungesichert auf einen Turm geklettert oder habt mit einem Wolf telefoniert. Das klingt tatsächlich kurios. Was hat es mit dem Projekt auf sich?

Wir haben an der DJS drei Ausbildungsblöcke: einen zu Print und Online, einen zu Hörfunk und einen zu Fernsehen. RLY? Ist unser Abschluss-Magazin aus dem Printblock. Es ist quasi Abschlussarbeit und Arbeitsprobe zugleich, denn es wird an den Förderkreis der DJS und alle Chefredakteure der großen deutschen Medien rausgeschickt. Was unser Magazin so besonders macht ist, dass wir es gleichzeitig online als Marke aufgebaut und über Crowdfunding auch an Leute außerhalb des Förderkreises verkauft haben. Das hat vor uns noch keine Klasse gemacht.

Ihr setzt für RLY? komplett auf Spruchbilder und schafft es gleichzeitig doch, qualitativen Journalismus zu machen. Glaubst du, dass sich Spruchbilder in Zukunft im Journalismus noch weiter etablieren können?

Ich glaube, dass sie besonders in sozialen Netzwerken sehr großes Potenzial haben. Wir haben mit RLY? die Erfahrung gemacht, dass unsere Tafeln gerade auf Instagram richtig gut laufen — dort, wo Journalismus eigentlich kaum eine Plattform hat. Das Spruchbild allein reicht allerdings noch nicht aus, um es zum Journalismus zu bringen. Unsere Strategie ist, dass wir mithilfe der Tafeln auf Themen aufmerksam machen und — im Gegensatz zu anderen Spruchbild-Medien wie etwa Faktastisch — unsere Quellen nennen und zu den Hintergrundartikeln verlinken. Das ist keine Alternative zum bisherigen Journalismus, aber es ist eine wirkungsvolle Möglichkeit, um neue Nutzergruppen zu erschließen: zum Beispiel auf Instagram.

Während Deiner Schulzeit hast Du eine Weile in Mexiko-Stadt verbracht. Was kann sich die mexikanische Journalismus von unserem abgucken?

Da gibt es vieles. Mexiko hat massive Probleme mit Korruption, staatlicher Unterdrückung und den Drogenkartellen. Vor allem sollte aber zuerst bei der Grundvoraussetzung angefangen werden: dem Schutz der Journalisten. Seit 2000 sind laut Reporter ohne Grenzen in Mexiko über 100 Journalisten gestorben. Solange die Journalisten dort nicht sicher sind, gibt es auch keine freie Berichterstattung.

Gibt es etwas, das Deiner Meinung nach auch im deutschen Journalismus noch besser laufen kann oder muss?

Diese ganze Glaubwürdigkeitsdebatte macht mich etwas ratlos. Ich glaube, dass offen damit umgegangen werden muss, aber ich glaube auch, dass die meisten Medien das bereits tun. Vieles von der Lügenpresse-Kritik ist meiner Meinung nach keine gesunde Medienskepsis mehr, sondern ein vollkommen irrationales Abblocken. Die meisten Medien machen einen guten Job, indem sie dem ungefilterten Wust im Netz stichhaltige Recherchen, Faktenchecks und umfassende Analysen entgegenstellen. Was sich aber ändern sollte, ist das in vielen Redaktionen immer noch vorherrschende Elitedenken und die extremen Hierarchien. Es wird sich oft ziemlich viel selbst beweihräuchert. Und die Konditionen für freie Journalisten müssen sich dringend verbessern!

Fühlst du dich denn durch ein Publizistik-Studium an der Uni Mainz gut auf das journalistische Berufsleben vorbereitet?

Nicht wirklich. Aber das wurde uns ja schon in der Einführungsvorlesung eingebläut: Das Studium ist wissenschaftlich angelegt und soll keine Journalisten ausbilden. Es schadet nicht, Publizistik studiert zu haben, aber wer wirklich journalistisch arbeiten will, der sollte sich definitiv um Praktika und freie Mitarbeiten kümmern oder sich bei einem Campus-Medium oder natürlich dem Publizissimus engagieren.

Zu guter Letzt: Was verbindest Du mit Deiner Studienzeit in Mainz?

Eine gute Zeit mit guten Leuten. Einfach waschtes Studentenleben. Das Studium an der DJJ fühlt sich dagegen eher wie ein Vollzeitjob an. In Mainz hatte ich noch Zeit für den Rest, der zum Studentenleben dazu gehört: Freizeit, Uni-Partys, Bib-Sessions, in denen die Kaffee- und Raucherpausen länger sind als die eigentliche Arbeitszeit an der Hausarbeit. Manchmal fehlt mir die riesige Campusuni, an der im Sommer immer irgendwo ein Grillfest ist und wo man ständig jemandem begegnet, den man kennt — und zwar nicht nur aus dem eigenen Fachbereich.

Caro, danke für Deine Zeit!

Infobox: Hier findet Ihr RLY? im Netz:

<http://klartext-magazin.de/54B/>
<https://www.facebook.com/rlynews>
<https://www.instagram.com/rlynews/>



Bilder: RLY? Instagram-Account (rlynews)

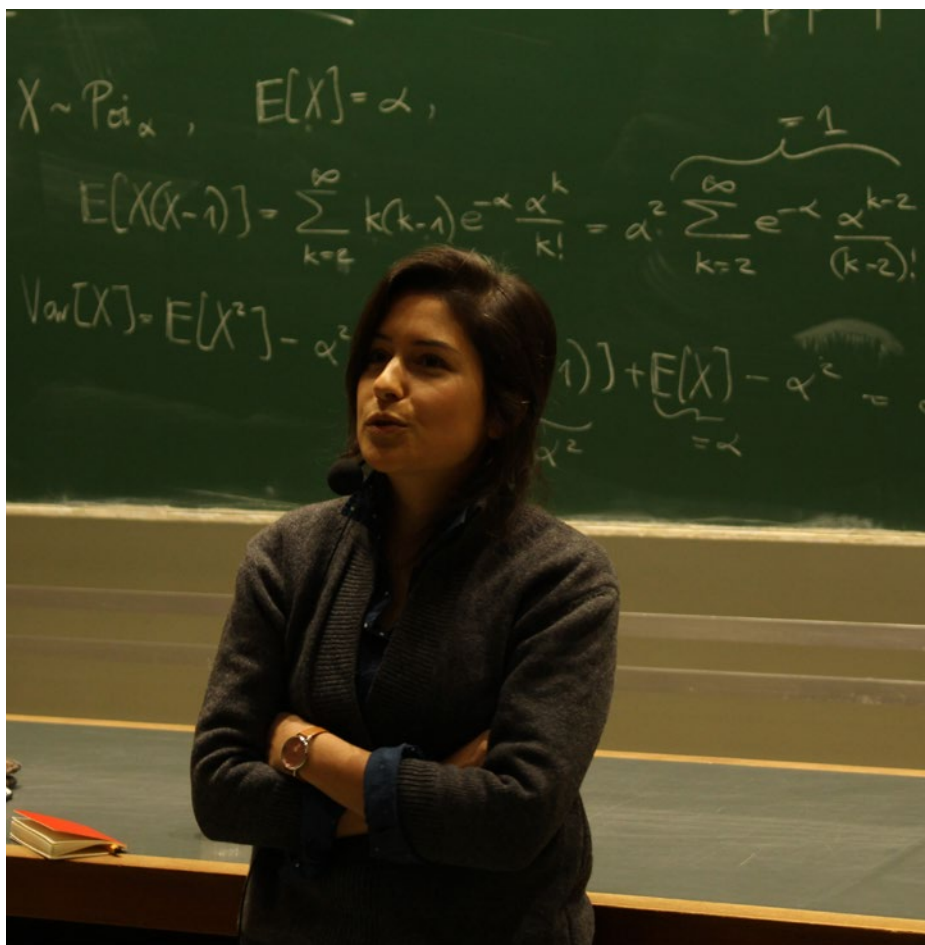


Bild: Franziska Pröll

Kämpferin für Meinungsfreiheit

von Franziska Pröll

Die Bloggerin und Journalistin Arzu Geybullayeva stammt aus Aserbaidschan. Das Land präsentiert sich auf internationaler Bühne als modern und weltoffen. Gleichzeitig schränkt die Regierung grundlegende Menschenrechte ein, lässt Kritiker festnehmen, macht sie mundtot. In einem Gastvortrag hat Geybullayeva von selbst erfahrener, öffentlicher Diffamierung und ihrem Kampf für freie Meinungsäußerung berichtet.

„Flying Carpets and Broken Pipelines“ – seit 2008 bloggt Arzu Geybullayeva unter diesem Namen über die politische und gesellschaftliche Entwicklung in Aserbaidschan und der Türkei. Bereits kurz nach dem Start bekommt Geybullayeva einen Eindruck von der Wirksamkeit des Formats. Der Blog erreicht nicht nur viele Menschen, vor allem verärgert er die Regierung. Geybullayeva hatte einen empörten Post über die Schließung eines regierungskritischen Online-Mediums verfasst, das noch dazu innerhalb von vier Tagen in ein Sprachrohr der Regierung verwandelt wurde. Ein in Baku tätiger Botschafter

liest den Post und warnt die junge Frau: „Great job but be careful.“ Geybullayeva nimmt die Drohung ernst – und macht weiter.

Seit 2001 lebt Geybullayeva in der Türkei. Im selbst auferlegten Exil, wie sie es nennt. 2013 nahm Geybullayeva eine Stelle bei der türkisch-armenischen Zeitung „Agos“ in Istanbul an. „Die Regierung setzte meine Arbeit bei ‚Agos‘ als Waffe gegen mich ein“, sagt Geybullayeva während ihres Vortrags in Mainz. Sie erhält Morddrohungen und wird durch Berichte in staatlichen Zeitungen und dem Fernsehen

diffamiert. „Sie zerlegten mein Leben“, so Geybullayeva. Freunde raten ihr, die Türkei zu verlassen. Geybullayeva fühlt sich nicht sicher, bleibt aber: „Es ist nicht einfach, ein Zuhause zu verlassen. Ich hatte Aserbaidschan verlassen und immer gedacht, ich könnte dorthin zurück. Das war von 2014 an aber nicht mehr möglich. Ich kann nicht zurück und meine Familie besuchen, auch nicht das Grab meines Vaters. Ein Zuhause ist ein Zuhause. Sobald du angekommen bist, willst du nicht mehr gehen. Je älter du wirst, desto schwerer wird es, wieder ganz von vorne anzufangen.“

lässig. +++ Man munkelt, der Publizsimus träume mit ihm. +++ Man munkelt, Erich Lamp habe ein ganz schlechtes Gewissen. +++ Man

Aserbaidshon wird seit 1983 von der Familie Alijew angeführt. Präsident İlham Heydarowitsch Alijew übernahm das Amt von seinem Vater — dank einer Verfassungsänderung kurz vor dessen Tod. Bis dahin hatte die Verfassung vorgesehen, dass der Parlamentsvorsitzende den Präsidenten nach dessen Tod ersetzt. Doch Vater Alijew setzte durch, dass diese Funktion an den Premierminister übertragen wurde. Dann berief er seinen Sohn auf diesen Posten. Ein halbes Jahr danach gewinnt der junge Alijew auch die (nicht fair abgelaufene) Präsidentschaftswahl.

2009 beginnt die Regierung unter der Führung Alijews, junge Aktivisten zu verfolgen. Zwei Blogger, Freunde von Geybulla, drehen ein Video und veröffentlichten es bei Youtube. Darin zu sehen: ein Esel, der eine Pressekonferenz hält und sich seines Lebens in Aserbaidshon erfreut. Geybulla dazu: „Aserbaidshon ist ein wunderbarer Ort für Esel, denn Esel können tun, was immer sie wollen.“ Die jungen Männer kritisieren so den Landwirtschaftsminister. Dieser hatte in den Niederlanden zwei Esel für die unglaubliche Summe von je 40.000 Euro gekauft. Eine Woche nachdem das Video online gegangen ist, werden die jungen Männer in einer Bar angegriffen. Sie gehen zur Polizei, um die Attacke anzuzeigen. Doch nicht die Angreifer, sondern sie selbst werden festgenommen — und vom Gericht zu einer Gefängnisstrafe von zwei beziehungsweise zweieinhalb Jahren verurteilt.

Auch gegen gesellschaftliche Organisationen, Menschenrechtsaktivisten und Journalisten geht das Regime vor. Aktuell sitzen mindestens vier Journalisten und drei Online-Aktivisten in Haft. Keiner von ihnen wegen seiner Arbeit, heißt es, sondern wegen angeblichen Drogenkonsums und anderen Verleumdungsklagen. Freigelassen wurde die Investigativjournalistin Khadija Ismajilowa. Ihr hatte man Untreue, illegales Unternehmertum und Steuerhinterziehung vorgeworfen. Im Mai 2016 reduzierte das Oberste Gericht des Landes Ismajilowas Strafe von siebeneinhalb Jahren auf dreieinhalb Jahre Gefängnis und setzte sie zur Bewährung aus. Dank des internationalen Drucks, meint Geybulla. Ismajilowa ist durch ihre Recherchen über Vetternwirtschaft und Korruption der Familie von Präsident Alijew international bekannt geworden und in das Visier der Mächtigen geraten.

Vor ihrer Haft war Ismajilowa Opfer einer äußerst schmutzigen Kampagne. Sie wurde beim Sex mit ihrem Freund gefilmt und mit dem Tape erpresst. Ismajilowa organisierte eine Pressekonferenz, mit der sie der Veröffentlichung des Tapes zuvorkam. Sie machte darin deutlich, dass sie ihre Arbeit als Journalistin liebt und trotz der erhaltenen Drohungen nicht aufgeben wird. Dann lief das Video im Fernsehen. „Ihr Bruder sprach jahrelang nicht mit ihr, ihre Mutter war am Boden zerstört“, beschreibt Geybulla und warnt davor, die Freilassung einzelner Journalisten als Erfolg zu feiern. „Manche sind draußen, aber es gibt immer noch zu viele Personen, die drin sind oder noch ins Gefängnis müssen“, sagt sie. Im Gespräch mit Botschaftern, so Geybulla, bekomme sie oft eine Reaktion, die sie „anpisse“. Statt für einen Wechsel einzutreten, gebe man sich mit den im Amt befindlichen Machthabern zufrieden: „Die Diplomaten sagen: ‚Es gibt keine Alternative zu diesem Präsidenten. Zumindest kennen wir diesen Typen und wissen, wie wir mit ihm zu arbeiten haben.‘“

Auch in Bezug auf politische Entwicklungen in der Türkei findet Geybulla deutliche Worte: Das Wort, das die aktuelle politische Situation in der Türkei am besten beschreibe, sei „shit show“. Sie sagt: „Wir haben eine Stufe erreicht, in der ein Mann (Erdogan, Anm. d. Red.) im Prinzip tun kann, was er will. Und das tut er. Er beseitigt jegliche Opposition, egal ob in den Medien oder im Parlament.“ Wie können und wie sollen Journalisten damit umgehen? Geybulla rät, Kritik — nicht wie beispielsweise während des US-Wahlkampfes bei Donald Trump — am Charakter einer Person festzumachen. Stattdessen fordert sie gezielte, themenspezifische Kritik: „Was wir tun sollten, ist über Nachrichten zu berichten, die wenig oder keine Aufmerksamkeit in anderen beziehungsweise staatlichen Medien erhalten.“

Infobox:

Auf der „Rangliste der Pressefreiheit“ von Reporter ohne Grenzen belegt Aserbaidshon Platz 163 von 180. Neben den Verleumdungsklagen für Journalisten betreibt das Land eine strenge Vergabe staatlicher Lizenzen an Medien. Programme ausländischer Sender wie BBC oder VOA dürfen nicht auf nationalen Frequenzen ausgestrahlt werden. Kritische Zeitungen wie Azadliq werden strukturell benachteiligt; sie dürfen zum Beispiel nicht an öffentlichen Kiosken verkauft werden. Seit 2013 sendet der Internet-Exilsender Meydan TV aus Berlin.



„Die Demokratie hat große Wunden“

von Lisa Winter

Zensur, Haftstrafen, Mord: Journalisten in der Türkei zahlen einen hohen Preis für unabhängige und kritische Berichterstattung. Was in einer Demokratie selbstverständlich sein sollte, müssen sie sich jeden Tag aufs Neue erkämpfen. Die Journalisten der Zeitung Cumhuriyet stehen seit über einem Jahr unter besonders starkem Druck durch Erdogans Regierung.

Churchill sagte einmal: „Wenn es morgens früh an meiner Tür läutet und ich kann sicher sein, dass es der Milchmann ist, dann weiß ich, dass ich in einer Demokratie lebe“. Diese Definition mag plump wirken, irgendwie ein bisschen witzig. Denn wenn es bei mir morgens an der Tür klingelt, ist es meistens die Post. Verschlafen schäle ich mich aus meiner Bettedecke, drücke gelangweilt auf den Türöffner und lege mich schnell wieder ins Bett.

Für die Menschen in der Türkei bedeutet ein Türklingeln am Morgen keine frische Milch und auch keine Post. Für sie bedeutet es Angst. Angst vor einer Regierung, die Kritiker unterdrückt und freitheitlich denkende Bürger als Bedrohung ansieht. Angst davor, nun auch auf dem Radar dieser Regierung gelandet zu sein und bestraft zu werden. Bestraft zu werden dafür, dass man sich einsetzt für Freiheit, Demokratie und Menschenrechte. Werte, die unter der Regierung von Recep Tayyip Erdogan keine Rolle spielen.

Mehr als 140 inhaftierte Journalisten

Seit dem gescheiterten Putschversuch am 15. Juli 2016, bei dem Anhänger der Gülen-Gemeinde versucht hatten die Regierung zu stürzen, verhängte Erdogan den Ausnahmezustand. Danach ging die Regierung gegen 70.000 Personen vor. 32.000 Menschen wurden verhaftet, 60.000 Staatsbedienstete entlassen und 150 Medienhäuser geschlossen. In dem türkischen Gefängnis Silivri befinden sich mehr als 140 inhaftierte Journalisten. Darunter auch einige von Cumhuriyet, der ältesten Tageszeitung in der Türkei. Mit 50.000 verkauften Exemplaren pro Tag gehört Cumhuriyet zu den bedeutendsten türkischen Zeitungen. Sie gilt als Sprachrohr der größten Oppositionspartei Cumhuriyet Halk Partisi (CHP) und ist eine der wenigen Zeitungen, die auf der Seite der Kurden steht. Durch Erdogans Politik hat die Zeitung noch mehr an Bedeutung gewonnen, denn im Gegensatz zu

anderen türkischen Medien ist sie nicht Teil eines Großunternehmens, sondern von einer unabhängigen Stiftung herausgegeben und durch ihre Leser finanziert. Aus diesem Grund leidet sie seit einiger Zeit nicht nur unter finanziellem Druck, sondern auch unter der massiven Bedrohung der Journalisten durch die Regierung.

Unter Druck

Vor fast zwei Jahren begann die Verfolgung und Unterdrückung der Cumhuriyet-Journalisten. Als sie etwa Anfang 2015 das Cover der Satirezeitung Charlie Hebdo mit der umstrittenen Mohammed-Karikatur veröffentlichten, wurden zwei Kolumnisten zu Haftstrafen verurteilt. Nachdem der damalige Chefredakteur Can Dündar und sein Kollege Erdem Gül im Mai 2015 Material über türkische Waffenlieferungen an Islamisten in Syrien aufdeckten, nahm der Druck auf die Zeitung stark

erwischt? +++ Man munkelt, ihm sei bei seinen Beobachtungen der letzten Zeit vermehrt aufgefallen, wie viele Studis beim Warten auf ihre

zu. Dündar und Gül wurden daraufhin im November desselben Jahres inhaftiert. Nachdem das Verfassungsgericht in Ankara entschieden hatte, dass das Recht auf Meinungsfreiheit und das Persönlichkeitsrecht der beiden Inhaftierten verletzt worden sei, wurden sie nach drei Monaten Haft entlassen. Im vergangenen Mai verurteilte die Justiz Dündar wegen Veröffentlichung von Staatsgeheimnissen zu fünf Jahren und zehn Monaten Haft. Sein Kollege Gül erhielt eine Strafe von fünf Jahren. Zusätzlich wurde ein Prozess gegen beide wegen angeblicher Unterstützung einer terroristischen Organisation eröffnet. Im Juli 2016 verließ Dündar die Türkei und ging ins Exil.

Preis für investigativen Journalismus

Cumhuriyet (zu deutsch „Republik“) wurde vor über 90 Jahren gegründet und steht seit ihrer ersten Ausgabe im März 1924 für demokratische Werte wie Rechtsstaatlichkeit, Menschenrechte und Meinungsfreiheit. Im September letzten Jahres wurde der Cumhuriyet-Redaktion der Alternative Nobelpreis der Right Livelihood Stiftung verliehen. Sie wurden für ihren furchtlosen investigativen Journalismus und ihr Bekenntnis zur Meinungsfreiheit, ungeachtet von Unterdrückung und Zensur, ausgezeichnet. Das ermutigte die Journalisten der Zeitung dazu, weiterzumachen und sich nicht von der Regierung unterdrücken zu lassen. „Um in Ruhe unserer Arbeit nachgehen zu können, müssen wir einfach nur Journalisten bleiben. Wir müssen für jene eine Stimme sein, die keine haben, wir müssen die Tatsachen berichten und aufschreiben“, sagten sie in einem Aufruf, den auch mehrere deutsche Online-Medien und Tageszeitungen veröffentlichten. Die Redaktion betonte, dass sie sich ausschließlich ihrem Volk und ihren Lesern beugen werde.

Vorwurf: Unterstützung der Gülen-Bewegung und Terrorismus

Im November 2016 folgte eine weitere Verhaftungswelle, bei der 13 Redakteure der Zeitung festgenommen wurden. Darunter war auch Chefredakteur Murat Sabuncu. Ihnen wurden Verbindungen zur verbotenen Partei PKK sowie zu Fetullah Gülen vorgeworfen. Die Erdogan-Regierung macht die sogenannte Gülen-Bewegung für den Putschversuch im Juli 2016 verantwortlich. Die Redaktion wird beschuldigt, in ihrem Auftrag gehandelt zu haben. In Wirklichkeit lehnt die Zeitung Terrorismus ab und hat in ihren Publikationen vor der Gefahr, die Gülen-Bewegung werde Justiz und Polizei unterwandern, gewarnt.

„Die Meinungsfreiheit wird mit Füßen getreten“

Der ehemalige Chefredakteur Can Dündar lebt mittlerweile in Deutschland. Für die Zeit schreibt er wöchentlich eine Kolumne über die Krise in der Türkei. Dabei spielt auch die Situation der Pressefreiheit eine zentrale Rolle. Dündar sagte im ZDF, die Freiheit in der Türkei sei sehr begrenzt und die Demokratie habe große Wunden: „Aber für Menschen wie uns hört der Kampf nie auf.“ Und auch Fahri Aral, der zweite Vorsitzende des türkischen Verlegerverbandes, bestätigte die kritische Lage der Presse- und Meinungsfreiheit: „Unsere Lage ist noch schlimmer als nach dem Militärputsch 1980. Die Meinungsfreiheit wird mit Füßen getreten.“

Auf der Weltrangliste der Pressefreiheit von Reporter ohne Grenzen belegt die Türkei zurzeit Platz 151 von 180. „Die Hexenjagd gegen Journalisten in der Türkei sprengt alle bekannten Dimensionen“, sagte ROG-Vorstandssprecherin Britta

Hilpert. Durch die Repressionswelle in der Türkei sei die Zahl der weltweit inhaftierten Journalisten deutlich angestiegen — sechs Prozent mehr als in den Jahren davor.

Kein Ende in Sicht

Anfang Dezember 2016 befanden sich immer noch 81 türkische Journalisten im Gefängnis. Das gab das Komitee zum Schutz von Journalisten bekannt. Und auch um den Jahreswechsel gab es wieder zwei Inhaftierungen (Stand: 8. Januar 2017). Gegen Ahmet Şık ist Haftbefehl erlassen worden. Dem Journalisten und Buchautor wird Propaganda vorgeworfen — wegen regierungskritischer Artikel in der Zeitung Cumhuriyet. Auch öffentliche Reaktionen auf das Attentat an Neujahr in Istanbul wurden von der Regierung ausgenutzt. Ein Video, in dem junge Menschen Dschihadisten sowie Erdogan kritisieren, wurde vom Innenministerium auf Twitter geteilt. Mit dem Aufruf, sich beim Ministerium zu melden, wenn man die Leute darin gesehen haben sollte. Eine dieser Personen wurde bereits festgenommen. Es ist Aysegül Basar, eine ehemalige Cumhuriyet-Journalistin.



Bild: Videoausschnitt euronews vom 31.10.2016 (Screenshot)

Die teuerste Blume der Welt verwelkt

von Sarina Metzger

Uh-oh – dieses Geräusch prägte die Kindheit und Jugend großer Teile der späten Achtziger und frühen Neunziger-Generation maßgeblich. Was wurde aus dem Chat-Dienst mit Kultstatus, der mit seinen 20 Jahren mittlerweile zum alten Eisen zählt?



Bild: Screenshot Tatiana Bolshakova/Flickr (CC BY 2.0)

ICQ. Erst auf Englisch ausgesprochen, erkennt man die Bedeutung der Buchstabenkombination: I seek you („Ich suche Dich“). Die Idee des 1996 entwickelten Messengers stammte von dem israelischen Startup Mirabilis. Genauer gesagt waren es damals vier israelische Studenten, die den Dienst gratis ins Netz brachten. Durch individuelle Nutzer-Nummern sollte es jedem möglich sein, andere Personen online zu finden und mit ihnen zu chatten. Die Idee des Chattens war dabei nicht neu, allerdings wurde sie durch ICQ massentauglich – und generationsbezeichnend.

Ein Hauch von Nostalgie

Bezeichnend unter anderem für die Generation, die in den späten Achtziger- oder frühen Neunzigerjahren geboren wurde. Obwohl die meisten wohl kaum von Anfang an dabei waren, entwickelte sich ICQ in den Nullerjahren zu dem wohl wichtigsten Tool auf vielen heimischen Computern. Hier waren Freunde auch unabhängig vom Festnetztelefon zu erreichen. Denn Handys hatte zu der Zeit noch nicht jeder, doch ein PC war in nahezu jedem Haus zu finden. So unterhielten sich Scharen von Jugendlichen plötzlich in Echtzeit nach der Schule, teilweise sogar schon vor der Schule und manchmal (wenn man das Glück einer Internet-Flatrate hatte) bis tief in die Nacht – und das alles online.

Wessen virtuelle Blume, vor allem in der Abendzeit nicht grün war, sondern rot (also offline!), der musste wirklich gute Gründe haben, die ihn vom Chatten abhielten. Oder aber sie war „unsichtbar“, wohl um unangenehmen Gesprächen aus dem Weg zu gehen. Man führte bei ICQ jedoch natürlich nicht nur unangenehme Gespräche. Der Messenger erwies sich etwa als äußerst hilfreich, wenn es da-

rum ging, Kontakt zur ersten Jugendliebe aus der 7c aufzunehmen, der man im echten Leben dann irgendwie doch nicht so richtig in die Augen schauen konnte. Rückblickend sicher auch eher unangenehm. Aber das gehört eben dazu. Mal ehrlich: blöde Nachrichten über Messenger zu versenden, darin sind viele doch auch heute noch spitze.

Neben der Möglichkeit, mit Freunden oder Fremden zu schreiben, führte ICQ nach einer Weile auch das Feature ein, Spiele zu spielen. Man erinnere sich an die Genugtuung, nach einer glorreichen Runde Slide-a-lama oder Zoopaloola schlafen zu gehen. Kein Wunder also, dass damals zahllose Freundeskreise auf den Messenger abfuhren. Und auch kein Wunder, dass die Nutzerzahlen rasch ansteigen.

Der Aufstieg zum Marktführer

Schon 1998, zwei Jahre nach der Gründung, wuchsen die Nutzerzahlen etwa alle drei Wochen um eine Million. Im Juni 1998 übernahm America Online (AOL) das erfolgreiche Unternehmen – für 407 Millionen US-Dollar, was für einen Messenger, der praktisch keinen Umsatz machte, eine astronomisch hohe Summe darstellte. Zu Beginn der Jahrtausendwende hatte ICQ Nutzerzahlen von weit über 100 Millionen und war damit unangefochtener Marktführer im Bereich des Instant-Messaging.

Eine Blume wird welk

Mit dem Aufkommen sozialer Medien wie Facebook oder Schüler- beziehungsweise StudiVZ im deutschsprachigen Raum, ging es mit den Nutzerzahlen nach dem großen Erfolg jedoch immer weiter bergab. Die neuen Netzwerke boten einfach

mehr Features als der alte Messenger. ICQ tat sich zunehmend schwer, am Markt mitzuhalten. Auch das Aufkommen von Smartphones schadete dem Programm. 2010 trennte sich AOL aufgrund schwindender Nutzerzahlen von ICQ und verkaufte es an die russische Mail.ru-Gruppe. Die Zahl war zu dem Zeitpunkt auf 42 Millionen Nutzer gesunken. Trotz fortlaufender Updates ging es weiter bergab. Die Glanzzeit ICQs war vorüber. 2013 zählte das Programm nur noch elf Millionen Nutzer. Den Boom der Smartphone-Messenger hatte ICQ verschlafen. Auf diesem Gebiet war nun WhatsApp Marktführer.

Trotz der miesen Aussichten scheint der russische Besitzer noch immer an den Dienst zu glauben. Die Einstellung ICQs scheint zumindest in nächster Zeit nicht geplant. Und auch Updates werden noch immer regelmäßig vorgenommen, um den Messenger, den es übrigens auch als App gibt, zu verbessern und mit weiteren Funktionen auszustatten. Und wer weiß, vielleicht treibt die Nostalgie ja den ein oder anderen wieder zurück zur grün-roten Blume.

PS: Unsere Autorin hat es jedenfalls kurzfristig wieder gepackt. Auch wenn ihre Freunde seit 256 Tagen nicht auf ihre letzte ICQ-Nachricht geantwortet haben. Unter 207-636-820 nimmt sie gerne konstruktive Kritik zu ihrem Artikel entgegen – und besiegt Euch in Slide-a-lama.

Man munkelt, man könne ja auch munkeln, Erich Lamp habe ebenfalls eine heimliche Leidenschaft, die er zur Prokrastination betreibt. +++ Man

Heftig

powered by



TOP-THEMEN



Bild: Heftig.de Screenshot



Heftig.co – eine Erfolgsgeschichte! Doch was dann geschah, werdet ihr nicht glauben!

von Chantal Berg & Jessica Hofacker

Emotionale, schockierende Überschriften und Tiervideos – das ist Heftig.co. Die Internetseite zieht mit reißerischen Schlagzeilen die Aufmerksamkeit vieler Nutzer auf sich. Bei Facebook hat sie nach wie vor mehr als zwei Millionen Fans.

Heftig.co läuft unter dem Publishing-Haus Media-partisan in Potsdam und hat sich inzwischen mit einer Reihe von Ablegerseiten (zum Beispiel gut-fürdich) im Internet verbreitet. Lange war unklar, wer genau hinter dem Webportal steckte. Die Seite selbst wurde über einen anonymen Dienst aus Panama gegründet.

Die Gründer der Seite gaben sich erst einige Monate nach dem Start zu erkennen. Michael Glöß und Peter Schilling setzten Anfang 2014 ihre Idee eines deutschen Viralportals in die Tat um. Angelehnt ist die Idee an bereits erfolgreiche Internetseiten wie BuzzFeed oder Viralnova, die sich durch ihre ergreifenden und doch simpel formulierten Überschriften auszeichnen.

Doch was genau ist das Erfolgsrezept der „Viral-schleuder“? Die Masche scheint ebenso einfach wie Erfolg bringend. Gefühlsbetonte Videos oder schockierende Artikel werden mit Clickbait-Überschriften versehen und anschließend in den sozialen Medien massenhaft verbreitet. Zwischen dem Start der Seite im Jahr 2014 und Ende 2014 zählte Heftig.co einem Medienbericht zufolge monatlich 25 bis 35 Millionen Visits.

Das emotionale und teils schockierende Weltbild, das Heftig.co präsentiert, kommt offenbar gut bei den Lesern an. Diesen Eindruck gewinnt man jedenfalls, wenn man die Kommentare der Nutzer unter den Posts und den Beiträgen betrachtet. Die Artikel zeigen den Lesern, was sie lesen möchten: „Endlich mal gute Nachrichten“, schreibt etwa ein

Nutzer. Doch die Seite sorgt nicht nur für Zustimmung und Begeisterung in den sozialen Medien. Kritiker fürchten um den Qualitätsjournalismus. An erster Stelle stehe demnach die Jagd nach Klicks durch griffige Überschriften, die zu einer massenhaften Verbreitung der Inhalte führen. So setzt die Plattform aggressiv auf Reichweite - und nicht auf qualitativ hochwertige Inhalte. Zudem, monieren Kritiker, legten die Macher einen besonderen Schwerpunkt darauf, Überschriften aus anderen englischsprachigen Portalen möglichst original ins Deutsche zu übersetzen. Soweit zur Geschichte des umstrittenen Angebots.

Heftig.co auf dem absteigenden Ast?

Im ersten Jahr gewann Heftig.co mit seinem Konzept noch viele Fans. Doch seit einigen Monaten wächst die Anzahl der Page-Likes auf Facebook nicht mehr signifikant. Zwar erscheinen auf der Social-Media-Seite noch immer mehr als ein Dutzend Beiträge täglich, doch so präsent wie noch vor einiger Zeit scheint Heftig.co im Newsfeed eines typischen Nutzers nicht mehr zu sein. Außerdem sind viele der Posts nur geteilte Beiträge anderer Seiten. Allerdings: Einige dieser Seiten, darunter gutfuerrdich.co oder genialetricks.de, sind einfach nur Ableger der Mutterseite. Die Aktivität verteilt sich nun auf viele kleine Seiten. Nicht nur neue Themenportale für Lifehacks, Gesundheits- und Beauty-Tipps und Essen, sondern auch die Verbreitung in weitere Sprachräume setzen den Erfolg des Konzepts quasi unbemerkt fort. Die Ableger-Seiten sind dabei teilweise sogar erfolgreicher. Mit über

2,7 Millionen Facebook-Likes hat genialetricks.de die Heftig-Mutter auf Facebook bereits überholt. Doch so still es scheinbar um Heftig.co geworden ist, 2016 gab es Neuigkeiten: Im Oktober übernahm die Funke Mediengruppe die Seite und besitzt nun die Mehrheitsanteile an Media Partisans, der Dach-Firma von Seiten wie Heftig.co. Die Funke Mediengruppe ist durchaus kein unbekannter Name in der Medienwelt. Das Unternehmen konzentriert sich eigentlich auf Regionalmedien sowie Frauen- und Programmzeitschriften. Nun setzt es mit der Beteiligung an Media Partisans seine digitale Expansion fort. Laut Michael Wüller, Geschäftsführer der Funke Mediengruppe, steigt Funke durch die Beteiligung zu einem der größten Anbieter von „New Publishing“ in Deutschland auf.

Über die exakte Höhe der Funke-Beteiligung und den Kaufpreis wurde allerdings Stillschweigen vereinbart. Sicher ist, dass die Gründer von Heftig.co mit einem relevanten Anteil am Unternehmen beteiligt bleiben und es auch operativ weiterführen werden. Die 63 Mitarbeiter, die bei Media Partisans allein für Heftig.co zuständig sind, müssen also wahrscheinlich nicht um ihren Job bangen. Laut Michael Wüller passt das Konzept der emotionalen, realitätsnahen Geschichten, das Heftig.co ausmacht, sehr gut zu dem, was auch die Mediengruppe unter guten Geschichten versteht. Am grundlegenden Konzept von Heftig.co wird sich also wohl erstmal nichts ändern.

munkelt, dieser müsse man schleunigst auf die Spur kommen. +++ Man munkelt, Thomas Koch sei da komplett cool. +++ Man munkelt, ok.

Who Killed the Video Star?

von Sarina Metzger

Es ist der 1. August 1981, kurz nach Mitternacht: Ein Space Shuttle startet und Neil Armstrong macht einen großen Schritt für die Menschheit. Er rammt den Fahnenmast, an dessen oberen Ende sich ein grellbunt flimmerndes Logo mit drei Buchstaben befindet, in den Boden des Mondes. Zumindest sind das die Bilder, die Zuschauer vor ihren Fernsehgeräten in diesem Moment zu sehen bekommen. Über den Auf- und Abstieg eines Projekts, dass es bis dahin nicht in dieser Form gegeben hatte: MTV.



Bild: Fred Seibert. Bestimmte Rechte vorbehalten.

MTV, das steht für Music Television – und genau das zeichnete das Programm des Senders lange Zeit aus: Musikvideos am laufenden Band. Das allererste Video zum Sendestart war damals – wie passend – „Video Killed The Radio Star“ von The Buggles. Der Sender verstand sich anscheinend als adäquater Ersatz des Radios.

Mit Musikvideos in Richtung Zukunft

Dass MTV anfangs nur in wenigen tausend Haushalten im Norden von New Jersey empfangen werden konnte, schien die Macher nicht von diesem selbstbewussten Start abzuhalten. MTV war zu jener Zeit das erste Spartenprogramm, das ausschließlich Musikvideos sendete. Musik im Fernsehen hatte es bis dahin, wenn überhaupt, in Form von Musikshows gegeben, die sich aber nicht zwangsläufig an das junge Publikum richteten. MTV jedoch hatte klar Jugendliche und junge Erwachsene als Konsumenten anvisiert. Die jungen Menschen sollten ihre zwei Lieblingsaktivitäten miteinander vereinen: Musik hören und Fernsehen. Die Musikindustrie merkte recht schnell, dass sich Popmusik über bunte Bilder gut an die Zielgruppe bringen ließ. Künstler konnten sich selbst noch besser präsentieren und ihr Image verkaufen. Immer mehr Interpreten fingen an, aufwändige Videos zu produzieren. Diese wurden auf dem Sender in Form von Dauerschleife-Ausstrahlung durch sogenannte Videojockeys (VJs) präsentiert. Ein VJ war das Äquivalent zum Diskjockey (DJ) in der Diskothek, nur dass der VJ statt Musikplatten Videos auflegte. Manche VJs, die bei MTV Videos präsentiert hatten, wurden in der Folge selbst zu Idolen der Musikvideo-Generation.

Der Sender nimmt Struktur an

Was zu Beginn gut funktionierte, erwies sich jedoch auf lange Sicht als ermüdend. Videos in der Dauerschleife wurden den Zuschauern scheinbar lästig. Darauf deuteten die Zuschauerzahlen hin. Sie hatten sich von 1,2 Millionen im Jahr 1983 innerhalb von zwei Jahren halbiert. MTV wurde von der Firma Viacom aufgekauft. Man entschied sich, zu festen Zeiten Sendungen einzuführen, was dem gesamten Programm mehr Struktur geben sollte. Durch spezifische Shows konnte der Sender nun auch Nischen ausfüllen und fand zurück zum Trendsetter-Image. Auch wurden nach und nach Videos von schwarzen Künstlern in die Shows aufgenommen, die vorher teilweise mit Begründungen wie „too black“ abgewiesen worden waren (darunter beispielsweise Michael Jacksons „Beat it“). Der Sender fand wieder mehr Zuspruch. Trotzdem blieb MTV vorrangig ein Sender für weiße, junge Männer. In den folgenden Jahren spielte im Vergleich zu Serien und Shows weiterhin die Musik die Hauptrolle auf dem Sender. So wurde beispielsweise die Live-Reihe MTV Unplugged ein legendärer Teil des Sender-Universums.

MTV expandiert: die Eroberung Europas

Nachdem es MTV also in den USA gelungen war, zu einem Teil der Popkultur zu werden und eine Monopolstellung zu erreichen, startete der Sender 1987 ein eigenes Programm für den europäischen Markt: MTV Europe. Noch immer war die Sprache des Senders englisch. Etwa zehn Jahre später gründete MTV dann jedoch auch einen deutschsprachigen Sender: MTV Central Europe, der im Folgenden

zu MTV Germany wurde. Möglicherweise war das die Reaktion auf den in Deutschland immer populärer werdenden Musiksender VIVA. Der Trend der Musikvideos brach nicht ab. Als goldene Ära der Musikprogramme wird oftmals die Zeit zwischen der Mitte der Neunziger bis Anfang der 2000er bezeichnet.

Für Regisseure, die Musikvideos produzierten, bedeutete dies häufig, ihre komplette Kreativität ausleben zu können. Der Fantasie waren kaum Grenzen gesetzt. Musikvideos wurden die neuen Kurzfilme. Musikvideos wurden Kunst.

Did Internet kill the Music-Television?

Auch nach der Jahrtausendwende riss die Flut von guten, kreativen und aufwändig produzierten Musikvideos nicht ab. Nur der Ausstrahlungskanal verschob sich langsam aber sicher. MTV büßte immer stärker seine ursprüngliche Form ein. Zunehmend wurden Comedy- und Realityformate ausgestrahlt. So verschwand auch der Slogan „Music Television“ aus dem MTV-Logo.

Viel geblieben ist nicht von dem einstigen Sender und seiner Idee. Dem Sender, der das Musikgeschäft revolutionierte. Heutzutage erreichen Musikvideos die Massen über Internetseiten wie Youtube. Es scheint, als hätte das Internet jetzt den Musiksendern den Garaus gemacht. Zumindest hier in Deutschland, wo MTV seit 2011 irgendwo in den Tiefen des Pay-TV's verkommen ist. Videostars gibt es weiterhin. Nur eben online.

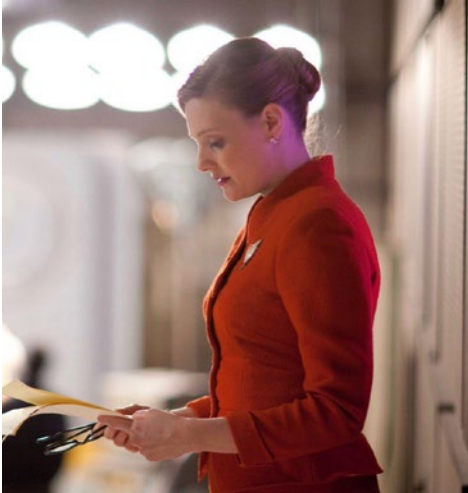


Bild: © Kudos - Photographer: Laurence Cendrowicz

Hinter den Kulissen des investigativen Journalismus

von Margaryta Korytna

Investigative Journalisten sind häufig ein Sprachrohr der Gerechtigkeit gegenüber verdächtigen Parteifunktionären, Korruption, Misserfolgen und Versäumnissen innerhalb des Rechtssystems. Die Fernsehserie „The Hour“ gewährt einen Blick hinter die Kulissen dieses Standes und gibt Einblicke in das Londoner Nachrichten-Business zu Zeiten der Suezkrise.

Schauplatz der britischen Thriller-Serie „The Hour“ ist die Fernseh-Nachrichtenredaktion der BBC im London der 50er-Jahre. Dabei geht es um die beiden investigativen Journalisten Freddie und Bel. Im Zentrum der Serie steht die Entscheidung der Nachrichtemacher, die tatsächlichen Geschehnisse der Suezkrise ans Licht und auf die Bildschirme zu bringen – trotz des Verbots des Senders. Die Krise zwischen Großbritannien, Frankreich, Israel und Ägypten im Nahen Osten wird somit zum Hauptthema der Fernsehserie.

Blick in der Vergangenheit: Was war nochmal die Suezkrise?

Als der damalige ägyptische Präsident Gamal Abdel Nasser im Sommer des Jahres 1956 seine Absicht erklärte, die größtenteils britisch-französische Suezkanal-Gesellschaft zu verstaatlichen, entbrannte ein Konflikt zwischen Großbritannien, Frankreich und Ägypten. Großbritannien sah seine Erdölversorgung gefährdet, Frankreich sah in Ägypten einen Unterstützer der algerischen Unabhängigkeitsbewegung. Zeitgleich spitzte sich der Konflikt zwischen den ägyptischen Nachbarstaaten Israel und Palästina zu und bestärkte Israels Wunsch, sich aus der geographisch bedingten arabischen Umklammerung zu lösen.

Die Absichtserklärung Nassers, den Schifffahrtskanal in Ägypten zu nationalisieren, mündete so in einem Luftlandeangriff der drei Staaten auf Ägypten und schlussendlich in dem Vorhaben, den ägyptischen Machthaber zu stürzen. Die USA, die Sowjetunion und die UN konnten jedoch zur Beilegung des Konflikts beitragen, was schließlich zu einem Waffenstillstand im Dezember desselben Jahres (1956) führte.

Verarbeitung in der Serie

Dem ehrgeizigen Journalist Freddie Lyon ist klar, dass bevor er die von den Medien-Riesen verborgene Wahrheit über die Suezkrise entlarven kann, er zunächst Teil eines privilegierten Medienunternehmens wie der BBC werden muss. Und das wird er auch – mit der Hilfe seiner charmanten Freundin Bel Rowley. Jener wird das neue Nachrichtenformat „The Hour“, einer einstündigen Sendung über globale Nachrichten, anvertraut. Sie engagiert Freddie für den inneren Nachrichtendienst. Den zwei Partnern gelingt es dabei, ein Interview mit einem Politiker aus Ägypten zu arrangieren, was ihre Karriere allerdings im Folgenden aufs Spiel setzt. Bel steht ihrem Freund Freddie immer zur Seite.

Natürlich hat der „The Hour“-Drehbuchautor Abi Morgan in die stressigen journalistischen Arbeitstage der Hauptcharaktere Freddie, Bel und dem selbstbewussten Moderatoren Hector Madden ein Liebesdreieck geflochten. Ohne etwas Romantik kommt also auch eine Serie über investigative Journalisten nicht aus. Sehenswert macht die Serie auch ihr intelligenter Humor an den jeweils richtigen Stellen.

Einstellung der Fernsehserie

Insgesamt gibt es zwei Staffeln mit je sechs Episoden. Was die Serie so attraktiv für die Zuschauer macht, ist ihr berühmter Cast, der aus vielen britischen Prominenten besteht: Benedict Whishaw, Romola Garai und Dominic West. Benedict Whishaw kennt man auch aus der James-Bond-Filmreihe, berühmt ist er aber 2006 mit seiner Titelrolle in dem Film „Das Parfüm – Die Geschichte eines

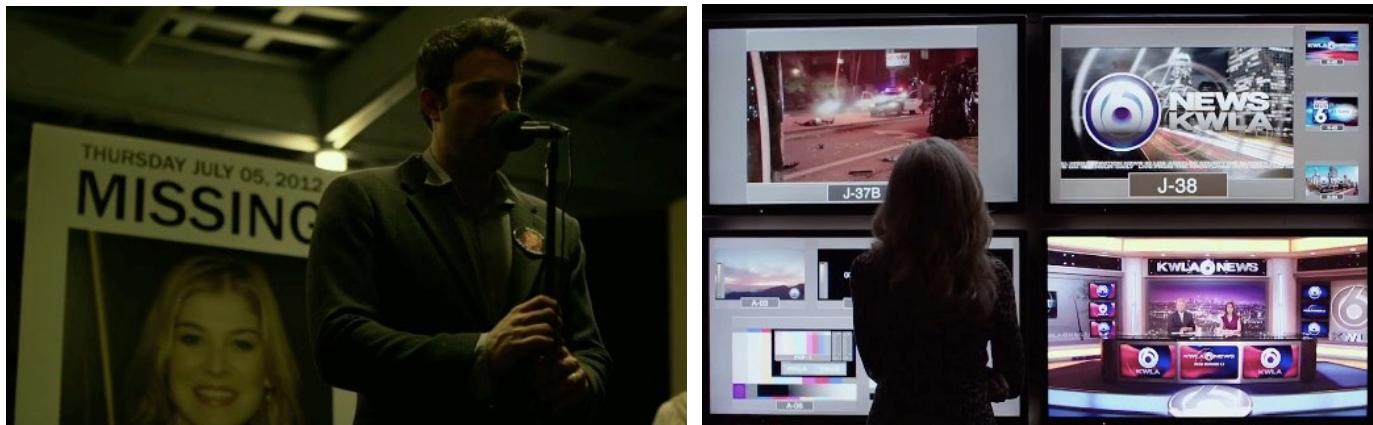


Karikatur: Ben Whishaw, gezeichnet von Margaryta Korytna

Mörders“ geworden. Romola Garai, ursprünglich Sängerin, ist eine der erfolgreichsten Schauspielerinnen Großbritanniens und spielte bereits im Jahr 2007 neben den internationalen Filmstars James McAvoy und Keira Knightley. Dominic West ist ebenfalls ein prominenter Film- und Theaterschauspieler in Großbritannien. Außerdem ist Wests Stimme im ersten Lied aus Eminems Album „Relapse“ (2009) zu hören.

Die meisten Zuschauer sind anscheinend an nicht mehr als einer Staffel interessiert, wenn es um ernsthafte Themen wie die Suezkrise geht. Genau das zeigten die drastisch sinkende Zahlen der amerikanischen Zuschauer ab der 2. Staffel der Sendung. Aus diesem Grund wurde die Thriller-Serie 2013 eingestellt. Trotzdem wird sie von vielen Zuschauern als geistig anziehend und spannend wahrgenommen. Das beweisen auch die positiven Kritiken von The New Yorker oder der Los Angeles Times.

Mitarbeit: Lina Wattad



Bilder: Kinocheck

It's all about the story

von Saskia Bender

Welches Bild zeichnen die Filme „Gone Girl“ und „Nightcrawler“ vom Journalismus in den USA? Eine Kritik.

Wirft man einen Blick auf die Mediensysteme dieser Welt, so ist keines derart prägend wie jenes der Vereinigten Staaten. Man kann vom Vorreiter und Leitwolf sprechen, der in vielerlei Hinsicht die Systeme anderer Länder beeinflusst. Der vielfach angepriesene investigative Journalismus und das Selbstverständnis elitär ausgebildeter Journalisten rücken die US-Medien in das Licht eines Ideals. Filme wie „Spotlight“ (USA 2015, siehe auch Publizismus 02/2016) oder „Die Unbestechlichen“ (USA 1976) preisen die journalistische Arbeit als aufklärend, informierend und von ethischen und moralischen Grundsätzen geleitet an – notwendig für Kritik und Kontrolle politischer und anderer machthabender Instanzen.

In den letzten Jahren sind allerdings auch immer häufiger Filme entstanden, in denen die Arbeit der Journalisten sowie das Mediensystem kritisch hinterfragt werden.

Auf der Suche nach den besten Filmen über Medien stößt man mit ein paar Klicks sofort auf den Film „Nightcrawler“ (USA 2014). Der Krimi-Thriller erhielt zahlreiche Auszeichnungen und Nominierungen für den besten Film, das beste Drehbuch und den besten Hauptdarsteller. Das Regiedebüt von Regisseur Dan Gilroy kritisiert nicht nur die Medien, sondern auch die Gesellschaft.

„[...] eine Aufforderung an den Zuschauer zur Selbstreflexion über die eigene Schauspiel“ (Jörg Buttgeriet, epd Film)

Den Effekt, auf den Regisseur Gilroy setzt, lässt sich als „Sensationsgeilheit“ eines Massenpublikums bezeichnen – vergleichbar mit Gaffern, die sich bei Autounfällen an den Fensterscheiben die Nasen platt drücken. Es gilt: Je blutiger, desto besser, denn grafisches Material polarisiert und verkauft sich gut. Besonders dann, wenn es wie oftmals im amerikanischen Film- und TV-Journalismus um Dollarzeichen geht.

Von ein paar schwarzen Zahlen auf seinem Bankkonto träumt auch der Protagonist der journalistischen Schauder-Geschichte Louis Bloom (Jake Gyllenhaal). Der Kleinkriminelle beobachtet fasziniert zu dunkler Stunde die sogenannten „Nightcrawler“ – Videojournalisten, die illegal dem Polizeifunk lauschen, um Tat- und Unfallorte aufzuzeichnen. Ohne zu zögern, kauft Bloom bei der nächsten Gelegenheit ein Fahrrad, um sich vom Erlös des Rades einen amateurhaften Videorekorder und ein Funkgerät zu ersteigern. Und schon heißt es: Klappe und Action!

„When it bleeds, it leads“ Joe Loder (Zitat aus Nightcrawler)

Mit ein bisschen Übung gelingt dem Quereinsteiger schließlich der Einstieg in die Medien. Wie eine blutrünstige Bestie geistert er nachts durch die Straßen auf der Suche nach neuen Schnappschüssen und verkauft sein blutiges Material an den wenig erfolgreichen Nachrichtensender KWLA. Bloom überschreitet dabei immer wieder moralische Grenzen, etwa indem er Persönlichkeitsrechte verletzt oder sich illegal Informationen beschafft. Sonderlich zu stören scheint dies weder ihn selbst noch seine Arbeitgeber.

„[...] think of our news cast as a screaming woman running down the street with her throat cut.“ (Zitat aus Nightcrawler)

Während Moderatorin Nina (Rene Russo) um ihren Job bangt, ist sie auf die Mitschnitte Blooms und seine unmoralischen Angebote angewiesen. Auch sie scheint die Prinzipien des Journalistenberufs aufgrund ihrer Situation hinten anzustellen, um mit den schockierenden Aufnahmen Zuschauer zu gewinnen.

Das Filmen wird regelrecht zur Obsession des Protagonisten. Nüchtern und objektiv studiert der selbsternannte Nightcrawler seine Arbeit und scheint den Bezug zur Realität und zu den Inhalten seiner Aufnahmen zu verlieren. Er lebt im Bann

weil drin sei. +++ Man munkelt, er könne das theoretisch sowieso nicht verhindern. +++ Man munkelt, Michael Süßlow ziehe hinter der

der Fiktionen. Nichts kann ihn aufhalten und sein endloser Ehrgeiz gibt ihm mit dem Streben nach materiellem Gewinn Kontrolle. Sein Ausmaß an Skrupellosigkeit ist nahezu psychopathisch und legt einen Vergleich anderer Soziopathen der Kino-Leinwand, beispielsweise aus „Taxi Driver“ oder „American Psycho“, nahe. Gerade diese Eigenschaft lässt Bloom so erfolgreich sein. Solidarität, zwischenmenschliche Beziehungen, Menschlichkeit und Moral haben für ihn keinerlei Stellenwert. Bloom begegnet dem Zuschauer auch immer wieder mit einem durchbohenden, emotionslosen, nahezu unmenschlichen Blick, der an einen Roboter erinnert.

„[...] klassisch amerikanische Erfolgsstory [...] mit einem erschreckend realen bitteren Beigeschmack“ (Jörg Buttgeriet, epd Film)

Protagonist Bloom beginnt anhand seines im Internet angelesenen Wissens zu verhandeln und bedient sich Mitteln wie Erpressung, Betrug und Manipulation. Dies bekommt auch der leichtgläubige Rick (Riz Ahmed) als dessen Praktikant zu spüren, der Bloom bei seiner kriminellen Arbeit in Los Angeles assistieren soll. Gemeinsam durchstreichen sie die dunklen Straßen der Stadt auf der Suche nach einer neuen brisanten Story. Dabei geht Bloom ohne Rücksicht auf Verluste bis ans Äußerste.

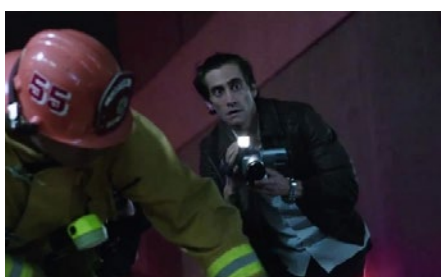


Bild: Kinocheck

Nightcrawler lässt seine Zuschauer die Medien, das System und die Gesellschaft hinterfragen. Denn im harten amerikanischen Business überleben wie in der Wildnis nur die Stärksten. Dies gilt umso mehr, je bedeutender der Faktor Geld dabei ist. Allerdings stehen nicht nur die Organisation des Rundfunksystems und das Selbstverständnis der TV-Journalisten in der Kritik. Regisseur Gilroy weist nicht den Medien allein eine Schuld zu. Vielmehr ist es seine Absicht, ein Exempel zu statu-

ieren. Er bezieht sich auf die Arbeitslosigkeit der jungen Generation, die zusammen mit den Norm- und Wertvorstellungen einer Gesellschaft verheerende Folgen haben können: Sie veranlassen Menschen zu Handlungen, die sie nicht geplant hatten.

Die Medien als Auslöser von Blitzlichtgewittern

Welche Auswirkungen Medien und ihr Publikum auf ein einzelnes Individuum haben können, wird auch in „Gone Girl—Das perfekte Opfer“ (USA 2014) deutlich. Getrieben von dem Jagdinstinkt auf die Story, die sich am besten verkaufen lässt, versucht die TV-Moderatorin Ellen Abbott hier, aus dramatischen Geschehnissen den größtmöglichen Profit zu schlagen.

Obwohl die Medien in Gone Girl keine zentrale Rolle spielen, tragen sie maßgeblich zur Handlung des Films bei. Der Thriller von Regisseur David Fincher, basierend auf dem Roman von Gillian Flynn, handelt von einem amerikanischen Bilderbuch-Paar — zwei Medienschaffende — deren Eheskandal auch in den Medien ausgetragen wird. Grausamkeit und Zärtlichkeit werden ins Verhältnis zueinander gesetzt und der Zuschauer anhand von TV-Berichterstattung und wechselnden Perspektiven in die Irre geführt.

Der in New York gescheiterte Schriftsteller Nick Dunne (Ben Affleck) kehrt eines Tages aus seiner Bar im ländlichen Missouri zurück in sein perfekt steriles Zuhause und findet statt einer braven Ehefrau etwas vor, das aussieht wie die Spuren eines Gewaltverbrechens. Verzweifelt ruft er bei einer Pressekonferenz die Medien zur Mithilfe auf und setzt den Fuß ins Licht der Öffentlichkeit. Es beginnt ein wahrer Medienzirkus mit den abstrusesten Unterstellungen und Spekulationen zur Person des Ehemanns und seinem Tatmotiv. Verfolgt vom Blitzlichtgewitter zweifelt nicht nur der Zuschauer und die Öffentlichkeit im Film an der Unschuld des Ehemanns, sondern selbst die engsten Vertrauten, beeinflusst vom Bild der Medien.

Denn Dunnes Ehefrau Amy (Rosamund Pike) hat einige Hinweise zu ihrem Verschwinden hinterlassen und initiiert eine Schnitzeljagd. Ihre Geschichte, zuvor in Form von Kinderbüchern idealisiert niedergeschrieben, wird nun in Form von TV-Berichten weitergeführt. Die Prominenz der Protagonistin,

ihre Unschuld und die Fragwürdigkeit des Verbrechens machen die Ereignisse zur Bestseller-Story. Titel wie „Nick Dunne's Killer Smile“ zieren die TV-Bildschirme. Abwechselnd wird der Skandal um die verschwundene Ehefrau als Love-, Hate- oder Crime-Story verkauft — nur nicht als das, was sie tatsächlich ist.



Bild: Kinocheck

„Well, I go where the story goes“ (Zitat aus Gone Girl)

Derweil ringt Nick Dunne um seine Unschuld und versucht, selbst mittels der Medien sein öffentliches Bild zu verändern. Mit Erfolg, denn Medien lassen sich in Gone Girl ganz klar manipulieren.

Durch ihre eindimensionalen Darstellungen wirken die TV-Medien in Gone Girl wie unprofessionelle Tratsch-Sender, die jeden Hinweis ausschalten. Der Film stellt den Wahrheitsgehalt der Medieninformationen in Frage und lässt die Medienmacher und den Zuschauer bis zum Schluss über das ausgeklügelte Spiel im Dunkeln. So sind es zuletzt nur der allwissende Zuschauer und die Protagonisten, die die Wahrheit über das Scheitern des investigativen TV-Journalismus erfahren.

Sowohl Nightcrawler als auch Gone Girl geben Zeugnis über ein Leitbild von TV-Journalisten, das absolut nicht dem beruflichen Idealbild entspricht. Äußere Einflussfaktoren, vor allem Geld und Aufmerksamkeitssucht, stehen im Vordergrund und lassen Wahrheitsgehalt, Moral und sonstige Werte in den Hintergrund rücken. Zwei inhaltlich sehr disperse Filme, die ganz unterschiedlich sind und dennoch eine ähnliche Botschaft an ihre Zuschauer vermitteln.

Bild: Elisabeth Neuhaus



„Ich bin der Typ für die Langstrecke“

von Elisabeth Neuhaus

Volker Stöckemann vor einer Landkarte in seinem Büro, die die Westküste der USA und Kanadas zeigt.

Als Bibliothekar arbeitet er seit fast 30 Jahren an der Mainzer Universität. Sein Lebenstraum: Im Jahr 2024 von Kalifornien bis in die kanadische Wildnis laufen – zu Fuß. Der Publizissimus-Preis geht in diesem Semester an Volker Stöckemann.

„Würden Sie das bitte umkleben?“ Volker Stöckemann steht vor dem grauen Einbauschränk seines Büros im ersten Stock des Georg-Förster-Gebäudes (GFG) und hält eine Rolle Tesa-Film in der Hand. An den Schranktüren hängen Postkarten und Zeitungsausschnitte. Das Bild, das auf der rechten Seite der Schrankwand hängt, soll ab. Dann bringt Stöckemann ein anderes Blatt Papier an dieser prominenten Stelle an – gut sichtbar für jeden, der das Büro betritt: Ab jetzt soll hier der Publizissimus-Preis hängen.

Den hat er sich redlich verdient. Denn Stöckemann ist wegen seiner freundlichen Art bei den Besuchern der GFG-Bibliothek beliebt. Er hilft gerne weiter, ist engagiert. Und: Kaum einer hat sich je so über den Publizissimus-Preis gefreut.

Herr Stöckemann, im Namen der gesamten Redaktion gratuliere ich Ihnen herzlich zum Publizissimus-Preis! Hätten Sie mit einer solchen Auszeichnung gerechnet?

Nein, ich bemühe mich, so anonym und unsichtbar wie möglich zu sein.

Das habe ich gemerkt. Im Internet findet man bis auf eine Listung als Mitarbeiter der UB rein gar nichts über Sie. Woran liegt das? Ich begegne dem Internet und der „Google-Daten-Krake“ mit einem gesunden Misstrauen. Verstehen

Sie mich nicht falsch, das Internet ist eine feine Sache. Man sollte seine Risiken und Nebenwirkungen aber nicht unterschätzen. Ich gehöre der „Generation Analog“ an.

Heißt das, Sie nutzen weder Facebook noch Twitter?

Auf gar keinen Fall.

Nutzen Sie das Internet dann überhaupt privat?

Aber sicher, allerdings mit der gewohnten Vorsicht. Um mich über Neuigkeiten auf dem Laufenden zu halten, greife ich auch zu anderen Medien: Ich habe noch ganz klassisch eine gedruckte Zeitung abonniert. Die Digitalisierung hat ganz bestimmt auch viele positive Seiten, man sollte meines Erachtens aber aufpassen, was mit seinen persönlichen Daten passiert.

Für die meisten Publizisten ist so eine „extreme“ Haltung sicher kaum vorstellbar. Nun arbeiten Sie aber auch – zumindest im publizistikwissenschaftlichen Sinne – nicht in der Medienbranche, sondern in einer Bibliothek. Wie kamen Sie dazu?

Nach meiner Matura habe ich an der Staatsbibliothek in West-Berlin eine Ausbildung zum Bibliothekar gemacht. Das Leben dort war hochinteressant und sehr intensiv. Weil ich in Berlin aber nur eine

befristete 25-Prozent-Stelle besetzte, schrieb ich anschließend Bewerbungen – mit Erfolg.

Stöckemann schlägt einen kleinen Taschenkalender auf, der auf seinem Schreibtisch liegt. Darauf steht die Jahreszahl 1989.

In Mainz wurde mir damals eine unbefristete Stelle angeboten, die ich am Montag, den 16. Jänner 1989, um 13 Uhr antrat.

Sie sagen „Matura“ und „Jänner“, woher kommen diese österreichischen Einschläge? Mein Vater war Norddeutscher, meine Mutter Österreicherin. Ich bezeichne mich selbst als Norddeutscher mit teilösterreichischen Wurzeln, diese Kultur habe ich wirklich verinnerlicht.

Bald sind Sie also seit 30 Jahren hier. Muss man ein Bücherwurm sein, um es so lange in einer Bibliothek auszuhalten?

Überhaupt nicht. Es ist ein klassischer Verwaltungsberuf – und ich bin Angestellter in einem Servicebetrieb. Man muss aber analytisch denken können, strukturiert und auf unvorhersehbare Situationen vorbereitet sein. Dazu muss ich aber auch sagen, dass ich nicht nur an der Infotheke arbeite. Ich bin seit Neuestem zum Beispiel auch im Team der Fernleihe der Zentralbibliothek. Außerdem arbeite ich in der Bereichsbibliothek Philoso-



phicum und betreue die Bibliothek der Altorientalistik und Ägyptologie. Und „liebäugele“ auch mit der Slawistik. Die Tätigkeit ist also sehr vielseitig. Wie langweilig wäre es denn, wenn man 40 Jahre dasselbe machen würde?

Nicht immer nehmen wir Studis das Unipersonal als Quelle der Freundlichkeit wahr, bei Ihnen ist das anders. Wie kommt das?

Ich behandle die Leute so, wie ich selbst behandelt werden möchte. Ich bin ja oft in der gleichen Situation wie die Leute, die an der Info-Theke vor mir stehen. Ich sage nur: Herr Stöckemann im Baumarkt. Da gibt es zwei Sorten von Mitarbeitern: jene, die sich kompetent und geduldig um mich kümmern und solche, die lapidar sagen: „Die Schrauben liegen irgendwo dahinten links.“ In meinem Beruf versuche ich, nach Möglichkeit, so wie im ersten Fall aufzutreten. Ich möchte aber auch ganz entschieden meine Kolleginnen und Kollegen gegen eventuelle Vorwürfe in Schutz nehmen: Wir sind alle nur Menschen.

Die GFG-Bibliothek platzt gerne mal aus allen Nähten. Wie schafft man es da, bei unzähligen, sicherlich auch mal unfreundlichen Studis, einen kühlen Kopf zu bewahren?

90 Prozent der Nutzer sind glücklicherweise nett und freundlich, die restlichen zehn Prozent gibt es in jedem Beruf mit Kundenkontakt. Einen Prozentsatz an Leuten, die ihre Wut loswerden müssen, gibt es einfach immer. Wenn ich von einem Studierenden, einem „Kunden“, so behandelt werde, atme ich tief durch und bemühe mich, freundlich zu sein. Wissen Sie, ich war früher Schlagzeuger und Marathonläufer, da lernt man Geduld, Disziplin, Ausdauer und Leidensbereitschaft. Man kriegt ein dickes Fell und einen gewissen Gleichmut. Ich sage immer: Ich bin vielleicht nicht die hellste Kerze auf der Torte, aber sehr schwer auszupusten. Ich bin der Typ für die Langstrecke.

Passieren auch mal skurrile Dinge in der Bibliothek? Gibt es ein besonders skurriles Erlebnis, das Ihnen in der Bibliothek in Erinnerung geblieben ist?

Es gibt zum Beispiel Leute, die einem, wenn man kurz weggeht, den Infostuhl unter der Nase wegziehen. Plötzlich rollt ein Studierender mit dem eigenen Stuhl weg. Natürlich kennen wir das Problem, dass die Bibliothek oft sehr voll ist. Es ist auch absolut verständlich, wenn die Leute dann

gefrustet sind. Mein Verständnis dafür, dass sich die Leute auf unseren Plätzen breit machen oder auf unseren Mitarbeiter-Flur gehen, hält sich aber in Grenzen. Da kann ich auch mal ziemlich deutlich werden. Das sind aber Ausnahmen. Es gibt auch Studis, die am nächsten Tag total dankbar mit einer Schachtel Konfekt vorbeikommen, wenn man ihnen bei der Literaturrecherche geholfen und versucht hat, ihnen die Prüfungsangst zu nehmen. Ein schöner Ausgleich.

Apropos Ausgleich, wofür sind Sie Sie nach getaner Arbeit am ehesten zu haben?

Es gibt Tage, da ist man nach Feierabend fix und fertig. Dann mache ich Sport, stundenlange Spaziergänge und höre richtig guten, fetzigen Hardrock, zum Beispiel von Iron Maiden, Whitesnake und AC/DC mit Bon Scott. Wenn ich nachts spazieren gehe und die Stille genießen kann, geht's mir wieder gut. In dieser Hinsicht bin ich einfach ein Nachtmensch, eine klassische Eule. Und Mainz kann zwischen Mitternacht und vier Uhr früh eine wunderschöne Stadt sein.

Laufen Sie auch noch Marathons?

Die waren auf Dauer zu anstrengend für meine Gelenke. In sportlicher Hinsicht habe ich ein anderes Ziel vor Augen, auf das ich hinarbeite. Im Frühjahr 2015 habe ich eine TV-Doku von Ingo Zamperoni gesehen, in der es um den Pacific Crest Trail ging. Ein fast 4.300 Kilometer langer Wanderweg an der Westküste der USA, zwischen der mexikanischen und der kanadischen Grenze. Seit ich das gesehen habe, ist es mein Lebenstraum, einmal diesen Weg zu wandern. Darauf arbeite ich voll konzentriert hin. Ich habe mir vorgenommen, von März bis Oktober 2024 eine sechsmonatige Auszeit zu nehmen und das durchzuziehen.

Er steht auf und zeigt mir eine Landkarte Nordamerikas die von Kalifornien bis zum kanadischen Yukon-Territorium reicht. Sie hängt zwischen den Fenstern hinter Stöckemanns Schreibtisch.

Immer wenn ich hier auf dem Zahnfleisch gehe, schaue ich mir die riesengroße Wandkarte an. Ich glaube, dass man im Leben solche Ziele haben muss, sonst bleibt man auf der Stelle stehen.

Interessant, dass Sie eine Fernsehsendung so nachhaltig beeindruckt hat. Stichwort Medienwirkung: Sie sind ja wirklich ein spannen-

der Fall für die Publizistik.

Ja, der Trail ist wirklich ein großes Ziel in meinem Leben. Bis auf diesen großen Traum würde ich mich als asketische Persönlichkeit bezeichnen. Im alltäglichen Leben sind manchmal zu viele Menschen auf zu engem Raum, da kann es in Städten und Staaten schon mal so gedrängt zugehen wie in der GFG-Bibliothek. Manchmal kann es deshalb toll sein, längere Zeit nicht auf andere Menschen zu stoßen. Ich fühle mich aber auch in Großstädten wohl und bin viel verreist, zum Beispiel nach Israel. Ansonsten sind Wien und New York für mich heimliche Hauptstädte. New York ist wohl die einzige Stadt auf der Welt, die genauso verrückt ist wie ich.

Danke für das Gespräch, Herr Stöckemann.

Infobox:

Der Publizissimus-Preis wird einmal pro Semester an Mitarbeiter des Instituts für Publizistik und der Universität verliehen, die sich in besonderem Maße um Forschung, Lehre oder Unterstützung der Studierenden verdient gemacht haben. Die Redaktion möchte damit Eigenschaften wie Expertise, Hilfsbereitschaft und Engagemen, Freundlichkeit und andere lobenswerte Eigenschaften der Preisträger hervorheben. Zu den bisherigen Preisträgern zählen unter anderem Hans Mathias-Kepplinger und Jürgen Wilke, Bernd-Peter Arnold, Ilka Jakobs und Sascha Himmelreich. Die Preisträger werden jedes Semester im Kreise der Redaktion bestimmt.



Dalli dalli in ein neues Zeitalter der Öffentlich-Rechtlichen

von Greta Pässler

Ende September 2016 knipsten ARD und ZDF bei ihren Spartensendern EinsPlus und ZDFkultur die Lichter aus, weil man sich davon einen Schritt in die Zukunft versprach. Warum dieser Wechsel alles andere als dalli dalli verlief und was von den beiden Sendern erhalten bleibt. Abschied von zwei geliebten Free-TV-Sendern.

„Dalli Dalli“ — so hieß auch einer der Klassiker, die der ZDF-Spartensender ZDFkultur noch bis vor Kurzem auszustrahlen pflegte. Auch andere Kult-Sendungen wie „Disco“, die Musiksendung „Number One!“ mit Markus Kavka und nicht zuletzt die Talk-Satire „Roche & Böhmernann“ waren im Kultur-Ableger des ZDF zu sehen. Waren!

Aus alt mach neu: Eingestampft für „Funk“

Denn seit vergangenem September vermissen viele Retro-Fans genau solche Formate schmerzlich. Als Begründung für das Aus nennen die Sender finanzielle Aspekte. Denn: Zeitgleich zum Sendeschluss von ZDFkultur fiel der Startschuss für das neue multimediale „junge Angebot“ von ZDF und ARD, „Funk“ (wir berichten ab S. 11).

Doch nicht nur ZDFkultur, auch der ARD-Digital-sender EinsPlus wurde eingestampft. Während ZDFkultur am letzten Sendetag noch mehrere Episoden der alten „ZDF-Hitparade“, eine „Disco“-Show von 1982 und eine Spezialsendung mit dem Titel „Das war ZDFkultur“ zeigte, wurden bei EinsPlus direkt nach dem Spielfilm „Das fünfte Element“ die Lichter einfach ausgemacht. Sozusagen heimlich, still und leise.

Ein langsamer Tod auf Raten

Für beide Spartenkanäle verlief das Ende ganz und gar nicht dalli dalli. Ihr Aus glich vielmehr einem Tod auf Raten, denn beschlossen worden war die Einstellung bereits 2013. Der Plan eines neuen Jugendangebots, das sowohl ZDFkultur als auch

EinsPlus ersetzen sollte, entwickelte sich nach und nach zu der Entscheidung, anstelle des ursprünglich geplanten Jugendkanals ein junges Angebot im Internet auf die Beine zu stellen. Bis zur endgültigen Genehmigung dieses Vorhabens mussten ARD und ZDF ihre Ableger zunächst noch drei lange Jahre auf Sendung lassen.

Es war die Ausarbeitung eines neuen Rundfunkstaatsvertrags, in dem ausdrücklich verankert ist, welche Kanäle ARD und ZDF verbreiten dürfen, auf die die beiden Medienanstalten noch so lange warten mussten. Eine teure Wartezeit: Rund zwei Millionen Euro kostete es jährlich, den Sendebetrieb für Wiederholungen jahrzehntealter „Hitparaden“-Folgen aufrecht zu erhalten.

„Pionierarbeit geleistet“

„ZDFkultur wird uns fehlen, aber klar ist auch: Wir müssen sparen, wenn wir etwas Neues wie das ‚Junge Angebot‘ machen“, erklärte ZDF-Intendant Thomas Bellut dazu. Dabei war ZDFkultur gerade einmal 2011 aus dem ehemaligen ZDFtheaterkanal hervorgegangen und bot seitdem ein Programm, das die Genres Musik, darstellende Künste, Filmkultur, Netzkultur und Gaming abdeckte. EinsPlus hatte unter seinem ursprünglichen Namen EinsMuXx bereits 1997 den Sendebetrieb aufgenommen. Damals fungierte der Sender viele Jahre lang gemeinsam mit EinsExtra (heute Tagesschau24) und Einsfestival (heute One) lediglich als zeitversetzte Abspielstation des ARD-Hauptprogramms.

2005 wurde das Konzept erstmals umgekrempelt: EinsMuXx wurde umbenannt in EinsPlus, das Programm neu ausgerichtet. Gezeigt wurden fortan überwiegend Dokumentationen, Reportagen und Servicesendungen des Ersten und der Dritten. Dass die Sendergruppe mit diesen Inhalten jedoch nicht gerade viele junge Menschen begeistern konnte,

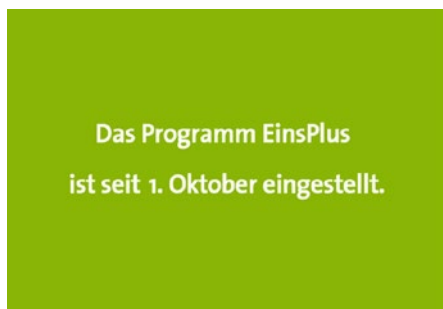


Bild: EinsPlus

Hinweistafel auf dem Sendepplatz von EinsPlus, nachdem der Sender eingestellt wurde.

fiel rasch auf. So folgte im April 2012 die nächste größere Programmreform. Ab sofort sollten verstärkt Zuschauer zwischen 14 und 30 Jahren angesprochen werden. Im Zuge dessen startete EinsPlus zahlreiche neue Eigenproduktionen wie „Ausflug mit Kuttner...“, das Musikmagazin „BEATZZ“ oder die Comedyshow „StandUpMigranten“. SWR-Intendant Peter Boudgoust fasste dieses ehrgeizige Bestreben, das Programm jünger und attraktiver zu gestalten, stolz zusammen: „EinsPlus hat gerade mit seinen jungen Formaten Pionierarbeit geleistet.“

Kaum mehr neue Inhalte produziert

Für Aufsehen sorgte EinsPlus zuletzt unter anderem mit speziellen Fernseh-Ausgaben der Radio-Talksendung „LateLine“, die zunächst von Jan Böhmmermann moderiert wurde und später mit Ingmar Stadelmann besetzt war. Am erfolgreichsten war der ARD-Digitalkanal mit der Übertragung von Festivals wie Rock am Ring und des „Eurovision Song Contest“. Als letzte Eigenproduktion wurde im August 2015 das Gamingformat „1080NerdScope“ mit Youtube-Star LeFloid ins Programm genommen. Nach Bekanntgabe der Einstellung der Sender setzten sowohl ZDFkultur als auch EinsPlus jedoch überwiegend auf Wiederholungsschleifen und produzierten kaum neue Inhalte mehr.

Diese Spartensender bleiben

Zu den drei Spartensendern des ZDF gehörten neben ZDFkultur auch ZDFneo und ZDFinfo. Die letzten beiden dürfen bleiben. Konzertübertragungen, die zuvor ZDFkultur vorbehalten waren, werden seitdem auf 3sat oder Arte ausgestrahlt.

Formate wie „1080NerdScope“, die vorher bei EinsPlus liefen, finden sich nun bei Funk, wo sie allemal besser aufgehoben sind. Auch die ARD-Ableger Tagesschau24 und One dürfen bleiben, doch die Situation ist skurril: One, ehemals Einsfestival, der bis dato eher unbedeutende Spartensender, hätte wohl eigentlich gemeinsam mit ZDFkultur die Segel streichen sollen. Doch Einsfestival darf in Form von One weitersenden – warum auch immer. Am wahrscheinlichsten ist, dass die Entscheidungsträger der ARD genauso viele Digitalkanäle gönnen wollten wie dem ZDF. Das war vielleicht gut gemeint, brachte aber ein Problem mit sich: Weil für Einsfestival in der Zwischenzeit kaum noch Anstrengungen unternommen wurden, verlor der kleine Sender vollends den Anschluss.

Während ZDFneo dank einer klaren Strategie heute also gerne mal Tagesmarktanteile von drei Prozent erzielt, erreicht One – wie Einsfestival ja inzwischen heißt – meist weniger als 0,5 Prozent.

Angesichts des jahrelangen politischen Hin und Hers wird man bei ARD und ZDF nun aber wohl heilfroh sein, mit ZDFkultur und EinsPlus endlich die alten Zöpfe abgeschnitten zu haben.

eins|plus

zdf.kultur

Bilder: commons.wikimedia.org.png

Nur zwei der Senderlogos, die nun der Vergangenheit angehören.

Von: Jakob, Dr. Nikolaus
Gesendet: Dienstag, 19. Juli 2016 09:27
An: publizissimus
Betreff: Gegendarstellung

Sehr geehrte Frau Neuhaus,
liebe Publizissimus-Redaktion,

in Ihrer letzten Ausgabe nahmen Sie mehrfach in Ihren Munklern auf mich Bezug. Die Aufmerksamkeit, die Sie mir auf diese Weise schenken, ehrt mich sehr. Allerdings möchte ich auf vier kleine Korrekturen hinwirken und bitte Sie darum, diese in der nächsten Ausgabe zu publizieren – im Sinne einer Gegendarstellung.

Sie schreiben, es sei eine Zahnarztpraxis, in welcher ich in einen Überfall verwickelt war. Weiterhin insinuieren Sie, es sei merkwürdig, weswegen ich auf einer Zahnarztpraxis auf der Toilette war. Schließlich schreiben Sie, ich würde nicht zum Zahnarzt gehen und sei Hypochonder. Dazu möchte ich wie folgt Stellung nehmen:

- (1) Es war eine Hausarztpraxis, in der der Überfall stattfand.
- (2) Ich war auf der Toilette, um eine Urinprobe abzugeben.
- (3) Seit meiner Schulzeit weiß jeder, dass ich immer dann, wenn es Mathe- oder Physiktests gab, beim Zahnarzt war. Ich ziehe eine Wurzelbehandlung jederzeit einer Statistiklausur vor. Ich liebe Zahnarzttermine, ich habe mehrere Zahnärzte unter meinen Lieblingscousins und -cousinen und meine Zähne sind auf dem allerneuesten Stand – sie sind jedenfalls bedeutend jünger als ihr Träger.
- (4) Ein Hypochonder ist per definitionem jemand, der an eingebildeten Krankheiten leidet. Meine Erkrankungen, über die ich Sie persönlich gern aufkläre, sind nicht eingebildet, sondern existieren tatsächlich. Wenn Sie möchten, kann ich Ihnen aber für die Munkler der nächsten Ausgabe eine Reihe von Kollegen nennen, die im Sinne des Wortes Hypochonder sind.

Ansonsten: Daumen hoch und machen Sie weiter mit Ihrer hervorragenden Arbeit.

Beste Grüße und einen sonnigen Sommer,

Ihr NJ

Priv.-Doz. Dr. Nikolaus Jakob M.A.

Mit dem Publizissimus zum Bachelor

von Elisabeth Neuhaus

Darauf hat die Menschheit gewartet (ehrlich!): Wer beim Publizissimus mitschreibt, kann sich das ab jetzt auch als Studienleistung anerkennen lassen. Einmal abgesehen von jeder Menge Erfahrung und großartigen Arbeitsproben verhilft Euch die Publizissimus-Mitarbeit nun also auch zu Leistungspunkten und somit zum Studienabschluss.

Was Ihr dafür tun müsst? Folgendes:

- Drei bis vier Artikel verfassen (über mindestens zwei Semester hinweg)
- In einem Semester zusätzlich eine „on-top-Aufgabe“ übernehmen (Lektorat, Layout, Organisation, Fotos, Karikaturen, Druckerei-Team etc.)
- An einem Publizissimus-eigenen Journalismus-Workshop sowie an Feedback-Gesprächen mit der Chefredaktion teilnehmen
- In jedem Semester Hefte verteilen

Diese Leistungen entsprechen insgesamt 60 Arbeitsstunden und passen so auf die in der Neuen Prüfungsordnung (Bachelor Publizistik 2016) vorgeschriebenen Anforderungen für Zusatzqualifikationen. Studierende der Alten Prüfungsordnung (Bachelor Publizistik 2011) können mit den 60 Stunden zwei Drittel der Anforderungen (insgesamt 90 Stunden) abdecken. Hierbei gilt: Wenn Ihr die Leistung beim Publizissimus mit anderen Zusatzleistungen kombinieren wollt, ist dies nur mit einem Fremdsprachen-Kurs oder einem ZDV-Kurs möglich. Angebote aus dem Studium-Generale-Programm oder der Sportwissenschaft sind dagegen nicht damit vereinbar.

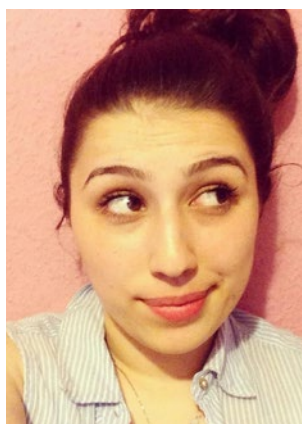
Um als Redaktionsmitglied mitzumachen, müsst Ihr keine besonderen Voraussetzungen erfüllen. Alles, was Ihr mitbringen solltet, ist Spaß am Schreiben. Dafür gibt's bei uns eine spannende Sicht aufs IfP, eine tolle Redaktion und viel Praxis. Noch Fragen? Dann schaut einfach auf unserer Facebook-Seite vorbei oder tretet der Facebook-Gruppe „Publizissimus Redaktion“ bei. Per Twitter und Mail sind wir natürlich auch zu erreichen: @publizissimus und publizissimus@uni-mainz.de.

Auflösung des Bilderrätsels:

8.: A.	7.: G.	6.: K.	5.: L.	4.: C.	3.: B.	2.: D.	1.: E.
11.: H.	10.: F.	9.: J.					

Was ist das für 1 Autor?

Jetzt verlassen wir den Duden-konformen Bereich, denn dieser Trend lässt Rechtschreib- und Grammatik-Liebhaber verzweifeln. Auf Twitter und Facebook macht er seit einiger Zeit die Runde. Er basiert, nach eigener Aussage, auf den stilistischen Bemühungen des Skandal-umwitterten Rap-Virtuosen Moneyboy („Dreh den Swag auf“), „die Sprache immer fresh und neu und different (...) [zu] keepen“. Als weiterführende Literatur empfiehlt die Redaktion die tiefgründige Facebook-Seite „Nachdenkliche Sprüche mit Bilder“.



Getreu dem Motto: „Der Kopf ist rumd, damit den Demken die Rischtung ämdern kann.“, han i, in diesen Ausgabe die Rischtung geämdert. Den nur wär sich traut sein Rischtung zu ämdern, kann Neues vollbringen. Also han i, 1 **Duygu Aksoy**, 1 Interview mit Béla Réthy gepührt. Diesen Fuhsbalkomnetator vong ZDF her, ihr wisst Becheidt. Ansonsten treumt diesen Duygu aus Hessen, die bereits zum zweiheten Mahl da magische Fehder für tolle Publizissmus-Zeitung schwingt, vong große weihete World. I bims halt sehr vertreumt vong Natuhr aus.

„Wen das Leben dir 1 Zitrome gibt, mach 1 Linomade raus.“ Das ist **Pauline Bieskes** Lebemsnotto vong gute Laume her. Sie studiert seit 2 Senester Publizistik und den Wirtschaftswissemchaften. Pauline schreint jetzt zum zweiten Mahl für Publizissimus. Für diese Ausgane han sie sich mit Rasemnähern und amdere crazy Gefahre vong Publizissimus-Ausgane vong vor 30 Jahren her beschähftigt.



I bims **Selina Beckmann** unt 1 Puplizistin. I bims zum zweite mahl bein Publizissimus dabai unt hab zum 1 mahl was lustikes gemacht so vong Spass her. Fotos vong Dozenten her sammeln war voll fly. Thx an maine Mietschreiber Laura unt Henrik.

Was ist das für 1 Mench vong Hobbi her der Bücher list?! Bestihmt genau so 1 komisches Mench wie **Gloria Geyer**, die in sein dritten senester Publizistik studingst. Villeicht hat sie deshanb auch üba die Pressefreiheit vong China her gesprochen mit den chinesischehn Journalihstin ams ifp. Umd über 1 Business Insida und Focus Facebook Strategie. Was für 1 langweiligen Mensch!! Bestihmt han sie auch 0 Freumde!!!



Saskia Bender ist 1 nette Mench vong die Niceigkeit her und hilft deng Pullizismus fürs zweit Mal. „Alle großen people waren auch mal kleine peole vong Alter her, aber nur wenige rememhern sich daran - Der smarte Prinz“. Die Pubby- und Filmstudentin writed über Movies für eucg damit ihr mittalken könnzt und teached euch wie ihr 1 1-zigartiges Reistschornalist werdt mit 1 special deepes und flies Ingterfiew.

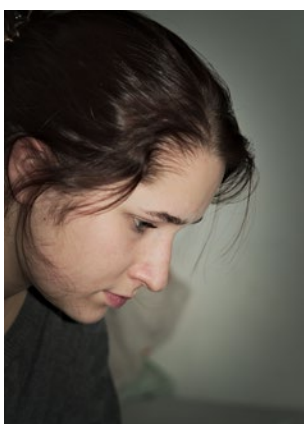
I bims **Laura Hennemann** und i bims 1 Puplizist oda i mach so poltische sache. Das is mein 2 mahl hierbei den zeitschrift. Mit der Selina und der Henrik han i Photos gesammelt vong den Dozenten und die mus man so ferbinden. Das is 1 Spass!





Diesen **Maïke Höpp** ist diesen Sämes-
ter den erste Mal beim Publizissimus
dabei. Studieren tum Sie Publizistik und
öffentliches Recht, beides in drittes se-
nester. Die luhstige Meenzer würde sag-
gen sie kommd vong der ebsch seit her
lol. Sie lebt freih nachm Motto: 1 unge-
nutzte Chongse ist wie 1 abgebrochene
Schlüssel für den Vorhengeschlos an der
Türe hinter den 1 Traum eingespert ist.

Vong weite flye Frankfoort kommt die-
sem **Daniela Lenz** her und is zun ärsten
Mal am Start für deng Publizissimus. Sie
verbringt ihre Zeit an diese 1 Uni mit
Studium vong Publizistik her in virten
Semäster umd öffentlicheng Recht in
dritten Sämeister. Wen sie nicht an diese
1 Uni ist, tanst sie gans gerne Ballett und
mannschemal auch in 1 Club. Sie vereist
gern in ferne Lender aber glücklich ma-
chen kan mann sie auch schong mit 1
gute Lasagne nomnom.



I bims die **Laura Jentgens**. I studiere
die all seitz beliebte Studiengänge Pub-
lizismus und Kulturanthropologistik und
han 1 Chongse bekommen das erste mal
für „Publizissimus“ zun schreiben, ob-
wohl i noch ein junges Gemüse bim vong
Semester her. (Au Weiha nur 1. Semester
lol.) Trotzdem darf i schong über amde-
re urtheilen, ihab nämlich den Zeitung
„Meine Schuld“ unter meins Schörlock
Holms Lupe nehmen dürfen.

Frei vong Motto „Die Welt is 1 Buch &
wer nie reist, sieht vong Buch nur 1 Sei-
te“ entdeckt **Anne Lindlar** gern freshe
Stedte und Länder & ist voraem in Se-
nesterferien imma am traveln. Voll nice,
dass sich die Publi- und Wiwistudentim
trotsden Zeit genohm hat, zum zwlte
Mahl für den Publizissimus zu writen.
Zusammn mit der cuten Caro ging sie 1
Hausarbeitsnote vong Weg her auf den
Grund.



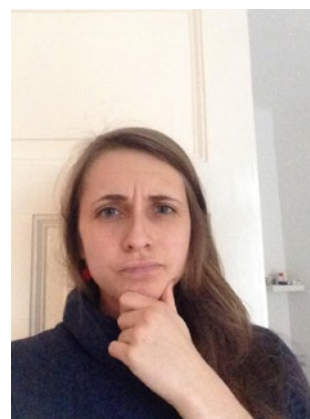
Korytna Margaryta ist 1 neuem Auto-
rin vong Publizissimus. Zeichnen, Schrei-
ben und Dichten sims den größtem Leiden-
schaften vong Rita, deshalb sind in diesern
Ausgabe auch 1 paar Zeichnumgen vong
den kleine Künstlerin zun finden Ause-
dem bewondert sie der unersetzlichen
österiechischem Hero Falco, den Theorie
vong 1 Parallellumiversums, schnaufende
crähmefarbigem Möpsen umd den ausge-
zeichnete NBC Nightly News mit den coole
Lester Holt.

Das Rehn springt hoch, das Rehn springt
weit vong Meter her, warun sol es das
auch nicht tun vong Zeit her weil die hat
es ja? So nach den Motto sprint **Sarina
Metzger** in der Zeit zurüg für die Pu-
blizisimuse. Diese Ausgahbe schrib sie
ueber was mit oldstuhl-temen wie MTV
und ICQ so am happening ist. Krassinger.



Julia Leipe studirt Publizistik umd Sozio-
logie in fünffte Senester umd is zu erste
Mal bei Publizissimus (voll den schwierige
Wort) dabei. Da fregt mam sich natürlich,
was is das führ 1 Person. Fur die neue Aus-
gabe han sie sich auf trendigem Gebiet be-
wegt und hat dem feschsten Hashtag ever
gefunden, der sagt das man still stehen
muss — voll komischer Trend lol. Das Ende
vong Lied is aber, dass den kleine Julia nor-
malerweise nicht still stehen kann, vong
daher dabesein is alles lol. #peazzout

Was ist das für 1 Chefredakteurim? Das ist
1 Frage die die Leute **Elisabeth Neuhaus**
öfter mal stellen tun. Sie selbst thinkt da-
rüber auch manchmal nach (siehe kleine
Bildchen lol). Dem Publizissimus ist sie
schon seit 4 Jahren am supervisen. Das ist
quasi so 1 Angelegenheit vong Heart her für
sie. Auch wenn sie die Language hier ganz
fresh findet muss sie die nicht unbedingt
für always keepen. Ihr Lebenotto ist somst
auch: Die Liebe ist wie die Rechtschreibung
immer weiß es 1er besser als du.





Kuckuck, i bims **Greta Pässler**. Han mich 1 neue Sell Phone gekauft, damit ich besser vorgereitet bim für Interviews vong Publizissimus her. I bims 1 Fuchs weil ich han immer 1 gutes Eimfall im mein Gedanken. Diesmahl zun Beißspiel über alte TV-Sender zdf.kultur und EinsPlus zun schreiben und überm Projekt vong ehemalige Publizistik-Studentin Caroline Wiemann her. I bims oll in bein Layout vong Text und süse kleine Bildchen her und schreibe fleissig für Publizissimus zun dritte Mahl mit 1 Affemspass.

Was ist das für 1 Ausland semestah? Extra für die Publizissimus hat **Elena Reinhard** 1 nices Ausland semestah in Frankreich gemacht und tut in der Kolumne über die Aufent halt vong Vor- und Nachteile her schreiben. Aber vong beifach in politik her hat sie auhc 1 Artikel geschreibt vong dihse creepy nachrichten portal Breitbart aus USA. Die wolln nähmlich jetz nahe Deutsch land! #wtf



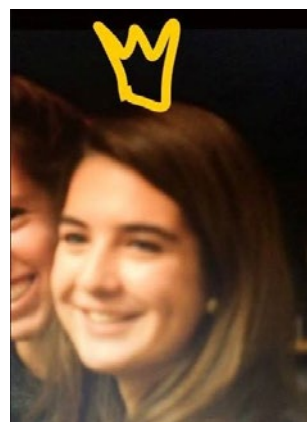
Lotta Pommerien schreibt nun schon zum driten Mal für den Publizissimus, vong Spaß her halt! Treu dem Motto: „Selbs den kleinste Lichtstrahl kann in 1 dunkelne Stunde wie 1 Suppernowa sein“, hat sie sich mit dem Datenkrakken, der Suppanowa der Suchmaschinen, Google beschef-tigt. Möge sie dem/ der eimen oder amderen ein bisschen Licht in ihr/sein dunkles Wissen gebracht haben. Denn: Reich ist denjenige der mehr Treume in sein Sehle hat als die Realitet zerstöhren kann!

Was ist das für 1 gefühl wenn die zwilingswesder in Auslandssemester ist? **Rebecca Reinhard** war eher so nachdenklich vong de gefühl her und hat gedacht: 1 kolumnist muss tun was 1 kolumnist tun muss: 1 kolumne machen für die leute die ins Ausland wollen oder auch nicht. #kempfen. Nach 3 semstern bei dem Publizissimus ding n als schreiber macht Rebecca auch 1 text über den funk weil das das neue angebot vong ARD und ZDF für junge menschn ist.



I bims, die Fransi aka **Franziska Pröll** Mit m1 Unicorn <3. I bims heppy nach 1 Jahr Pauhse wieder führ 1 Publizissimus zu schreiben. Zum 9ten Mal schohn, wenn i richtig gezeht han vong Rechenkunscht her. Sieh hat Pubilizistik und Soziohlogie abgeschlossen vong Bachelor her und macht gleich noch 1 Bachelor in Psüchologhie. Führ diese 1 Publizissimus hat Fransi 1 Journalistihn Arzu Geybulla aus Aserbyedschahn intervjuht und sich mit 1 Studie zu Juhgendliche und Entwicklung vong Smartphone her beschef-tigt.

Katharina Reul ist 1 reuale Person schon vong Namen her. Ihr Levensmotto: Hinfaln, Krone richten nimmt sie ser ärnzt. Für 1 Gäsprech mit Herrn Hopher verlässt die Studentin der Publizistick- und Wirtschaftswissnschaftn ihr Schloss um 1 Publizissimus Interview zu führen.



I bim **Henrik Rampe** und 1 Publizist. Eygentlich bim i an und pfirsich pfaul. Aba tatsechlich bim i schong zun dreiten Mal beym Publizissimus dabei weil hier richtig nette Tschornalisten vong Karakta her sint.

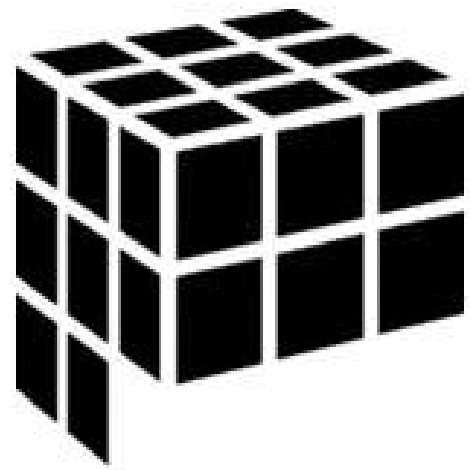
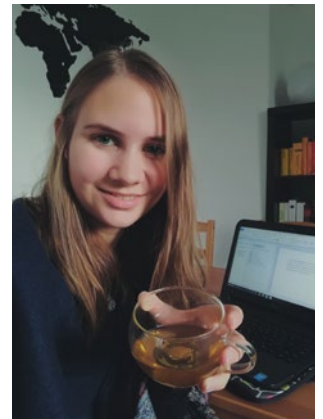
Pascal Schneiders hat 2017 noch wohl für die letzte Mal für den Publizissimus geschrieben. Davor hat der Student vong Medienmanagement her Jahre als Schreiber gearbeitet. Er berichtet vong Alumni Talk des Fachschaftrats Publizistik und ist eigentlich kein Fan von diesen neu-modischen Kalendersprüchen.





Lisa Winter ist neben publizistik 1 politikstudntin. Da hat sie gelernt: „Die Ateisten für Deutschland kurz AfD sind 1 rade kale Gruppierung die Gottesdienste immer wieder durch zurufe wie: „Lügen-mesee“ imens stöhren.“ Sie schreibt zum dritten mahl für dem publizissimus. In dieser ausgabe hat sie in 1 intawü mit sabine kieslich über tschornalismus gesprochn. Und gekuckt ob erdowahns presse besser funktioniert.

„1 warme Tasse Tee ist wie 1 guter Freund“ denkt **Carolyn Wollschied**, die Tee liebt. Sieh helft dem Publizissimus zum 2ten Mahl. Vong Interässe her studiert sie irgentwas mit Medien und Politik. Führ diese Ausgabe hat sie mit Anne gem1nsam den Weg 1ner Hausarbeit bis zur Note explored. Und sieh hat die nice App vong funk führ euch getestet!



Erasmus vs. Gutenberg oder: Bordeaux für ein halbes Jahr

von Elena Reinhard & Rebecca Reinhard

Gehen oder nicht gehen – das ist hier die Frage! Spätestens nach dem dritten Semester denken viele Studis über ein Auslandssemester nach. Unsere Zwillings-Kolumnistinnen Elena und Rebecca haben es ausprobiert (das Weggehen und das Dableiben) und zeigen auf, ob es sich lohnt – und auf wen man bei der Entscheidungsfindung hören sollte.

Drittes Semester, Erasmus-Infoveranstaltung. In der brechend vollen Alten Mensa werden Destinationen für das potentielle Auslandssemester vorgestellt. Man braucht nicht viel Empathie um zu wissen: Hier liegt Reisefieber in der Luft. Spanien, Italien, Prag oder Budapest – es kommt uns vor, als würde plötzlich jeder ins Ausland wollen (nur um irgendwann sagen zu können: „Damals, als ich in Frankreich gelebt habe...“?). Von denen, die nicht gehen wollen, ist nur ein erschöpftes „Ach, ich habe schon nach dem Abi die halbe Welt bereist, ich muss nichts mehr aufholen“, zu hören. Doch für diejenigen, die Europa bisher nur vom Strandurlaub kennen (uns eingeschlossen), erhöht sich der Druck, je näher die Anmeldefrist rückt: Soll ich nun ins Ausland gehen oder nicht? Denn Hand aufs Herz: Die weite Reise erfordert nicht nur Reiselust, sondern auch eine große Portion Mut. Also: Gehen wir einfach zusammen! Nach Bordeaux soll es gehen. Und zwar im fünften Semester. Triumphierend tüfteln wir unseren Masterplan aus: Jeden Tag Party, eine gemeinsame WG und ganz nebenbei werden wir perfekt Französisch sprechen, wenn wir erstmal zurück sind.

Doch man ahnt schon: Unser Plan hinkt. Statt uns beiden wird nur Elena angenommen. Sollen wir uns nun zum ersten Mal im Leben trennen? Nach einigen schlaflosen Nächten und motivierenden Worten anderer Ex-Erasmus-Studis füllt Elena schließlich die 315 Erasmus-Formulare aus, geht 187 Mal ins Studienbüro und packt schließlich ihre Koffer. Ziel: Bordeaux, Frankreich.

Statt den immergleichen Dozenten, der wöchentlichen Asia-Pfanne in der Mensa und einer überfüllten Bib erwarten eine von uns nun viele neue Gesichter, neue Fächer und ein neuer Speiseplan. Elena hatte sich ein Studium wie aus dem Überraschungsei erhofft: alles neu, alles aufregend, alles toll. Doch jeden Tag im fremden Land wird ihr klarer: den bequemerem Weg hatte gewiss Rebecca gewählt. Mit einem durchgeplanten Semester und einem sicheren Zuhause, dafür ohne nervige Zettelwirtschaft, böse Überraschungen. Vor allem das mit dem Zuhause hat bei Elena in Bordeaux so gar nicht hinhauen wollen. Erst nach fünf (ja, fünf!) Umzügen hatte sie endlich ein Quartier für die nächsten drei Monate gefunden.

Auch ist die Uni nicht so, wie sie sich das vorgestellt hatte. Kein schickes grünes Gebäude, sondern Plattenbauten à la DDR, die eher an eine heruntergekommene Hauptschule als an eine Uni erinnern. Dazu viele neue Fächer und fünf Hausarbeiten. Naja. Dafür tummeln sich bei der Erasmus-Begrüßungsveranstaltung zahllose Studenten aus aller Welt, die alle riesige Lust haben, neue Freunde zu finden. Schnell findet man sich in einer Gruppe Menschen aus zig Nationalitäten wieder, mit denen man das kommende Semester verbringen wird. So weit die Idee, die Elena im Kopf hatte. Letztendlich waren ihre drei besten Freunde in Bordeaux aber weder Franzosen, Kolumbianer oder Schweden, sondern Studierende aus Gießen. Aber hey – wer sagt, dass man sich nach Klischees richten muss?

Rebecca hat derweil mit dem Gegenteil zu kämpfen – denn statt allerhand neuen Freunden glänzen die bekannten Gesichter in Mainz vor allem mit Abwesenheit. Wo sich alle aufhalten? Im Ausland natürlich. Es gilt also, alleine in die Vorlesung zu gehen und beim Mittagessen geschäftig auf dem Handy herumzutippen. Bald jedoch scheint die Tristesse die Gewohnheit abzulösen und Selbstzweifel machen sich bemerkbar: Werde ich nie mitreden können, wenn es um Auslandserfahrungen geht? Wenn „the time of my life“ nichts weiter als ein Malle-Urlaub mit Freunden war? Was werden Arbeitgeber sagen, wenn ich keinen Auslandsaufenthalt im Lebenslauf vorweisen kann? Werde ich überhaupt noch ernst genommen? Denn irgendwie scheint ja mindestens ein Erasmus-Aufenthalt zum guten Ton zu gehören.

Was wir letztlich daraus gelernt haben: Man sollte vor allem eines vermeiden: sich unnötig unter Druck setzen zu lassen – sei es von schwärmenden Kommilitonen oder strengen Karriere-Beratern. Ein Auslandssemester mit jeder Menge Partys, Affären und ohne Uni-Stress wird es in den meisten Fällen sowieso nicht. Trotzdem lernt man im Auslandssemester unglaublich viel über sich selbst, macht Erfahrungen und lernt, Entscheidungen zu treffen. Dass nebenbei der Lebenslauf aufgemöbelt, die Facebook-Freundesliste erweitert und neue Sprachkenntnisse gewonnen werden, sind da natürlich willkommener Beifang. Wer dennoch weiter mit der Entscheidung hadert, dem sei gesagt, dass letztlich nur das eigene Bauchgefühl zählt. Und das kann durchaus auch zuhause in Mainz gut sein.



Notizen: Platz für Eure Munkler



Notizen: Platz für Eure Munkler



Folgt uns auf Facebook:

<https://www.facebook.com/Publizissimus>

... und Instagram:

<https://www.instagram.com/publizissimus/>

Mit freundlicher Unterstützung des



