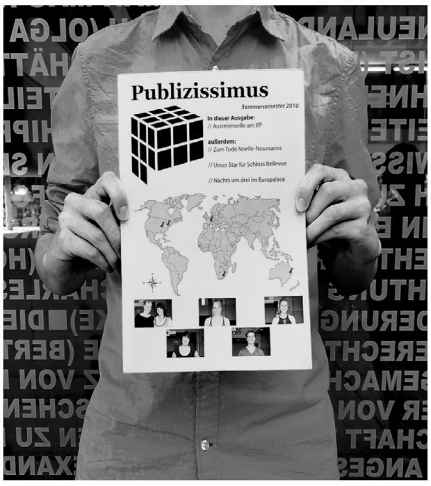
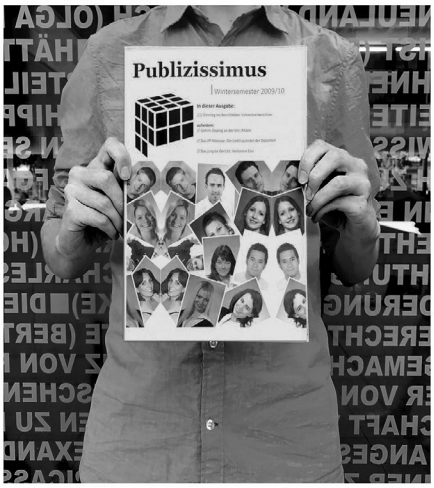
Ausgabe Sommersemester 2018

Publizissimus





Quo Vadis, Publizissimus?

die studierenden-zeitschrift in der finanziellen krise

China: Eine Republik auf dem Weg in die IT-Diktatur
Praktikum bei Haribo: Im Süßigkeitenparadies
Digitalisierung: Museen erobern Social Media
Youtube-Hype: Diese Kanäle sollte jeder Publi kennen

Die neue Chefredaktion des Publizissimus (v.l.n.r.): Leonie Batke, Matthis Pechtold, Lisa Winter und Saskia Bender

Alles neu?

von Leonie Batke

Liebe Leserinnen und Leser,

in der Redaktion des Publizissimus hat in den vergangenen Semesterferien ein Umbruch stattgefunden. Neue Leute in der Chefredaktion und auch viele neue Autoren haben dieses Semester an der Ausgabe gearbeitet. Und plötzlich wird die Zeitschrift nicht mehr in der letzten Vorlesungswoche verteilt und die Redaktion ruft zu Spenden auf. Was ist passiert?

Ich habe in den vergangenen Wochen gelernt, dass Chefredakteurin sein, wesentlich schwerer ist, als Ich mir das im Vorhinein vorgestellt habe. Wie finanziert sich eine Zeitung? Welche Themen könnten für die Leser interessant werden? Solchen Fragen musste ich mich dieses Semester widmen. Einen Teil der Antworten erfahrt Ihr in der Titelstory dieser Ausgabe, in der es um nichts geringeres geht, als den Publizissimus selbst (S. 9).

Außerdem hat Jonas Pospesch für euch herausgefunden, ob Ihr durch Bitcoins wirklich reich werden könnt und ob sich eine Investition in diese lohnen würde (S. 19). Vielleicht sind Bitcoins aber auch nur einer dieser Internet-Trends. Von denen gibt es wirklich zu viele und manche sind alles andere als gesund. Das finden zumindest Wencke Conradi und Lea Meinhardt auf Seite 30. Was auch alles andere als gut ist, ist der Umgang mit unseren Daten im Internet. Was mit deinen Daten passiert, wenn du dich im Internet bewegst und wie du deine Privatsphäre besser schützen kannst, erklärt dir Lotta Pommerien (S. 23). Datenschutz war auch das Thema der Publi-Party dieses Semester. Exklusive Fotos (natürlich konform mit der neuen Datenschutzgrundverordnung) findet ihr auf Seite 35.

In dieser Ausgabe verabschieden wir uns außerdem von der Zeitschrift Neon, die im Juni zum letzten mal erschien (S. 53). Aber vielleicht ist Joko Winterscheids Druckerzeugnis ja ein akkurater Ersatz auf dem Zeitschriftenmarkt (S. 12). Zudem haben wir viele weitere Stories aus der Medienwelt für euch. Erfahrt, wie es in der Welt um die Pressefreiheit steht, und wie Deutschland im Vergleich eigentlich abschneidet (S. 41), mit welcher App ihr einen ganz besonders schönen Urlaub verbringt (S. 29), oder wo ihr auf dem Campus überhaupt euren Urlaub buchen könnt (S. 46)

Oh, und für alle dies es noch nicht wussten: Bibis Beauty Palace ist Schwanger! Für alle, die sich mit Baby-Content noch nicht so ganz identifizieren können, haben wir auf Seite 31 und 32 die ganz neuen Sterne am YouTube-Himmel. Folgen, teilen, liken und kommentieren ist da Pflicht!

Mein Erstes Semester als Publizissimus-Chefredakteurin war letztendlich alles andere als entspannt. Viele Steine wurden uns in den Weg gelegt aber von vielen Seiten haben wir auch ganz wunderbare Unterstützung bekommen. Eine neue Chefredaktion bedeutet auch Veränderung und so wird sich beim Publizissimus in Zukunft auch einiges entwickeln. Aber vieles wird auch bleiben. Es wird auch weiterhin aus den Seminar- und Vorlesungsräumen gemunkelt werden und Berichte über die Entwicklungen der Medienwelt erscheinen. Der Publizissimus lässt sich auf jeden Fall nicht unterkriegen.

Also: Stay Tuned! Und viel Spaß mit der Lektüre.

finde die Sprache von Windows 10 passiv-aggressiv. +++ Man munkelt, er habe deshalb Angst, bei Ungehorsam den dritten Weltkrieg auszu-

Impressum

Publizissimus
Ausgabe 02/2018

Chefredaktion:
Leonie Batke (V.i.S.d.P.)
Matthis Pechtold
Lisa Winter
Saskia Bender

Layout: Alicia Ernst, Lena Gerlach, Katharina Theiß, Jonas Martin

Logo: Richard Lemke
Titelbild: Alicia Ernst

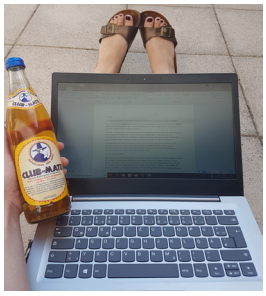
Herausgeber:
Fachschaftsrat Publizistik
Auflage: 600

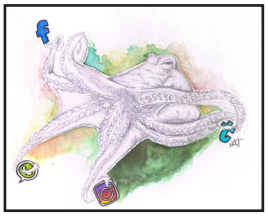
Druck:
Zentraldruckerei (Uni Mainz)

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

Kontakt: publizissimus@uni-mainz.de

Redaktion:
Leonie Batke, Saskia Bender, Laura Bernd, Leonie Berner , Timur Cipa, Wencke Conradi, Pauline Deichelmann, Gary Denk, Melanie Döring, Alicia Ernst, Hannah Fritsch, Jenny Gelbing, Lena Gerlach, Hannah Ginsbach, Alexandra Grün, Julia Gulbin, Leonard Haverkamp, Simon Imhof, Isabel Knippel, Sabrina Kuhlen, Evelyn Lehmann, Kim Lottermoser, Jonas Martin, Lea Meinhardt, Selene Mori, Caroline Münch, Greta Pässler, Matthis Pechtold, Daria Polotzek, Lotta Pommerien, Jonas Pospesch, Anna-Lena Roll, Paula Schekahn, Alina Schilling, Franca Singh, Alexander Tartac, Katharina Theiß, Timo Konrad, Sarah Ullerich, Clara Vogelsang, Sophie von Erden, Katharina Weber, Hannah Weigel, Luca Winklmüller, Lisa Winter





Inhaltsverzeichnis

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

Neu am Institut
5 Pascal Schneiders
6 Nora Theorin
7 Oliver Günther

8 **Ehemalige:** Prof. Michael Kunczik
9 **Titel:** ZeFaR
12 **Journaille:** JWD

Inside IfP
13 AVP-Erweiterung
14 Steinmeier am IfP
15 **Publi-Kick**

17 **Embierie:** Was tun IfPler im Sommer?
19 **Digitales**
31 **Kaffeepause:** YouTube Kanäle der Dozenten
33 **Ein # und seine Geschichte**: #blogger4charity
35 **Publi-Party**

Medien in den Medien
35 Ready Player One
36 Die Erfindung der Wahrheit
37 Gladbeck Drama
38 A Girl Like Her + Homevideo

Weltgeschehen
39 Camebridge Analytica
40 Überwachungssystem in China
41 Pressefreiheit

43 **Publizissimus-Preis:** Fabian Viehmann
45 **Was wurde aus...** Chatroulette?
46 **Campus & Mainz**
49 **Praktikum des Semesters**
51 **Meinung:** Rundfunkgebühren
53 **Au Revoir:** Neon
55 **Frag Dr. Med(ia)**

56 **Autorenseiten:** Meine Virtual Reality

lösen. +++ Man munkelt, Adrian Meier habe ein hohes Ästhetikbedürfnis bei der Kalibrierung des Beamer-Farbspektrums. +++ Man mun-

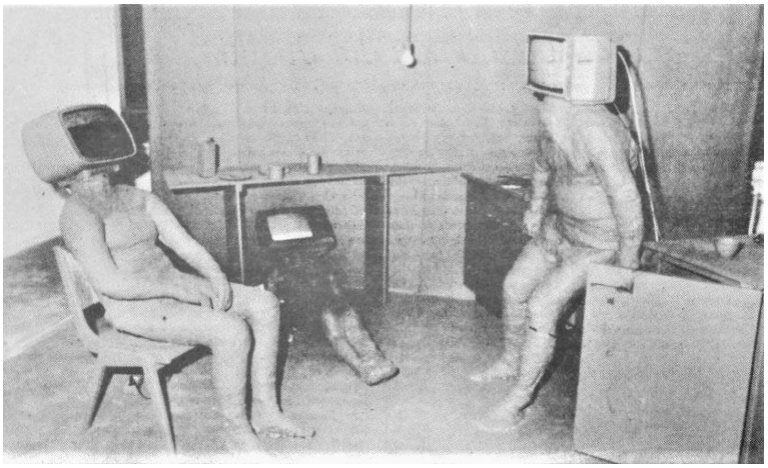


Bild: Archiv

Ein Semester der großen Konflikte

von Sabrina Kuhlen & Gary Denk

Wenn die Autoren des Publizissimus von schlechter Disco-Musik, sehnsüchtigen Lyrikern und nervigen Einwegbechern geplagt werden, dann kann es ganz offensichtlich nur eines heißen: Wir befinden uns im Jahre 1988. Wir blicken auf das Heft zurück.

Vor 30 Jahren schien die Welt noch so einfach für den Publizissimus: Man konnte Interviews mit Noelle-Neumann führen und mit ihr über das Institut, Gott und die Welt sinnieren. Die Seiten füllten sich darüber hinaus ganz von alleine mit großflächigen Karikaturen und lyrischen Ergüssen. Und doch hatten die IfPler Anlass, im Publizissimus mit harten journalistischen Bandagen gegen ihre großen Probleme anzukämpfen.

Besonders erbittert war der Kampf für die Teetrinker des Instituts. Anders als die Kaffeetrinker bekamen Tee-Fans in der Philo-Cafeteria viel zu dünne, umweltverpestende und teilweise undichte Plastikbecher. Gut, dass sie den Kampf gewonnen haben. Schließlich gibt es heute an der Uni keine Einwegbecher mehr. Also zumindest nicht mehr im GFG. Zumindest meistens nicht.

Ein anderer Autor beschwert sich über die miese „Disco-Landschaft“ in Mainz. In zwei Wochen habe man alles gesehen. Daher, so wird es dem Leser geraten, solle man als Student nach Wiesbaden. Dort seien nämlich keine nervigen „Paradiesvögel“, also jene Tanzläden, die sich nicht der damals gängigen Disco-Musik verschrieben hatten. Ob es sich noch heute in Wiesbaden besser feiern lässt?

Kritische Töne sind vor allem dann zu vernehmen, wenn es um die Studienbedingungen geht: Ein Studium schien mit dem zu niedrigen Bafög-Satz unfinanzierbar. Nicht zuletzt war die Regelstudienzeit von acht Semestern kaum zu bewältigen. Für manche werden solche Themen in der Tat noch heute von Relevanz sein.

Besonders hart getroffen hat es einen anonymen Autor in der Lyrikspalte: Er kann die Augen von den schönen Publizistinnen nicht lassen. Sehnsucht, Liebe und Geschlechtstriebe waren scheinbar auch im Jahre 1988 große Themen am IfP. Ob wir uns die Veröffentlichung derart charmanter Gedichte im Publizissimus jemals wieder trauen würden? Wir jedenfalls drucken besagtes Gedicht mal kommentarlos ab.

An die schönen Frauen des IfP
(Anonym, 1988)

Ich möcht' euch Liebeslieder singen,
mit euch jeden Tag verbringen,
möcht' euch neue Kleider kaufen,
für euch bis zum Nordpol laufen,
möchte eure Händchen nehmen,
mit euch reden über Themen,
die nur die Lieb' erfinden kann.
Nach keiner Frau ich so vergeh,
wie nach den Fraun des IfP.
Ich möchte eure Lippen küssen,
eure Schönheit niemals missen,
möchte eure Düfte trinken,
vor euch auf die Knie sinken,
euch nach euren Wünschen fragen,
und euch Liebesworte sagen,
weil ich gar nicht anders kann.
Nach keiner Frau ich so vergeh,
wie nach den Fraun des IfP.
Ich möcht euch in euren Schößen liegen,
mich an eure Körper schmiegen,
möchte eure Ohren kosen,
euch beschenken oft mit Rosen,
möchte eure Knie streicheln,
und euch eure Freunde meucheln,
damit ich euch alleine haben kann.
Nach keiner Frau ich so vergeh,
wie nach den Fraun des IfP.
Ich möcht nach euren Körpern haschen,
und an euren Brüsten naschen,
möchte eure Wangen tätscheln,
und euch wie ein Kind verhätscheln,
tief in eure Augen schauen,
und euch einen Tempel bauen,
wo ich euch anbeten kann.
Nach keiner Frau ich so vergeh,
wie nach den Fraun des IfP.

kelt, das Lost-and-Found-Büro bei Jost & Meier sei jetzt eröffnet. +++ Man munkelt, Michael Sülflow sei mit Fußball-Tippspielen reich gewor-

In vino veritas!

Bild: Pascal Schneiders

von Laura Bernd & Paula Schekahn

Die Winzerkarriere war für Pascal Schneiders bereits vorgeschrieben. Doch nur fast – denn seit Februar 2018 ist er nun wissenschaftlicher Mitarbeiter am IfP. Bis vor Kurzem war er selbst noch Student am Institut und verbrachte an der JGU seine Bachelor-und Masterzeit. Warum der ehemalige Publizissimus-Redakteur dem Institut treu geblieben ist und wieso er heute nicht als Winzer tätig ist, verrät er uns im Antrittsinterview.

Sind Sie gebürtiger Mainzer?
Ich komme aus einem kleinen Ort namens Pommern an der Mosel, etwa 120 km von Mainz entfernt. Ich bin in einer Winzer-Familie groß geworden. Jetzt lebe ich schon seit siebeneinhalb Jahren in Mainz. Daher fühle ich mich mittlerweile mehr als Mainzer.

Wieso sind Sie nicht im Betrieb Ihrer Eltern geblieben, sondern haben sich für das Publizistikstudium entschieden?
Dazu habe mir das nötige Herzblut und das Talent gefehlt. Wir haben ein relativ kleines Weingut und mein Bruder wird die Nachfolge antreten. Die Arbeit im Weinberg ist ohne Zweifel sehr erfüllend, aber ich habe mich nach dem Abitur nicht damit identifizieren können, weil man geografisch recht gebunden ist. Die Optionen nach der Ausbildung wären für meine Bedürfnisse begrenzt gewesen.

Welche Berufswünsche hatten Sie vor Beginn Ihres Publizistik-Studiums?
Ich hatte einen Einstieg, wie viele ihn erleben – „irgendwas mit Medien" machen zu wollen. Das Setting: Deutsch LK in der Schule, der Eindruck, gut schreiben zu können und in den Journalismus gehen zu wollen. Insgeheim hatte ich mich eher vor der Kamera gesehen (lacht). Während meiner Bachelorarbeit hatte ich dann aber analytisches und tiefergehendes Arbeiten für mich entdeckt, also Phänomene systematisch zu hinterfragen. In meinen Praktika kam mir das manchmal zu kurz.

Was waren dann schlussendlich Ihre Beweggründe, am IfP zu bleiben?
Das ist eine gute Frage, warum man es nicht schafft, nach 7 Jahren quasi aus Mainz wegzukommen (lacht). Tatsächlich fühle ich mich sehr wohl hier. In allererster Linie passt der Arbeitsbereich Medienkonvergenz zu meinen Interessen, nämlich der Distribution und Rezeption von Nachrichten über Social Media. Darauf hatte ich mich schon im Bachelor und Master spezialisiert. Das Gesamtpaket am IfP hat einfach gepasst. Außerdem sind viele Freunde von mir hiergeblieben, auch deswegen ist es lebenswerter in Mainz zu bleiben. Nicht zuletzt hat das IfP einen guten Ruf (sagt man).

Wo sehen Sie sich in 10 Jahren?
Ich denke jetzt erstmal in Schritten – also natürlich zunächst die Promotion - ein Projekt, das die nächsten Jahre dauern wird. Danach sehe ich mich weiterhin in der Forschung. Gerne auch mit kognitionspsychologischen und ökonomischen Schnittmengen. Das Interdisziplinäre macht mir viel Spaß. Ich schließe aber auch nicht aus, dass es später in die Praxis geht.

Mal weg von Ihrer Tätigkeit am Institut: Was ist Ihr nächstes Reiseziel?
Ich würde gerne mal nach Albanien reisen, die Seen- und Flusslandschaft soll sehr schön sein - und Italien ist auch immer ein klassisches Urlaubsziel. Vielleicht auch mal nach Sri Lanka.

Apropos Reisen: Welche drei Dinge würden Sie mit auf eine einsame Insel nehmen?
Natürlich das Fischer-Lexikon Publizistik (lacht). Auf jeden Fall eine Axt, mein Smartphone mit GPS und Zugang zur Außenwelt und einen Wasserkocher.

Wenn Sie ein Tier wären – welches wären Sie?
Ein Eichhörnchen. Früher waren das mein Lieblingstiere, weil sie so weit springen können. Außerdem tragen sie mit ihrer Vergesslichkeit zur Vegetation bei.

Mit welcher Person – tot oder lebendig – würden Sie gerne mal frühstücken?
Helmut Schmidt, eine Person, die mich fasziniert hat. Er war ein Welterklärer mit klarer Haltung. Nicht zuletzt hat es mir imponiert, dass er es geschafft hat, immer wieder eine Pausierung des Rauchverbots nur für seine Person zu erwirken (lacht). Beispielsweise während einer Veranstaltung der Körber-Stiftung im Hamburger Theater, an welcher ich selbst teilgenommen habe.

Was machen Sie am liebsten in Ihrer Freizeit?
Ich unternehme gern etwas mit Freunden und bin relativ häufig unterwegs. Da bleibt wenig Zeit, mal zur Ruhe zu kommen. Außerdem bin ich Theater- und Opernfan und bin gerne mit dem Rad unterwegs - sofern es denn fahrtüchtig ist.

Welche Kneipe besuchen Sie denn in Mainz am liebsten, wenn Sie mit ihren Freunden unterwegs sind?
Definitiv die Kneipe „Zur Andau" am Schillerplatz. Die Atmosphäre ist urgemütlich und authentisch, daher fühle ich mich dort sehr wohl.

Vielen Dank für das nette Gespräch!

den. +++ Man munkelt, Oli Quiring sei früher lieber in die Kneipe gegangen, als lineares Fernsehen zu schauen. +++ Man munkelt, Leonard

Bild: Nora Theorin

Marktfrühstück und andere Sehenswürdigkeiten

von Selene Mori & Clara Vogelsang

Nora Theorin von der Universität Göteborg in Schweden hatte es für das Sommersemester 2018 an unser Institut verschlagen. Hier forschte sie mit Christian Schemer und Christine Meltzer am Horizon 2020 Projekt und schrieb nebenbei ihre Doktorarbeit. Was sie so über das Institut denkt, wie ihr das Marktfrühstück gefällt und was sie an unserer Uni sonst noch so besonders findet – das hat sie uns in einem Interview verraten.

Why did you decide to come to Mainz to do your research?

For my PhD I am involved in the Horizon 2020, a EU funded project, just as Christian Schemer and Christine Meltzer. We are part of a research group that is made of researches from Vienna, the University of Gothenburg and from Mainz. I am here to design our experiment, which will be conducted in seven European countries. While the Horizon 2020 focuses more on the EU my thesis will be about how media effects attitudes towards immigration.

If you could describe the Horizon 2020 project in a simple way, how would you do that?

The Horizon 2020 is an interdisciplinary project, which involves research fields such as political science and communication but also the health perspective and so on. We are looking at Immigration and the EU mobility and the impacts they have on the public opinion.

What do you like most about the project?

It is going to be very interesting to see the differences and similarities between these seven quite diverse countries. We have Romania, Poland and Hungary for example where there is a big lack of research in the field of media effects.

Professor Schemer was our professor last year so we know him from a student perspective, how is it working with him and Christine Meltzer in a more professional environment?

It is such a great opportunity for me to be involved in a research group as a PhD student. I get to learn from experienced researchers and everyone is so friendly and willing to help me when there are questions coming up about anything.

Since you live in the center of Mainz you got to know the city a little bit. What do you like most about living here?

I was very happy when I first arrived here since the weather felt like the Swedish summer! The area seems to be influenced by what it is surrounded of. I can see a little bit of a French and mediterrean impact and I really enjoy it. I like the fact of Mainz being close to pretty places like the Rheingau and big cities like Frankfurt, while not being too big itself. Oh, and the river is beautiful of course! I love going there for a run.

Tell us something about your University. Are there any big differences between the one in Mainz and yours in Gothenburg?

First of all, I love having a cafeteria here. We don't have one in Gothenburg and always have to bring our lunch or go to restaurants, which gets expensive after a while. Also I love the atmosphere in the communications department. I would say its somehow familiar and very close. Though I have to say the relationship between students and professors is a little more formal here. In Sweden we call our professors by first name whilst here it's always the last name.

Where is partying more fun, in Mainz or in Gothenburg?

Of course Gothenburg is the bigger city and I am a local there, so I know where to go. Though what I love about Mainz is that there is always something going on. No matter what day of the week it is. And for more relaxed Saturdays I love going to the Marktfrühstück.

You told us that you like food, like we all do we guess, but what is your favorite german food?

Professor Schemer told me about the Schnitzel-Tuesday (he's a big fan) and so even though normally I don't eat meat I tried Schnitzel and it was really nice. The Swedish kitchen, of course, is focused more on sea food, where as here in Germany you have mostly meat on the menu.

ABBA is recording two new songs. Are you excited about it or are people in Sweden not as big ABBA fans as we are?

Actually I am not even sure if people who are ten years younger than me know ABBA. It's more stars like Zara Larsson for example, who are very popular in Sweden.

Our last question we want to ask you is about your future after your PhD. What are your dreams and wishes for your working life?

I would love to keep working in research and to supervise and teach, since right now I feel like I have my dream work. I also really like it here so I could even see myself living here.

Thank you very much for the nice interview and for your visit! All the best for your future!

Reinecke fände Kontingenzhypothesen wahnsinnig cool. +++ Man munkelt, Markus Maurer laufe gerne mal durch den Botanischen Garten.

Zurück zu den Wurzeln

Bild: Oliver Günther

von Evelyn Lehmann

Seit dem Wintersemester 2017/2018 lehrt Oliver Günther am Journalistischen Seminar in Mainz. Als Redakteur beim Hessischen Rundfunk ist er besonders auf das Medium Radio spezialisiert. Im Publizissimus-Interview erzählt er mehr über seine Erfahrungen im Beruf, seine eigene Studienzeit und seine Freizeitgestaltung.

Herr Günther, Sie haben selbst am Journalistischen Seminar in Mainz studiert. Nun haben Sie sozusagen die Seiten gewechselt und sind als Dozent an das Seminar zurückgekehrt. Wie kam es dazu, dass Sie jetzt hier lehren?

Ich bin von Tanjev Schultz, Professor am Journalistischen Seminar, angesprochen worden. Wir hatten uns bereits vorher über gemeinsame Bekannte kennengelernt und gut unterhalten. Als er mich dann ein paar Wochen später angerufen hat und gefragt hat, ob ich nicht Lust hätte, als Dozent am Seminar zu arbeiten, habe ich sofort Ja gesagt. Das Journalistische Seminar in Mainz ist mir immer in sehr guter Erinnerung geblieben und ich habe nie komplett den Kontakt zum Institut verloren. Außerdem macht es mir Spaß, mit jungen Menschen zu arbeiten und zu versuchen, diese für das Medium Radio zu begeistern – wenn mir das denn gelingt (lacht).

Sie lehren nicht nur als Dozent an der Uni Mainz, sondern arbeiten auch weiterhin beim Hessischen Rundfunk. Wo verbringen Sie mehr Zeit?

Nach wie vor verbringe ich deutlich mehr Zeit beim Hessischen Rundfunk. Ich bin festangestellter Redakteur beim hr, das ist meine berufliche Tätigkeit. Die Arbeit am Journalistischen Seminar ist als eine Nebentätigkeit gedacht. Aber ich denke gerade die Tatsache, dass ich voll im Job stehe, ist für Studierende interessant. Mir ist es wichtig, zum Beispiel bei der Radiowerkstatt aus der Perspektive des praktischen Betriebs heraus zu lehren, mit Blick darauf, was heute gefordert wird und wichtig ist für die berufliche Laufbahn. Aber auch umgekehrt profitiere ich davon, dass ich hier am Institut lehre. Ich merke, wie ich meine eigene berufliche Arbeit stärker reflektiere und Routinen hinterfrage, die sich vielleicht über die Jahre eingeschlichen haben. Dadurch entsteht eine sehr befruchtende Wechselwirkung beider Tätigkeiten.

Wenn Sie sich an Ihre eigene Studentenzeit zurückerinnern, was haben Sie besonders am Studentenleben genossen?

Durch den Kontakt zu den Studierenden merke ich, dass diese ganz andere Dinge beschäftigt. Aber gerade die Angst und die Unklarheit um den Einstieg in den Beruf kann ich gut nachvollziehen. Wobei ich glaube, dass die Situation heute nochmal deutlich schwieriger geworden ist als zu meiner Zeit. In meiner Zeit gab es eine größere Leichtigkeit, was das Thema Zukunft angeht. Ich erinnere mich gerne daran zurück, dass ich auch einfach mal abhängen konnte, Sachen ausprobieren konnte, auch wenn man vielleicht dann gemerkt hat, dass es nicht das Richtige ist. Ich sehe diese Zeit nicht als verlorene Zeit.

Sie machen seit über zwanzig Jahren Radio beim Hessischen Rundfunk. Wieso haben Sie sich gerade für das Medium Radio entschieden?

Das war eher Zufall. Ursprünglich habe ich Musikwissenschaften in Frankfurt studiert. Die Frankfurter Rundschau hat jemanden gesucht, der mit wissenschaftlichem Hintergrund Musikkritiken für den Feuilletonteil schreibt. Durch diesen Job bin ich dann zum Journalismus gekommen und habe am Journalistischen Seminar in Mainz Journalismus studiert. Schon zu dieser Zeit hat mir der Radio-Kurs viel Spaß gemacht. Besonders hat dazu mein Dozent Herr Buchholz beigetragen, der uns das Medium Radio mit einer Begeisterung und Leidenschaft näher gebracht hat. Durch ein Praktikum beim hr hat sich dann die berufliche Perspektive geboten und ich bin letztendlich beim Radio hängen geblieben.

Von 2004 bis 2009 haben Sie als Hörfunk-Korrespondent in Berlin gearbeitet. Was unterscheidet die Arbeit in der Hauptstadt von der Arbeit hier in der doch ländlicheren Rhein-Main-Region?

Die Arbeit in Berlin hat einen völlig anderen Output erfordert, eine sehr hohe Präsenz im Programm wurde gefordert. Die Konzentration lag besonders auf der Bundespolitik. Als Korrespondent hat man eine verantwortungsvolle Aufgabe. Man ist Vermittler von Politik, von wichtigen politischen Entscheidungen, aber auch von politischen Prozessen. Die Zeit war für mich eine sehr unmittelbare Erfahrung und mein Blick auf die Politik hat sich durch diese fünf Jahre extrem verändert: Die Hochachtung und der Respekt Politikern gegenüber ist dadurch nochmal deutlich gewachsen.

Sie führen selbst im Rahmen der Sendung „hr info – das Interview" viele Interviews. Gibt es dabei ein Interview, dass Ihnen besonders im Gedächtnis geblieben ist?

Es gibt viele, die besonders hängen geblieben sind. Ein ganz besonderes Erlebnis war ein halbstündiges Interview mit Kanzlerin Angela Merkel, welches ich während meiner Zeit in Berlin mit einer Kollegin zusammen führen durfte. So etwas ist natürlich eine einmalige, herausragende Erfahrung. Aber ich kann mich auch an ein Interview erinnern, was mich sehr beschäftigt hat. Dabei habe ich den Kletterer Alexander Huber, der Felswände ohne Sicherung hinaufklettert, zum Umgang mit Angst befragt. Auch sehr kontroverse Interviews, die vielleicht sogar in Streitsituationen eskalieren,

bleiben in Erinnerung. Es gibt ganz unterschiedliche Gründe, wieso ein Gespräch besonders hängen bleibt: der prominente Name, die Geschichte oder die Interviewsituation.

Bei hr-info sind Sie Teil der Story-Redaktion, welche für längerfristige Recherche-projekte zuständig ist. Gab es einen Punkt im Laufe Ihrer Recherche, an dem Sie eine schwierige Entscheidung treffen mussten was den Umgang mit Informationen angeht?

Wir sind nicht unbedingt eine investigative Redaktion, ich würde es eher als eine Hintergrund-Redaktion bezeichnen. Aber besonders mit dem Thema, wie man Quellen oder Personen schützt, die einem vertrauliche Informationen geben, müssen auch wir uns auseinandersetzen. Das Ganze hat zwei Seiten. Zum einen die Sorgfaltspflicht, dass man den Informanten gegenüber verpflichtet ist sie zu schützen, zum anderen eine professionell eigennützige Perspektive, dass wenn man den Informantenschutz nicht gewährleisten kann, man danach mutmaßlich keine vertrauensvollen Informationen mehr bekommt und sich so seine eigenen Recherchewege oder -quellen kaputt macht.

Die Arbeit beim Hessischen Rundfunk und zusätzlich noch als Dozent an der Uni Mainz verlangt sicherlich einiges von Ihnen. Was machen Sie in Ihrer Freizeit als Ausgleich zum Alltagsstress?

Sport, ich gehe gerne laufen, fahre gerne Ski und gehe ins Fitnessstudio. Ich habe eine Familie mit zwei Kindern, die mich auf Trab halten. Ich lese gerne, interessiere mich für Politik, Kultur, gehe gerne ins Theater oder besuche klassische Konzerte. In meinem Freundeskreis sind viele Leute, die nicht im Journalismus tätig sind und sich auch dafür nicht sonderlich interessieren. Ich finde es ganz wichtig, nicht nur in dieser Blase zu bleiben, sondern auch andere Interessen und Leute im Umfeld zu haben, die nichts mit Journalismus zu tun haben. Gerade das hilft, neugierig zu bleiben, was wiederum für meinen Beruf sehr wichtig ist.

Zum Schluss eine kurze Frage: Welche drei Eigenschaften beschreiben Sie am besten?

Ich bin neugierig, ich möchte immer was Neues lernen, mache ungern Dinge zweimal. Manchmal bin ich ein bisschen zu verbissen und neige dazu Dinge, die ich mache, zu extrem zu machen.

Danke für das nette Gespräch.

Bild: Axel Stephan

Der Publizissimus nimmt Abschied von Professor Dr. Michael Kunczik

von Franca Singh

Unser Ehemaliger in dieser Ausgabe ist kein Student, sondern vielmehr ein ehemaliger Professor. Mit seinem Engagement hat er sich nicht nur am Institut, sondern auch international im Bereich Publizistik einen Namen gemacht: Professor Dr. Michael Kunczik. Am 29. März 2018 ist Michael Kunczik im Alter von 73 verstorben.

Mit seiner offenen und neugierigen Art war er bei seinen Kollegen und den Studierenden stets beliebt und angesehen. Seine Kollegin Professor Dr. Astrid Zipfel, mit der er einige seiner Werke veröffentlicht hat, erinnert sich an Michael Kunczik als humorvollen Menschen, der auch für viele Späße zu haben war. Sie schildert, dass er eine tiefe Begeisterung für sein Fach hegte und das spiegelte sich auch in seinem Büro wieder. Das erste was man dort sah waren zahlreiche Papier- und Bücherstapel, die jedoch nach einem nur für ihn sichtbaren System geordnet waren. Sie erinnert sich, dass durch ihn die Atmosphäre am Lehrstuhl herzlich und familiär wurde. So habe sie sofort gemerkt, wie wichtig ihm das Wohlergehen seiner Mitarbeiter gewesen sei. Weiter beschreibt Zipfel ihn als einen neugierigen Menschen, dessen Interessen nicht nur seinem Beruf gegolten habe, sondern er auch das Reisen liebte, dabei zögen besonders exotische und schwer erreichbare Reiseziele ihn an.

Am 29. März 2018 ist Michael Kunczik im Alter von 73 verstorben. Mit seiner Forschung und seinen Büchern veränderte das Fach der Public Relations grundlegend und seine Veröffentlichungen waren wegweisend für die Zukunft des Faches. Er erhielt mit Büchern wie „Gewalt und Medien. Ein Studienhandbuch“ (2006) oder „Medien und Gewalt: Überblick über den aktuellen Stand der Forschung und der Theoriediskussion“ (2017) nicht nur Anerkennung in Mainz, sondern auch über die Deutschen Grenzen hinaus. Seine Werke gehören im Studium nun zum Kanon, so hat jeder Studierende in Mainz mindestens einmal von dem Studienhandbuch „Publizistik. Ein Studienhandbuch“ von Michael Kunczik und Astrid Zipfel gehört.

Über Köln und Münster nach Mainz

Bevor Kunczik Professor an der Johannes Gutenberg-Universität in Mainz geworden ist, beendete er 1971 sein Studium mit einem Diplom als Volkswirt. Die Promotion erfolgte drei Jahre später. Zwischen 1972 und 1974 arbeitete er an der Universität in Köln als wissenschaftlicher Assistent am Forschungsinstitut für Soziologie. In Münster trat er seine erste Stelle im Bereich Publizistik als Lehrbeauftragter an. Darauf folgten Vertretungsprofessuren an den Universitäten in Mainz und in Hohenheim. 1987 erfolgte dann die Professur an der Johannes Gutenberg-Universität am Institut für Publizistik. Sein Hauptgebiet war die Public Relations. In diesem Bereich blieb er bis zu seinem Ruhestand im Jahr 2010.

Wirken am Institut

Der Publizissimus nimmt Abschied von Michael Kunczik und ist dankbar für sein Wirken in Forschung und Lehre, für seinen Einsatz für die Studierenden und sein Engagement. Unser Beileid und Mitgefühl gilt den Angehörigen und Freunden von Michael Kunczik.

Quo vadis, Publizissimus?

von Leonie Batke

Man munkelt, der Publizissimus habe finanzielle Probleme. Spätestens durch die Spendenaktion, die Ende Juni startete, wurde bekannt, dass dieser Munkler der Wahrheit entspricht. Lange herrschte auch in der Chefredaktion Unsicherheit darüber, was die finanziellen Schwierigkeiten für die Zeitung bedeuten. Wie konnten wir in eine solche Lage geraten und welche Lehren haben wir daraus gezogen?

Nicht nur dem Großteil der Printmedien stellt sich stetig die Frage nach einer angemessenen Finanzierbarkeit. Auch der Publizissimus muss sich seit letztem Semester stärker mit dieser Frage auseinandersetzen als ihm lieb ist. Im gewinnorientierten Medien-Business heißt das, Werbeanzeigen verdrängen Content und es wird an der Preisschraube gedreht - beides ein Manko beim Publizissmus , der seit über 40 Jahren mit kurzer Unterbrechung besteht und seit jeher werbefrei und kostenlos ist. Woher kommt also die Geldspritze, die das Erscheinen des Magazins in einer Auflage von mehreren hundert Blatt möglich macht? Schließlich entstehen für jede Ausgabe um die 1000€ Druckkosten.

Herausgeber des Publizissimus ist der Fachschaftsrat Publizistik. Doch auch dieser verfügt nicht über eigene finanzielle Mittel, sondern erhält diese vom Zentralen Fachschaftsrat (ZeFaR), der auch für den Druck des Publizissimus aufkommt.
Seit mehreren Jahren hat die Zusammenarbeit zwischen ZeFaR und dem Publizissimus so gut funktioniert, dass die Zeitung stets pünktlich in der letzten Woche des Semesters verteilt werden konnte. Seit letztem Semester ist dem leider nicht mehr so, denn der ZeFaR zeigte sich nach dem Druck der Ausgabe des Wintersemesters 17/18 plötzlich nicht mehr bereit, den Publizissimus zu finanzieren.

Wer ist eigentlich dieser ZeFaR?

Über die Annahme von Finanzierungsanträgen wird grundsätzlich im ZeFaR-Plenum entschieden, in dem alle Fachschaften stimmberechtigt sind. Im Plenum getroffene Entscheidungen sind spätestens dann rechtskräftig, wenn sie allen Fachschaften durch einen Rundbrief mitgeteilt wurden. Im Februar wurde im ZeFaR-Plenum zugestimmt, die Finanzierung der vergangenen Ausgabe zu übernehmen. Dennoch hat sich der damalige ZeFaR-Vorstand über diesen Beschluss hinweggesetzt.

Der ZeFaR als solches ist ein Organ der verfassten Studierendenschaft, zu der jeder einzelne Student und jede Studentin der Universität gehören. In seiner Satzung ist festgehalten, dass die „politische Bildung, die kulturellen und musischen Interessen" der Studierenden durch solche Organe gefördert werden, sofern die Johannes-Gutenberg-Universität nicht zuständig ist (Satzung der verfassten Studierendenschaft Art.3, Abs.4). Zudem werden den Statuten des ZeFaRs nach Fachschaftszeitungen finanziell unterstützt. Um die Kosten für solche Druckerzeugnisse und weitere Projekte der Fachschaften, zu denen auch Ersti-Fahrten und Publi-Partys zählen, zu decken, stehen dem ZeFaR immerhin 15% der allgemeinen Studiengebühren zu.

Trotz dieser recht eindeutigen Rechtslage weigerte sich der Vorstand, den Druck zu genehmigen. Der Argumentation der Verantwortlichen nach, entspreche der Publizissimus inhaltlich nicht den

Man munkelt, Markus Schäfer könne die Dialoge aus „50 Shades of Grey" aufsagen. +++ Man munkelt, Oli Quiring habe in jungen Jahren kein

Seit acht Jahren erscheint der Publizissimus wieder jedes Semester kostenlos und werbefrei. Bild: Leonie Batke

Ansprüchen an eine Fachschaftszeitung und es mangele ihm zudem an Relevanz und Bezug auf die verfasste Studierendenschaft.
Die inhaltliche Argumentation ist letztendlich Auslegungssache. Jahrelang wurde der Druck des Publizissimus genehmigt, ohne dass sich jemand über die Inhalte beschwert hat. Allerdings gibt es noch weitere Punkte, auf die sich der ZeFaR-Vorstand berufen hat. Demnach sei der Publizissimus eine Institutszeitung und falle daher nicht in den Aufgabenbereich der verfassten Studierendenschaft sondern in den der Lehre. Dies sei einerseits der Tatsache geschuldet, dass man sich die Mitarbeit in der Redaktion als Zusatzqualifikation anrechnen lassen kann, andererseits wurde der Publizissimus bei seinem Comeback im Wintersemester 2008/2009 von der Fachschaft selbst als Institutszeitung bezeichnet.

Was macht den Publizissimus aus?

Sind wir also eine Institutszeitung? Und wenn ja, warum lassen wir uns dann nicht durch die Uni finanzieren? Solche Fragen hat sich die Chefredaktion in den vergangenen Monaten auch selbst gestellt. Was macht den Publizissimus aus? Was wollen wir erreichen? Quo vadis, Publizissimus?

Ja, man munkelt, die Dozenten des IfP lesen den Publizissimus sehr gerne. Man munkelt auch, der Publizissimus berichte des Öfteren über Dinge, die am Institut geschehen. Antrittsinterviews werden geführt, der Publizissimuspreis wird Semester für Semester verliehen, berühmte Absolventen des Studiengangs Publizistik werden vorgestellt. Macht uns das zu einem Institutsmagazin? Nein!
Denn der Publizissimus zeichnet sich jedes Semester aufs Neue durch thematische Vielfalt aus. Die meisten Inhalte des Blattes könnten jeden Studierenden der JGU interessieren. Und viele Artikel sollten sogar jeden Studierenden interessieren. Die Medienwelt entwickelt sich rasend schnell, viele Dinge, die passieren, haben hohe gesellschaftliche Relevanz. Uns auf Grund einzelner Artikel, die sich um Personalien und Entwicklungen am IfP drehen, nachzusagen, eine Institutszeitung zu sein, wird dem Publizissimus nicht gerecht. Denn wir waren immer unabhängig vom Institut und werden es auch immer bleiben. Dass sich das Angebot des Publizissimus, erste journalistische Erfahrungen zu sammeln und sich persönlich durch die Mitarbeit in der Redaktion weiterzuentwickeln, in erster Linie an Studierende des IfP richtet, ändert daran nichts. Der Publizissimus ist eine Zeitung von Studierenden für Studierende und kein Sprachrohr des Instituts für Publizistik. Die Möglichkeit, Kritik an diesem zu üben, wurde in der 50-jährigen Geschichte des Publizissimus immer wieder wahrgenommen und auch in Zukunft soll sich daran nichts ändern.

Ein Ort der Selbstverwirklichung

Der ehemalige Chefredakteur des Publizissimus, Johannes Beckert, hat die Rolle, die der Publizissimus im Studium spielen kann, treffend zusammengefasst: „Der Publizissimus ist [...] in gewisser Weise ein Ort der Selbstverwirklichung: in einer Zeit, in der es für Berufseinsteiger immer schwieriger wird, Fuß zu fassen, bietet der Publizissimus die Möglichkeit, Praxiserfahrung zu sammeln. In einer Zeit, in der das Studium immer verschulter wird, bietet der Publizissimus die Möglichkeit, hierarchische Grenzen zu überwinden und kreativen Freiraum zu schaffen. Man munkelt, in einer Zeit, in der ohnehin alles viel zu ernst genommen wird, bietet der Publizissimus die perfekte Plattform, um einfach auch mal richtig albern sein zu können."

Genau das ist das Ziel unserer Arbeit: Jedem, der Interesse daran hat, die Chance zu geben, sich selbst einzubringen. Über Themen zu schreiben,

Radio gehört, weil die Musik nur Grütze war. +++ Man munkelt, er habe auch heute keinen Radiowecker. +++ Man munkelt, weil dieser

die man selbst für wichtig und relevant erachtet, ohne dabei in der Themenfindung beeinflusst oder zensiert zu werden. Sich auszuprobieren. Mit jedem Artikel, den man schreibt, mit jeder Karikatur, die gezeichnet wird, mit jeder Seite, die gelayoutet wird, weiter wachsen. In einer Zeit, in der für ein studentisches Praktikum gefühlt fünf Jahre Berufserfahrung erwartet werden, bietet der Publizissimus die Chance, herauszufinden, ob einem das mit dem Schreiben überhaupt Spaß macht.

Kein Teil der Lehre

Und in all dem, was der Publizissimus versucht, seinen Redakteuren zu bieten, ist er nicht Teil der Lehre, auch wenn die Vorsitzenden des ZeFaRs das so einordnen würden. Denn unsere Redaktion soll kein Ort des Lehrens sein, sondern vielmehr einer des Lernens. Zwischen Vorlesungen und Seminaren, Hausarbeiten und Referaten, Klausuren und Noten soll die Mitarbeit in der Redaktion etwas sein, das nicht von höheren Stellen bewertet wird. Learning by Doing. Das gilt für das Schreiben und Visualisieren der Artikel und es gilt ebenso für die ehrenamtliche Arbeit in der Chefredaktion. Denn auch wir sind fachlich natürlich nicht dazu in der Lage zu beurteilen, ob ein Artikel höchstem journalistischem Niveau entspricht oder nicht. Auch wir haben in der Vergangenheit noch nie versucht selbstständig, eine Zeitung zu finanzieren. Und es wäre wohl leichter, sich solchen Verantwortungen nicht stellen zu müssen, sondern sie in die Hände der Lehrenden zu legen. Aber das ist nicht Sinn der Sache. Und trotz der Unerfahrenheit der Redaktion werden im Publizissimus Semester für Semester interessante und qualitativ hochwertige Artikel veröffentlicht, was erst kürzlich zu einer Top-10 Platzierung beim universitätsübergreifenden CampusPresse-Award führte.

Was wird sich verändern?

Es gibt Tausend und eins Gründe für den Erhalt des Publizissimus zu kämpfen. Das haben wir in den vergangenen Wochen und Monaten getan und das werden wir auch in Zukunft tun. Nachdem wir lange selbst nicht wussten, wie mit der Situation umzugehen ist, und welche Maßnahmen ergriffen werden sollten, haben wir gegen Ende des Semesters endlich einen Weg gefunden, uns aus der Misere zu befreien - mit großartiger Hilfe der Alumni-Stiftung der Mainzer Publizisten. Allein die hohe Spendenbereitschaft unserer Leser und die Menge an Leuten, die bereit sind, sich für den Publizissimus einzusetzen zeigen, wie viel die Zeitung wert ist. Gleichzeitig bedeuten die Entwicklungen der letzten Wochen Veränderung. Der Publizissimus wird sich finanziell vom ZeFaR unabhängig machen, und ab kommendem Semester voraussichtlich als Hochschulgruppe gelistet sein. Vielleicht bedeutet das, dass sich in Zukunft auch mal die ein oder andere Werbeanzeige im Heft finden lässt. Vielleicht werden wir unsere Leser auch in Zukunft dazu aufrufen, den Erhalt des Publizissimus durch eine freiwillige kleine Spende zu unterstützen. Doch in erster Linie wird der Publizissimus an den gemachten Erfahrungen wachsen und sich strukturell sowie inhaltlich weiterentwickeln. Wir werden die vorlesungsfreie Zeit dafür nutzen, ein zukunftsorientiertes Konzept zu erarbeiten, zu überlegen was verbessert werden kann. Der Publizissimus wird stärker zurückkommen.

Und vieles wird auch gleich bleiben. Wir lassen es uns nicht nehmen, aus dem Institut für Publizistik zu munkeln. Wir werden dieses auch in Zukunft zum Thema der Artikel machen, seien es Interviews mit Mitarbeitern, Berichten über Veranstaltungen oder Kritiken. Aber in erster Linie, wollen wir weiterhin den „spannenden Journalismus jenseits des Mainstream" bieten, den Honorarprofessor Bernd-Peter Arnold im Publizissimus sieht. Und all das wird selbstverwaltet und unabhängig von Institut und Lehrenden geschehen, ohne dass die Relevanz unserer Arbeit vor Anderen gerechtfertigt werden muss.

* Kurz vor Druck dieses Heftes, machte der neu gewählte ZeFaR-Vorstand der Fachschaft Publizistik das Angebot, die Hälfte der Kosten für die Ausgabe des Wintersemester 2017/18 zu übernehmen. Der hierzu gestellte Antrag wurde im ZeFaR-Plenum abgelehnt. Der Publizissmus muss also immernoch über 1000€ aufbringen, um die offene Rechnung zu begleichen. Die Hälfte dieser Summe wurde zum Zeitpunkt des Drucks bereits durch Spendengelder erreicht.

Wie steht es um das IfP?
Ob's hell erstrahlt, ob's sich verdunkelt?
Dies wird zuerst, wenn recht ich's seh',
im Publizissimus gemunkelt.

- Prof. Dr. Gregor Daschmann

Unterstützt uns hier mit einer kleinen Spende

schädlich für die Kater-Pflege sei. +++ Man munkelt, Gregor Daschmann sei unter die Lyriker geraten. +++ Man munkelt, Christian Schemer

Neue Stern am Zeitschriftenhimmel?

von Hannah Weigel

Im März deses Jahres erschien die erste Ausgabe von Joko Winterscheidt`s neuem Magazin „JWD." aus dem Hause Gruner + Jahr. Die Zeitschrift soll 10-mal jährlich erscheinen und ist mit einer Druckauflage von 200.000 Exemplaren gestartet. Nach Angaben des Verlags verkaufte sich die erste Ausgabe bereits mit einer Auflage von 70.000 Exemplaren. Wir haben uns das Magazin angesehen und auf die Probe gestellt.

Bild: Hannah Weigel

Der Name JWD. steht zum einen für „Joko Winterscheidt`s Druckerzeugnis."; eine Anlehnung an das 1978 erstmals erschienene Magazin des Journalisten Peter Moosleitner „P.M.", welches nach eigener Aussage eine populärwissenschaftliche Zeitschrift war. Zum anderen soll die Abkürzung im Titel auch für die Phrase „janz weit draußen" stehen und beschreibt daher gut, was sich die Redaktion von „JWD." zum Ziel gesetzt hat: Die Zeitschrift soll ein „junges Reportagemagazin [sein], das ungewöhnliche Geschichten aus einer sehr persönlichen Perspektive erzählt". Wer hier aus einer persönlichen Perspektive berichtet ist natürlich offensichtlich: Joko Winterscheidt ist im Heft allgegenwärtig, der Fokus des Heftes liegt auf ausgiebigen Reportagen in der aus der Ich-Perspektive der Fernsehgröße. Joko fungiert als „Editor-at-very-large" (als Anspielung auf seine Größe von 1,91 m) und ist somit nicht nur Namensgeber und wichtigste Person des Heftes, sondern auch ein festes Redaktionsmitglied.

„Schmerzbefreite Mutproben"?

Der Tenor unter den Qualitätszeitungen nach der 1. Ausgabe war überwiegend einheitlich: belanglose Themen, nicht politisch genug, zu kindisch. Es kommt der Eindruck auf, dass „JWD." nicht ernst genommen wird. In der Süddeutschen werden die Heftbeiträge als „schmerzbefreite Mutproben" deklariert, im Spiegel ist die Rede von einer „seltsamen Mischung aus Ambition und Albernheit" und in der Zeit wird das erste Heft als Kindergeburtstag für große Jungs bezeichnet. Dabei ist Joko Winterscheidt nicht die erste Persönlichkeit, die ihre eigene Zeitschrift bekommt: Barbara Schöneberger mit „Barbara", Johann Lafer mit „Lafer – Das Journal für den guten Geschmack" und viele mehr. Außerdem möchte Gruner + Jahr noch im Herbst 2018 ein neues Magazin mit einem deutschlandweit bekannten Gesicht herausbringen – diesmal darf Guido Maria Kretschmer einer Zeitschrift sein Gesicht leihen.

Das Heft ist in verschiedene Kategorien aufgeteilt

Die 2. Ausgabe des Magazins ist in drei Teilen organisiert und beginnt mit der
Sparte „Das Beste von Welt": Hier wird zum Beispiel ein Model mit seiner großen Liebe zu Insekten thematisiert, aber auch die angeblich große Daseinsfrage, ob man sich Haustiere anschaffen sollte oder nicht.
Im zweiten Abschnitt – „Per Anhalter durch die Galaxis" – findet sich der Kern des Magazins: die Reportagen. Es werden sehr unterschiedliche Themen beleuchtet, wie zum Beispiel der Religionskonflikt zwischen Christentum und traditionellem Götter-Glauben in Ghana oder ein Special über ein unterschätztes Körperteil – den Po. Die Reportagen sind informativ und gut geschrieben, nicht zu lang und beleuchten immer aktuell bleibende Themen: Religion, Gewalt, Macht, Liebe. Ein Beitrag zeigt auf, wie tief die mehr als problematische Waffenkultur in den Vors tellungen vieler Amerikaner verankert ist. Ein Anderer beschreibt den Konflikt einer jungen Roma-Frau aus Bulgarien zwischen Verpflichtungen ihrer Tradition und Familie gegenüber und dem starken Wunsch nach Freiheit und Selbstverwirklichung. Im letzten Teil, „Lifestyle für Neo-Hipster", merkt man dann schließlich, wieso die Zeitschrift als Männermagazin ausgewiesen wurde: Einem sehr langen Beitrag über einen angesagten Männermode-Blog plus Interview mit seinen Schöpfern, folgen ein Artikel über die richtige Bartpflege und einer über stylische Fahrräder.

Neues Zeitschriftenwunder?

Für 4.40 Euro bekommt man also vor allem einen gelungenen Reportageteil: vielseitige sowie relevante Themenauswahl und leicht zu lesen – die anvisierte Zielgruppe der jungen Leser wird angesprochen. Im Vergleich dazu bleiben der erste und letzte Teil etwas zurück: Es gibt eine Seite mit „Witzen gegen Geld", bei der man sich allerdings wünscht, dass die Redaktion nicht allzu viel hinein investiert hat. Statt zu fragen, ob Christian Lindner ein guter FDP-Chef ist, wird er auf sein Heiratspotenzial überprüft und inwiefern man ihn sexy nennen kann. Insgesamt fehlt es den Beiträgen meist an Tiefe, oft gab es einfach zu viel Hipster-Esprit, der mittlerweile einfach keinen WOW-Effekt mehr hinterlässt.

Das Magazin ist keine Katastrophe, aber auch kein neues Zeitschriften-Wunder. zwischen ernsthaften Themen und Spaß hätte durchaus besser gelingen können und so die adressierte Generation Y noch besser erreicht. Aber vielleicht folgt das Magazin auch einfach nur seinem eigenen Motto: „Es kommt nicht darauf an, ob du gewinnst oder scheiterst, sondern darauf, der Welt offen zu begegnen und sich auszuprobieren."

finde den Eigenwert Eins einer Faktoranalyse scheiße. +++ Man munkelt, denn dann sei der Faktor scheiße. +++ Man munkelt, Johannes

„Ein Geschenkpaket an neuen Möglichkeiten“

von Franca Singh & Sabrina Kuhlen

Das Beifach „Audiovisuelles Publizieren“ (AVP) befindet sich schon seit einiger Zeit in einer Umstrukturierung (der Publizissimus berichtete). Wir haben nochmal nachgehakt, wie sich das Fach in Zukunft entwickeln soll, und dafür mit der Leiterin des Studiengangs, Prof. Dr. Katja Schupp, gesprochen.

Bild: pashminu

Jedes Semester erreichen das Fach AVP um die 700 Bewerbungen, aber nur 16 Plätze sind zu vergeben. Obwohl das Fach so beliebt ist, stand AVP bisher nicht auf festen Füßen. Es gab finanziell und personell keine mit dem Fachbereich und der Hochschulleitung ausgearbeitete Struktur für einen dauerhaften Betrieb. Um das Fach zukunftsfähig zu machen, haben das Journalistische Seminar, das Institut für Publizistik, die Leitung des Fachbereichs 02 und die Hochschulleitung nun ein Konzept erarbeitet und ein Gesamtpaket geschnürt, das weitreichende Veränderungen mit sich bringt.

Bevorstehende Veränderungen

Laut Katja Schupp ist eine der offensichtlichsten Veränderungen, dass in Zukunft mehr Studienplätze vergeben werden. Bereits ab dem nächsten Wintersemester soll die Anzahl der Studierenden auf 32 und im Wintersemester 2019/20 auf 48 steigen. Zurzeit finden die Lehrveranstaltungen in der Domus Universitatis im Journalistischen Seminar statt und schon jetzt sind die Räumlichkeiten nicht ausreichend für die Anzahl der Studierenden. Daher sind neue, zusätzliche Räume für das Wachstum von AVP zwingende Voraussetzung. Die Suche nach diesen gestaltet sich allerdings schwierig, da Räume gefunden werden müssen, die mit dem ZDV verbunden sind und keine hohen Kosten verursachen. Eine Umsiedlung auf den Campus ist dennoch nicht vorgesehen, obwohl dies für die Studierenden wünschenswert wäre.
Die Teilnahme bei Campus TV ist bereits für die jetzigen AVP-Studierenden ab dem dritten Semester verpflichtend. Auch in Zukunft wird die Arbeit in der Redaktion Teil der Studienleistung sein, jedoch wird dies durch neue Formate wie einer Social Media Redaktion und Wissenschaft Digital ergänzt. Wissenschaft Digital soll in einer Kooperation mit Funk, dem Online-Medienangebot für Jugendliche von ARD und ZDF, Wissensformate für junge Menschen produzieren.

Umsetzung

„Audiovisuelles Publizieren ist so, wie es jetzt ist, auch schon sehr, sehr gut, aber unsere Medienwelt hat sich durch die Digitalisierung rasant verändert. Da muss AVP mitziehen und darf, wenn es die Absolventen auf den Arbeitsmarkt von morgen vorbereiten will, nicht hinterherhinken, sondern muss im Gegenteil neue Entwicklungen frühzeitig erkennen, prüfen und gegebenenfalls sinnvoll integrieren.“, so Schupp. Je nach persönlicher Neigung bekommen die Studierenden nach der Überarbeitung und Reakkreditierung von AVP also die Möglichkeit, sich in unterschiedlichen Bereichen praktisch zu spezialisieren. Von Datenjournalismus bis hin zum dokumentarischen Arbeiten ist für jeden etwas dabei. Ein besonderer Fokus soll jedoch darauf gelegt werden, einen jungen und modernen Kanal zu schaffen, dessen Formate und Inhalte die Interessen der Studierenden widerspiegeln.
Neben den Inhalten und der höheren Anzahl der Studierenden ändert sich auch der finanzielle und personelle Rahmen. Diese Veränderungen sehen vor, dass mehr Stellen im Studienbüro und in der Lehre geschaffen werden. Des Weiteren soll in Technik und Hilfskräfte investiert werden. Ermöglicht wird dies durch Gelder eines Gesamtpakets Wissenschaft und Zukunft von der Hochschulleitung für das IfP. Obwohl es Änderungen im Curriculum gibt, ist das Studium immer noch sehr durchgetaktet und beinhaltet aufeinander aufbauende Kompetenzen. Daher ist trotz der Umstrukturierung nicht vorgesehen, auch im Sommersemester Studierende zuzulassen. Außerdem ist es trotz des großen Interesses und der Vielseitigkeit des Faches nicht geplant, AVP als Hauptfach an der JGU anzubieten. „AVP setzt auf die Verbindung von Fachwissen, das in einem Hauptfach erworben wird, mit audiovisuellen Ausdrucksformen.“, so Schupp, „Das bereitet aus unserer Sicht nicht nur optimal auf den Arbeitsmarkt vor, sondern entspricht auch dem universitären Anspruch.“

Schwierigkeiten der Umstrukturierung und Ausblick

Die Umstrukturierung zog sich länger hin, als erwartet. Ein Grund: Katja Schupp hat erst vor einem Jahr die entsprechende Professur erlangt und damit die Leitung von AVP übernommen. In der Zeit der Vakanz davor konnte demnach nicht viel entschieden werden. Am Ende ist aber das gesamte Journalistische Seminar mit dem Ergebnis sehr zufrieden. Die geplanten Veränderungen betreffen jetzige Studierende nicht. Auch die 32 neuen AVP-Studierenden, die zum Wintersemester zugelassen werden, werden noch nach der alten Prüfungsordnung studieren. „Die personelle, finanzielle und strukturelle Verankerung von AVP war das eine. Die Reakkreditierung mit der inhaltlichen Neuausrichtung ist das andere. Die Ideen sind da, aber auch das braucht seine Zeit und folgt einem bestimmten Ablauf. Wir gehen davon aus, dass die gesamten Veränderungen erstmals für die Neueinsteiger im Wintersemester 2019/20 greifen werden.“, so Schupp. Insgesamt ist Schupp mit den Erneuerungen sehr zufrieden: „Das wird dem Namen Audiovisuelles Publizieren sehr viel gerechter.“

Beckert und Benno Viererbl beherbergten eine Bierzapfanlage in ihrem Büro. +++ Man munkelt, diese gehöre gar nicht ihnen. +++ Man

Wie, Steinmeier am IfP…?

Bild: Pressestelle des Bundespräsidialamts

von Leonie Batke

Vergangenes Semester ergab sich für die Studierenden des Instituts für Publizistik eine ganz besondere Chance: eine Gesprächsrunde mit Deutschlands Bundespräsidenten Frank-Walter Steinmeier. Doch Viele empfanden die Auswahl der Studierenden, die dieses Angebot wahrnehmen konnten, als ungerecht. Wie eine solche Veranstaltung organisiert und was hätte das IfP besser machen können? Ein Kommentar.

Initiiert wurde der Besuch Steinmeiers Ende 2017 durch das Bundespräsidialamt mit dem Ziel, Frank-Walter Steinmeier im Zuge seines Antrittsbesuchs in Rheinland-Pfalz die Gelegenheit zu geben, mit Medienstudierenden das Thema „Demokratische Debatten im digitalen Zeitalter" zu diskutieren.

Ansprechpartnerin am IfP war Frau Prof. Dr. Birgit Stark, in ihrer Funktion als Sprecherin des Forschungsschwerpunkts Medienkonvergenz, die sich dem Publizissimus gegenüber zu der Organisation der Veranstaltung geäußert hat: „Die relevanten Abläufe werden [bei solch hochoffiziellen Angelegenheiten] größtenteils von Externen vorgegeben und die Sicherheitsvorkehrungen spielen eine enorm wichtige Rolle. Das heißt als Mitorganisator konnte das IfP nicht autonom bestimmen, wie der Besuch organisiert werden soll." Dies sei auch der Grund gewesen, warum die Veranstaltung nicht öffentlich beworben werden konnte. Was für ein Sicherheitsrisiko bestand, wurde spätestens durch den Bombenalarm eine Woche vor dem Besuch des Bundespräsidenten deutlich.

Die Auswahl der Studierenden, die an der Diskussionsrunde teilnehmen durften, erfolgte in „mehreren thematisch einschlägigen Lehrveranstaltungen", in denen sich Interessierte in eine Teilnehmerliste eintragen konnten, so Stark. Auch sie wurden dazu angehalten, nicht zu viele Details über den Besuch in die Öffentlichkeit zu tragen. Da nur 40 Personen an der Veranstaltung teilnehmen konnten, wurde unter denjenigen, die sich in die Listen eingetragen hatten, gelost.

Viele erfuhren über Umwege von der Veranstaltung

Obwohl sich viel Mühe gegeben wurde, die geplante Veranstaltung nicht der Öffentlichkeit preiszugeben, erfuhren einige Studierende über Freunde und Kommilitonen von dem Besuch des Bundespräsidenten. Das Institut äußerte sich selbst lange nicht zu der geplanten Veranstaltung. Tatsächlich erfuhren die meisten Studierenden des IfP erst durch eine Mail des Instituts für Politikwissenschaften von Steinmeiers Besuch. In dieser wurde über die veränderte Abgabefrist für Hausarbeiten informiert, die mit der Sperrung des GFGs am Tag der Diskussionsrunde einherging. Die Mail des Instituts für Publizistik mit derselben Information wurde erst einige Tage später herumgeschickt.

Was hätte man anders machen können

Viele Studierende zeigten sich enttäuscht darüber, dass sie selbst nicht die Gelegenheit bekamen, an der Veranstaltung teilzunehmen. Das Institut versuchte, die Verteilung der Plätze unter den gegebenen Umständen möglichst gerecht zu gestalten. Dabei hätte es einiges besser machen können. Natürlich ist klar, dass viele Dinge nicht in der Hand des IfPs lagen und der Veranstaltung selbst tat es sicher gut, dass sie in einem kleinen Rahmen gehalten wurde. Doch die Auswahl der Lehrveranstaltungen, in denen die Möglichkeit geboten wurde, sich für die Diskussion anzumelden, erscheint recht willkürlich und inkonsequent. So wurden zwar die Seminare, in denen man sich für die Diskussionsrunde anmelden konnte, nach ihrem inhaltlichen Schwerpunkt ausgewählt, allerdings wurden hierbei nicht alle Seminare der gleichen Thematik berücksichtigt. Möglicherweise hätte man unter dem Hinblick, dass die Veranstaltung nicht öffentlich beworben werden konnte, vielleicht nicht auf eine zufällige Auswahl der Teilnehmer setzen sollen. Denn diese erfolgte den Umständen entsprechend nicht für alle Studierenden chancengleich und wurde daher als ungerecht empfunden.

Die Unzufriedenheit unter den Studierenden, die erst spät von dem Besuch erfuhren, wurde auch dadurch gefördert, dass die Auswahl der Studierenden äußerst intransparent verlief. Dass die erste offizielle Information über den Besuch Steinmeiers nicht vom Institut für Publizistik kam, war zudem denkbar unglücklich. Das IfP hätte spätestens bei der offiziellen Verkündung der Veranstaltung über die Organisation aufklären müssen, um die getroffenen Entscheidungen nachvollziehbar zu machen und so größerer Unzufriedenheit vorzubeugen.

Was bleibt?

Für die Studierenden, die erst im Nachhinein von der Veranstaltung erfuhren, bleibt von Steinmeiers Besuch ein bitterer Nachgeschmack. Dennoch war die Diskussionsrunde ein großes Ereignis für das Institut und eine tolle Chance für diejenigen, die daran teilnehmen konnten. Ein solches Event zu organisieren, erfordert eine Menge Zeit und Mühe, und die Arbeit die dahinter steckte, soll an dieser Stelle nicht infrage gestellt werden. Dass nicht Alles reibungslos verlaufen kann, ist selbstverständlich. Man kann sich nur wünschen, dass das IfP den Studierenden auch in Zukunft solche Veranstaltungen anbietet und insbesondere die Kommunikation zwischen IfP und Studierenden anders verläuft.

munkelt, Viola Granow entnehme ohne böse Absichten Laptops aus Laptoptaschen des IfP. +++ Man munkelt, Markus Schäfer laufe deshalb

Ein neuer Stern am Fußball-Himmel

von Leonie Batke

Nachdem die Mainz Analykicker im Jahr zuvor noch blamabel abgeschnitten hatten, konnten sie beim Publi Kick 2018 endlich den ersten Titel ihrer Karriere einfahren. Auf eine souveräne Vorrunde ohne Gegentor folgte ein Herzschlagfinale vom Strafstoßpunkt.

Ein Tag vor Beginn der Fußball-Weltmeisterschaft stand am IfP das eigentlich größte Sportereignis des Jahres an: Der legendäre Publi-Kick. Dieses Jahr mit neuen Teams und neuem Modus. In zwei Gruppen traten jeweils vier Teams gegeneinander an, um sich für die Platzierungsspiele zu qualifizieren. Neben den Bachelor-Mannschaften Kickers Klausurrelevant, Die Milden Kerle, den IfP's Finest und den Mainz Analykickers trat dieses Jahr erstmalig auch ein Alumni-Team zum Wettbewerb an: Die Publi's United konnten zusammen auf insgesamt 50 Publi-Kick Teilnahmen zurückblicken und hatten sich für das Turnier hohe Ziele gesetzt. Komplettiert wurde das Teilnehmerfeld durch die beiden Master-Mannschaften Fake News United und SK Kickbait Mainz. So wie die Berechnung der Standardabweichung zu jeder SPSS-Sitzung gehört, geht selbstverständlich kein Publi-Kick ohne das Random Sample Team der Dozenten über die Bühne. Das Team der Routiniers und meisten grauen Haare machte sich im Vorfeld große Hoffnungen nach fünf langen Jahren endlich wieder den Pokal in den dritten Stock des GFG zu holen.

Die Mainz Analykicker, die im Jahr zuvor noch unter dem Namen Hechtsheimer Hechte antraten, eröffneten das Turnier gegen die Kickers Klausurrelevant. Der neue Name schien Wunder zu wirken, denn die Bachelor-Studierenden starteten mit einem souveränen 2:0 Sieg in die Vorrunde. Währenddessen starteten auch die Milden Kerle mit einem Sieg gegen FakeNews United stark ins Turnier (1:0). Es folgten weitere spannende Partien, in denen sich zeigte, dass alle Teams in ihren Trainingslagern nicht untätig geblieben waren. Nachdem Stiftung Wadentest, die den Publi Kick die vergangenen Jahre dominierten, die Fußballschuhe an den Nagel gehängt hatten, wurde der wohl berühmteste Keeper des FB02, Stephan „Stahlmann" Thalmann von den IfP Finest als erfahrener Schlussmann unter Vertrag genommen. In seiner kompletten Publi-Kick-Karriere blieb der Goalkeeper bislang ohne Gegentor. Bis jetzt, bis Gregor Daschmann („Fußballgott") unter tosendem Applaus gegen den Keeper einnetzte und die bisher so weiße Weste Stahlmanns beschmutzte. Im Spiel gegen Random Sample ging dennoch keines der Teams als Sieger vom Platz (Endstand 1:1) und auch gegen die Mainz Analykicker konnten die IfP's Finest keinen Sieg einfahren (0:0).

Nach packenden Vorrundenspielen konnten die Teams in einer großen Pause beweisen, wer neben den fußballerischen Qualitäten auch besonders trinkfest ist. Musikalisch begleitet wurde die kurze Entspannungsphase des Turniers von der IfP-Band um Markus Schäfer und Adrian Meier an E-Gitarre und Bass sowie Jörg Haßler am Schlagzeug. Lutz Hofer performte den legendären Hit "Football's coming home" äußerst textsicher und brachte so auch den größten Fußball-Banausen in die richtige Stimmung für die K.O-Runde.

In dieser traten dann die gleichplatzierten der beiden Gruppen jeweils gegeneinander an. Nachdem Fake News United gegen Random Sample den 7. Platz erspielen konnte und der SK Kickbait Mainz mit den IfP'sFinest um Platz 5 kämpfte, wurde es im Spiel um Platz 3 nochmal richtig spannend. Die PublisUnited konnten die Kickers Klausrurrelevant erst im Siebenmeterschießen schlagen und sich so knapp einen Platz auf dem Siegertreppchen verdienen. Im Großen Finale der Mainz Analykicker gegen die Milden Kerle zeigte sich dann schnell, dass sich beide Teams auf dem gleichen Spielniveau befanden. Trotz hartem Kampf auf beiden Seiten hatte sich nach 14 Minuten regulärer Spielzeit immer noch kein Sieger finden können. Im Siebenmeterschießen verwandelten die ersten Schützen sicher vom Punkt, dann aber brachten die Torhüter beider Teams durch zwei starke Paraden nochmal extra Spannung ins Spiel. Doch auch der letzte Schütze der Milden Kerle konnte in Tim „Wiese" Filtzinger nicht bezwingen. Dieser sicherte Mainz Analykicker mit einer weiteren glänzenden Tat den verdienten Turniersieg. So wurde der Pokal nunmehr zum fünften Mal in Folge von einem Bachelor-Team in den Mainzer Nachthimmel gehoben.
Doch auch Random Sample ging dieses Jahr nicht leer aus. Neben starker Trinkfestigkeit zeigten sich die Dozenten auch besonders fair auf der grünen Spielwiese. Zurecht durften sie sich daher nicht nur als „Sieger der Herzen" feiern lassen, sondern auch den von Gundula Gause signierten Fair-Play-Ball in den Trophäenschrank des Instituts stellen.

Dem Publi-Kick kommt in letzter Zeit immer mehr mediale Aufmerksamkeit zu. Nachdem die Gruppenauslosung durch Gundula Gause auf Facebook mehr als 2,5 Tausend Klicks erzielte, kann es nur noch eine Frage der Zeit sein, bis sich auch die überregionale und internationale Presse am Spielfeldrand des JGU-Stadions sammelt. Bis dahin ist es den Teams nur zu empfehlen, weiter an ihren Qualitäten auf und neben dem Platz zu arbeiten. Dass der gefeierte Titelverteidiger sich nicht zu lange auf seinen Erfolgen ausruhen sollte, dafür liefert die DFB-Elf ja gerade das beste Beispiel. In diesem Sinne: bleibt am Ball, auf ein spannendes Turnier 2019.

mit leeren Laptoptaschen durch die Gegend. +++ Man munkelt, er bemerke das leichte Gewicht ebendieser erst im Seminarraum. +++ Man

munkelt daher, Studis seien gar nicht immer Schuld, wenn Referate später starten. +++ Man munkelt, die Dozentenband sei spitze. +++ Man

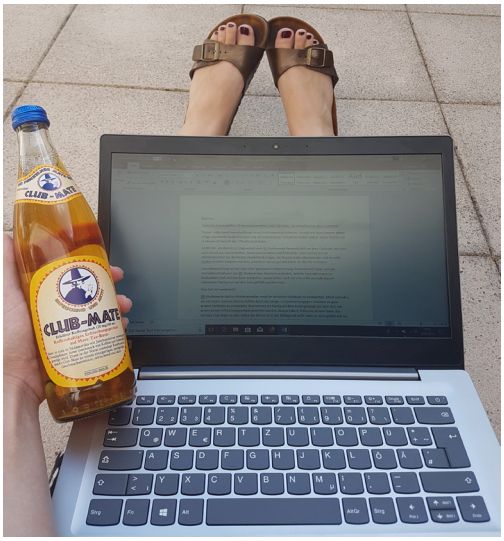


Bild: Julia Gulbin

So verhalten sich Publis im Sommer

von Julia Gulbin

Sommer- und Wintersemester im Vergleich: Während sich im Winter frierende Publis an die Heizungen des GFGs klammern, schwitzen sie im Sommer gern in der prallen Sonne auf dem Außengelände. Eine Beobachtung zeigt, dass sich diverse Verhaltensstrukturen der Publizistik-Studierenden verändert haben. Welche Veränderungen vorliegen und aus welchen Gründen sie auftreten, wird in diesem Artikel aufgedeckt.

Ungewohnt viele IfP-Studierende tummeln sich vor dem GFG. Wo man auch hinschaut: Sonnenbrillen, Birkenstock-Sandalen und Club-Mate. Während es sich im Wintersemester nur die besten Zwiebellook-Träger, die Absolut-Kälte-Abweisenden und die echt Coolen draußen bequem machen, scheint es nun so gut wie jeden vor die Tür zu locken.

Diese Beobachtung schreit nach einer genaueren Untersuchung. Anscheinend haben sich die Verhaltensstrukturen der Publizistik-Studierenden drastisch verändert. Welche Veränderungen zu beobachten sind und wie diese entstehen, wurde bisher noch nie erforscht, weshalb diesem relevanten Thema nun auf den Zahn gefühlt werden muss.

Was hat sich verändert?

IfP-Studierende sind im Wintersemester meist im beheizten Gebäude zu beobachten. Meist schlurfen sie mit einem warmen Becher Kaffee durch die Gänge. Im Sommer hingegen scheinen sie ganz andere Vorlieben zu entwickeln: nun können sie häufig auf dem Außengelände vor dem GFG mit einem kühlen Erfrischungsgetränk gesehen werden. Die zu beobachtende Präferenz ist das Getränk Club-Mate. Selbst die Mensa ist zur Mittagszeit nicht mehr so stark gefüllt, wie sie es im Wintersemester ist. Auch die Essgewohnheiten der Probanden haben sich verändert. Denn nun wird das Mittagessen am liebsten unter freiem Himmel genossen. Auch das äußere Erscheinungsbild hat sich gewandelt. Während die Publizistik-Studierenden im Winter gekonnt beweisen, dass sie den Zwiebellook beherrschen, können sie nun in sommerlich luftigen Hüllen beobachtet werden. Ein häufig erfasstes Merkmal sind dabei die Birkenstock-Sandalen.

Wo können IfP-Studierende gesichtet werden?

Ein Ballungsgebiet ist offensichtlich das Außengelände des GFG. Die Sonnenliebhaber unter den IfP-Studierenden tummeln sich meist auf den Steinbänken, um in den Pausen ihren Vitamin D-Bedarf zu decken. Publizistik-Studenten, die es gern etwas schattiger mögen, sitzen meist an den Mensatischen, um zu essen, zu arbeiten oder um mit Gleichgesinnten in Kontakt zu treten. Wer die Ruhe und Entspannung sucht, pflanzt sich meist zu den Bäumen auf der anliegenden Grünfläche. Diese Orte sind die beliebtesten, da sich die Beobachteten ungern weit weg vom vertrauten, sicheren Gebäude begeben.

Da vor dem GFG jedoch meist Platzmangel herrscht und IfP-Studierende auch mal zu Vorlesungen müssen, können sie auch in anderen Gebieten angetroffen werden. Vor der alten Mensa ist ein weiterer Treffpunkt zu verzeichnen. Hier können Gruppen von Publizistik-Studierenden auf der Wiese, auf der Treppe oder auf den Steinabsätzen beobachtet werden. Natürlich laden auch das Baron und das Kulturcafe mit ihren gemütlichen Sitzmöglichkeiten dazu ein, die Pausen hier zu verbringen. Der Verkauf des Lieblings-Sommer-Getränks Club-Mate lockt die IfP-Studierenden ebenfalls an und wirkt sich

munkelt, Pablo Jost verlinke Lutz Hofer ständig auf irgendwelchen Instagram-Bildern. +++ Man munkelt, Gregor Mayer wolle ein Interview

Bild: Julia Gulbin

positiv auf die Beliebtheit des Treffpunktes aus. Publizistik-Studierende kommen in ihrem Studium nicht drum rum, eine Vorlesung in der Muschel zu haben. Aus dem Grund werden sie auch dort häufig gesichtet. Da hier auf dem Außengelände weniger Sitzmöglichkeiten zur Verfügung stehen, werden die Beobachteten kreativ: der Steinabsatz wird häufig als Bank verwendet. Ganz Mutige setzten sich auch mal auf den Boden. Aber vor allem die Grünfläche wird gerne genutzt und zur Liegewiese umfunktioniert. Manchmal fliegt hier sogar eine Frisbee durch die Luft.

Ab und an werden IfP-Studierende auch an der Zentralmensa oder beim ReWi-Gebäude gesehen. Vermutlich verirrt sich manch einer dahin, da der Club-Mate Vorrat in der GFG-Mensa ausverkauft ist oder Freunde aus anderen Studienfächern sie in die Ferne locken. Auch im botanischen Garten sind die Beobachteten eine Seltenheit. Generell meiden Publizistik-Studierende die Fremde, weshalb sie eher seltener an ihnen unbekannten Orten weilen.

Warum treten diese Veränderungen auf?

Die gestiegenen Temperaturen sind der signifikante Unterschied zwischen Winter- und Sommersemester und sind somit der entscheidende Faktor für die Verhaltensänderungen. Die hohen Temperaturen wecken ein tief verankertes Bedürfnis nach Frischluft bei den Studierenden, weshalb sie sich im Sommer draußen wohler fühlen. Da viele Studierende im Winter unter Sonnenmangel leiden, neigen eine Menge zu einer Sonnenüberkompensation, sobald sich die Sonneneinstrahlung erhöht. Sie entwickeln eine verstärkte Sonnenaffinität, die wie eine Anziehungskraft zur Sonne wirkt. Beide Faktoren bewirken die Bevorzugung des Außengeländes und zeigen, warum sie sogar eingespielte Verhaltensabläufe, wie das Mittagessen in der Mensa, nach draußen verlagern. Bei dem Austausch des Kaffees mit dem Erfrischungsgetränk verhält es sich wie ein Magnet. Warm und kalt ziehen einander an wie der Pluspol den Minuspol. Deshalb trinken die Studierenden im Winter gerne Kaffee, da die kalte Außentemperatur den heißen Kaffee anzieht. Stellen wir uns nun vor, die Studierenden würden dieses Verhalten beibehalten. Dann würden sich die heiße Außentemperatur und der heiße Kaffee abstoßen wie zwei Pluspole. Deshalb trinken die Studierenden im Sommer lieber kalte Erfrischungsgetränke wie Club-Mate.

Der Grund für die unterschiedlichen Treffpunkte der Studierenden liegt darin, dass sie sich wie eine Herde verhalten. Sie ziehen umher und suchen immer einen neuen Ort zum grasen. Dennoch scheuen sie Fremdes und bevorzugen deshalb die heimischen Weiden. Natürlich ist das ein eher weit hergeholter Vergleich, aber er beschreibt in Ansätzen das Verhalten. Hauptsächlich begeben sich die Studierenden immer zu ihrem derzeitigen Vorlesungs- oder Seminarraum und pausieren auch meist davor. Ein anderer Grund ist ebenfalls die Abwechslung, damit sie immer mal an einem anderen Ort ihre Club-Mate genießen können.

Fazit und Ausblick auf zukünftige Forschungsgebiete

Abschließend kann gesagt werden, dass sehr spannende Erkenntnisse über die Publizistik-Studierenden und ihr Verhalten gewonnen werden konnten. Da sie sich mit der Masse identifizieren und mitbewegen, folgen sie gern den aktuellen Trends. Das ist der Grund, warum die Beobachteten sich dem Mainstream annähern und Birkenstock-Sandalen tragen und Club-Mate trinken. Und das obwohl der holzige Geschmack von Club-Mate sehr speziell ist. Natürlich ist das Gebiet noch nicht vollends erforscht. Es sind noch viele Fragen unbeantwortet. Zum Beispiel: Wie wirkt sich die Gruppendynamik auf das Verhalten aus? Interessant wäre natürlich auch die Frage: Wie beeinflussen die veränderten Verhaltensstrukturen die Lernfähigkeit? Und: Verbessert der Geschmack von Club Mate die Noten? Alles spannende Fragen, die unter diesen Gesichtspunkten weiter erforscht werden sollten. Vielleicht können in Zukunft auch mal andere IfP-Studierende die Rolle des Beobachters einnehmen und weitere Erkenntnisse über ihr typisches Verhalten sammeln.

Bild: Julia Gulbin

Club Mate gehört zu den Lieblingsgetränken der Publizisten.

mit Christian Schemer posten. +++ Man munkelt, das interessiere schließlich Jeden. +++ Man munkelt, Nick Jackob habe auch mal einen

Bild: Jonas Pospesch

Zukunft oder Schnapsidee?

von Jonas Pospesch

Bitcoin. Spätestens seit dem massiven Preisanstieg letztes Jahr ist vielen die Währung ein Begriff. Aber was ist Bitcoin eigentlich wirklich, wie funktioniert es und kann man damit wirklich reich werden?

Bitcoin ist eine sogenannte Kryptowährung, die 2008 von einer Person oder Gruppe geschaffen wurde, die unter dem Pseudonym Satoshi Nakamoto bekannt ist. Gleichzeitig war es damit die erste wirklich digitale Währung überhaupt. Um zu verstehen, wie Bitcoin funktioniert, muss man zunächst Blockchain verstehen, die Technologie, auf der Bitcoin und andere Kryptowährungen basieren. Diese löst nämlich das sogenannte Double spending problem, das prinzipiell immer bei digitalen Geldgeschäften besteht: Man kann das Geld theoretisch einfach kopieren. Da so niemand dem Geld trauen könnte, springen bei digitalen Transaktionen typischerweise Unternehmen wie PayPal oder Visa ein, die etwa einem Händler garantieren, dass er sein Geld bekommt. Nakamoto hatte sich zum Ziel gesetzt, eine alternative Währung zu schaffen, die frei und unabhängig von den Zahlungsdienstleistern und Zentralbanken ist und gleichzeitig schnelle und kostengünstige Überweisungen ermöglicht.

Blockchain bietet nun eine Möglichkeit, Vertrauen in die Transaktionen herzustellen, ohne dass dafür ein Mittelsmann benötigt würde. Das funktioniert so: Alle Transaktionen, die über Bitcoin durchgeführt werden, werden im sogenannten Public Ledger aufgezeichnet. Dieser ist dezentral auf all den Computern gespeichert, die Teil des Bitcoin-Netzwerks sind. Somit ist für jeden nachvollziehbar, welche Transaktionen durchgeführt wurden und niemand kann beispielsweise behaupten, eine Zahlung nicht erhalten zu haben. Die Transaktionspartner sind jedoch nur über eine anonyme Adresse im Protokoll vermerkt. So bietet Bitcoin besseren Datenschutz als konventionelle Zahlungsdienstleister. Besonders ist nun die Art und Weise, in der der Public Ledger gespeichert wird: Nämlich in einer Kette verknüpfter Daten-Blocks, der Blockchain. Alle Transaktionen, die innerhalb eines Zeitraums von zehn Minuten durchgeführt werden, landen in einem Block aus Daten. Wollte man eine Transaktion nachträglich manipulieren, müsste man die Blockchain vom Anfang bis zu dem jeweiligen Block „aufdröseln“ und neu berechnen. Dies gilt als nur sehr schwer machbar. Da der Public Ledger dezentral auf ganz vielen Computern gespeichert wird, nimmt Bitcoin diejenige Fassung davon als die gültige an, über die die größte Einigkeit zwischen den einzelnen Systemen besteht. Wollte jemand eine Transaktion manipulieren, müsste er 51 Prozent der gesamten Rechenleistung des Netzwerks beherrschen, damit seine gefälschte Version der Blockchain vom Netzwerk akzeptiert würde. So viel Rechenleistung bereitzustellen ist sehr schwierig und immens teuer.

Sicherheit durch Wettbewerb

Aber warum gibt es überhaupt so viel Rechenleistung im Bitcoin-Netzwerk, wenn diese so teuer ist? Hier kommen die Miner ins Spiel. Das sind Personen oder Unternehmen, die an einem Wettbewerb teilnehmen, den das Bitcoin-System

unperfekten Tag zum Referieren. +++ Man munkelt, bei Lutz Hofer stapelten sich die ConCups auf dem Schreibtisch. +++ Man munkelt, Con-

durchführt: Bei jeder Erstellung eines neuen Blocks in der Blockchain werden neue Bitcoins durch die Software generiert. Diese neuen Bitcoins bekommt derjenige Nutzer im Bitcoin-Netzwerk, der zuerst ein sehr komplexes mathematisches Problem lösen kann, das durch das Bitcoin-System gestellt wird. Je höher die von einem Nutzer dem Netzwerk bereitgestellte Rechenleistung ist, desto größer ist die Wahrscheinlichkeit, die Bitcoins zu gewinnen. Da diese bares Geld wert sind, haben die Miner einen Anreiz viel Rechenleistung in das Netzwerk zu stecken und es so sicher gegenüber Manipulationen zu machen. In der Anfangszeit der Währung waren Miner noch Enthusiasten, die sich in ihrem Keller selbst einen Mining-Computer zusammengezimmert haben. Mittlerweile sind Unternehmen entstanden, die riesige Rechenzentren bauen, um sich die wertvollen Bitcoins zu errechnen.

Wird man so tatsächlich reich?

„Aber ist Bitcoin denn nun die Zukunft? Sollte ich mir welche kaufen?“, sind sicher Fragen, die Euch nun beschäftigen. Die erste Frage ist schwierig zu beantworten, deswegen fangen wir mit der zweiten an. Die Antwort ist ein klares Nein. Bitcoin ist äußerst volatil, der Kurs geht regelmäßig auf Achterbahnfahrt. Das liegt daran, dass die Währung keinen festen, realen Gegenwert hat. Das gilt zwar auch für klassische Währungen wie den US-Dollar, aber die werden von Zentralbanken kontrolliert, welche die Kurse möglichst stabil halten. Der Wert von Bitcoin hingegen wird allein durch Angebot und Nachfrage bestimmt. In Zukunft wird sich vielleicht eine Regulierungsbehörde der Kryptowährung annehmen und sie stabilisieren. Dann, so fürchten Kritiker, würden Bitcoin und Co. aber ihre Dezentralität einbüßen und an Reiz verlieren. Bis dahin bleibt Bitcoin eine hochspekulative Anlage, die vielleicht immense Renditen abwerfen wird, vielleicht aber auch bald völlig wertlos sein könnte. Das weiß niemand so genau. Im Moment liegt der Wert aller Bitcoins zusammen bei etwa 131 Milliarden US-Dollar (Stand: 07.06.18), im Dezember 2017 waren es sogar 326 Milliarden.

Auch die Zukunft von Bitcoin ist äußerst umstritten. Festhalten lässt sich auf jeden Fall, dass die Währung einige Probleme hat: Die durch das Proof of work-Verfahren benötigte hohe Rechenleistung verursacht einen enormen Stromverbrauch. Das Bitcoin-Netzwerk verbraucht jährlich ungefähr so viel Strom wie Tschechien. Das entspricht etwa 981 Kilowattstunden pro Transaktion, eine Menge von der man ca. 68.670 Tassen Kaffee kochen könnte. Das ist wesentlich ineffizienter als eine Zahlung mit einer herkömmlichen Kreditkarte.
Transaktionen mit Bitcoin sind zudem oft langsam oder teuer, denn ein Block in der Blockchain kann nur eine begrenzte Menge Transaktionen aufnehmen. Daher kann das Bitcoin-Netzwerk maximal nur 7 Transaktionen pro Sekunde durchführen, tatsächlich erreicht werden eher drei bis vier. Zum Vergleich: Das Kreditkarten-Unternehmen Visa führt durchschnittlich etwa 1.600 Transaktionen pro Sekunde durch. Diese Knappheit bei Bitcoin führt dazu, dass die Miner, die die Blocks erstellen, teilweise hohe Gebühren dafür verlangen, dass sie eine Transaktion in „ihren“ Block aufnehmen.

Letztes Jahr wurden so bis zu 34 US-Dollar für eine Überweisung fällig. Wer die Gebühren nicht zahlen will, muss teilweise sehr lange warten, bis seine Transaktion unentgeltlich angenommen wird. Unter anderem sind dies Gründe dafür, dass Bitcoin mittlerweile hauptsächlich als Anlage und nicht als Währung genutzt wird. Damit hat sich der Traum von Bitcoin-Erfinder Nakamoto zunächst nicht erfüllt. Allerdings ist dies teilweise auch der grundlegenden Konzeption der Währung geschuldet, sie ist nämlich deflationär. Das bedeutet, dass jemals nur eine maximale Zahl von Bitcoins existieren kann, 21 Millionen Stück. Da das Angebot an Bitcoins also begrenzt ist, kann man bei einer entsprechend steigenden Nachfrage davon ausgehen, dass der Wert der Währung zunimmt. Und in einer solchen Situation haben die Besitzer von Bitcoins keinen Anreiz, die Kryptowährung auszugeben. Stattdessen warten sie darauf, dass der Kurs weiter steigt. In einer Volkswirtschaft hätte das katastrophale Folgen, bei Bitcoin bedeutet es nur, dass die Währung nicht als Währung genutzt wird. Nicht ohne Grund wird Bitcoin von manchen auch „digitales Gold“ genannt.

Man darf jedoch nicht vergessen: Bitcoin mag zwar die erste Kryptowährung gewesen sein, aber mittlerweile ist eine Vielzahl dieser Währungen entstanden, die einige der Probleme, die Bitcoin plagen, lösen. Ethereum etwa, die Nummer zwei der Kryprowelt, plant, auf das Proof of stake-System umzusteigen. Hier müsste ein potenzieller Angreifer 51 Prozent aller Coins im Netzwerk besitzen, um etwas ausrichten zu können. So wird im Vergleich zu Bitcoin viel Rechenleistung und Strom gespart. Bitcoin Cash verringert durch größere und häufiger erstellte Blocks Transaktionskosten und –dauer. Die Entwicklung geht also weiter.
Auch falls Bitcoin nicht seine momentane Stellung als „Marktführer“ unter den Kryptowährungen verteidigen kann, wird das Prinzip, dass es begründet hat, nicht folgenlos bleiben. Dies gilt auch für die Technologie Blockchain. Die nun vorhandene Möglichkeit, einmalige, nicht kopierbare digitale Objekte zu erzeugen, findet schon jetzt in diversen Feldern Anwendung. Ob uns jedoch die große Revolution bevorsteht, die so manche ankündigen, ist noch immer ungewiss.

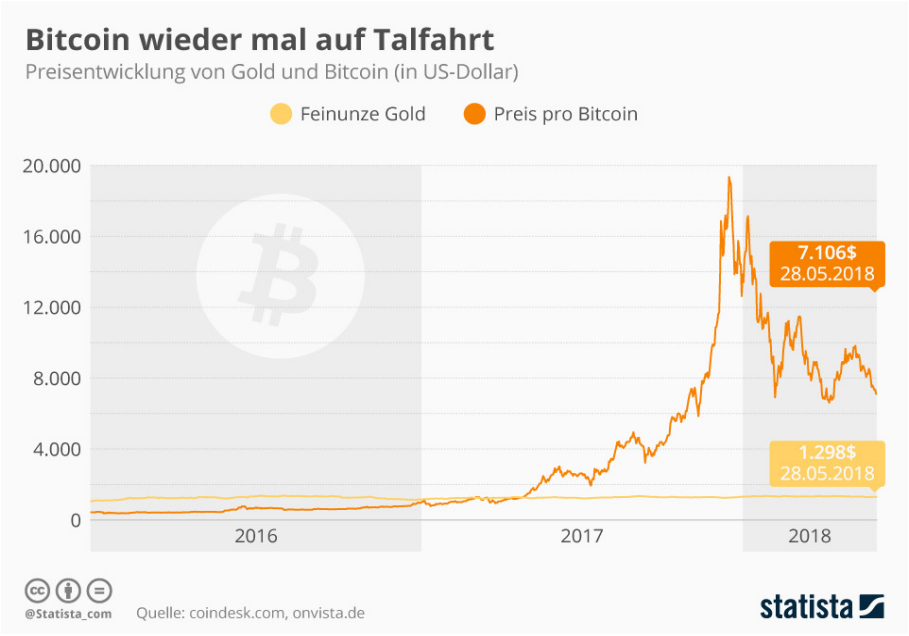


Bild: Screenshot Statista

Cups seien für ihn die neuen Bitcoins. +++ Man munkelt, mit seiner Wertanlage sei Lutz Hofer nicht allein am IfP. +++ Man munkelt, Pascal

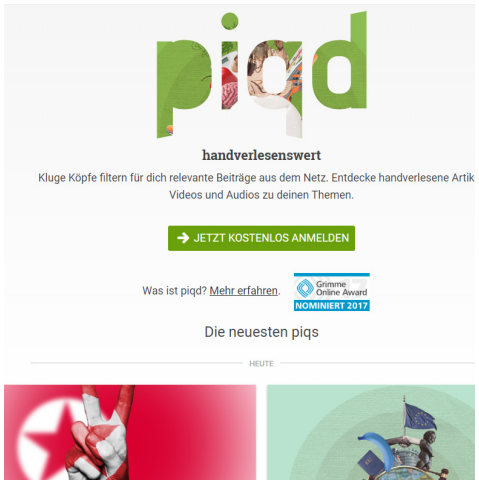


Bild: Screenshot piqd.de

„Handverlesener Journalismus“ Abkehr von der Algorithmenmacht oder Edelgase für die Filterblase?

von Matthis Pechtold

Wie kann Gatewatching in der Praxis aussehen? Piqd liefert einen Gegenentwurf zur schrankenlosen Inhaltsflut im Internet und ist dabei kostenlos nutzbar. Der Publizissimus hat die Kuratierplattform genau unter die Lupe genommen. Kann sie die gestellten Ansprüche glaubwürdig umsetzen?

Neuerdings macht immer wieder das Gerücht die Runde, Facebooks Zeit sei abgelaufen, zumindest bei den Digital Natives. Hier und da nutze man es noch, um sich über die nächsten Veranstaltungen zu informieren oder sich zur Teilnahme an Umfragen resignierter Masterarbeit-Schreibender nötigen zu lassen - was stand da, 20 Euro-Amazon-Gutschein? Viele werden Facebook aber auch noch als Nachrichtenmedium kennen bzw. es noch als dieses nutzen. Aber wer wird abstreiten, dass der Feed auch immer durchsetzt war von Inhalten, die – hart formuliert – seichter sind als Saufbekanntschaften von der SöF? Am Höhepunkt meiner Frustration über diesen Sachverhalt holte mich Piqd ab.

Wie findet man 2018 im digitalen Inhaltsdschungel relevante Inhalte?

Piqd ist zusammengefasst ein digitales Magazin für kuratierte Netzinhalte. Sogenannte Piqer (größtenteils junge Medienschaffende, aber auch Personen in gesellschaftlichen Schlüsselpositionen wie Konstantin von Notz) empfehlen mit einem kurzen, einordnenden Text Journalismus aus dem Netz, vornehmlich Analysen, Debattenbeiträge und allgemeinbildende Artikel. In themenspezifischen Kanälen gruppiert erscheinen diese sogenannten Piqs ohne Einfluss von Algorithmen chronologisch dargestellt. Alleine eine schlichte Voting-Funktion (relevant / nicht relevant) unter jedem Piq kann Interessierten einen ersten Eindruck vermitteln, würde sie denn mehr genutzt werden. Piqd ging Ende 2015 online und verbuchte schnell erste Erfolge, unter anderem mit einer Nominierung für den Grimme Online Award 2017. Im selben Jahr startete mit piqd.com auch eine englischsprachige Version der „Programmzeitschrift“ (Piqd-Gründer Marcus von Jordan). Begonnen mit 60 Kurator*innen und 13 Kanäle sind es aktuell schon 150 in 18 Kanälen. Doch inwieweit ist dabei noch Übersichtlichkeit garantiert? Maximilian Rosch, Community Manager von Piqd gibt zu, dass dies eines der zentralen Kritikpunkte vieler Piqd-Nutzer sei. Von „Obergrenzen“ wolle er gar nicht sprechen (nach dem Begriff wurde er natürlich nicht gefragt), lediglich davon, dass die Kanäle am Ende die gewünschte Struktur garantieren sollen. Zuletzt wurde zum Beispiel der Kanal Wissenschaft und Forschung gestartet, mit neuen Kurator*innen aus dem Wissenschaftsjournalismus.

Die große Frage ist jetzt: wird Piqd seinem Anspruch gerecht, Internetnutzer*innen einen Weg aus der Filterblase zu zeigen? Oder dreht sich die Plattform am Ende doch nur um sich selbst? Zunächst einen Überblick über die „harten Zahlen“: Mehr als 70.000 Nutzer*innen seien mittlerweile registriert, erzählt Rosch. Von diesen habe eine große Mehrheit auch den Newsletter abonniert, der einem je nach Präferenz wöchentlich bis täglich fünf oder 20 Piqs per Mail aus den abonnierten Kanälen empfiehlt. Wer von diesen 70.000 auch monatlich zahlt und damit die Möglichkeit hat, Kommentare auf piqd.de zu schreiben und sogenannte Community Piqs zu verfassen, darf Rosch nicht sagen.
Auch drei Jahre nach Gründung ist Piqd stark auf seinen Förderer, den Mäzenen Konrad Schwingenstein (Mitgründer des Süddeutschen Verlags), angewiesen. Den redaktionellen Inhalt würde dies natürlich nicht beeinflussen. Beim Durchsehen der Piqs ist zwar auf Dauer ein linksgerichteter Einschlag zu erkennen, den die Süddeutsche Zeitung ebenfalls aufweist – jedoch ist dies eher ein branchentypisches Merkmal. Was uns wieder zurück zur Ausgangsfrage bringt, wie selbstreferentiell Piqd ist. Rosch erzählt, sicher nicht ganz ohne Stolz, dass es jetzt eine Art Adelung sei, auf Piqd empfohlen zu werden, insbesondere für freie Journalist*innen. Die Plattform hat also auch branchenintern Wurzeln geschlagen, trotz vorhandener Konkurrenz, wie Scope aus der Schweiz. Für die Kurator*innen springen dabei übrigens pro Empfehlung 40 bis 50 Euro raus.

Den letzten Schritt geht man immer alleine

Bei all den berechtigten Fragen, die das Modell eines Best-Of-Kompendiums für Onlinejournalismus aufwirft ist Piqd jedem zu empfehlen, der ein breit gefächertes Interesse am aktuellen Zeitgeschehen mitbringt. Man darf dankbar sein, dass so eine Plattform unentgeltlich verfügbar und nutzbar ist. An dem langsam um sich greifenden Gefühl, jeden Tag mehr zu verpassen, wird aber auch Piqd nichts ändern können. Hier hilft eher Selbstgewissheit über die eigenen Interessen und gelegentlich auch ein wunderbar seichter, amüsanter, guter alter Facebook-Feed.

Schneiders wolle, dass seine Studis nur ein Bier mit auf die Exkursion nehmen. +++ Man munkelt, Oli Quiring fühle sich in seiner Ehre verletzt,

Read Across The Aisle - Ein Blick aus der Filterblase

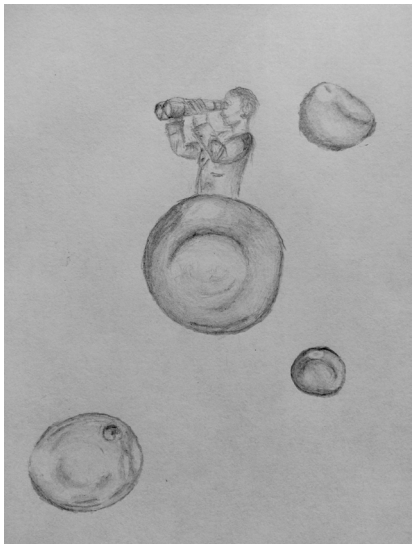


Bild: Hannah Fritsch

von Hannah Fritsch

Das Mysterium der „Filterblase" sorgt in den letzten Jahren nicht nur bei Kommunikationswissenschaftlern und Medienschaffenden für Aufmerksamkeit. Mit steigender Internet- und vor allem Social Media-Nutzung wurde die Filterblase zu einem viel diskutierten Thema. Es macht sich das Gefühl breit, online den Durchblick darüber zu verlieren, was gerade eigentlich geschieht.

Was bekommen wir auf Webseiten und Plattformen zu sehen? Sehen wir nur einen kleinen Teil der Realität? Sind wir eigentlich abgeschnitten vom „großen Ganzen" und in einer Blase gefangen, in die wir selbst gar nicht hineingelangen wollten? Eine Welt, in der wir nur gleichgesinnten und gleichartigen Menschen und Meinungen begegnen und uns nur das vorgeschlagen wird, was uns in der Vergangenheit schon einmal interessiert oder gefallen hat? Ist diese Blase, in der alles auf uns persönlich abgestimmt ist, ein Traum oder Wirklichkeit?

Die App

Wer den tatsächlichen Einflüssen der Filterblase genauer auf den Grund gehen möchte und einen Blick aus der Blase werfen möchte, soll dies nun mit Hilfe der App Read Across The Aisle tun können. Der Titel der App könnte von dem amerikanischen Sprichwort „reach across the aisle" abgeleitet sein. Das Sprichwort wird genutzt, wenn zwei gegnerische politische Parteien aufeinander zugehen, um zu einem bestimmten Thema einen Konsens zu finden. Andere Meinungen zu hören und sich damit auseinanderzusetzen, kommt einem Blick aus der Filterblase sehr nahe. Seit September 2017 gibt es die App, die dabei helfen soll, den eigenen Horizont wieder zu erweitern.

Wie funktioniert das?

Die App lässt ihre Nutzer Artikel von politisch unterschiedlichsten Nachrichtenquellen wählen und stellt Artikel von über 20 Nachrichtenquellen bereit. Diese sind farblich nach ihrer politischen Orientierung sortiert. Die Spannweite reicht von der sehr liberalen Huffington Post (dunkles Blau) bis hin zu den konservativen Fox News (dunkles Rot). In der Mitte der Liste finden sich Informationsseiten, die hellblau oder rötlich eingefärbt sind. Je heller die Farbe, desto ausgewogener und politisch neutraler sind die Artikel dieses Mediums. Außerdem ist am unteren Rand des Bildschirms eine Art Messuhr zu sehen, die anzeigt, wie ausgewogen das eigene Leseverhalten ist. Wenn beispielsweise viele Artikel eines konservativen Mediums gelesen werden, dann wandert die Nadel von der leicht eingefärbten Mitte immer weiter Richtung des dunkelroten Randes. Auf diese Weise kann das eigene Leseverhalten und die eigene politische Einstellung nachvollzogen werden. Der Beschreibung von Read Across The Aisle zufolge wird sich die App nach einiger Zeit melden, wenn sie das Gefühl hat, dass der Nutzer in eine Filterblase gerät. Das heißt, wenn beispielsweise nur Artikel aus dem dunkelblau eingefärbten Bereich gelesen wurden. Daraufhin wird Read Across The Aisle eine Erinnerung verschicken, wieder einmal einen Blick nach „draußen", auf die andere Seite zu werfen.

In Bezug auf die Analyse des Leseverhaltens kann natürlich die Frage aufkommen, ob das nicht das Gleiche ist, was der Algorithmus von Google oder Facebook macht. Das ist es nicht. Denn es werden auf der Analyse des Leseverhaltens keine Artikel vorgeschlagen. Der große Unterschied ist also: Die Entscheidungsgewalt liegt beim Leser. Es liegt in der eigenen Hand, welche Schlüsse aus der bereitgestellten Information gezogen werden.

Wie der Blick nach „draußen" erweitert werden kann

Bisher ist die App nur in englischer Sprache erhältlich und vertritt deshalb vorerst auch fast ausschließlich englischsprachige Nachrichtenquellen. Der Nutzer hat allerdings die Möglichkeit, selbst per E-Mail eine neue Nachrichtenquelle vorzuschlagen. Für die Zukunft wäre es deshalb sinnvoll, wenn die Auswahl an Nachrichtenquellen noch deutlich erweitert zur Verfügung stünde, sodass mehr europäische oder auch asiatische Medien vertreten wären und die Meinungsvielfalt der Nutzergemeinde differenzierter abgebildet werden würde. Durch diese Vergrößerung des Angebots könnte der Blick aus der eigenen Filterblase heraus noch besser gelingen.

Fazit

Auch wenn neueste Forschungsergebnisse gegen die Existenz der Filterblase sprechen, bleibt Read Across The Aisle eine gute Möglichkeit, sich ohne algorithmisch basierte Vorschläge aus verschiedensten Nachrichtenquellen informieren zu können. Die App kann gratis im App Store für iOS oder im Chrome Web Store oder für Android heruntergeladen werden.

wenn man ihm mit Werbung auf Facebook etwas verkaufen möchte. +++ Man munkelt, das schlimmste sei, wenn das Bier alle ist. +++ Man

Bild: Pixabay.com_Medi2go CC0

Empört Euch!
Von Datenkraken und informationeller Selbstbestimmung

von Lotta Pommerien

Ihr Verschickt eure Bilder über SnapChat, teilt eine Story bei Instagram, liked eine Veranstaltung auf Facebook oder tätigt einen Video-Call über WhatsApp. Ihr schmeißt eure Daten in die Welt hinaus, spielt sie den großen Datenkraken dieser Welt einfach zu, ohne mit der Schulter zu zucken. Alles unter der Begründung „Ich hab ja nichts zu verbergen". Aber es wird Zeit, dass ihr endlich wieder was zu verbergen habt! Es wird Zeit, dass euch eure Privatsphäre wieder etwas wert ist!

Als Edward Snowden 2013 veröffentlichte, dass die amerikanische Regierung bewusst ihre Bürger ausspioniert, ging ein Aufschrei um die Welt. Fünf Jahre später scheint das Thema hinfällig zu sein. Wir verkaufen uns selbst, unsere Daten, unsere Privatsphäre. Wir liken, teilen und folgen. Weil es Spaß macht, weil wir Kontakt zu Freunden halten, sehen was sie machen oder einfach weil es so schön bequem ist.

Natürlich sind all die Programme wie Google, WhatsApp oder Instagram toll und cool. Die Hersteller wollen ja auch, dass wir sie benutzen. Damit sie Daten ziehen können. WhatsApp kann zwar nicht mehr lesen was Du schreibst, dafür zieht es aber alle Meta-Daten (wie Standort, Kontakt, Uhrzeit etc.) oder speichert Deine Telefonate.

„Wenn Du damit argumentierst, kein Interesse an Deiner Privatsphäre zu haben weil Du nichts zu verbergen hast, ist dies dasselbe wie zu sagen, dass Dir die Meinungsfreiheit egal ist weil Du keine Meinung hast." Edward Snowden

Datenkraken wie Google und Facebook sind allgegenwärtig. Nicht nur auf ihren eigenen Plattformen, sondern überall im Internet. Hast du schon mal den Like-Button auf einer Nachrichtenseite entdeckt oder unten rechts ein kleines Google-Symbol? Das bedeutet, dass Google oder Facebook Cookies abgreifen und registrieren können, wie du dich im Internet bewegst, welche Seiten Du aufrufst, was Dir gefällt. All das wird in einem riesigen Profil über Dich zusammen getragen. Auch Audio Beacons verraten mehr über dich, als du denkst. Das sind kleine Sounds, die das menschliche Gehör nicht hören kann, wohl aber die Apps auf Deinem Handy. Solche Audio Beacons sind z.B. in Fernsehwerbung impliziert. Dein Handy registriert den Sound, weiß was für Werbung Du gerade siehst, oder sogar vielleicht welche Fernsehshow Du gerade guckst. Du hast Angst? Gut. Denn ja es ist beängstigend und ja es hat noch mehr Auswirkungen als nur gezielte Werbung.

munkelt, das sei beim Publi-Kick besonders fatal. +++ Man munkelt, Markus Maurer skype häufiger mal mit Lutz Hofer. +++ Man munkelt,

Schufa is watching you

Hast Du schon mal was bei Amazon bestellt und dann zurück geschickt? Oder bei Media-Markt oder Saturn überlegt in Raten zu bezahlen? All das wirkt sich auf Deine Schufa aus. Finanzierst Du drei Ratenkäufe gleichzeitig, melden dass Media Markt und Saturn der Schufa und es gibt einen Eintrag. Viermal was bei Amazon(oder einem anderen Versandhändler) zurück geschickt und auch dafür gibt es einen Schufa-Eintrag. In der vernetzten Welt hinterlässt Dein Onlineverhalten Spuren. Also was kannst Du tun? Minimiere die Überwachungsmöglichkeiten! Müssen Deine mobilen Daten immer an sein? Brauchst Du Deinen Standort wirklich? Bluetooth? Benutze all diese Einstellungen wirklich nur, wenn Du sie brauchst. Und schalte Deine Daten nach Benutzung wieder aus!

Es gibt Alternativen

Was hält uns bei WhatsApp? Doch nur, dass so viele es benutzen. Signal (Standortbetreiber leider unbekannt, vermutlich in Russland), Wire (Betreiber aus der Schweiz) oder Telegram (Betreiber vermutlich in Dubai) gehören zu den populärsten Alternativen. Hör auf zu Googeln. Ja es ist bequem und es hat die für Dich passenden Ergebnisse. Aber warum? Weil es Dich kennt und Deine Daten sammelt! Benutzte lieber duckduckgo.com oder ixquick.de und nimm in Kauf, ein wenig länger zu suchen! Machen wir uns nichts vor: Wir können unsere Daten nicht geheim und privat halten. Egal welches Programm wir benutzen oder blockieren, irgendwo wird immer irgendwer Daten ziehen. Auch gegen die staatliche „Überwachung“ können wir uns nicht wehren. Wir haben die Pflicht uns umzumelden, wenn wir umziehen oder Auskünfte über unser Gehalt in einer Steuererklärung zu machen. Allerdings muss man es den Konzernen auch nicht zu einfach machen! Diese Unternehmen verdienen mit Euch ihr Geld! Noch gelingt ihnen das durch Personal-Advertising, noch machen sie genug Profit damit. Aber was wenn nicht mehr? Was, wenn die großen Konzerne beginnen, Eure Daten zu verkaufen - Beispielsweise an unseren Staat. Was dann passieren könnte, kann man in China bereits beobachten (Mehr dazu auf S.36). Schwächere Arten der Überwachung gibt es aber auch schon in Deutschland. Kameras, die in Supermärkten hängen, überwachen Dein Kaufverhalten. Sie scannen zu welchen Regalen du dich zuerst bewegst, wo Du hinguckst und platzieren dort dann die teuersten Produkte. DM testet mittlerweile käuferangepasste Preise. In Deinen Klamotten befinden sich kleine Microchips, sogenannte RFID-Chips, die die Diebstahlsäulen an den Eingängen erkennen. Kameras realisieren dann zu welchem Regal Du läufst. Anhand eines Profils, das durch dein früheres Einkaufsverhalten zu Dir erstellt wurde, passen sich die Preise auf elektronischen Anzeigen an Dich an. Beim Herausnehmen der Ware aus dem Regal sendet das Preisschild ein Signal an das Produkt, wie viel es für Dich zu kosten hat. All diese Sachen funktionieren nur, weil wir so sorglos mit unseren Daten umgehen! Weil uns der Datenschutz egal ist und weil die Politik mit Gesetzen meilenweit hinterher hinkt. Zwar wird nun versucht mit der neuen Datenschutzgrundverordnung die großen Datenkraken ein wenig in Ketten zu legen, doch viele Experten sehen diesen Versuch schon jetzt als Gescheitert an.

Also: Fang mal an Dir Sorgen zu machen. Wähle bedachter, an wen Du Deine Daten gibst und an welcher Stelle eine Alternative, die mehr Schutz gewährt, vielleicht sinnvoll wäre! Überlege dir, bevor du etwas postest: Würdest Ich das, was Ich online teile auch als Screenshot um den Hals in der Uni tragen?

Früher: Ich kann nichts sagen, meine Wohnung ist verwanzt

Heute: Wanze, schreib Butter auf meine Einkaufsliste

Bild: Facebook-Screenshot/BestOfCampus

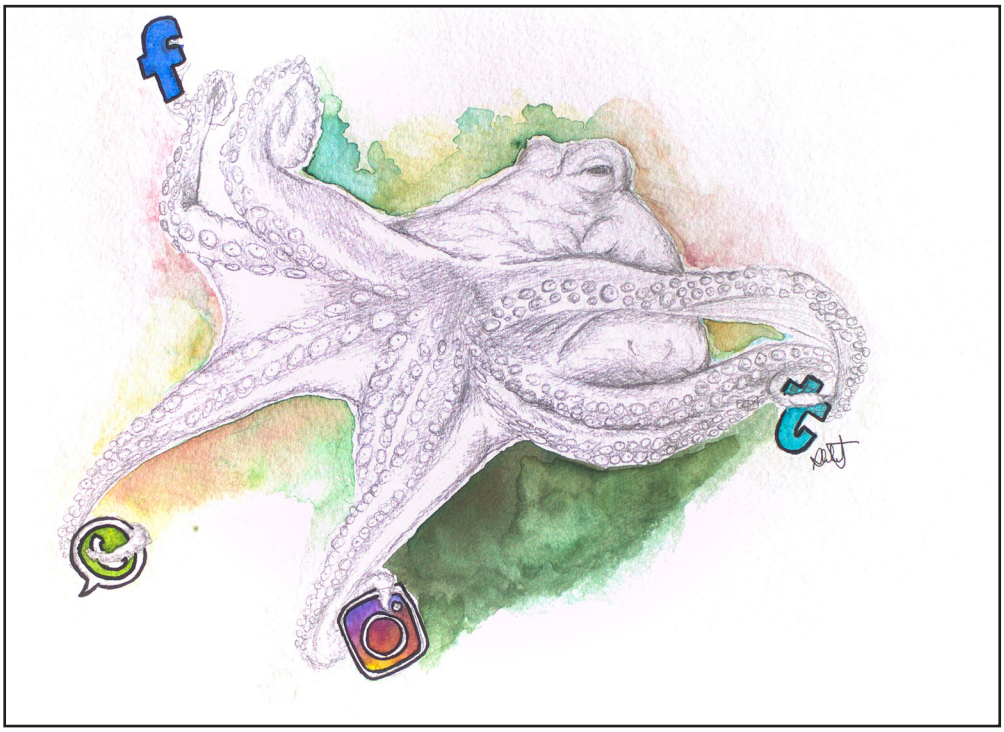


Illustration: Alicia Ernst

Die Datenkrake: allgegenwärtig und heimtückisch

Erich Lamp halte Mark Zuckerberg für eine Datenkrake. +++ Man munkelt, Leonard Reinecke liste die Interpolation als Serviceleistung erster

Bild: Twitter-Screenshot

Sturm auf die Twitter-Trends

von Simon Imhof

Twitter ist das Diskussionsmedium schlechthin. Wichtiger Bestandteil: Die Trendfunktion. Hier werden die Themen, die gerade lokal, national und weltweit diskutiert werden, angezeigt. Doch was, wenn die falschen Leute diese Funktion richtig zu nutzen wissen?

Die Twitter Trends zeigen, was in der Welt passiert, worüber wir diskutieren und was uns beschäftigt. Das vermuten zumindest viele. Stimmt aber leider nicht ganz. Immer häufiger wird deutlich wie einfach es ist, als kleine gut organisierte Gruppe auf Twitter ein Hashtag gezielt unter die Trends zu bringen. Dafür müssen nicht einmal Bots oder andere Tricksereien verwendet werden.
Für Extremisten aller Art natürlich ein gefundenes Fressen. Denn: Was auf Twitter gerade trendet, landet häufig auch in den Schlagzeilen anderer Medien. So können kleine aber lautstarke Gruppierungen ihre radikalen Positionen leicht an eine breite Öffentlichkeit bringen.

Im April gab es ein Paradebeispiel für einen solchen Vorgang: der von Islamisten ins Leben gerufen Hashtag #NichtOhneMeinKopftuch.
Am 14. April hatten Politiker in Österreich und Nordrhein -Westfalen ein Kopftuchverbot für Mädchen unter 14 Jahren ins Gespräch gebracht. Bis zum Abend des folgenden Tages beschränkte sich die Diskussion darüber weitestgehend auf einige Kommentare in deutschen Tageszeitungen. Auf Social Media war es dazu vorest relativ ruhig.
Bis genau am 15. April 20:30 Uhr am 15. April der Hashtag #NichtOhneMeinKopftuch das erste Mal auftauchte. Es blieb dabei aber nicht bei einigen Tweets. Stattdessen verbreitete sich der Hashtag nahezu explosionsartig. In wenigen Stunden kletterte er auf die Nummer 1 der Trendliste und zählte um Mitternacht bereits 144.000 Tweets. Zum Vergleich: Der zweitplatzierte Hashtag #Derby, der sich auf das Fußballspiel Schalke gegen Dortmund bezog, zählte um die gleiche Zeit nur 38,000 Tweets.

Der Datenanalyst und Reddit-User Luca Hammer untersuchte den Vorgang und konnte belegen, dass 78% der abgegebenen Tweets von nur 21% der insgesamt 8000 beteiligten Accounts kamen.
Zahlreiche Accounts hatten eine hohe Anzahl von Tweets mit dem Hashtag gepostet, die Höchstzahl lag bei fast 500 Tweets pro Account. Zudem wurden von den 8000 beteiligten Accounts 1300 erst im April 2018 erstellt. Fast alle wurden zudem an jenem Tag erstellt, an dem der Hashtag in der Trendliste nach oben kletterte. „Das belegt nicht zwingend, dass die Accounts falsch sind", erklärt Hammer, „es könnte auch zeigen, wie organisiert die Gruppe ist, die hinter dem Hashtag steht."
Tatsächlich war die Aktion genau geplant. Auf Facebook, Youtube und Instagram hatten Seiten mit dem Namen „Generation Islam" zu einem „Twitter-Sturm" aufgerufen. Dabei sollten die Teilnehmer „sich mehrere Accounts erstellen, sich gegenseitig Folgen und Tweets vorbereitet haben um sie genau um 20:30 zu posten".

Experten, wie der Wiener Politologe und Nah-Ost Experte Thomas Schmidinger, rechnen die sogenannte „Generation Islam" der Hizb ut-Tahrir zu. Diese islamistische Organisation ging aus der Muslimbruderschaft hervor und ist in Deutschland, der Türkei sowie nahezu allen arabischen Ländern verboten.
Verstärkt wird der Hashtag noch von ganz anderer Seite, wie Luca Hammer in seiner Untersuchung aufzeigt: Mit einem Analysetool kann der Datenanalyst die beteiligten Accounts anhand ihrer Verbindungen untereinander zu Clustern zusammenfügen und so involvierte Gruppen ausmachen. Dabei wird klar: Neben den islamistischen Gruppen beteiligten sich auch rechte Gruppierungen an der Diskussion. Mit 12% Anteil an der Gesamtzahl der Tweets unterstützten sie den Hashtag deutlich, und geben dem Gesamtbild eine zweifelhafte Ironie.
Insgesamt wird erneut klar, dass die Anzahl von Likes, Shares oder auch Tweets kaum eine keine optimale Metrik für das Einschätzen der Relevanz eines Themas ist. Denn hier fällt es Extremisten am leichtesten die Algorithmen zu manipulieren, sei es mit Social Bots oder auch mit organisierten „Social-Media-Stürmen".

Bild: Facebook-Screenshot

Güteklasse. +++ Man munkelt, die Interaktivität in Gregor Mayers Kurs sei nicht so hoch. +++ Man munkelt, wäre er eine Facebookseite, wäre

Von Licht und Schatten

von Sophie von Erden

Waffenkäufe, Drogenhandel und Kinderpornografie – das Darknet wird zumeist mit Cyberkriminalität gleichgesetzt. Doch neben dunklen Geschäften bietet sich dort vor allem ein Raum der freien Meinungsäußerung und Anonymität. Dadurch ist das Darknet für viele Whistleblower und Journalisten inzwischen unverzichtbar geworden.

Wer sich als Nutzer im Internet bewegt, hinterlässt unweigerlich Spuren. Ob Anfragen in Suchmaschinen wie Google, Likes bei sozialen Netzwerken oder das Posten von Blog-Artikeln – aggregierte Daten lassen genaue Rückschlüsse auf ihren Erzeuger und dessen Profil zu. Diese Tatsache alarmiert nicht nur Datenschützer, sondern wird auch Journalisten bei der Ausübung ihres Berufs immer häufiger zum Verhängnis. Die Organisation „Reporter ohne Grenzen" verzeichnet weltweit seit einigen Jahren eine Verschlechterung der Pressefreiheit. In vielen Ländern werden regierungskritische Stimmen systematisch verfolgt und hart sanktioniert, normales Arbeiten ist für Journalisten nicht mehr möglich. Eine Flucht ins Darknet scheint geradezu unausweichlich, denn dort sorgt eine spezielle Verschlüsselung für den Schutz vor Datenkraken und Verfolgung.

Die Verbindung zum Rest der Welt

Eine steigende Anzahl an Zeitungen stellen ihre Angebote im Darknet zur Verfügung, so z.B. die New York Times und die Washington Post. Ihre Verleger errichten Dependancen und eigene E-Mail-Postfächer im Darknet, um Informanten zu schützen. Am häufigsten wird dieses Angebot genutzt, um interne Dokumente von Unternehmen zu verbreiten. Aber auch brisante politische Informationen sowie Ermittlungsunterlagen finden so ihren Weg an die Öffentlichkeit. Das soziale Netzwerk Facebook ist seit 2014 über eine eigene Adresse im Darknet erreichbar.
Als der Krieg in Syrien im Jahr 2011 begann, gab es von staatlicher Seite eine zunehmende Zensur des Internets. Nachrichtenseiten, Soziale Medien, Redaktionsnetzwerke – innerhalb kürzester Zeit war nichts mehr erreichbar. Dennoch gelangten dank Darknet-Postfächern täglich neue Bilder und Videos an westliche Nachrichtenredaktionen. So konnte der rasante Verlauf der Geschehnisse zumindest grob verfolgt werden, während das syrische Staatsfernsehen weiterhin nicht von einer Revolution oder gar einem Krieg sprechen wollte. Auch in Ländern wie China, das für seine repressive Internetpolitik bekannt ist oder der Türkei, in der Journalisten und Aktivisten seit dem Putschversuch 2016 ständig um ihre Freiheit bangen müssen, ist das Darknet das Nadelöhr, welches die Menschen mit dem Rest der Welt verbindet.

Die zwei Seiten der Medaille

Wie so oft im Leben liegen Licht und Schatten eng beieinander. Zweifelsfrei bietet das Darknet einen der wenigen Rückzugsorte für freie, investigative Arbeit von Journalisten. Doch sein schlechter Ruf ist nicht gänzlich unbegründet. Anonymität und Verschlüsselung ermöglichen eben auch allerlei ernstzunehmende kriminelle Aktivitäten. Nicht umsonst beklagt die Polizei ihre Machtlosigkeit gegen organisiertes Verbrechen im Netz. Umso schöner erscheint die Vision, dass es vielleicht eines Tages für Aktivisten nicht mehr notwendig sein wird, ihre Identität mit Hilfe komplexer Programme zu verschlüsseln. Eine Vision davon, dass Journalisten ihrem Beruf nachgehen können, ohne Angst um sich und ihre Familien haben zu müssen. Eine Vision davon, dass das Darknet in diesem Zusammenhang an Bedeutung verliert.

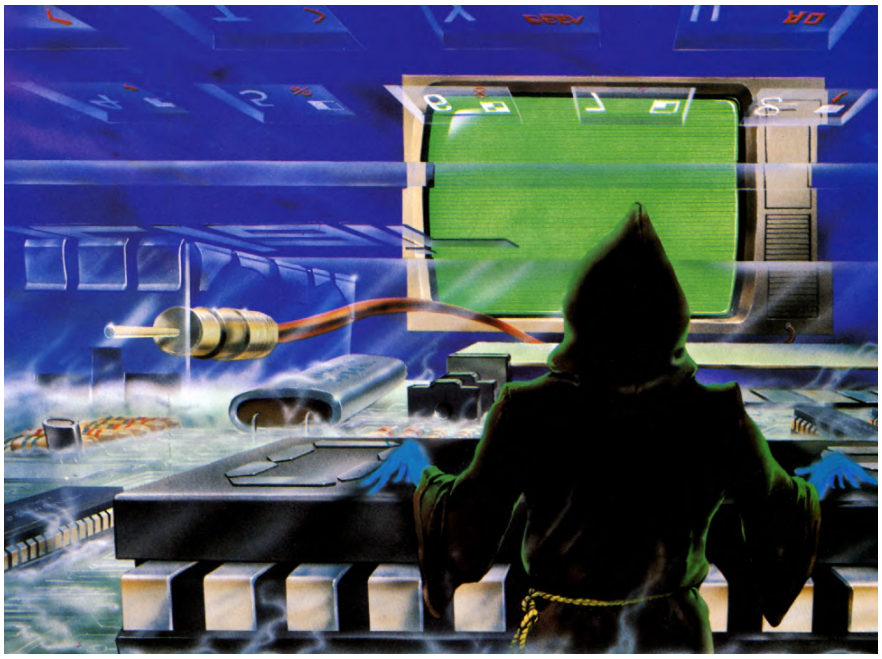


Bild: flickr.com/daniel rehn/bestimmte Rechte vorbehalten

diese nicht so erfolgreich. +++ Man munkelt, Lutz Hofer sage das nicht aus Scheiß. +++ Man munkelt, Erich Lamp meine, bei mangelnder

Bild: Städel Museum

Museum 2.0: Kultur zum „Liken"

von Alicia Ernst & Jonas Martin

Künstliche Intelligenz, die durch die Ausstellung führt oder gar eine Virtual Reality-Zeitreise in das 19. Jahrhundert? Die Digitalisierung hinterlässt ihre Spuren überall - auch in Museen.

Digitalisierung ist eines der Schlagworte der letzten Jahre. Politik, Unternehmen, Schulen und Universitäten beschäftigen sich damit und auch vor Museen macht sie keinen Halt. Im Haus der Geschichte, einer der bekanntesten Museumsinstitutionen Deutschlands, können sich Besucher seit Anfang des Jahres von einem Roboter mit einer künstlichen Intelligenz namens Eva durch die Ausstellung führen lassen. Dies ist nur ein Beispiel einer facettenreichen Entwicklung, die sich im Laufe der letzten Jahre in der Museumslandschaft abgespielt hat.

Dass man heute um diese Entwicklung kaum noch herumkommt, scheint sich in der Branche bereits herumgesprochen zu haben: Immer mehr Museen und Kultureinrichtungen sind auf verschiedenen Social Media-Kanälen, wie Instagram, Facebook, oder Youtube zu finden. In einem Plädoyer des Präsidenten des Deutschen Museumsbunds zur Digitalisierung heißt es, dass Museen heute „mitten in der digitalen Welt" zu verorten seien.

Doch was bedeutet Digitalisierung für diese Einrichtungen eigentlich? Welchen Herausforderungen, aber auch Chancen sehen sie sich gegenübergestellt? Anhand zweier Museen in Frankfurt am Main lassen sich die Neuerungen illustrieren.

Das Städel Museum: Mission Digitalisierung

Das Städel Museum veröffentlichte bereits 2014 ein „Mission Statement" zur Digitalisierung auf seiner Website. Das Kunstmuseum beruft sich in diesem in erster Linie auf seinen Bildungsauftrag und möchte mit der digitalen Erweiterung Begeisterung für Kunst und Kultur bei verschiedenen Zielgruppen schaffen. Möglich gemacht werden diese Zielsetzungen mithilfe einer Reihe digitaler Initiativen: darunter eine Städel-App, Online-Kurse in Kunstgeschichte, eine digital abrufbare Museumssammlung und sogenannte „Digitorials", multimediale, inhaltliche Begleitprogramme zu Ausstellungen. Das Ziel der vielfältigen Aktivitäten sei trotzdem keinesfalls, ein virtuelles Museum im digitalen Raum „nachzubauen". Virtuell wird es vielmehr in anderer Hinsicht, denn regelmäßig finden Zeitreise-Führungen durch die Ausstellungsräume mittels Virtual Reality-Technik statt. „Das Städel Museum nimmt auf diese Weise eine Vorreiterrolle auf dem globalen Feld der digitalen Vermittlung ein", heißt es im Mission Statement.

Neben der Vermittlungsfunktion findet sich die Digitalisierung vor allem in der Kommunikation des Kulturbetriebs wieder. Das Städel ist auf diversen Social-Media-Kanälen präsent, pflegt einen Blog und veranstaltet Events für die digitale Community. Die Strategie lautet, die umfangreiche Museumssammlung „dort zu kommunizieren, wo sich Menschen heutzutage informieren, unterhalten, austauschen: online". Die Inhalte werden plattformspezifisch zugeschnitten: auf Instagram werden Werke der Sammlung inspirativ mit Geschichten und Hintergrundinformationen aufbereitet, sowie kreative Stories konzipiert. Auf Facebook und Twitter werden Posts auch hin und wieder mit

Überzeugung zum eigenen Erfolg im Leben könne man sich direkt den Strick holen. +++ Man munkelt, Simon Kruschinski fröne in Pausen gerne

einem inhaltlichen Augenzwinkern verfasst und sind auf möglichst kurze Lesezeit ausgelegt. Auch Besucherfotos werden großzügig in die Contentgestaltung mit aufgenommen. Die Kommunikations- und die Marketingabteilung arbeiten hierbei gleichermaßen an der inhaltlichen Planung.

„Kommunikation in den sozialen Netzwerken bietet uns einen zielgruppenspezifischen Dialog auf Augenhöhe und die Möglichkeit eines unterhaltsamen, frischen und durchaus niedrigschwelligen Einstiegs in die zeitgemäße Vermittlung unserer Inhalte“, erklärt Axel Braun, Leiter der Presse und Onlinekommunikation am Städel. Wichtig sei dabei – trotz der Schnelllebigkeit und der Popularität von neuen Medien – die eigenen Qualitätsstandards nicht zu unterlaufen, die spezifische Identität der Institution im Blick zu behalten und immer korrekt, sowie möglichst authentisch zu kommunizieren, so Braun.

Bild: Städel Museum

Axel Braun, Leiter der Presse und Online-Kommunikation am Städel, begrüßt digitale Innovationen.

Im Städel, das als Bürgermuseum privat von Förderern und Partnern finanziell unterstützt wird, werde versucht, stets neue Wege und Arten der Kommunikation zu beschreiten. Doch wie begegnet ein städtisches Museum der Mammutaufgabe Digitalisierung?

Digitalisierung: eine Gratwanderung?

Auch das Jüdische Museum Frankfurt versucht, Konzepte der Digitalisierung umzusetzen. Auf ihrer Webseite finden sich Links zu diversen Social Media-Kanälen, wie Instagram oder Facebook. Auch auf Youtube ist das Museum präsent. Der Schwierigkeit, ein geeignetes Konzept zu entwickeln, das einen Museumsgang nicht obsolet erscheinen lässt, sieht man sich hier gegenübergestellt.

In einem Interview mit „Der Freitag” hebt die Direktorin des Museums, Dr. Mirjam Wenzel, hervor, dass es wichtig sei „die richtigen Storytelling-Formate zu finden”, die Stücke, die online gezeigt werden, vor allem also mit Geschichten zu versehen. Den eigentlichen Museumsgang solle dies nicht ersetzen, vielmehr solle durch eine ausgeprägte Online-Präsentation gewisser Ausstellungsstücke die Neugier der Betrachter geweckt werden.
Auf der Instagram-Seite der Einrichtung scheint dieses Konzept bereits umgesetzt zu werden. Den mehr als 1500 Abonnenten werden regelmäßig Bilder von Exponaten präsentiert, die mit einer kurzen Hintergrundgeschichte versehen sind. Neben zwei kleinen Absätzen auf Deutsch und Englisch dürfen natürlich auch die entsprechenden Hashtags nicht fehlen. Auf dem Youtube-Kanal des Museums finden sich analog dazu hauptsächlich kurze, dokumentarisch aufgearbeitete Videos zu bestimmten Themen. Die Facebook-Seite ähnelt dem Auftritt auf Instagram: Bilder von Exponaten, versehen mit einer kleinen Erklärung. Vergeblich sucht man in dem Social Media-Auftritt jedoch nach Bildern von glücklichen Besuchern, die „Selfie-schießend” durch die Ausstellung laufen. Der Fokus liegt klar auf der Präsentation der eigenen Ausstellung, ohne dabei den gewissen Bildungsfaktor unberücksichtigt zu lassen. Laut Wenzel führt ein guter online Auftritt zu steigenden Besucherzahlen, eine Ansicht, die auch der deutsche Museumsverband teilt. „Je besser es Museen gelingt, ihre Themen online zu vermitteln, desto mehr Besucher kommen ins Haus.”

Alles gar nicht so einfach

Allerdings ist der Weg zum digital vernetzten Museum auch mit einigen Hürden verbunden. Das Kunsthandwerk unterliegt dem Urheberrecht, solange das Ableben des Künstlers noch nicht 70 Jahre her ist. Innerhalb dieser Zeitspanne dürfen Kunstgegenstände nur mit speziellen Vereinbarungen für die visuelle Kommunikation verwendet werden. Die VG Bild-Kunst mit Sitz in Bonn ist dabei ein häufig genutzter Verwalter für derartige Reproduktionsrechte. Allerdings sind diese Vereinbarungen mit bürokratischen Aufwand, einem undurchschaubaren Rechtsdschungel und spezifischen und aufwändigen Zitierregeln verbunden. Beispielsweise gelten massive Einschränkungen für das Posten von Werken des Künstlers Pablo Picasso. Einige Museen drängten bereits mittels einer Petition auf eine einheitliche, gesetzliche Regelung für Kultureinrichtungen. Problematisch ist auch der Mangel an personellen Ressourcen, um den anfallenden Mehraufwand zu bestreiten. Hier haben es besonders städtische Museen schwer, sich der Digitalisierung in vollem Umfang zu widmen. Aber auch das Selbstverständnis von Museen als Hoheit der Kulturvermittlung wird auf die Probe gestellt. Während sich viele Museen, wie das Städel und das Jüdische Museum, klar für die digitalen Neuerungen positionieren, ist dies besonders für kleine Museen noch eine Herausforderung. Gerade aufgrund ebendieser Kulturhoheit ernten Museen auch Kritik: So stellen vorwiegend US-amerikanische Museen zunehmend ihre Präsenz auf den sozialen Netzwerken in den Fokus und fungieren damit als lediglich Instagram-taugliche Erlebniswelten – beispielsweise bei dem wandernden Museum of Ice Cream. Aber auch das Städel erntete bereits Kritik zu einer Community-Aktion. Ein Diskurs über Identität und Aufgaben von Kultureinrichtungen findet bereits in der Presse statt.

Museen sind also gleichermaßen wie Unternehmen oder das Bildungswesen, von digitalen Transformationen betroffen. Sie scheinen ein großes Potenzial und reichlich Experimentierfreude in der Kultur-PR zu bieten – sowohl inhaltlich als auch methodisch. Eine Mehrheit der Museen ist dabei, Formen der Kommunikation und Vermittlung zu finden, die dem Charakter einer gesellschaftlich fest verankerten Kultureinrichtung gerecht werden – um ihren eigenen Kommunikationsstil zu finden und im digitalen Zeitalter anzukommen.

seiner Leidenschaft, der Nespresso-Maschine. +++ Man munkelt, Gregor Daschmann rufe seine Hiwis gerne mal zu unchristlichen Zeiten an.

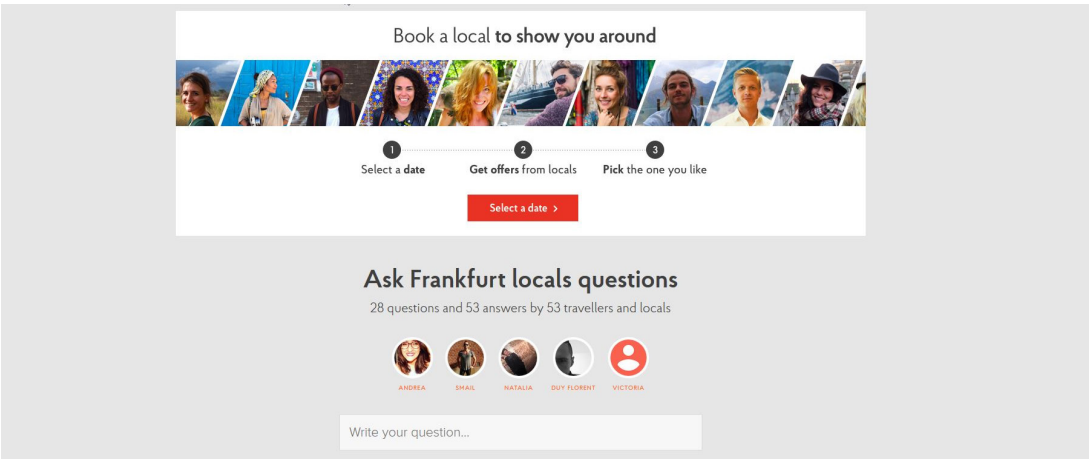


Bild: Screenshot/Like a Local

Geheimtipps für Jedermann

von Katharina Weber

Den Sommerurlaub schon gebucht? Wunderbar. Wir hätten da was für die Tagesplanung: Statt auf den altbewährten Reiseführer zu vertrauen, bietet die Internetseite „likealocalguide.com" die Möglichkeit, echte Geheimtipps zu erkunden. Egal ob Restaurants, Kneipen oder schöne Ausflugsziele – hier verraten die Bewohner vor Ort ihre absoluten Favourites.

Reiseführer gibt es längst in jeder erdenklichen Ausführung: als praktisches Taschenbuch, online im Internet oder aber als App auf dem Smartphone. Allerdings entpuppen sich die Tipps und Highlights in der Realität oftmals als teure Touristenfalle oder sind gar öde, unspektakulär oder überlaufen. Was wirklich fehlt, sind echte Geheimtipps. Die Website www.likealocalguide.com schafft jetzt Abhilfe. Hier können Einheimische Tipps und Empfehlungen abgeben und so neuen Gästen und Reiselustigen die wahren Hotspots der Stadt verraten. Doch nicht nur das: Auch eigene Stadtführungen und Touren werden von Locals organisiert. Was angeboten wird, entscheiden die Leute vor Ort. Der Kreativität sind dabei keine Grenzen gesetzt.

Beinahe alle Orte dieser Welt können auf der Website gesucht und die einzelnen Vorschläge durchstöbert werden. Dabei kann jeder kostenlos auf die Seite zugreifen und auch für seine Heimat eine Empfehlung abgeben. Die Seite ins Leben gerufen hat der Estländer Kalev Külaase. Nach seiner Weltreise 2012 kündigte er seinen Job und rief likealocalguide ins Leben, nachdem er auf seiner Reise genug schlechte Erfahrungen mit üblichen Reiseführern gemacht hatte. Bis heute haben sich 115.989 Locals aus 4.436 Städten dem Projekt angeschlossen und ihre Geheimtipps verraten. Doch nicht nur Reisende können für ihren nächsten Städtetrip hier fündig werden. Auch neue Stadtbewohner oder Alteingesessene entdecken vielleicht den einen oder anderen Tipp. Gerade für junge Leute, die für ihr Studium in eine fremde Stadt ziehen, ist diese Website eine echte Bereicherung.

Da sich die Seite international für alle Städte abrufen lässt, werden alle Beiträge auf Englisch verfasst. Jedoch werden natürlich nur Einträge für das Urlaubsziel gefunden, wenn sich die Leute vor Ort auch die Mühe machen, die Tipps zusammenzutragen. Genau da liegt allerdings der Haken: Viele Städte sind zwar im Verzeichnis vorhanden, besitzen jedoch keinen einzigen Eintrag. Während beispielsweise Frankfurt schon 104 Tipps für Reiselustige bereit hält, empfiehlt Wiesbaden immerhin zwei Locations. Mainz hingegen hat keinen einzigen Eintrag. Liebe Studis, ihr wisst was zu tun ist! Der ein oder andere Neu-Mainzer wäre mit Sicherheit dankbar für die Starthilfe in der schönsten Stadt am Rhein.

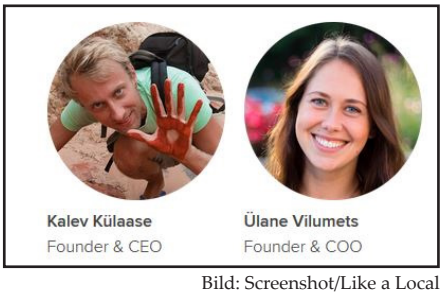


Bild: Screenshot/Like a Local

+++ Man munkelt, dies habe nicht der Hiwi selbst gemunkelt. +++ Man munkelt, der Dresscode am Forschungsschwerpunkt Unternehmens-

Bild: flickr.com/anthony Quintano

Internettrends – wenn der Wunsch nach Anerkennung an die Stelle von gesundem Menschenverstand tritt

von Lea Meinhardt & Wencke Conradi

Internettrends – jeder kennt sie, viele feiern sie und nicht wenige lassen es sich nehmen, mitzumachen. Ein Phänomen, das häufig so schnell verschwindet und in Vergessenheit gerät, wie es zuvor auf der Bildfläche erschienen ist. Viele dieser Trends scheinen witzig, andere können gefährlich werden.

Von der „Ice Bucket Challenge“, über die „Mannequin Challenge“ bis hin zu Bier- Nominierungen - In den vergangenen Monaten erregten viele solcher Trends Aufmerksamkeit. Sie sorgen für enormes Aufsehen und erreichen auf sozialen Plattformen unglaubliche Klickzahlen.

Risiken bleiben unbeachtet

Doch viele dieser „Trends“ haben auch ihre Schattenseiten, welche meist zunächst unbeachtet bleiben. Insbesondere, wenn sich das immer jünger werdende Publikum über die Risiken nicht bewusst ist. Gerade erst scheint die „Tide-Pod-Challenge“, bei der die Teilnehmer auf Waschmittelkapseln beißen sollen, in Vergessenheit zu geraten, da erobert schon die nächste gefährliche Challenge YouTube, Facebook und Co. Bei der „Deo-Challenge“ geht es darum, sich ein Deo-Spray so lange und so nah wie möglich auf die Haut zu sprühen. Auf Video festgehalten, haben schon viele Jugendliche an dieser etwas eigenartigen Form einer „Mutprobe“ teilgenommen, die doch auf den ersten Blick so harmlos wirkt. Der Wunsch nach Anerkennung verleitet scheinbar schnell dazu, dass jeglicher Menschenverstand aussetzt. Die Inhaltsstoffe von Deo-Sprays entziehen der Haut Feuchtigkeit und können schon nach kurzem und intensivem Kontakt zu Verbrennungen ersten bis dritten Grades führen. Im ersten Moment fühlt sich das Deo-Spray kalt und die Haut wie betäubt an, weshalb Schmerzen zunächst stark vermindert wahrgenommen werden. Verglichen damit würde man den Kontakt mit Feuer nicht annähernd so lange aushalten, obwohl die gesundheitlichen Folgen die gleichen sind. Oft sind die Schmerzen die im Nachhinein auftreten so noch viel stärker. Nicht selten bleiben tiefe, schmerzende Narben zurück, im schlimmsten Fall sogar dauerhaft.

Der Wunsch nach medialer Aufmerksamkeit

Was sind die Ursachen dafür, dass vor allem Jugendliche heutzutage solch ein Bedürfnis nach Aufmerksamkeit und Anerkennung verspüren und dabei nicht an die eigene Gesundheit denken? Liegt es an den immer jünger werdenden Nutzern von sozialen Netzwerken, falschen Vorbildfunktionen von Influencern oder doch am wachsenden gesellschaftlichen Druck und geringem Selbstwertgefühl? Es gibt wohl eine Vielzahl von Ursachen. Eine große Rolle spielt hierbei die Tendenz, dass sich immer mehr Menschen hauptsächlich über ihre Selbstdarstellung im Internet definieren.Die jungen Generationen wachsen heutzutage wie selbstverständlich mit Handys, Tablets und Co. auf und sind schon früh aktiv im Internet unterwegs. Sie geben Daten von sich preis und es setzt der Wunsch ein, sich online zu präsentieren. Dabei muss der Schein von Perfektion gewahrt werden, damit Likes, Kommentare und Followerzahlen ins steigen. Denn das ist, was heute zu zählen scheint. Jugendliche stellen sich im Internet so dar, wie sie es selbst gerne wären und beurteilen ihr Umfeld im Umkehrschluss ebenfalls anhand des medialen Auftritts. Ein dauerhaft falsches Selbst- und Fremdbild ist die Folge und führt schnell und unbemerkt zu steigendem Gesellschaftsdruck und starker Unzufriedenheit. Ein erschreckender „Trend“, wenn das Selbstbewusstsein abhängig von der Meinung anderer, meist sogar anonymer User, ist.

kommunikation sei blau-weiß-gestreift. +++ Man munkelt, besonders wenn ein Ausflug auf dem Rhein bevorstünde. +++ Man munkelt, der

IfP: Influencing since 1966

von der Publizissimus-Redaktion

Nach positivem Feedback zu den Superhelden-Dozenten aus der letzten Ausgabe, packen wir hier noch einmal die Photoshop-Skills aus und beamen uns in eine andere (Medien-)Realität. In dieser könnten die Karrieren der IfP-Belegschaft als gefeierte Youtube-Influencer ein wenig anders aussehen. In den Dozierenden schlummern eben noch andere versteckte Talente...

Mit #PR-Samples kennt sich **Thomas Koch** besonders gut aus. Das macht ihn zum hoch glaubwürdigen Produkttester. Stundenlang kann man ihm bei seinen Unpackings zusehen und in seiner Begeisterung für Konsumwaren baden. Seine Taste-Tests bestehen allerdings auffällig oft aus Schwärmereien über „Merci"-Schokolade und in Youtube-Kreisen munkelt man gar, er dürfe bald seine eigene „Merci"-Sorte kreieren – und wenn schon, wir Fans kaufen die Schoki auf Vorrat.

„Manchmal sind sie wirklich kleine Monster!". Wer diesen Satz hört, ist wahrscheinlich in einer Vorlesung oder auch auf dem Parenting-Channel von **Nick Jackob** gelandet. Der erfahrene Vater gibt seinen Followern Tipps rund um die Kleinen und Kleinsten der Gesellschaft. Vom Handy-Konsum über vegane, glutenfreie und laktosereduzierte Brei-Rezepte bis hin zu genderneutralen Schalfliedern. Hitzige Diskussionen in den Kommentarspalten weiß der Rhetorik-Experte von Berufswegen her zum Glück schnell zu schlichten.

Wenn auf den Fluren des IfP angeregte Fußball-Diskussionen ertönen, kann **Markus Schäfer** nicht weit sein. Als passionierter Mit-Organisator des alljährlichen Publi-Kicks, ist er auf dem „Feld" bestens informiert. Damit seine spitzfindigen Analysen aktueller Saisonpartien nicht am Fußballstammtisch untergehen, ist sein wöchentliches Bundesliga Wrap-Up live, in Farbe und in bester Auflösung auf Youtube verfügbar…wer braucht da noch „SKY"?

Was ist eigentlich gut für unser Well-being? Power-Yoga und ein veganer Lifestyle? Das kann doch Jeder! Wie wäre es denn mal mit einem Smartphone-Detox? **Leonard Reinecke** und **Adrian Meier** kennen sich durch ihre umfassende Forschung bestens mit dem subjektiven Wohlbefinden aus, sodass ihre dadurch erlangte Weisheit eine Bereicherung für alle digital-gestressten Seelen ist und unbedingt mit der Youtube-Community geteilt werden muss. Die Gurus vom Lehrstuhl für Medienwirkung und Medienpsychologie stellen Tipps für ein rundum gesundes Online-Verhalten und helfen bei akutem Prokrastinationsdrang.

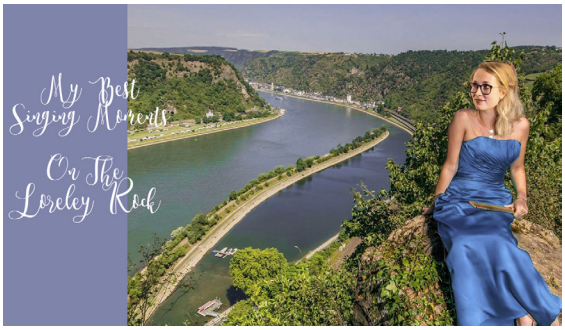
Grillkäse beim Publi-Kick sei dezent schwarz gewesen. +++ Man munkelt, Christian Schemer habe als Kind Pfandflaschen gesammelt, um sich

A Star is Born: Theo Rettich wurde für die vergangene Ausgabe des Publizissimus geschaffen, geboren aus dem Dialekt von **Christian Schemer**. Sein großes Potential wurde erkannt und mit Schemer als Produzent ist er zur Ikone komödiantischer Satire im Web aufgestiegen. Auf seinem Channel nimmt das Maskottchen Lügenpresse-Ankläger und Verfechter von „dornigen Chancen“ aufs Korn. Damit ist Theo sogar schon der legendären „Heute-Show“ eine Konkurrenz.

Vergesst Guido Maria Kretschmer, denn IfP-Frischling **Pascal Schneiders** ist immer mit maximalem Stil und Charme unterwegs – ein richtiges Fashion Victim. Auf seinem kultigen Lifestylechannel gibt der Winzersohn neben hippen Männermode-Lookbooks hin und wieder auch Tipps für einen exzellent-süffigen Wein. Sein Auftritt bei der nächsten Folge „Shopping Queen" aus Mainz ist bereits im Gespräch.

Bibis Beauty Palace und Dagi Bee waren einst beste Freundinnen, das ist wohl jetzt nicht mehr der Fall. Aber es existiert längst ein neues Traumduo: **Christine Meltzer** und **Nora Theorin**. Ihre „matching outfits“ auf der IfP-Facebookseite legen den Grundstein für einzigartige „my best friend does my make-up”- oder "most likely to..."- Videos. Auch wenn Nora Theorin leider schon wieder nach Göteborg zurückgekehrt ist, sind wir sicher, dass es da noch den ein oder anderen Vlog aus einem Mädelsurlaub in Schweden geben wird.

Viola Granow ist ein waschechtes Goldkehlchen. Allerdings sind von der ambitionierten Sängerin keine 08/15 Youtube-Coversongs zu verzeichnen, stattdessen lässt sie ihre Viewer-Community an einer Darbietung der besonderen Art teilhaben: Regelmäßig setzt sich die gelockte Blondine auf den Loreley-Felsen und trällert exquisite Auszüge aus den Musicals dieser Welt die tiefe Schlucht hinunter. Seitdem munkelt man unter Unwissenden, die Legende der Loreley im Mittelrheintal lebe fort - eine Rarität auf Youtube.



Da eh niemand mehr die Bravo liest, muss definitiv ein Ersatz für Dr. Sommer her! Nur gut, dass es **Richard Lemke** alias „The Love Doctor“ mit seinen forschungsbasierten Erklärvideos gibt. Wer würde denn auch sonst den Teenies vermitteln, dass man durch bloße Pornographienutzung nicht schwanger werden kann? Aber nicht verwechseln mit Dr. med(ia), dessen Identität bleibt nämlich TOP SECRET!

etwas Taschengeld zu verdienen. +++ Man munkelt, er sei sehr gut darin gewesen. +++ Man munkelt, Adrian Meier sei eigentlich gar kein

Ein Hashtag für den guten Zweck: Bloggen gegen den Krebs

von Alexandra Grün & Daria Polotzek

Bild: Instagram-Screenshot Blogger4Charity

Eine Initiative, die den Einfluss von Influencern auf eine etwas andere Art nutzt – nämlich für den guten Zweck: Blogger4Charity will Krebskranke nicht nur finanziell, sondern auch mit dem Support der Community und Vernetzung untereinander unterstützen, sowie mehr Bewusstsein für die Krankheit schaffen.

Blogger4Charity wurde vor etwa einem Jahr von Natalie Marchewka gegründet. Ziel ist es, ein Bewusstsein für die Krankheit Krebs zu schaffen und vor allem die Distanz zwischen Betroffenen aufzuheben, die noch nie in Kontakt mit der Thematik gekommen sind. Influencer unterstützen sie dabei und tragen durch ihre Reichweite die Botschaft nach außen. Die Initiative will den Erkrankten nicht nur durch eingenommene Geldspenden, sondern auch mit Kontakt und Beratung durch Ärzte zur Seite zu stehen. Da Natalie selbst ihren Brustkrebs erfolgreich besiegt hat, kann sie sich in die Betroffenen hinein fühlen und erklärt auf der offiziellen Website worum es primär geht: „Wir wollen den Betroffenen das Gefühl geben, ein ganz normaler Teil der Gesellschaft zu sein, ohne bemitleidet zu werden".

Das Team hinter dem Hashtag

Die Gründerin Natalie wird von acht weiteren Bloggerinnen bei der Planung der Events unterstützt. Auch selbst Betroffene, die bereits in den sozialen Netzwerken offen über ihre Krankheit sprechen und ihre Geschichten teilen, wie Mia de Vries, Marlene Bierwirth oder Elisa Buscher, stehen dem Team zur Seite. Ganz zentral für B4C sind natürlich auch Influencer, die durch ihre Reichweite einen großen Einfluss auf junge Frauen haben können und teilweise auch bei den Events vor Ort sind. Mit dabei waren unter anderem schon Anajohnson, Carmushka und Mina von Köln 50667. Zu bekannten Unterstützern gehört auch beispielsweise Youtuberin Ischtar Isik. Nicht nur Influencer sind begeistert von Natalies Engagement, auch viele bekannte Firmen unterstützen die Initiative. Mittlerweile zählen weltbekannte Marken wie L'Óreal Paris, MAC, Glossy Box und viele mehr zu den Sponsoren der Organisation. In Zukunft wird nun auch die DKMS Life (Deutsche Knochenmarkspenderdatei) und die Deutsche Stiftung für junge Erwachsene dem Team zur Seite stehen.

Ein Event für alle

Auf den Events gibt es zahlreiche Stände von genannten Sponsoren, außerdem Musik, Vorträge und natürlich Zeit, sich mit anderen Besuchern auszutauschen. Das erste Event fand im September letzten Jahres in Düsseldorf statt. Aufgrund der guten Annahme der Besucher und einer Spendensumme von fast 8000 Euro an diverse Stiftungen, können die Veranstaltungen in Zukunft weiterhin stattfinden. Das nächste Event wird im August in Berlin stattfinden und kann ab 12 Euro besucht werden.

Weitere Hashtags der Initiative: #fuckcancer #kimscrew

Im vergangenen Mai veranstaltete das Team eine Kinopremiere im UFA Palast in Düsseldorf, bei der der halbstündige Film #fuckcancer, der auch auf Youtube zu finden ist, gezeigt wurde. Dieser erzählt die Geschichte hinter B4C und zeigt Impressionen der Events.
Besonders im Fokus steht dabei auch die verstorbene Kim, die Anfang diesen Jahres den Kampf gegen den Brustkrebs im Alter von 30 Jahren verlor. Sie war unter dem Namen @kimspiriert auf den sozialen Netzwerken aktiv und teilte dort mit #kimscrew ihre Geschichte. Der Tod der jungen Frau war Auslöser zur Gründung von Blogger4Charity. Gründerin Natalie möchte Bewusstsein dafür schaffen, bei jeglichen körperlichen Beschwerden einen Arzt aufzusuchen. Wäre der Tumor der Verstorbenen Kim vier Monate früher gefunden worden, hätte sie womöglich bessere Überlebenschancen gehabt. Die letzte Einstellung des Films zeigt Kim, die in die Kamera spricht: „Ein gesunder Mensch hat 1000 Wünsche, aber ein Kranker hat nur einen. Ich möchte, dass ihr über diesen Satz nachdenkt."

Bild: Screenshot Instagram Blogger4Charity

Veganer. +++ Man munkelt, das seien Fake-News gewesen. +++ Man munkelt, Gregor Daschmann bleibe seinem alten Volvo treu. +++ Man

munkelt, bei diesem lasse sich nur die Fahrertür öffnen. +++ Man munkelt, Beifahrer seien sowieso überbewertet. +++ Man munkelt, Micha-

Bild: Screenshot Youtube

Spielbergs Virtual Reality
Ein Blick in die Zukunft?

von Kim Lottermoser

Steven Spielbergs neuster Film „Ready Player One" (USA 2018) ist der wahrgewordene Traum eines jeden Gamers. Was eine Hommage an Videospiele und die 80er-Jahre zu sein scheint, zeigt uns gleichzeitig, wie unsere Zukunft aussehen könnte.

Die Welt im Jahre 2045 ist eine triste. Die einzige Hoffnung für viele ist eine virtuelle Realität, die sogenannte Oasis. In diesem Multiplayer-Spiel kann jeder das sein, was er will - dem Avatar und der Phantasie sind keine Grenzen gesetzt. Auch für Wade Watts (Tye Sheridan) ist die Oasis wie ein Zuhause. Kein Wunder also, dass er alles daran setzt, seine virtuelle Welt zu beschützen, als sie von einem Großkonzern bedroht wird. Um die virtuelle Realität zu retten, müssen Wade und seine Freunde drei Aufgaben von Oasis Schöpfer James Halliday (Mark Rylance) finden, denn nur dann können sie dessen Erbe antreten. Unterstützt durch spektakuläre Digitaleffekte beginnt ein Kampf um die Zukunft der Oasis.

„Ready Player One" basiert lose auf dem Roman von Ernest Cline aus dem Jahre 2010. Das Buch, sowie der Film, blicken nostalgisch auf die 1980er zurück. Mit berühmten Hits wie „Stayin' Alive", „Everybody Wants To Rule The World" und zahlreichen Verweisen auf alte – wie neue Popkultur versucht der Film beinahe krampfhaft Jung und Alt in seine virtuelle Welt zu entführen.

Im Film zeichnen sich unverkennbare, klassische Muster des Regisseurs ab. Ein Einzelgänger, der am Ende durch die Kraft der Freundschaft stärker wird und die Liebe findet. Die „Underdogs" gegen einen schier unbesiegbaren Feind. Die epische Schlacht zwischen Gut und Böse geht in die nächste Runde – und das in einer vollkommen neuen Dimension. Der actiongeladene Sci-Fi-Film überzeugt mit einem soliden Plot, vor allem aber durch die aufwendigen CGI-Effekte, welche die Oasis förmlich zum Leben erwecken. Wie der Film selbst verspricht, ist die einzige Grenze des Möglichen, die eigene Phantasie. Egal ob rasante Autorennen oder epische Schlachten – alles ist in der virtuellen Realität möglich.

Auch an den Kinokassen hält sich der Film – mit einem weltweiten Einspielergebnis von etwa 580 Millionen Dollar (bis Juni 2018). Was klingt, wie ein Szenario der Zukunft ist heute kein Traum mehr. Schon jetzt kann man mit Hilfe von VR-Brillen in andere Welten abtauchen. Auch Multiplayer-Spiele begeistern bereits die Welt. Das CGI-Meisterwerk behält es sich vor, zu betonen, dass eine virtuelle Realität allerdings niemals die echte Welt ersetzen kann und gibt einen positiven Ausblick, egal wie düster das wahre Leben scheint.

Ob die Zukunft der Menschheit jedoch so aussieht, wie Spielberg und Cline es uns glauben lassen wollen, bleibt abzuwarten. Bis dahin haben Filme wie „Ready Player One" die Möglichkeit, mit ihrer Version zu unterhalten und uns einen kleinen Vorgeschmack auf unsere mögliche Zukunft zu geben.

Erscheinungsjahr: 2017
Originaltitel: Ready Player One
Regie: Steven Spielberg
Hauptdarsteller: Tye Sheridan, Simon Pegg, Olivia Cooke
Länge: 140 Minuten
FSK: 12

el Sülflow verbarrikadiere sich gerne im SB II. +++ Man munkelt, Leonard Reinecke habe immer Batterien dabei, falls sein Laserpointer mal den

Über die Manipulation der Medien durch Lobbyismus

von Anna-Lena Roll

Wer sich für PR und Öffentlichkeitsarbeit interessiert, ist mit Sicherheit schon mal über das Wort Lobbyismus gestolpert. Und wer sich für Lobbyismus interessiert, der hat garantiert den Politthriller „Die Erfindung der Wahrheit" (Original: Miss Sloane, USA + F 2016) gesehen, der sich mit der besonderen Art der Interessenvertretung in den USA beschäftigt, die auch ihre Spuren in der Medienberichterstattung hinterlässt.

Elizabeth Sloane (Jessica Chastain) arbeitet als Lobbyistin für eine Kanzlei, die von der Waffenindustrie den Auftrag bekommt, Lobbyarbeit gegen ein schärferes Waffengesetz zu betreiben. Sloane ist der eigenen Überzeugung nach jedoch für das Gesetz und wechselt daraufhin zur Gegenkampagne. Getreu ihrer Maxime „Lobbyisten mit Gewissen brauchen nur den Glauben an ihre Fähigkeit, zu gewinnen" arbeitet sie von nun an gegen die Waffenlobby und ihren ehemaligen Auftraggeber. Zu ihren Fähigkeiten zählen nicht nur die illegale Beschattung eines US-Senators, sondern auch das Inszenieren von Schießereien auf Freunde, Organisation von Großdemonstrationen und das Auffliegenlassen und Platzieren von Maulwürfen. Auch die Medien versteht Sloane zu kontrollieren, denn sie weiß genau, wie man Ereignisse inszeniert und die Berichterstattung beeinflusst: Sie arrangiert gezielt Medienereignisse, lässt z.B. einen Senator im Zuge einer Demonstration von einer überlebensgroßen Ratte verfolgen. Auch die gefürchteten „Crisis Actors" gehören zu ihrem Standardrepertoire, denn wer „die Gier der Konzerne anprangert ist gleich weniger glaubwürdig, wenn er neben einem Statisten-Penner steht der ein Schild hochhält mit ‚Schafft das Geld ab'".

In der Lobby brennt noch Licht

Manchen mag diese skrupellose Darstellung der Einflussnahme auf die Medienberichterstattung übertrieben erscheinen, doch das Netzwerk Recherche hat dieses Problem ebenfalls erkannt und in ihrer Publikationsreihe „nr-Werkstatt" mehrere Ausgaben zum Thema Lobbyismus/ PR veröffentlicht. Vor allem das Heft „In der Lobby brennt noch Licht" (Nr. 12, Juli 2014) beschäftigt sich eingehend mit Leitfragen zu Lobbyismus und Medien.

Dass viele Journalisten weitgehend unverarbeitet Artikel aus PR-Agenturen übernehmen, ist Publizistikstudierenden spätestens seit dem „Begriffe und Theorien"-Seminar bekannt. Dass aber ganze Institute von Lobbyisten hochgezogen oder finanziert werden, die de Journalisten dann als seriöse Nachrichtenquellen verkauft werden, ist selbst den Betroffenen meistens nicht bekannt. So stellte sich beispielsweise heraus, dass ein Lobbyist im Zuge des Ausbruchs der Vogelgrippe ein „Institut für Gesundheitsaufklärung" gegründet hat und damit für ein umstrittenes Impfmittel warb. Auch viele „unabhängige" Experten, die regelmäßig in den Nachrichten auftraten, wurden von der „Stiftung neue soziale Marktwirtschaft" bezahlt. Diese Stiftung (INSM) schaffte es nicht nur, Angela Merkel und anderen Politikern Zitate in den Mund zu legen, sie konnte auch für knapp 60.000 Euro Themen in insgesamt sieben Folgen der Serie „Marienhof" platzieren.

Was tun gegen beeinflusste Berichterstattung?

Es ist schlichtweg erschütternd, dass es solch eine perfide Einflussnahme auch in Deutschland gibt. Es muss entsprechende Konsequenzen geben, um Lobbyarbeit besser kontrollieren zu können. Manche fordern da ein Hausverbot für Lobbyisten im Bundestag, andere setzen sich z.B. im Verein LobbyControl dafür ein, dem Lobbyismus Grenzen zu setzen. Doch ganz wegzudenken ist PR-Arbeit dann eben doch nicht. Redaktionen sind im freien Markt zunehmend auf Material aus PR-Agenturen angewiesen und (freie) Journalisten sind häufig gezwungen, sich im PR-Bereich ein zweites Standbein aufzubauen.

Welche Konsequenzen können jetzt Politiker und Journalisten ziehen, um solch eine Art der Manipulation zu verhindern? Für beide gilt: Transparenz. Ob es um die Offenlegung von Zusatzverdiensten von Politikern geht, oder um die eindeutige Kennzeichnung von PR-Kooperationen: Transparenz ist der einzige Weg, der Öffentlichkeit zu ermöglichen, sich ohne jede Beeinflussung eine eigene Meinung zu bilden. Transparenz ist der einzige Weg, Machtstrukturen in der Politik aufzudecken, um eine transparente Demokratie zu schaffen.

Erscheinungsjahr: 2012
Originaltitel: Miss Sloane
Regie: John Madden
Hauptdarsteller: Jessica Chastain, Mark Strong, Gugu Mbatha-Raw
Länge: 132 Minuten
FSK: 12

Geist aufgibt. +++ Man munkelt, Erich Lamp sei von Jugendlichen schon mal Opfer genannt worden. +++ Man munkelt, das Mikrofon an Bord

Gladbeck-Drama: Wenn Echtzeitjournalismus Leben kostet – ethische Grenzen des Journalismus

von Hannah Fritsch & Leonie Berner

Denkt man heute an Situationen, in denen Journalisten den schmalen Grat zwischen öffentlichem Interesse und Sensationsgier überschreiten, ist meist die Bild-Zeitung der übliche Verdächtige. Reporter, die sich an Unfallorten oder Gerichtsverhandlungen tummeln und während Betroffene leiden schon die nächste Schlagzeile am Horizont erscheinen sehen. Über dieses Vorgehen entflammen in der Öffentlichkeit immer wieder Diskussionen, wie nah am Geschehen Berichterstattung sein darf. So auch das im März 2018 erschiene Drama Gladbeck (DE 2018).

Betrachtet man die Bibel des Qualitätsjournalismus, die Grundlage, auf der Fernsehen und Zeitung ihre Berichterstattung legitimieren können, die Werte und Normen festhält, so wird man auf einige Richtlinien stoßen, die scheinbar so offensichtlich sind, dass es beinahe absurd wirkt. Pressekodex Ziffer 11.2: Interviews mit Tätern während des Tatgeschehens darf es nicht geben. Festgehalten wird dieses Verbot jedoch aus gutem Grund:

Gladbeck, 16. August 1988: Dieter Degowski und Hans-Jürgen Rösner sitzen nach einem Banküberfall und der Entführung eines Busses in ihrem Fluchtfahrzeug. Mit im Auto: zwei junge Mädchen als Geiseln - und ein Journalist. Um sie herum: Schaulustige und Kameras, die versuchen die Geiselnahme hautnah für Millionen von Fernsehzuschauern festzuhalten. Erfolgreich: Die Geiselnehmer sind sogar zu Interviews bereit, die Mikrofone werden einfach durch die offene Fensterscheibe in das Fluchtfahrzeug gehalten. Dieter Degowski gibt bereitwillig Auskunft. Auch eine der Geiseln wird interviewt – während ihr von einem der Täter eine Waffe an den Kopf gehalten wird. Die Filmaufnahmen von damals lassen einen die Hände über dem Kopf zusammenschlagen: Polizeibeamte überfordert, Politiker konzeptlos und Journalisten, die sich ohne jedes Gewissen auf das Tatgeschehen stürzen. Abgesehen davon scheinen sie die Polizeiarbeit enorm zu behindern, die gesamte Situation sogar zu verschlimmern. Manch eifriger Fotograf sieht sich sogar in der Mittlerrolle zwischen Tätern und Polizei. Die Aneinanderreihung von Fehlentscheidungen und Kommunikationsversagen endet für drei der Beteiligten tödlich. Aber immerhin konnte ganz Deutschland den Real-Life-Krimi gemütlich vom Sofa aus mitverfolgen.

Emotionalität, Negativismus, Regionalität und Aktualität, noch heute relevante Nachrichtenfaktoren, prädestinierten die Geiselnahme von Gladbeck als mediales Superereignis. Doch rechtfertigt das Zutreffen all dieser Nachrichtenfaktoren die Instrumentalisierung der Geiselnahme für die Zwecke der Presse?

11.2: Bei der Berichterstattung über Gewalttaten, auch angedrohte, wägt die Presse das Informationsinteresse der Öffentlichkeit gegen die Interessen der Opfer und Betroffenen sorgsam ab.
11.3: Die Berichterstattung über Unglücksfälle und Katastrophen findet ihre Grenzen im Respekt vor dem Leid von Opfern und den Gefühlen von Angehörigen.

Über die Anwendung dieser Normen kann in einigen Fällen sicherlich gestritten werden, besteht sie doch zu großen Teilen aus subjektiver Einschätzung, bei deren Abwägung verschiedene Faktoren unterschiedliches Gewicht haben können. Die Aussage „Halt ihr nochmal die Knarre an den Kopf, ich habe das Bild noch nicht“ bricht jedoch ein absolutes Tabu. Ungeachtet des individuell variierenden Empfindens sollte jeder zu dem Schluss kommen, dass eine solche Aussage jedem journalistisch-ethischen Verhalten widerspricht und in keinerlei Kontext gerechtfertigt werden kann. Zutreffend festgehalten ist dies in Richtlinie 11.1, in der es heißt, eine Darstellung sei “unangemessen sensationell […], wenn in der Berichterstattung der Mensch zum Objekt, zu einem bloßen Mittel, herabgewürdigt wird.”

Die Geiselnahme von Gladbeck hat, wie kaum ein anderes Ereignis, die Richtlinien und Verhaltensvorgaben für den Journalismus neu definiert. Dies wird im Pressekodex eindrücklich festgehalten. Heute, 30 Jahre später, scheint ein solches Verhalten zumindest von Journalisten der Qualitätszeitungen nicht mehr denkbar. Ein Problem, mit dem wir uns heute wie damals noch immer konfrontiert sehen, ist der Grad der Intensität der Berichterstattung über Gewalttaten. Insbesondere im Bezug auf Terroranschläge entflammt immer wieder die Diskussion darüber, ob Journalisten sich durch eine häufige und umfassende Berichterstattung zum Sprachrohr von Terroristen instrumentalisieren lassen. Die große Frage bleibt also: Wie viel Aufmerksamkeit darf die Presse solchen Vorfällen zollen? Und wo endet die Informationspflicht der Massenmedien? Wo endet bei Gewalttaten das Informationsinteresse der Bevölkerung und wo beginnt der Schutz der Privatsphäre von Opfern und Betroffenen?

der Möwe habe einen eingebauten Spoilerschutz. +++ Man munkelt, es habe absichtlich die Startzeit des Publizisten-Quiz verschluckt. +++

"Bring dich bitte endlich um!" Cybermobbing ein Thema in Film und Realität

von Clara Vogelsang & Selene Mori

Bild: Filmstill „A girl like her"

Cybermobbing ist ein Problem, das mit der Digitalisierung immer mehr Einzug in die Gesellschaft gehalten hat. 38 % der Jugendlichen geben an, dass in ihrem Bekanntenkreis schon mal jemand über das Internet gemobbt wurde. Die Filme „Homevideo" und „A Girl Like Her" zeigen eindrücklich auf unterschiedliche Art und Weise, wie ihre Protagonisten durch Cybermobbing bis in den Tod getrieben werden.

A Girl Like Her (USA 2015)

Immer wieder erscheinen Nachrichten, wie „Bring dich bitte endlich um!" auf Jessicas Handy. Avery, ihre ehemals beste Freundin, schikaniert die 16-Jährige inner- und außerhalb der Schule. Persönlich und medial. Jeden Tag. Bis Jessica dem Druck nicht mehr standhalten kann und tatsächlich versucht, ihr ihren Wunsch zu erfüllen.

Doch der Film erzählt nicht nur Jessicas Geschichte, die durch private Aufzeichnungen ihres Freundes Brian in Flashbacks eingeblendet wird. Er zeigt nicht nur den Schmerz, den Jessicas Familie ertragen muss, die Tag und Nacht an ihrem Krankenhausbett sitzt. Er zeigt nicht nur Brians Reue, die Aufnahmen nicht schon vorher jemandem gezeigt zu haben. Er erzählt, durch eine Dokumentation, die an der Schule der Jugendlichen gedreht wird, auch die Geschichte der Mobberin, Avery.
Obwohl das Ende dazu verleiten mag, so zu denken, wird Avery nicht in Schutz genommen. Ihr Verhalten wird nicht gerechtfertigt, es wird lediglich versucht, und das ist der Drehbuchautorin hoch anzurechnen, die Hintergründe eines solchen Verhaltens zu klären. Die Mobberin, die „Böse", eben nicht nur als solche darzustellen, sondern als ebenso verletzlichen und emotionalen Menschen.

Ob der Stil eines Dokumentarfilms dazu beigetragen hat, das Geschehen als realistischer zu empfinden, ist fragwürdig. Oft hat dies zu Verwirrungen geführt, wer denn nun hinter der Kamera stehe und wieso jemand sich in einem solchen Moment filmen ließe. Es war die Figur von Jessicas Vater, die einen durch den Schmerz in das Geschehen hineingezogen und es greifbar gemacht hat. Nicht zuletzt die schauspielerischen Leistungen haben mit jedem Charakter mitfühlen lassen. Man war wütend, man war traurig, zwischendurch sogar auch glücklich und an der ein oder anderen Träne kommt sicherlich niemand vorbei, der diesen Film schaut.

„A Girl Like Her"
Erscheinungsjahr: 2015
Regie: Amy S. Weber
Hauptdarsteller: Lexi Ainsworth, Hunter King, Jimmy Bennett
Länge: 91 Minuten

Homevideo (D 2011)

Ein idyllisches Miteinander ist es nicht, das Jakobs Familie führt. Der Film beginnt mit einem Streit der Eltern und die zerrüttete Beziehung zieht sich ine. Der ist Polizist und fast nie zu Hause und wenn er es ist, verhält er sich aggressiv und verständnislos gegenüber seinem Sohn. In der Schule verliebt Jakob sich in die erst 13-jährige Hannah, die jüngere Schwester eines Mitschülers. Zuhause dreht er mit seiner Videokamera ein Video für sie, in dem er ihr seine Liebe gesteht und sich anschließend beim onanieren filmt. Ohne die Absicht, es ihr jemals zu schicken, lässt er die Kamera in seinem Zimmer liegen. Durch einen unglücklichen Zufall gelangt sie in die Hände eines Mitschülers, der ihn anschließend mit der Aufnahme erpresst.

Obwohl sich Jakob seinem Vater anvertraut und dieser sich für die Wiederbeschaffung der Kamera einsetzt, postet sein Erpresser das Video online und es verbreitet sich innerhalb kürzester Zeit an seiner Schule. Die gerade frisch begonnene Beziehung zu Hannah zerbricht, als sie von dem Video erfährt und selbst Teil des Gespötts der Mitschüler wird. Ihre Eltern wenden sich an die Schulleitung und es wird eine Elternversammlung einberufen, in der Jakob unteranderem sexuelle Belästigung und das Erstellen von kinderpornografischen Videos unterstellt wird. Obwohl seine Eltern ihn vehement vor der Schulleitung verteidigen, wird er von der Schule suspendiert.

„Homevideo"
Erscheinungsjahr: 2011
Regie: Kilian Riedhof
Hauptdarsteller: Jonas Nay, Wotan Wilke Möhring, Sophia Boehme
Länge: 89 Minuten

Sein Vater setzt sich für einen Schulwechsel von Jakob ein, um dem Mobbing zu entgehen. Zunächst scheint sich die Lage zu bessern, durch das ge-

Man munkelt, Johannes Beckert habe bei benanntem Quiz ein Buch über Agenda Setting gewonnen. +++ Man munkelt, laut Pascal Schneiders

meinsame Engagement für ihren Sohn entspannt sich das Verhältnis zwischen Jakobs Eltern und auch Hannah nähert sich ihm nach einer Weile wieder an. Jakob bleibt allerdings so traumatisiert und verzweifelt, dass er sich, als er erfährt, dass das Video auch an seiner neuen Schule die Runde macht, mit der Dienstwaffe seines Vaters das Leben nimmt.

Eine Gegenüberstellung

Kilian Riedhof hat mit Homevideo einen packenden und gleichzeitig erschreckend realistischen Film geschaffen, der ohne Klischees und dramatische Überspitzung auskommt und nüchtern das Leben eines Jugendlichen erzählt, der durch einen banalen Zufall solange gemobbt wird, bis er den Tod als einzigen Ausweg sieht. A Girl Like Her von Amy S. Weber ist ein Film, der starke Nerven und eine Packung Taschentücher verlangt und einen schon fast dazu zwingt, die Welt auch mal aus einer anderen Perspektive zu sehen. Beide Filme behandeln auf unterschiedliche Weise das Thema Mobbing und enden mit dem gleichen verzweifelten Hilfeschrei der Opfer. Während Jessicas versuchter Selbstmord Thema des ganzen Filmes ist, da er das erste ist, was gezeigt wird und der Film danach in Rückblenden erzählt wird, stellt der Selbstmord von Jakob hingegen das Ende des Films dar. Obwohl man mit Jessicas Selbstmord, ohne jegliches Vorwissen zu den Gründen, ins kalte Wasser geschmissen wird, ist es leichter, Jessicas Emotionen und Entscheidungen nachzuvollziehen, da ihr Leid auf eine persönlichere Art und Weise dargestellt wird. Zu Jakob eine Verbindung herzustellen ist schwerer, da er seine Verzweiflung und Trauer mit sich selbst ausmacht und ihm eine offene und ehrliche Beziehung zu seinen Eltern fehlt. So kommt sein Selbstmord am Ende wie aus dem Nichts, da bereits eine scheinbare Besserung der Situation eingetreten ist. Dennoch werden beide Jugendliche beeindruckend echt verkörpert und das sensible Thema wird in beiden Filmen realistisch und mitreißend dargestellt.

Infobox:
Mobbing hört nicht nach der Schule auf. Hilfe findest du rund um die Uhr bei der Telefonseelsorge unter der 0800 111 0 111

Cambridge Analytica – Pleite, Aufgelöst, weg vom Fenster?

von Simon Imhof

Nach dem großen Knall gab Cambridge Analytica relativ schnell ihre Insolvenz bekannt. Doch ist dies wirklich das Ende der „manipulativen Datenkrake?"

Der Cambridge-Analytica Skandal der vergangenen Monate ging in die Geschichte ein. In der darauffolgenden hitzigen Diskussion stand insbesondere Facebook im Fadenkreuz der Kritik. Das ging soweit, dass auch die für Facebook so wichtigen Werbepartner, wie beispielsweise der Lebensmittel-Gigant „Unilever", mit Boykotten drohten.

Neugründung unter neuem Namen

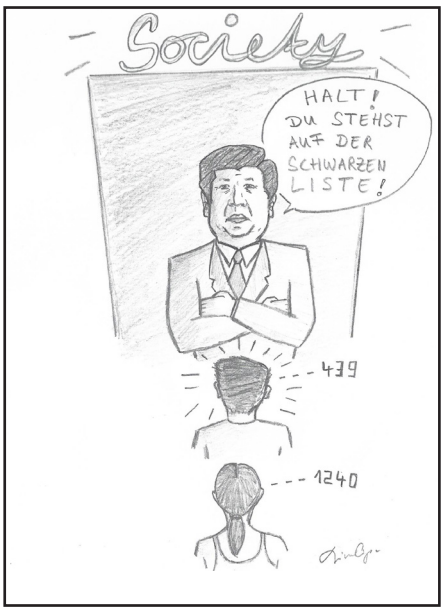
Relativ wenig Aufmerksamkeit blieb dabei für Cambridge Analytica selbst. So wenig, dass man sich dort für einen interessanten Schritt entschied: Während Cambridge-Analytica und sein britisches Equivalent „SCL-Group" die Auflösung und den Bankrott bekannt gab, startete der dahinter stehende Mutterkonzern, SCL-Elections, ein drittes Datenanalyse Unternehmen namens „Emerdata Limited". Dieses teilt sich mit Cambridge Analytica nicht nur die Selbe Adresse, auch die beteiligten Personen bleiben weitestgehend die Gleichen. Alexander Nix, ehemals CEO bei Cambridge Analytica und unfreiwilliger Auslöser des zurückliegenden Skandals, ist genauso führendes Mitglied wie Julian Wheatland und Alexander Tayler die zuvor Vorstandsvorsitzende bei SCL-Group waren. Direktoren von Emerdata sind außerdem auch Jennifer und Rebekah Mercer. Sie sind die Töchter von Robert Mercer, einem Milliardär und Trump-Freund der seit 2006 politische Organisationen des rechten Spektrums mit mehr als 34 Millionen Dollar unterstützte.

Wie geht es weiter?

Die Financial Times bekam jedoch Wind von Emerdata. Zahlreiche Medien griffen den Bericht auf, sodass sich das Unternehmen doch in den Schlagzeilen fand. Wenige Tage später verkündete Nigel Oakes, Gründer der SCL-Group das endgültige Ende, auch das der Neugründungen: „Es ist das Ende der Show", eklärte er Bloomberg News, „es gibt kein zusammenarbeitendes Team mehr, alle machen jetzt ihren eigenen Kram". Also ein Ende aufgrund von fehlenden Mitarbeitern? Tatsächlich haben Alexander Nix und Alexander Taylor inzwischen ihre Posten bei Emerdata Ltd. niedergelegt. Das Unternehmen ist in den britischen Firmenregistern aber noch immer als „aktiv" zu finden und auch die übrigen prominenten Führungsmitglieder sind weiter als Verantwortliche vermerkt.

Rechtlich wurden die Beteiligten bisher übrigens nicht belangt. Ganz im Gegenteil, sie fühlen sich sogar ungerecht behandelt und beschuldigten mehrfach die Medien für die Insolvenz ihres Unternehmens. Man habe legal gehandelt, und sei für Aktionen „verunglimpft" worden, die legal und allgemein akzeptiert in der Online-Werbung seien.

habe er noch viel zu lernen. +++ Man munkelt, Leonard Reinecke mache als Agent 007 die Gänge des Instituts unsicher. +++ Man munkelt,



Karikatur: Leonard Haferkamp/Timur Cipa

Xi Jipingiswatchingyou!

von Lena Gerlach

Bis 2020 will China ein totalitäres Überwachungssystem einführen. Bürgerinnen und Bürger, aber auch Unternehmen sollen entsprechend ihres Wohlverhaltens in Kategorien eingestuft und bewertet werden – eine Republik auf dem Weg in die IT-Diktatur?

Es erinnert stark an das von George Orwell beschriebene Szenario. Was der Autor bereits vor knapp siebzig Jahren in seiner Dystopie „1984“ angedacht hat, scheint nun in China Realität zu werden – die totale Überwachung. Millionen Kameras fangen Tag für Tag das Leben der rund 1,4 Millionen Chinesen ein. Polizeiangaben zufolge, soll Chinas Hauptstadt bereits zu 100 Prozent mit Kameras abgedeckt sein. Dabei arbeiten sie mit modernster Technik zur automatischen Gesichtserkennung. Personen können so binnen weniger Sekunden identifiziert und geortet werden. Laufend werden Daten gesammelt und ausgewertet. Selbst das Papier auf öffentlichen Toiletten gibt es nur im Tausch mit biometrischen Daten. Rund um die Uhr Überwachung ist für Chinas Bürger bereits Alltag.

„Die Guten ins Töpfchen, die Schlechten ins Kröpfchen“

Nun geht Chinas Regierung noch einen Schritt weiter und plant die Einführung eines nationalen Sozialkreditsystems. Eine Art „Schufa des Lebens“. Bürgerinnen und Bürger sollen anhand ihres digitalen Verhaltens bewertet werden. Wer brav seine Rechnungen zahlt, gesunde Babynahrung kauft und die eigenen Eltern pflegt, hat nichts zu befürchten. Wehe aber, man geht bei Rot über die Ampel, konsumiert pornografische Inhalte im Netz oder äußert sich gar systemkritisch auf Sozialen Netzwerken. Die Strafe – Punktabzug. Anders als in Deutschland, ist das Punktesammeln in China also eine erstrebenswerte Tugend. Jeder Bürger startet mit 1000 Punkten. Ab 1.300 Punkten gilt man als „vorbildlich“ und wird in die beste Kategorie: AAA eingestuft. Wer hingegen durch schlechtes Verhalten so viele Minuspunkte sammelt, dass er einen Wert von 600 Punkten unterschreitet, wird abgestuft in die schlechteste Kategorie: D. Betroffene landen auf einer sogenannten „schwarzen Liste“. Dies hat zur Folge, dass sie weder eigenständig Flugtickets kaufen noch Kredite beantragen können. In einigen Fällen muss sogar der Jobverlust hingenommen werden.

Ganz nach dem Prinzip „naming and shaming“ ist die Liste der „schlechten Menschen“ frei zugänglich.

Derzeit existieren bereits über 40 Pilotprojekte in verschiedenen Städten. Bis 2020 soll das System flächendeckend bestehen. Ob es Chinas Regierung gelingt, den Plan der digitalen Erziehung vollends umzusetzen, ist zweifelhaft. Weiterhin stellt sich die Frage, wie mit den Massen an gesammelten Daten umgegangen wird. Kritiker befürchten Manipulation und Missbrauch. Trotz aller Unsicherheiten ist eines aber klar – wer in nächster Zeit George Orwell oder „1984“ auch nur bei Google eingibt, muss mit Punktverlust rechnen.

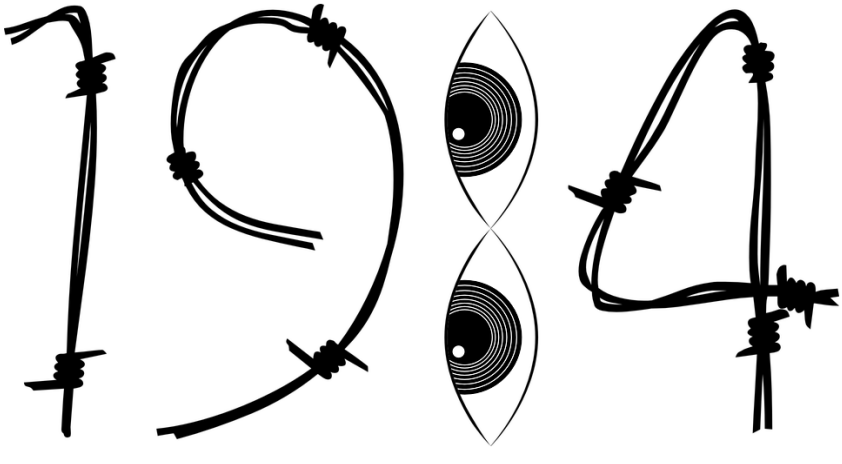
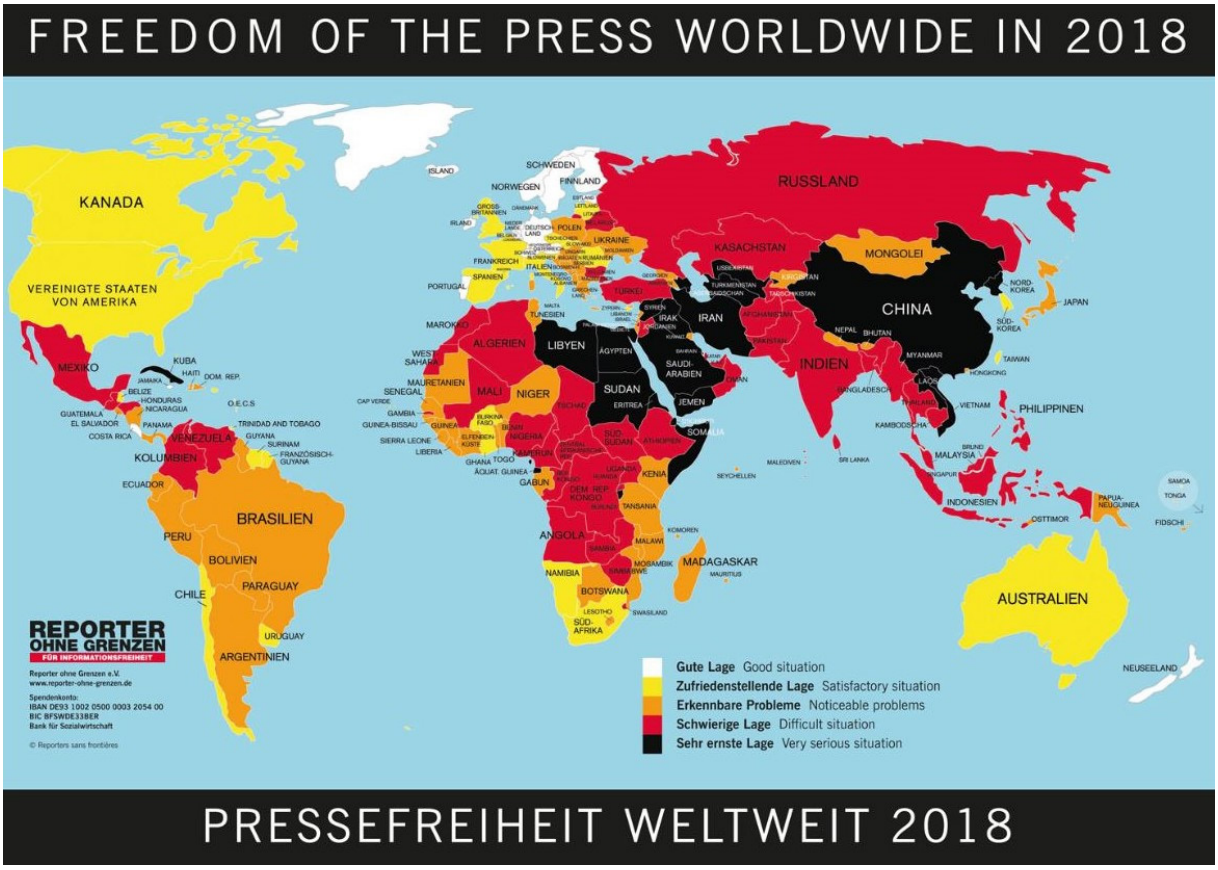


Bild: pixabay.com_GDJ CC0.png

Das geplante Überwachungssystem erinnert stark an George Orwells Dystopie "1984".

Oli Quiring habe seine Rolle als Aquaman aus der vergangenen Ausgabe des Publizissimus gefallen. +++ Man munkelt, er trage von nun an



Screenshot: Reporter ohne Grenzen

„Wo sind die Rechte der toten Journalisten?“

von Nico Bodden und Isabel Knippel

Jedes Jahr veröffentlicht die Organisation „Reporter ohne Grenzen“ eine Rangliste zur Pressefreiheit in der Welt. Besonders die Platzierungen einiger europäischer Länder überraschen und zeigen negative Entwicklungen auf. Doch wie genau erstellt man eine Liste von etwas, das sich nicht numerisch messen lässt und wie repräsentativ ist das Ergebnis?

Ein solches Gut wie Pressefreiheit zu messen erscheint auf den ersten Blick nicht leicht. Schließlich lassen sich keine Werte dazu ablesen. Einheitliche Statistiken zu finden ist unmöglich. Reporter ohne Grenzen hat deshalb eine ganz eigene Methode entwickelt, um ein vergleichendes Ranking zu erstellen.

Grundlage dieser Methode ist ein Fragebogen. Diesen Fragebogen schickt die Organisation jedes Jahr an Korrespondenten, Partnerorganisationen, Journalisten, Wissenschaftler, Juristen und Menschenrechtsaktivisten aus allen Ländern des Planeten. In ihm befanden sich dieses Mal 117 Fragen. Diese waren unterteilt in sechs inhaltliche Kategorien: Medienvielfalt, Unabhängigkeit der Medien, journalistisches Arbeitsumfeld, rechtliche Rahmenbedingungen, institutionelle Transparenz und Produktionsinfrastruktur.Als zusätzliche siebte Kategorie lässt Reporter ohne Grenzen die Zahl der Gewalttaten gegen Journalisten im jeweiligen Land einfließen. Die empirischen Daten dazu erhebt die Organisation selbst. Allerdings ist nicht transparent ablesbar, wie sie ermittelt werden. Anhand der Auswertung der Daten der Fragebögen und der Gewalttaten wird jeder Kategorie ein Wert von 0 bis 100 zugewiesen. Dabei gilt: je niedriger die Zahl, desto besser. Jedes Ranking bezieht sich auf das Jahr der Veröffentlichung.

Alles gut in der EU?

Rein intuitiv würde man vielleicht von der Regel ausgehen: Je entwickelter ein Land ist, desto freier darf die Presse in diesem berichten. Doch in einigen Industrienationen wird eine negative Entwicklung deutlich. Auch einige Mitgliedsstaaten der Europäischen Union (EU) lassen sich eher im unteren Teil des Rankings finden. Und das, obwohl

Barfußschuhe. +++ Man munkelt, Nick Jackobs Oma trage ihre Wurzeln im ältesten Fischfachgeschäft von Mainz. +++ Man munkelt weiter, er

eine freie Presse als eine der Beitrittsbedingungen zu dem Bündnis gilt. Besonders Polen und Ungarn stechen hierbei hervor. In beiden Ländern herrschen seit einiger Zeit rechtspopulistische Regierungen. Die von ihnen verabschiedeten medienpolitischen Gesetze spiegeln sich auch in der schlechten Platzierung in der Rangliste von Reporter ohne Grenzen wieder. Beide Länder sind in den letzten Jahren massiv abgerutscht.
Polen steht mittlerweile nur noch Platz 58 des Rankings. Reporter ohne Grenzen bemängelt insbesondere, dass die Regierung durch den nationalen Rundfunkrat die Vergabe von Lizenzen beeinflussen kann. Zudem werden Verleumdungsklagen gegen Satiriker stark kritisch betrachtet.
Noch düsterer sieht es in puncto Pressefreiheit in Ungarn aus. Das Land, das vor Viktor Orbáns Amtsantritt 2010 noch auf Platz 23 lag, belegt nun den 73. Platz der Rangliste. Die Regierung legte damals einen neuen Kurs fest, dem die ungarischen Medien zu folgen haben und setzt diesen durch die Medienaufsichtsbehörde NMHH durch. Diese ist dazu befugt, Strafen zu verhängen, wenn die Berichterstattung eines Mediums inhaltlich nicht als „politisch ausgewogen“ gilt. Die Mitglieder der Behörde werden von der Regierung bestimmt.Andere Industrienationen wie Großbritannien (Platz 40), die USA (Platz 45) und Japan (Platz 67) stehen ebenfalls verhältnismäßig weit hinten im Ranking.

Wie ist die Lage in Deutschland?

Sucht man Deutschland unter den Top Ten der Tabelle, so wird man nicht fündig. Vergangenes Jahr noch auf Platz 16, konnte Deutschland 2018 einen Rang gut machen. Die Platzierung ist nicht schlecht, aber auch die deutsche Pressefreiheit bleibt nicht frei von Kritik. Vor allem beim G20 Gipfel im vergangenen Jahr in Hamburg, als eine Großdemonstration eskalierte, gab es einige Übergriffe und Einschüchterungsversuche gegenüber Journalisten. Zudem klagte Reporter ohne Grenzen 2017 dagegen, dass der BND die verschlüsselt an Redaktionen übermittelten Daten überwacht. Dennoch soll durch ein neues Programm ein systematischer Eingriff, der auch als „Staatstrojaner“ bezeichnet wird, möglich werden. Ein anderes BND-Gesetz soll es möglich machen, deutsche Journalisten, die im Ausland tätig sind, darauf zu kontrollieren, ob sie im politischen Interesse Deutschlands handeln.
Im skandinavischen Norwegen, das den ersten Platz auf der Rangliste der Pressefreiheit einnimmt, sieht es schon anders aus: Behörden sind dazu verpflichtet, über ihr Schaffen Auskunft zu geben und den Schutz von Informanten zu gewährleisten. Im Gegensatz zu Deutschland ist auch ín abgelegenen Gegenden der Zugang zum Internet garantiert und Onlineinhalte werden nicht zensiert. Hohe Transparenz steht hier im Vordergrund.

Costa Rica als überraschender Vorreiter?

Während manche europäische Länder eher negativ auffallen, gibt es auf dem südamerikanischen Kontinent auch positive Überraschungen. So belegt Costa Rica den zehnten Platz der Rangliste.Das Land entwickelte sich in den vergangenen Jahren stark zugunsten einer freien und unabhängigen Presse. So schaffte das Verfassungsgericht ein Gesetz ab, das 120 Tage Haft für Verleumdung vorsah, kippte ein Gesetz, das Strafen für die Publikation geheimer politischer Informationen vorsah und 2014 entschied ein Gericht, dass die Abhörung von Journalisten, um deren Informanten herauszufinden, gegen die Verfassung verstößt. In der Summe ergibt das für Costa Rica in den vergangenen acht Jahren einen Sprung um vier Plätze nach oben und so steht es wesentlich besser da als seine Nachbarländer.

Doch wie erleben Bewohner des Landes die Pressefreiheit? Wir hatten die Möglichkeit, mit jemandem zu sprechen, der selbst einige Jahre in Costa Rica gelebt hat. Er zeichnet das konträre Bild einer von der Politik resignierten Bevölkerung, die sich wenig über das aktuelle Geschehen informiert und relativ unkritisch die verschiedenen Zeitungen, Fernsehen, Radio und Angebote im Netz nutzt. Hinzu kommt die Korruption: Es gibt beispielsweise keine aktuelle Berichterstattung über Vorfälle gegen Journalisten, doch das heißt nicht, dass gegen Journalisten nicht vorgegangen wird. Bekannte Ermordungen von Journalisten liegen zwar schon Jahre zurück, aber die Ermittlungen und Prozesse laufen langsam, sie sind immer noch nicht abgeschlossen. Die 26-jährige Noelia aus Costa Rica sagt hierzu: „Costa Rica erscheint im Ausland als ein respektvolles Land – wo aber sind die Rechte dieser Toten?“ Doch trotz alledem findet sich in Costa Rica viel Raum für Diskussion und gerade im Radio gibt es viel kulturelles und politisch kritisches Programm. Dennoch gibt es trotz der guten Platzierung Costa Ricas noch einiges zu bemängeln.

Wie repräsentativ ist dieses Ranking?

Auch Reporter ohne Grenzen kann nicht alles erfassen; vielleicht sind „hunderte Experten auf allen Kontinenten“, wie es in der Methodik des Rankings heißt, bei 180 untersuchten Ländern ja doch zu wenig, um sich ein genaues Bild über die Pressefreiheit in einem Land verschaffen zu können. Auch deswegen steht Reporter ohne Grenzen von vielerlei Seiten in der Kritik. Dadurch, dass die NGO unter anderem von der französischen Regierung und der regierungsnahen amerikanischen Stiftung National Endowment for Democracy finanziert wird, wird der Organisation außerdem selektive Wahrnehmung zugunsten westlicher Länder vorgeworfen. Zudem fällt auf, dass der Fragebogen oder ein genauer Bericht nicht veröffentlicht werden, was das Ranking intransparent macht.
In der Methodik von Reporter ohne Grenzen steht allerdings auch, dass die Rangliste der Pressefreiheit keinen Anspruch erhebt, wissenschaftlich repräsentativ zu sein. Wenn man es so betrachtet, ist das Ranking somit ein guter Weg, um auf die Pressefreiheit gerade in Ländern, in denen diese stark bedroht ist, aufmerksam zu machen und mehr Leute dazu zu bewegen, sich für Meinungsfreiheit in all ihren Dimensionen einzusetzen.

Die interaktive Weltkarte:
Einfach den QR-Code scannen oder folgenden Link abtippen: https://www.reporter-ohne-grenzen.de/weltkarte/#rangliste-der-pressefreiheit

könne den Job an der Fischtheke jederzeit übernehmen. +++ Man munkelt, er sei ein toller Hecht und damit ein guter Fang für den Job. +++

„Ich trete quasi in die Fußstapfen von Elisabeth Noelle-Neumann“

von Greta Pässler

Bild: Greta Pässler

In diesem Jahr geht er an ihn: Fabian Viehmann erhält den Publizissimus-Preis aber nicht etwa für sein besonderes Engagement in der Lehre – sondern für seinen besonderen Einsatz für den Publizissimus selbst. Warum der Preis nicht, wie für gewöhnlich an einen Mitarbeiter des Instituts oder der Uni geht, sondern an „unseresgleichen“? Wir finden ganz einfach, dass sich niemand den Preis in diesem Semester so verdient hat wie er und sagen: Herzlichen Glückwunsch!

Infobox:
Der Zentrale Fachschaftenrat (ZeFaR) ist neben seiner Funktion als Vermittler und Berater der Fachschaften auch Geldgeber für Fachschaftsprojekte. Partys, Ersti-Fahrten, Sommerfeste sowie Fachschaftszeitungen werden durch ihn finanziert. Dass der ZeFaR die Druckkosten für den Publizissimus nicht länger übernehmen kann, erfahren Redaktion sowie der Fachschaftsrat Publizistik als Herausgeber des Publizssimus erst Anfang Februar. Zu diesem Zeitpunkt befindet sich die Ausgabe des Wintersemesters mit einer Auflage von 700 Heften bereits im Druck. Eine Auseinandersetzung schaukelt sich zwischen Redaktion und ZeFaR-Vorstand hoch, ausgetragen zum Großteil via E-Mail. Die für juristisch unbedarfte Publis echte Herausforderung lässt die Nerven blank liegen und eine Einigung scheint nicht besonders realistisch. Bei einem Projekt, dessen einziger finanzieller Aufwand eben jener für den Druck ist, schwindet uns mal eben die Existenzgrundlage dahin. Fabian ist es, der damals den Mail-Account des Fachschaftrats Publizistik betreut – und über diesen auch kurzerhand in die Bresche springt. Juristisch unerwartet gut versiert tippt er zu dieser Zeit kurzerhand eine Reihe von E-Mails an den ZeFaR-Vorstand, die zwar so schnell auch keinen derartigen Rechtsstreit schlichten kann, zumindest aber die Wogen deutlich glätten und die Position des Fachschaftsrats in der Diskussion untermauern. Mit enormem Engagement und rechtlichem wie hochschulpolitischem Knowhow, mit dem er uns zur Seite stehen konnte, ist Fabian für uns Schlüsselperson in diesem Konflikt. Noch mehr Hintergrundinfos zur ZeFaR-Story lest ihr im Titel auf S. 9.

Lieber Fabian, im Namen der Redaktion darf ich dir herzlich gratulieren: Du bist in diesem Semester der Gewinner des Publizissimus-Preises. Überrascht dich das?
Auf jeden Fall! Besonders weil im Institut momentan so viel passiert,wie zum Beispiel in der Alumni-Arbeit. Da ist einiges im Kommen und ich freue mich, dass ich trotz der großen Konkurrenz den Preis bekommen habe.

Für uns ist der Preis gleichzeitig auch eine Möglichkeit, Danke zu sagen! Du hast dich in diesem und dem vergangenen Semester in besonderem Maße für den Publizissimus eingesetzt, indem du dich mit Rechtsfragen auseinandergesetzt und wie ein Irrer Mails geschrieben hast, ganz ohne dass wir dich darum gebeten hätten – und das war wirklich Gold wert! Gold haben wir leider keins… Was war dann deine Motivation?
Das war gar keine Frage. Als die erste Mail vom ZeFaR kam habe ich zunächst geantwortet, um überhaupt zu erfahren, was los ist. Ich konntenicht verstehen, dass der ZeFaR ein so erfolgreiches Projekt wie den Publizissimus, das Studierenden wie auch den Machern – also auch Studierenden – so viel bedeutet, nicht finanzieren will. Naja, und dann bin ich da irgendwie ein bisschen reingeschlittert (lacht).

In der Fachschaft engagierst du dich auch schon fast deine gesamte Studienzeit über – noch etwas, wofür wir dein Engagement gegenüber Studierendenhonorieren könnten, aber das allein reicht dann leider doch nicht aus… Wie gelingt es dir, Uni, Nebenjob und Fachschaftsarbeit miteinander in Einklang zu bringen?
Also da gibt es auf jeden Fall noch deutlich mehr Menschen, die das mindestens so verdient hätten wie ich! Wirklich langfristig habe ich das mit der

Man munkelt, Markus Schäfer wolle nicht spoilern. +++ Man munkelt, meistens spoilere er dann doch. +++ Man munkelt, Adrian Meier sei

Fachschaftsarbeit aber tatsächlich nicht geplant, da kommt immer mal noch eine Aufgabe hinzu, dann noch eine und noch eine. Es ist ein bisschen wie mit der Hilfe für den Publizissimus, dass man da mehr so hineinrutscht, weil man sieht: da muss etwas gemacht werden. Manchmal ist man bloß gerade zur falschen Zeit am falschen Ort (lacht). Nicht falsch verstehen, es macht ja auch Spaß und es freut mich immer wieder zu sehen, dass man etwas erreichen kann – so hoffentlich auch für den Publizissimus!

Warst du auch in der Schule schon immer in der SV oder kam dieser Wunsch, aktiv zu werden erst mit der Uni?
Also wenn man das als Reputation nennen kann: In meiner Schulzeit war ich fast immer Klassensprecher und damit auch automatisch in der Schülerversammlung, was zugute hatte, dass ich öfter mal eine Stunde schwänzen durfte (lacht), denn zu den Sitzungen der Schülerversammlung musste man ja… Aber in der SV selbst war ich nie. In die Fachschaft bin ich eher über Freunde gekommen. Viele aus meinem Freundeskreis engagierten sich da bereits, so bin ich natürlich dann auch häufiger zu den Veranstaltungen gegangen, habe ein paar Mal mitgeholfen – und schon war ich drin!

Deine Bachelorarbeit hast du bis vor kurzem über die Identifikation von Meinungsführern in Messaging-Diensten geschrieben und wolltest hierfür sogar einen Algorithmus programmieren. Wie kamst du auf die Idee? Und wie hat das funktioniert?
Vor meinem Publizistik-Studium habe ich mal ein Semester lang Informatik studiert. Das interessiert mich immer noch sehr und daraus entstand die Idee, dass ich in meiner Thesis irgendetwas zwischen Publizistik und Informatik machen möchte. In meinem Kopf schwirrte die Frage: „Was können Unternehmen aktuell mit einem WhatsApp-Chat anfangen? Was kann man da rausholen?“ Meinungsführer haben eine gesellschaftliche Tragweite, das heißt, wenn es möglich ist Meinungsführer innerhalb eines WhatsApp-Chats zu identifizieren, kann man in der Folge möglicherweise auch Massen beeinflussen.
Ursprünglich wollte ich dafür einen Algorithmus programmieren, mit dem man Chatverläufe anonymisieren und auswerten kann. Das wäre leider viel zu viel Arbeit gewesen. Aber hätte ich mehr Zeit gehabt und auch im Vorhinein schon mehr Kompetenz fürs Programmieren hätte ich das gerne gemacht. Ich habe aber vor, mir das Programmieren selbst weiterbeizubringen und irgendwann ein entsprechendes Programm zu entwickeln. Zunächst um zu sehen, wie praktikabel das Verfahren im Endeffekt überhaupt ist. Ich würde aber schon sagen, dass das eine Art langfristigeres Projekt von mir ist.

Neben deinem ganzen Engagement: Wie entspannst du am liebsten, was machst du in deiner Freizeit?
Ich lese sehr gerne, versuche aber auch ständig, mir Neues anzueignen. Im Moment lerne ich wie gesagt Programmieren, um mich einfach fachlich weiterzubilden… Entspannen? Hmm, ich glaube am liebsten mit Freunden am Rhein.

Jetzt nimmst du mir die Frage fast vorweg: wie geht es bei dir jetzt nach Abgabe der Bachelorarbeit weiter?
Ich trete quasi in die Fußstapfenvon Elisabeth Noelle-Neumann (lacht). Fürs Masterstudium in Social and Economic Data Science gehe ich zum kommenden Wintersemester nach Konstanz – nur einen Katzensprung von Allensbach entfernt. Vorher möchte ich aber noch einen Roadtrip machen, mich in meinen Corsa setzen und den Balkan erkunden. Nach dem Semester in Budapest habe ich schon ein bisschen etwas davon gesehen, dieses Mal würde ich aber gerne noch weiter runter fahren, in Richtung Albanien. Lonely Planet hatte Albanien zuletzt als „Place to be“ auserkoren!

Noch ein paar kürzere Fragen: Was wolltest du als Kind werden?
Zahnarzt oder Pilot. Wegen ersterem habe ich sogar mein Latinum gemacht.

Meenzer Weinschorle oder Bier?
Ähm… (überlegt kurz) Erst Wein, dann Bier, wenn der Abend länger wird. Aber lieber Wein.

Auf welches Medium könntest du am wenigsten verzichten?
Bücher. Das ist bei immer sehr phasenweise, aber im Moment ist wieder eine Phase, in der ich sehr, sehr viel lese. Zur Abiturvorbereitung hatte ich mir damals auch verschiedene Autobiografien gekauft und zuhause gelesen, zum Beispiel von Malcolm X, weil ich einfach Bock darauf hatte.

Dein Lieblingsort in Mainz ist…?
Der Fachschaftsraum (lacht). Nein, der Winterhafen ist auch schön, die Planke Nord war schön, der Marktplatz und überhaupt, fast überall am Rhein ist es schön. Mein Favorit ist glaube ich die Theodor-Heuss-Brücke bei Nacht, mit ihren Lichtern.

Gibt es einen Tipp, den du Studienanfängern mit auf den Weg geben würdest?
Ja, das ist etwas, das ich selbst erfahren habe ist: Man darf auch mal eine falsche Studienwahl treffen. Wichtig ist bloß, dass man sich dessen bewusst wird und auch akzeptiert, wenn ein Fach nichts für einen ist, da sollte man sich nicht weiter dran verbeißen. Bei Informatik war das für mich nicht so schwer, mir hat das Fach quasi geholfen (lacht). Denn obwohl ich wirklich Interesse dafür hatte und auch wenn es schade ist, dass ich durch die Pause wichtige Kenntnisse verloren habe, die ich jetzt ja doch noch gebrauchen könnte, wo ich tatsächlich mit dem Master in diese Richtung zurückgehe, hat es mir anscheinend nicht geschadet, das anfangs ausprobiert zu haben.

Zu guter Letzt noch eine persönliche Frage: Was wird dir aus deiner Zeit hier in Mainz am prägendsten in Erinnerung bleiben?
Boah, da gibt es schon einiges! Viele Momente der Publi-Partys sind auf jeden Fall dabei. Und der Publizissimus natürlich auch!

Danke für das Interview und alles Gute für dich, Fabian!

einst Pfadfinder gewesen. +++ Man munkelt, auf der Riverboat Shuffle seien 80 Liter Wein beseitigt worden. +++ Man munkelt, „Don't Stop

Roulette – Haut schlägt Chat?

von Melanie Döring & Timo Konrad

Zwei überraschend gutaussehende Studenten sitzen donnerstagmittags in einem abgedunkelten Wohnheimszimmer. Die Miete ist teuer, der Wein bricht das Eis, vor ihnen ein BAföG-finanzierter High-Performance-Laptop. Start. Es grüßt sie ein leicht bekleideter Herr mittleren Alters. Es sollte nicht der Letzte bleiben.

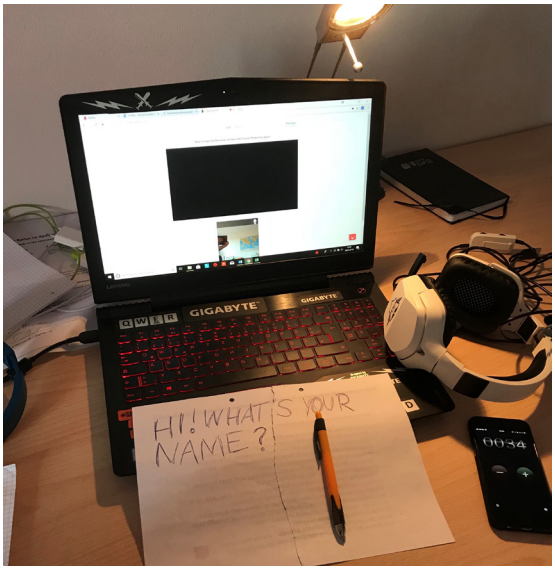


Bild: Melanie Döring & Timo Konrad

Der kundige Leser wird erkannt haben: die Rede ist von Chatroulette. Wer erinnert sich nicht an die Abende, in denen man kichernd mit seinen Schulfreunden Menschen aus aller Welt begegnet ist? So wurde von Angesicht zu (meist) Angesicht die eine oder andere Konversation abgehalten. Zu den interessanteren Begegnungen dieser Art zählt für die Schreiberin dieser Zeilen ein Heiratsantrag im Austausch für drei Ziegen aus Tunesien.

Zurück zu besagten Mitgliedern der geistigen Bildungselite. Knapp neun Jahre nach Veröffentlichung des Random-Videochat-Portals öffnen sie die Frontkamera und stellen die erste Veränderung fest: Chatroulette erbittet ein „smile at the camera“ als Zugangsvoraussetzung. So sollen wohl etwaige Fake-Profile herausgefiltert werden. Ansonsten alles beim Alten: Man trifft via Webcam per Zufall auf allerlei Gestalten. Diese Gespräche können jederzeit durch Klick auf die Leertaste beendet werden.

Die Untersuchung startet zunächst mit männlichem Probanden. Nach absolviertem Face-Scan trifft er auf Afif und Justin aus – Deutschland. Hm. Ein Problem kommt auf: Das Mikrofon will nicht. Im Unterschied zu früheren Abenteuern gibt es ironischerweise keine Chatfunktion mehr. Was nun? Dank grenzenloser Improvisationsfähigkeit wird kurzum zu Stift und Papier gegriffen. Die Grenzen dieser Methode finden sich in der mangelnden Variation der möglichen Erhebungsdaten: Sie beschränken sich auf Name, Alter, Herkunft und die Frage, was sich das Gegenüber in einer solch seltsamen Ecke des Internets erhofft. Afif und Justin zeigen sich leider nach kurzer Zeit nicht bereit, unser Spiel mitzuspielen: „Ick schreib des jetz net alles oof“. Nach einigen erfolglosen Versuchen, ein vernünftiges Gespräch zu führen, trifft unser Versuchskaninchen auf Isa aus den Niederlanden, die für einen kurzen Wortwechsel bereit ist – im Gegensatz zum Mikrofon. Isa (22) berichtet von ihrer Langeweile und dem Willen, neue Leute kennenzulernen. Ob sie hier richtig ist? Weiter. Zwei 16-jährige Finninninnen (?) in der Schule finden Gefallen an der Testperson: „You´re hot!“ Ok, danke. Plötzlich ein 46-jähriger Franzose. Isst er da pure Butter? Jedenfalls erhofft er sich Damenkontakt.

Führungswechsel: Unsere weibliche Kandidatin übernimmt. Die Anzahl der Wegdrücker nimmt sicherlich aufgrund ihres Charakters drastisch ab (Cramers V=1.0 oder so, wir lernen das gerade erst. Bei Fragen wenden Sie sich bitte vertrauensvoll an Dr. Leonard Reinecke.). Los geht´s. Die Beweggründe des Mazedoniers David sind simpel: „I wanna get fucked“. Das könnte schwierig werden. Florian aus Österreich ist zum ersten Mal hier und wirkt traumatisiert. Der nächste Gesprächspartner ist wiederum Franzose und wirkt sehr freundlich. In einem dramatischen Plottwist stellt er sich als leidenschaftlicher Fußfetischist heraus. Nein, danke. Next! Danach ein erfrischender Wechsel: es ergibt sich ein angenehmes Gespräch mit Victor, einem in Dubai lebenden Inder. Er arbeitet als in Melbourne studierter IT-Fuzzi und sendet sein gesamtes Gehalt an seine Familie. Ein Wunder geschieht: das Mikrofon funktioniert! Das erleichtert das Ganze. In den folgenden Versuchen trifft man auf Menschen in der Badewanne und auf der Toilette, die sich wenig kommunikativ zeigen. Eugen aus der Ukraine ist Biker und erfreut über seine deutsche Gesprächspartnerin, der er begeistert von deutschen Pornos erzählt. Huch, ist das PewDiePie? Nein, es ist Felix, 28, aus Schweden (es ist PewDiePie!). Er ist begeistert von unserer Studie, möchte jedoch seinen Namen in David umgeändert wissen (um nicht erkannt zu werden). Dieser Bitte kommen wir gerne nach.

Nun zur Bilanz: Aus einer Stichprobe von 200 Personen ergab unser Nacktzähler einen stolzen Wert von 56. Klingt nicht dramatisch – ist es aber. Die Teilnehmer befanden sich unter anderem in Australien, Neuseeland, England, den USA, überraschend oft in Benelux- und skandinavischen Staaten, Spanien, Italien, Chile und Argentinien. Die Probanden trafen auf fünf Fake-Profile, was für den Gesichtsfilter spricht. Sie wurden unfreiwillig Zeugen von Drogenkonsum, zwei Personen, die in der Nase bohrten, drei Mittelfingern und ungefilterten Meinungen wie „you´re so gay“ und „you´re ugly“, was durch ein drittklassiges Gitarrenkonzert von Pablo, 38, auch nicht ausgeglichen werden konnte. Hach ja, das Internet.
Also lieber Leser. Was haben wir gelernt? Wenn ihr demnächst einen lustigen Abend auf Chatroulette plant: lasst es sein. Solltet ihr an unseren neuen Bekannten Gefallen gefunden haben, können wir gerne vermitteln, wir würden Euch nicht verurteilen.

Eure Melanie, Euer Timo

Believing“ von Journey versetze dort sowohl IfP-Dozierende als auch Studis in Partylaune. +++ Man munkelt, Lutz Hofer sei auf Publi-Parties

Vom Campus aus die Welt entdecken: Wie das Uni-Reisebüro studentische Reisepläne unterstützt

von Alina Schilling & Pauline Deichelmann

Dass es Reisebüros im klassischen Sinne noch gibt, ist schon ein Wunder, wo doch allgemein bekannt ist, dass alle Reiselustigen im Internet ihre Flüge und Reisen buchen. In Zeiten von SkyScanner, Kayak und Holiday Check und Co., versprechen Vergleichsportale stets die günstigsten Flugangebote und Unterkünfte zu finden.

Auf dem Campus der Johannes Gutenberg-Universität Mainz befindet ein Reisebüro der Kette STA Travel, kurz für „Start the Adventure Travel". Die Firma ist ein internationales Unternehmen, das 1979 von zwei jungen Australiern gegründet wurde. STA Travel hat sich auf die Vermittlung von „Weltentdeckermomenten" spezialisiert. Neben der Zentralmensa, hinter Bäumen und einem Bankautomaten versteckt, liegt das kleine, für die meisten Studenten unbekannte, Reisebüro.

Das Angebot ist sehr vielfältig.

Von Gruppenreisen nach Asien, über Work und Travel in Ozeanien bis hin zu einer Safaritour durch den Regenwald in Brasilien ist alles dabei. Auch für diejenigen, die beispielsweise eine Tour mit dem Camper durch Namibia planen, oder sich für eine Schiffsexkursion in der Antarktis interessieren, hält das Reisebüro passende Angebote bereit. Das Besondere an diesen Angeboten ist, dass nicht das Abhaken von Sehenswürdigkeiten im Vordergrund der Reise steht, sondern es hier darum geht, jenseits der Touristenpfade das Land und dessen Leute kennenzulernen. Immer mehr Studenten bereisen in den Semesterferien die Welt, wobei für die meisten bei der Reiseplanung jedoch der Kostenfaktor anstatt die individuelle Beratung im Vordergrund steht. Nutzen Studenten tatsächlich ein Reisebüro auf dem Campus? Und welche potenziellen Vorteile bringt das Reisebüro?

Insidertipps und Ansprechpartner während der Reise.

Steffi, aus der STA Filiale auf dem Campus berichtet, dass sie sich über zurückgehende Kundenzahlen nicht beklagen können. Das gesamte Unternehmen verbuche nach eigenen Angaben konstante und sogar leicht gestiegene Kundenzahlen. Für Steffi, die bereits seit sieben für STA Travel arbeitet, liegen die Vorteile von einer Buchung im Reisebüro klar auf der Hand. „Der Service ist ganz klar einer der größten Vorteile. Wir liefern Tipps und Insiderinfos, sind Profis im Recherchieren und Buchen und als Ansprechpartner immer an der Seite unserer Kunden - nicht nur vor der Reise, sondern auch währenddessen". Falls es also vor Ort Probleme mit Buchung einer Unterkunft, oder Veränderungen im Reiseverlauf gibt, können die Mitarbeiter des STA Travel in Deutschland kontaktiert werden.

Laut Steffi ist für viele Studierende Südostasien immer noch das Reiseziel Nummer eins, besonders für diejenigen, die das Backpacking neu für sich entdeckt haben. Die Kunden werden zudem immer jünger. Oft ist die hier gebuchte Reise, die erste Große in die Welt. Zum Work and Travel sind weiterhin Australien und Neuseeland sehr beliebt. Für jedes Reiseziel sei ein Spezialist von STA Travel vor Ort, der auf Grund seiner Erfahrung authentisch und aus erster Hand berichten könne. Viele der Mitarbeiter bezeichnen sich selbst leidenschaftliche Weltenbummler und können deswegen Insiderinfos und Tipps an Reisende weitergeben, davon versucht uns Steffi zumindest zu überzeugen. Ausprobiert haben wir die Beratung am Ende nicht, dafür ist Mainz schließlich auch zu schön…

Starke Konkurrenz aus dem Internet?

Das Reisebüro selbst sieht das Internet nicht als Konkurrenz zu ihrer Arbeit, eben genau auf Grund solcher Erfahrungen. Obwohl das Internet 24 Stunden am Tag, 365 Tage im Jahr für die Suche von Urlaub zur Verfügung steht und hier ein Schnäppchen das nächste jagt, schätzen laut Steffi viele Studierende die Beratung und die entspannte Atmosphäre in der Filiale auf dem Campus.

Ein Fazit zu ziehen ist schwierig, da jeder für sich selbst entscheiden muss, was die beste und angenehmste Art des Suchens ist. Nichts desto trotz sind Reisebüros und deren Beratung oft unterschätzt. Wer unsicher ist und sich Hilfe in der eigenen Planung wünscht, für den ist das Reisebüro auf dem Campus vielleicht einen Besuch wert, damit die Reise genau so wird wie man es sich vorstellt und sich individuelle Reiseträume erfüllen können.

Bild: Pauline Deichelmann

eine wahre Stimmungskanone. +++ Man munkelt, Simon Kruschinski sammle gerne Beweismittel von Veranstaltungen, die er besucht hat.

Bild: Marco Verch/flickr.com

„Ab der CDU sind für mich alle Parteien links“

Von Alexander Tartac

Am 02. Mai 2018 fand im Audimax der Johannes Gutenberg-Universität ein Vortrag des bekannten Autors und Religionskritikers Hamed Abdel-Samad statt. Durch den Auftritt sollte das neue Buch des Islamkritikers “Integration: Ein Protokoll des Scheiterns” beworben werden. Im Mittelpunkt der Veranstaltung standen dementsprechend insbesondere die Themen Migration, Islam und Integration, die auch so ihren Platz im universitären Diskurs finden. Die Prominenz des Vortragenden machte die Veranstaltung allerdings zu einer Besonderen. Ein Erfahrungsbericht.

Das Audimax der Uni ist unter Studierenden vor allem wegen der immer schlechten Luft nicht der beliebteste Hörsaal. Meist kann sich der engagierte Student auch noch kurz vor Veranstaltungsbeginn seinen Platz frei aussuchen. An diesem Abend war es anders. Viele Interessierte waren aufgrund des Andrangs nicht dazu in der Lage, die Räumlichkeiten überhaupt zu betreten. Laut der Giordano-Bruno-Stiftung, deren Hochschulgruppe Hamed Abdel-Samad einlud, waren etwa 400 Personen anwesend. Diese Zahl ist allerdings anzuzweifeln, da das Audimax nach offiziellen Angaben der Universität lediglich 280 Personen Platz bietet.

Die Veranstaltung fiel besonders durch das hohe Sicherheitsaufgebot auf. Neben einer recht starken Präsenz von Sicherheitsleuten und Polizei, sollten auch Taschenkontrollen einen sicheren Ablauf der Veranstaltung garantieren. Dies lässt sich zwar durch den Bekanntheitsgrad Abdel-Samads erklären, wirkte allerdings dennoch zum Teil inszeniert. Zudem bestand das Publikum aus ungewöhnlich vielen Personen, die offensichtlich in keiner Beziehung zur Universität stehen und durch ihr höheres Alter auffielen.

Der Vortrag selbst wurde durch eine Präsentation von Zahlen und Fakten eingeleitet, welche im Anschluss eine Argumentationsstruktur zum Thema Migration und Integration ermöglichen sollten. Was den ersten Teil des Vortrages betrifft, so wurde bereits hier ein gewisses Agenda Setting im Rahmen der Veranstaltung betrieben. Türken, Araber, Muslime - diese Gruppen, mitsamt ihrer Überschneidungen untereinander, wurden von Abdel-Samad als Grund für eine gescheiterte Integration verantwortlich gemacht, da sie als Ganzes betrachtet überwiegend integrationshemmend

+++ Man munkelt, dazu zählten unter anderem Namensschilder und Zeitungsartikel. +++ Man munkelt, Vanessa Zauner nutze manchmal ihr

seien. Dies sei auch durch Zahlen zu begründen. Als Beispiel hierfür nannte Abdel-Samad die Anzahl an Sozialhilfeempfängern und verwies darauf, dass keine Bevölkerungsgruppe so viele Empfänger staatlicher Hilfe aufweise, wie Türken und Araber. Seine Aussagen waren hierbei prinzipiell korrekt, wiesen aber erhebliche Kritikpunkte auf und waren ebenso bewusst reißerisch. Er ließ allerdings außer Acht, dass es zum einen durch die Flüchtlingskrise eine erhebliche statistische Verzerrung bei den Zahlen arabischstämmiger Hartz IV-Empfänger gibt und zum anderen, dass die aufgeführten Beispiele lediglich in absoluten Zahlen in seine Argumentation passen. Anhand aktueller Daten des statistischen Bundesamtes lässt sich bei der Betrachtung der Rate der Hartz IV Empfänger von Türken in Deutschland feststellen, dass diese ähnliche Ausmaße hat wie die Rate russischstämmiger Hartz IV Empfänger in Deutschland.

Im weiteren Verlauf der Veranstaltung wurde aber weitaus seltener auf Argumentationen zurückgegriffen, sondern vielmehr auf eine bewusste Polemik, die man jedoch mehr als rhetorische Herausforderung an das Publikum verstehen konnte. Hier ist beispielsweise die Aussage zu nennen, dass alle Parteien ab der CDU links seien und somit die AfD die einzige Partei im Bundestag ist, welche nicht dem linken politischen Spektrum zuzuordnen sei.

Es wurde aber auch vermehrt Augenmerk auf eine säkulare gesellschaftliche Haltung gelegt und die Bedeutung dieser für eine funktionierende Gesellschaft, welche es auch ermöglichen sollte ohne strukturelle Diskriminierung eine Bereitschaft zu signalisieren, dass Integration keine reine Bringschuld von Zuwanderern sei. Diese Ideen säkularer Natur sind dabei nicht zuletzt auch Schwerpunkte des Veranstalters, nämlich der Giordano-Bruno-Stiftung. Diese befasst sich insbesondere mit Themen der Aufklärung und kritisiert dabei regelmäßig Positionen kirchlicher und staatlicher Institutionen, wie zuletzt auch die Bestimmung der Bayerischen Landesregierung, welche das Aufhängen christlicher Kreuze in Behörden verpflichtend machte. Allerdings haftet auch der Giordano-Bruno-Stiftung eine Kontroverse an, da sie 2011 dem australischen Philosophen Peter Singer einen Ethikpreis verlieh. Singer hatte sich insbesondere durch seinen Einsatz für Tierschutz einen Namen gemacht, jedoch fiel er auch durch seine Meinung auf, nach der es ethisch unproblematisch sei, das Leben Neugeborener zu beenden, solange bestimmte Voraussetzungen wie eine schwere Behinderung, fehlendes Schmerzempfinden oder ein fehlendes Selbstbewusstsein gegeben seien.

Die Universität ist ein Ort der politischen und gesellschaftlichen Vielfalt. Viele Veranstaltungen verschiedener Hochschulgruppen fallen im studentischen Alltag kaum auf. So ist es immer wieder interessant, Einblicke in neue Themen und Meinungsbilder zu bekommen, auch wenn sie nicht den eigenen Ansichten entsprechen. Der Vortrag von Hamed Abdel-Samad viel insbesondere durch eine Thematik auf, die aktuell auch die gesamtgesellschaftliche Agenda dominiert. Auch der Veranstaltungsrahmen lässt sich auf Grund des hohen Sicherheitsaufgebots durchaus als besonders bezeichnen. Auf eine Anfrage, um mehr zu den Positionen der Stiftung und insbesondere der Hochschulgruppe der Giordano-Bruno-Stiftung in Erfahrung zu bringen, wurde allerdings nicht reagiert.

Bild: Facebook-Screenshot

Integration: Ein Protokoll des Scheiterns
Erschienen: 2016, Droemer HC
Länge: 272 Seiten

Handy im Auto, wenn sie lange an einer roten Ampel stehe. +++ Man munkelt, aufgrund ihres schlechten Gewissens würde sie aber den Motor

Zwischen Goldbären und Kindheitsträumen – ein Praktikum bei Haribo

von Sarah Ullerich & Hannah Ginsbach

Bild: Julia Leipe

Haribo macht Kinder froh und Erwachsene ebenso! Ob der Werbespruch einer der größten Süßwarenkonzerne in Europa wohl stimmt? Das kann Julia Leipe, Studentin der JGU und Praktikantin bei HARIBO, dem Publizissimus wohl am besten erzählen.

Jeder von uns kennt die berühmten Goldbären, die das 1920 in Bonn gegründete Unternehmen Haribo zu internationalem Erfolg geführt haben. Ein Praktikum beim deutschen Konzernriesen und Süßigkeitenparadies - davon haben viele von uns wohl schon in Kindheitstagen geträumt. Für Julia Leipe ist dieser Traum wahr geworden. Die 23-jährige Publizistikstudentin hat die Chance bekommen, ein dreieinhalbmonatiges Praktikum in der Abteilung Unternehmenskommunikation bei Haribo in Bonn zu absolvieren.

Die Bewerbung

Beim Herumstöbern auf der Haribo-Website im vergangenen Jahr wurde Julia auf die Möglichkeiten, dort ein Praktikum zu machen, aufmerksam. Daraufhin schrieb sie eine Initiativbewerbung und erhielt nach einem erfolgreichen Bewerbungsgespräch schließlich eine Zusage. Über die Gelegenheit, ein Praktikum bei Haribo zu machen, ist Julia überglücklich: „Der ganze Bewerbungsprozess hat mir gezeigt, dass man keine Angst haben darf, sich auch bei großen Unternehmen zu bewerben." Ihr erstes Praktikum - und gleich bei so einem großen Unternehmen! Für die Wohnungssuche blieb nicht mehr viel Zeit. Das Zimmer im heimischen Mainz hat sie untervermietet und in Bonn nach einer geeigneten Unterkunft zur Zwischenmiete gesucht. Für die junge Studentin ein großer Schritt: „Eine fremde Stadt, fremde Leute, das ist natürlich alles erstmal super aufregend!" Doch sie hat sich schnell daran gewöhnt, mit ihren neuen Mitbewohnern versteht sie sich auf Anhieb und das Praktikum konnte nicht besser starten.

Das Praktikum

Und Haribo präsentiert sich von seiner besten Seite: Für Julia beginnt ihr Praktikum mit einem Welcome-Day, an dem ihr die Abteilungen, die Mitarbeiter und das Unternehmen vorgestellt werden. Auch eine Führung durch die Produktion ist mit dabei – Produkte testen inklusive! Neben dem Vergnügen beginnt für Julia auch die Arbeit. Sie lernt, was eigentlich alles zur Unternehmenskommunikation dazu gehört: Interne und externe Kommunikation, Intranet, die Arbeit mit Journalisten und Agenturen, Events planen und Vieles mehr. Die Studentin ist hier definitiv nicht, um Kaffee zu kochen. Im Gegenteil: Sie erhält viele Einblicke und ihr werden sogar viele eigene Projekte anvertraut. Ihre Erwartungen und Hoffnungen werden voll und ganz erfüllt. Das Unternehmen präsentiert sich ihr als Traditions- und Familienunternehmen, die Mitarbeiter sind sehr freundlich und grüßen sich auf den Gängen, die Stimmung ist herzlich und auch die Praktikanten werden als vollwertige Mitarbeiter angesehen. Das ist für Julia natürlich besonders relevant: „Ich habe mich von Beginn an sehr wohlgefühlt, und wurde auch in viele aktuelle Prozesse mit einbezogen. Das zeigt mir, dass die Praktika bei Haribo einen hohen Stellenwert haben." Das Unternehmen scheint ein Paradies für seine Mitarbeiter zu sein. Dazu tragen nicht zuletzt auch die Naschereien am Arbeitsplatz bei.

Julia verrät: selbst Kollegen, die seit vielen Jahren dabei sind, können von den Produkten nicht genug bekommen und sie selbst ist ebenfalls weiterhin großer Fan: „Besonders die Milchbären haben es mir angetan." Insgesamt ist Julia überzeugt: „Ein Praktikum bei Haribo kann ich absolut weiterempfehlen. Man lernt in kurzer Zeit sehr viel und wird in angenehmer Atmosphäre auf die Berufswelt vorbereitet."

Wer nun interessiert ist, der sollte einmal auf der Website von Haribo vorbeischauen. Das Unternehmen bietet auch weitere Praktika in den Bereichen Marketing, Personal, Marktforschung, IT und anderen an.

abstellen. +++ Man munkelt, Nick Jackob schaue ausschließlich gute Serien. +++ Man munkelt, Gregor Mayer fände, dass man das so machen

Publizistik in Politik, Wirtschaft und Kultur – ein Praktikumsfeature

von Caroline Münch

Innerhalb eines Praktikums in der Public Relations-Abteilung bei der Firma Knauf, einem internationalen Baustofflieferanten mit Sitz in Iphofen, kann man als Studierender hinter die Kulissen eines globalen Unternehmens, sowie seines Firmenmuseums und seiner Tätigkeit auf Messen, Dialogforen in Berlin blicken.

Informationen über Regierungsvorhaben sind für zukunftsgerichtete Firmen wichtig, besonders in bewegten Zeiten der Politik vor und nach der Regierungsbildung. Während dieser Zeit in Berlin, wo öffentlichkeitswirksame Entscheidungen der Regierung entstehen, ermöglicht das Praktikum sogar den Besuch der Kanzlerwahl, die in diesem Jahr als die Wahl nach der längsten Regierungsbildungsphase in die Geschichte eingeht. Dort können erste Stimmungen oder Einstellungen der Politiker aufgenommen werden.

Gerade in Umweltausschüssen, die für die Firma Knauf Relevanz haben, zeigt sich, wie Regierung und Opposition in Interaktion und zusammen mit Experten aktuelle Probleme und Lösungsmöglichkeiten erarbeiten. Frau Dr. Anja Weisgerber ist Obfrau im Ausschuss für Umwelt, Naturschutz, Bau und Reaktorsicherheit und wurde aktuell von der CDU/CSU-Fraktion zur Beauftragten für Klimaschutz benannt. Sie betont während eines Gespräches in der Praktikumszeit in Berlin, dass es sehr wichtig sei, dem Klimawandel entgegenzuwirken und sich in den nächsten Jahren schon sichtbare Ergebnisse zeigen müssten. Dies solle – so Weisgerber – zur globalen Überzeugung werden. Für sichtbare Ergebnisse müsse vor allem der Gebäudesektor durch effiziente Techniken und den Einsatz von Gas nun liefern. Am Ende des Gespräches konnte man verstehen, dass dem Klimawandel sofort entgegengewirkt werden muss und dass der neue Koalitionsvertrag die Grundvoraussetzungen dafür legt, den Klimawandel zu bremsen. Er verspricht u.a. eine Kommission zur Planung des Kohleausstiegs, die Erhöhung des Anteils der erneuerbaren Energien und Förderung von Elektromobilität und energetischer Gebäudesanierung.

Andere Eindrücke zum Thema Umwelt lieferte das Praktikum durch ein Dialogforum Biodiversität und einen Kaminabend der deutschen Umwelthilfe mit einer Diskussion zur C02-Reduktion durch Gas. Auf allen Umweltforen, bei denen die Teilnehmer aus Naturschutzverbänden, Lebensmittelketten, der Industrie, dem Marketing, der Wirtschaft, der Öffentlichkeit, der Politik und dem Bausektor stammen, findet eine Sensibilisierung dafür statt, dass es viele Möglichkeiten gibt, das Klima, die Artenvielfalt und die Natur zu verändern. Eine Industriedesignerin erwähnte im Gespräch bei dem Dialogforum, dass die Jugend die Generation ist, die sich am meisten verändern und bewusst auf die Umwelt achten müsse. Publizisten hätten ihrer Meinung nach durch das Agenda Setting und durch das Sensibilisieren für bestimmte Themen die Möglichkeit, solche Einstellungen in der Bevölkerung zu verbreiten.

Neben dem Informationsaustausch in der politischen Szene wird die Firma Knauf in der Hauptverwaltung in Iphofen vertreten und repräsentiert. Dort vermittelt das Praktikum die Mitgestaltung von Prozessen, wie Mediacontrolling, Medienauswertung, Themenrecherche für Broschüren, Redigieren von Case Studies und die Arbeit mit der Bild- und Mediendatenbank. Dabei erfolgt eine Einführung in die aktuellen Kampagnen der Firma Knauf wie zum Beispiel „Trockenbau Unlimited“ und die Teilnahme an firmeninternen Veranstaltungen. Zusätzlich fördert die Firma kulturelles Engagement, indem sie das Knauf Museum unterhält, wo jährlich mehrere Ausstellungen, auch einige Sonderausstellungen präsentiert werden. Markus Mergenthaler, Museumsleiter, schildert das Konzept der Öffentlichkeitsarbeit: „Öffentlichkeitsarbeit besteht aus einem großen Netz von Beziehungen. Dabei lautet häufig die Devise: kennen und gekannt werden. Deshalb kann es für den Auftritt in überregionalen Tageszeitungen sinnvoll sein, als Museum mit einer größeren Agentur zusammenzuarbeiten, die viele Kontakte zu Journalisten oder Publizisten vermitteln kann. Wichtig ist es dann, dass sich Journalisten, die sich für das Museum interessieren, positiv an das Museum erinnern und auf Informationen darüber und über die aktuelle Ausstellung einfach zurückgreifen können.“ Zudem erwähnt er, dass es heutzutage schon nahezu zum „guten Ton“ eines aufgeschlossenen und aktiven Museum gehöre, in den sozialen Medien zu erscheinen.

Besonders ist mir in meiner Praktikumszeit aufgefallen, welch wichtigen Beitrag moderne Baustoffe zur Eindämmung des Klimawandels leisten können und wie intensiv sich Politiker, sowie Umweltschützer damit auseinandersetzen. Insgesamt hat sich gezeigt wie spannend die Tätigkeit in der Öffentlichkeit ist, weil man mit vielen verschiedenen Berufsfeldern und Personen in Kontakt treten und den Auftritt einer Firma in der Öffentlichkeit steuern kann, was für die Reputation entscheidend ist.

könne, aber dann sei es scheiße. +++ Man munkelt, für manche Dozierende reichten fünf Prozent Wissensvorsprung gegenüber Studis im Semi-

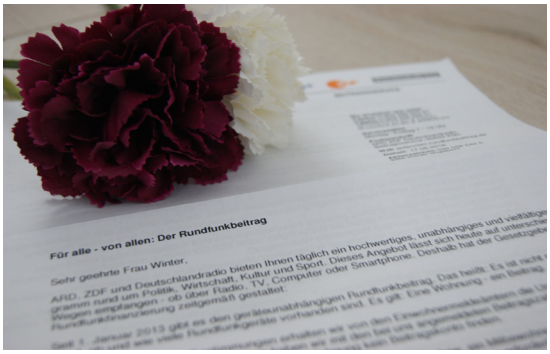


Bild: Lisa Winter

Zwangsgebühr oder Bildungsauftrag?

von Lisa Winter

Das Traumschiff, der „ZDF-Fernsehgarten" und Serien wie „In aller Freundschaft" – das Programm des öffentlich-rechtlichen Rundfunks hat so einiges an skurrilen Formaten zu bieten. Ist das nun wirklich 17,50 Euro im Monat wert? Lisa findet schon und outet sich als leidenschaftliche GEZ-Zahlerin.

„Gäbe es den öffentlich-rechtlichen Rundfunk nicht, man müsste ihn gerade jetzt erfinden", in diesem Zitat aus einem öffentlichen Brief steckt sehr viel Wahrheit. Denn genauso wie Kritiker des öffentlich-rechtlichen Rundfunks nie müde werden, über sogenannte „Zwangsgebühren" zu motzen, sollten seine Befürworter nie müde werden ihn zu verteidigen. Der Grund: Ohne unabhängige, kritische und qualitative Presse, keine Kontrolle der Demokratie.

Qualität hat ihren Preis

Etwa acht Millionen Euro werden für Meinungsvielfalt und öffentlichen Meinungsbildung jährlich an ARD, ZDF und Co. gezahlt. Mehr als 20 TV- und über 50 Radiosender werden so finanziert. Dass in TV-Formaten wie dem Traumschiff oder dem ZDF-Fernsehgarten die Sicherung demokratischer Grundwerte nicht direkt auf der Hand liegt, sei zugegeben. Doch neben Information, Bildung, Beratung und Kultur gehört auch die Unterhaltung zum Rundfunkauftrag. Und die Generation unserer Großeltern fühlt sich dadurch nun mal unterhalten. Aber warum für etwas zahlen, dass man nicht benutzt? Warum zahle ich für das Semesterticket, obwohl die Uni gerade mal zehn Minuten von meiner WG gelegen ist? Weil es ein Allgemeingut ist. Jeder soll davon profitieren können. Und wie so oft gilt: je mehr Menschen in einen Topf einzahlen, desto günstiger wird es - für alle. Gleiches gilt für den Rundfunkbeitrag. Die Offentlich-rechtlichen brauchen ein gewisses Budget, um kritische Informationen und aufwändige Dokumentationen ungeachtet der Einschaltquoten zu produzieren. Wenn nur die dafür zahlen würden, die diese Angebote auch nutzen, dann geht es dem öffentlich-rechtlichen Rundfunk bald wie den Zeitungen: Er geht pleite. Oder er muss seine Programme mit Werbeblocks im Viertelstunden-Takt vollstopfen. Die Medienlandschaft wäre somit von Großkonzernen abhängig, denn die Gratiskultur funktioniert im Journalismus leider nicht.

Kein Dauerwerbesender der Regierung

Der Rundfunkbeitrag ist das einzige Finanzierungsmodell, dass sich nicht den Regeln des Marktes unterwerfen muss: Ein kostenloses Grundangebot an politischer und gesellschaftlicher Information, die stärkste Waffe für unabhängigen Journalismus. Manch einer würde mir in diesem Punkt widersprechen. Lügenpresse und Staatsfernsehen lauten die Buh-Rufe der Gegenseite. Doch wer denkt Angie würde über den Film Mittwoch im Ersten entscheiden, hat weitgefehlt. Beispiele wie die hartnäckigen Fragen der ZDF-„Heute Journal" Moderatorin Mariette Slomka zeigen, dass der öffentlich-rechtliche Rundfunk kein Dauerwerbesender der Regierung ist. Nicht wenige Politiker*Innen wurden schon geslomkat und haben in den kritischen Interviews schon ihr Fett wegbekommen. Die Rundfunkfreiheit ist im deutschen Grundgesetzartikel fest verankert und somit das Fundament einer starken und unabhängigen Presse. Erfolg muss mehr sein als Quotenzahlen. Es geht um eine breitere Faktenbasis und ein breiteres Bewusstsein für die Vielfalt der Sichtweiten und Meinungen. Wie zum Beispiel bei einem Buffet: Es werden alle bedient, aber niemand wird sagen können „Ich esse alles, mir schmeckt alles."

Reformen ja, Einsparungen nein

Vor allem heute, wo Politik von Populisten gemacht wird und die Pressefreiheit mit Füßen getreten wird, brauchen wir einen starken öffentlich-rechtlichen Rundfunk. Reformierungen sollten nicht von Einsparüberlegungen getrieben werden. Vielmehr muss es um die Frage gehen, welchen Auftrag der öffentlich-rechtliche Rundfunk erfüllen soll und wie er seinen Auftrag unter Wahrung seiner besonderen Qualitätsstandards erfüllen kann. Liebe GEZ-Zahler*Innen wacht auf, denn wir brauchen den öffentlich-rechtlichen Rundfunk und die Demokratie braucht einen offenen Prozess der Meinungsbildung.

nar aus. +++ Man munkelt, auf der ICA-Tagung habe es nur deftiges Essen gegeben. +++ Man munkelt, das IfP habe daraufhin eine kollekti-

Bild: flickr.com/micagoto

Staatlich subventioniertes Mittelmaß? Nicht mit uns!

von von Luca Winklmüller & Kim Lottermoser

Längst ausgereizte Sendeformate, fehlende Flexibilität und Verzerrung des Wettbewerbs - Kim und Luca meinen, der Rundfunkbeitrag stehe zu Recht in der Kritik.

Für viele kommt der Brief nicht überraschend. Spätestens bei der ersten eigenen Wohnung muss man sich auf eine regelmäßige Zahlung des Rundfunkbeitrags gefasst machen. Pro Monat werden 17,50€ erhoben. Was für den Einen ein nur mäßiges Mittagessen kostet, ist für andere ein regelrechtes Vermögen. Nicht überraschend, dass dieses System nicht fair scheint.

Wenn Rezipienten der ARD oder des ZDF befragt würden, worin der Unterschied zu den Privatsendern sei, wären die häufigsten Antworten wahrscheinlich „die Qualität der Berichterstattung“ und „der hohe Informationsgehalt“. Das mag ja stimmen und kann durch einen Rundfunkbeitrag auch berechtigterweise abgesichert sein. Es käme aber fast kein Befragter auf die Idee, eine der unzähligen Kochshows oder den Musikantenstadl anzugeben, welche ja zu den Rubriken Kultur und Unterhaltung gehören. Warum nicht? Weil diese Rubriken auch in den Privatsendern vertreten sind und auch häufig dort konsumiert werden.
Der öffentlich-rechtliche Rundfunk soll aber Qualität garantieren, nicht Quantität fördern! Eine große Samstagabendshow kann nämlich auch durch Werbung finanziert werden. Es muss das geleistet werden, was am Markt aufgrund geringerer Einnahmen nicht funktioniert. Denn das, was funktioniert, gibt es bei RTL schon zur Genüge. Nicht jeder schaut gerne die Tagesthemen, Rosamunde Pilcher-Verfilmungen oder Fußball. Die fehlende Entscheidungsfreiheit, das Recht auf Mitbestimmung, was auf dem eigenen Fernseher läuft, macht viele Menschen wütend. Denn der Zahler selbst hat keinen Einfluss auf die Verteilung der Gelder. Alle Einnahmen aus dem Rundfunkbeitrag werden generell nur in die öffentlich-rechtlichen Sender gesteckt. Es wäre umso beschämender, wenn der Rundfunk seine Einnahmen weiterhin größtenteils nur verschwendet, um sich seiner Zuschauer sicher zu sein. Selbst die Trennung von Staat und öffentlich-rechtlichen ist durch die Zahlung des Rundfunkbeitrags nicht gewährleistet. Deshalb wird der Rundfunkbeitrag auch oft als „Zwangsgebühr“ bezeichnet. Hat der Staat also mehr Mitspracherecht als der Zahler? Für viele junge Menschen, die selber noch kein Geld verdienen, stellt der Rundfunkbeitrag eine zusätzliche Belastung des Geldbeutels dar. Übrigens müssen selbst Erasmus-Studierende den Rundfunkbeitrag zahlen.

Was also wäre eine Lösung? Eine Runderneuerung des Konzeptes scheint angebracht. Vielleicht könnte man junge Menschen unter 25 von der Zahlung befreien. Oder man richtet ein System ein, in dem jeder für das zahlt, was er nutzt. Warum sollte man das Geld nicht auch auf andere journalistische Einheiten verteilen, die gute Qualität liefern und die es vielleicht mehr nötig hätten als die ARD zur Produktion einer weiteren Kochshow. Dabei sei nur mal an Printmedien wie die FAZ oder Süddeutsche zu denken, deren Auflage mehr und mehr zurückgeht. Unter solchen Bedingungen leidet letztendlich auch die Qualität. Daher sollte der Beitrag auch eine öffentlich-rechtliche Zeitung unterstützen. Damit könnte auch mehr Geld in Recherche investiert und somit die Objektivität gefördert werden. Eines ist jedoch sicher – so positiv wie die öffentlich-rechtlichen Sender es behaupten, ist der Rundfunkbeitrag nicht.

ve Salat-Diät eingelegt. +++ Man munkelt, Lutz Hofer wundere sich, warum ihn manche Studis duzen. +++ Man munkelt, Erich Lamp zitiere

Bild: Saskia Bender

Ist Neon nicht mehr „lit“ genug?

von Saskia Bender

Am 18. April 2018 gab Chefredakteurin Ruth Fend auf stern.de bekannt, dass die Zeitschrift Neon nach dem 18. Juni 2018 eingestellt wird. Der Grund: Ein zu starker Rückgang der Auflage. Die Botschaft sorgt bei vielen für Herzbluten, denn das Magazin ist in gewisser Weise ein Stück weit Avantgarde des Magazinjournalismus und war Begleiter vieler Studenten ins Erwachsenwerden – ein Nachruf.

Sie steckte stets im Rucksack, lag zwischen Kleiderbergen oder auf den Klos zahlreicher Wohngemeinschaften: Die Neon, eine Zeitschrift voll Popkultur und Lebensgefühl. Begleitet hat sie uns, durch unsere ganz eigene wilde Welt geprägt von jugendlicher Unbeschwertheit und Offenheit für das Leben. Ein Leben in Neon-Farben eben, seien es unsere Outfits, die es von den Neunzigern bis über die Jahrtausendwende geschafft haben oder lange ausgiebige Partynächte, von denen man am nächsten Morgen nichts mehr übrig hatte als ausgeblichene Plastikknickarmreifen und einen Kater. Aber es war uns egal, denn was zählte war das Gefühl im Moment, sorgenfrei ohne Blick auf Morgen - genau eben das, was die Neon und ihre Zielgruppe ausmachte. Nach fast genau fünfzehn Jahren ist es nun an der Zeit, unserem Begleiter, Ratgeber und Wegweiser Lebewohl zu sagen. In der Neon haben wir es miteinander geteilt: das ganz eigene Gefühl von Freiheit. Vielleicht ein bisschen rebellisch, als (Farb-)Kontrast zum Spießerleben der Eltern. Dabei sind wir doch noch gar nicht fertig – der Großteil der Bilderrätsel, der damals schon unlösbar war, ist bis heute noch nach verrücktesten Gedankengängen nicht vervollständigt und erwachsen sind wir doch auch noch lange nicht – oder? Irgendwie sind wir nun ein bisschen aufgeschmissen. Jeder Leser, der sich mit diesen Zeilen assoziieren kann wird nun wahrscheinlich den inneren Drang verspüren, sich auf's Fahrrad zu schwingen zum nächsten Kiosk zu radeln um ein Exemplar der allerletzten Ausgabe zu ergattern. Wer soll uns künftig unsere Fragen zum Mysterium Liebe, dem Erfolgsrezept zum Glücklichsein und den Tücken des Erwachsenwerdens beantworten? Und woher sollen wir jetzt wissen was man gerade so auf den Straßen Berlins trägt, welcher Job zu uns passt und wie man mit dem Berufsalltag fertig wird?

Pippi, Peter Pan und das Erwachsenwerden

Neon war Pippi und Peter Pan zugleich. Frech und ungezähmt – ohne Eltern und trotzdem voller Tatendrang und Selbstsicherheit, es mit dem Leben aufzunehmen.
Sind wir einfach zu alt geworden? Hat es eine Bedeutung, dass dieser Artikel in der Vergangenheit geschrieben wird? Zu alt für Neon und unnützes Wissen? Ist die Generation Neon nun die Generation Nido, die nun lieber über das Glück einer häuslich jungen Familie liest, als über verstrickte

gerne aus seiner Doktorarbeit. +++ Man munkelt, Christina Köhler gönne sich gerne mal einen Feierabenddrink im Haddocks. +++ Man mun-

Liebesbeziehungen und zwischenmenschliche Probleme von Generationen und Bevölkerungsgruppen? Vielleicht.
Fakt ist, dass sich die Auflage der 2003 erstmals erschienen Zeitschrift seit 2011 im Sinkflug befindet. Um fast drei Viertel um genau zu sein. Verkauften sich im Jahre 2009 noch über 237 000 Exemplare pro Monat, so kündigt Gruner + Jahr für das erste Quartal 2018 gerade einmal 58 000 Exemplare monatlich an. „Die Frage, wie lange so ein auf einen bestimmten Zeitgeist hin entwickeltes Magazin würde Erfolg haben können, begleitet das Projekt seit beinahe zehn Jahren“ lauten die Worte des Verlags.

"Für junge Leserinnen und Leser, die schon lange volljährig sind, aber ihre jugendliche Unbeschwertheit bewahren wollen" – Herausgeber Andreas Petzhold

Das Erfolgskonzept von 2003 zeigte sich dabei besonders in den Anfängen als äußerst erfolgreich. Rasant avancierte die Zeitschrift der Stern-Familie geradezu zum Leitmedium der Twens und auch dem ein oder anderen jung gebliebenen Ü30.
Timm Klotzek (Gründer und ehemaliger Chefredakteur von Neon wie auch Nido; mittlerweile Chefredakteur des SZ-Magazins) und Michael Ebert (Co-Gründer und ebenfalls ehemaliger Chefredakteur von Neon und Nido; nun auch Chefredakteur SZ-Magazin) hatten es geschafft, ein Konzept zu entwickeln, das es trotz Medienkrise schaffte, schwarze Zahlen zu schreiben. Vom Medium Magazin wurden die beiden unter anderem deshalb 2006 zu Journalisten des Jahres ausgezeichnet. Und damit war es an Auszeichnungen nicht genug: im selben Jahr wird die Neon zum Leadmagazin des Jahres ernannt, da sie „souverän, mutig, lässig und selbstbewusst“ ist.

Das Instagram vor Instagram

Stimmen im Netz sprechen davon, dass Neon das Instagram einer Generation war, bevor es Instagram überhaupt gab. Ein junges, kreatives Konzept – nicht bestimmt für die Elterngeneration. Ein eigenes Medium für die Generation der Millennials, dass in mit gewissen publizistischen Formaten wie dem Tindergarten schaffte, die Leser selbst in den Fokus des Magazin zu katapultieren und damit Nähe und Interaktion ermöglichte. Womöglich ist es dem digitalen Wandel zu verantworten, das die Leserschaft nun ins Netz und zu Sozialen Medien abwandert. Denn hier ist es der Neon-Zielgruppe möglich, sich noch schneller und besser in Schrift und (Bewegt-)Bild auszutauschen und auszudrücken. Das Digitale ist Teil der Identifikation unserer Generation geworden. Trotz der engen Leserbeziehung des Magazins, war es kaum möglich, neue Leser zu gewinnen, da immer mehr von der Wilden Welt in die digitale Welt abwanderten. „Die Einstellung von Neon ist das Ergebnis von jahrelangem verlegerischen Missmanagement“ twitterte der ehemalige Stern-Chefredakteur Dominik Wichmann. Weiter führt er dieses Statement allerdings nicht aus.

Bild: Saskia Bender

Der Printversion geht das Neon-Licht aus

Nach mehreren erfolglosen Umstrukturierungen sowohl personell als auch inhaltlich, stellt Gruner + Jahr das Magazin also nun in der Printversion ein. Am 18. Juni 2018 erschien die letzte gedruckte Ausgabe. “Mach Schluss” lautet ihr Titel der unter den goldenen Neon-Buchstaben - die uns uns selbst in die Augen blicken lassen - prangert. Wer nun denkt, dass die Neon-Existenz wie eine Hubba Bubba-Blase platzt, liegt allerdings falsch: „Neon lebt!“ schreibt Chefredakteurin Fend. Mit einer eigenen Sparte auf Stern Digital wird die Neon versuchen, ihre Existenz enger dem digitalen Zeitalter anpassen und dort weiterhin leuchtende Beiträge unter den Rubriken „Wilde Welt“, „Herz“ und „Feierabend“ zu veröffentlichen. Auch soll das digitale Angebot auf Social Media-Plattformen weiter ausgebaut werden. Und der Erfolg scheint zumindest Online auch anzuhalten: Laut Gruner + Jahr erreicht Neon Online über eine Million Unique User. Damit positioniert sich das Lifestyle-Magazin hinter Bento.de aber vor Ze.tt und Jetzt.de. Ob das Neon-Image mit der Zeit auch online verblasst und die Blase den Geschmack verliert, wird sich also zukünftig zeigen.

In einem Brief vom 18. April 2018 verabschiedet Ruth Fend sich im Namen der Redaktion auf der Website des Sterns von ihren Lesern. Sie schreibt: „Wir würden wahnsinnig gerne weiter ein Heft für euch machen, mit all der Leidenschaft, mit der wir es noch immer jeden Monat tun. Aber ihr seid zu wenige geworden. Denjenigen, die sich verabschiedet haben, sind nicht genügend Jüngere gefolgt“.

Farbe bekennen

Wer ein letztes Mal (Neon-)Farbe bekennen wollte, der konnte dies in der letzten Ausgabe tun. Mit dem Hashtag #ichbinneon wurden besondere Geschichten, Gedanken und Gefühle, die mit der Zeitschrift verbunden werden, in der finalen Printausgabe geteilt.

Trotzdem werden wir dich vermissen, liebe Neon, im Zug zu unseren Liebsten, auf langen Reisen, im Wartezimmer oder bei grauen Regentagen unter der Bettdecke, wenn wir mal wieder nicht genau wissen, wer wir sind und wo wir einmal hinwollen im Leben. In diesem Sinne bleibt nur noch eins zu sagen: #wirsindneon #stayneon.

kelt, es sei für den Bachelor schwerer, einen Betreuer zu finden, als auf RTL seine Traumfrau. +++ Man munkelt, alle Ampeln stünden auf rot.

Bild: flickr.com/allan

Ist dieser medienkompetente Herr Dr. med(ia)? - Seine Identität ist noch immer ein Rätsel.

Frag Dr. med(ia) – der Ratgeber für verliebte, organisationsbedürftige und feierwütige Studierende

Dr. med(ia) klärt auf: Gewohnt komisch und bitterernst verrät der IfP-Doktor diesmal, wie sich das Dozententeam seelisch und körperlich auf den Publi-Kick vorbereitet und gibt außerdem hilfreiche Tipps für Studierende, die sich plötzlich mit ihren Lehrenden zu später Stunde in der Kneipe wiederfinden - natürlich noch immer anonym und mit reichlich Satire.

Was passiert im Trainingslager des Dozententeams „Random Sample"?

Ach, das ist viel unspektakulärer als Sie denken. In erster Linie werden körperliche Gebrechen versorgt. Schauen Sie sich mal den Altersschnitt des Dozententeams an. Da wird statt Tequila eher Klosterfrau-Melissengeist getrunken. Das typische Trainingsprogramm beginnt morgens mit dem Aufwärmen und Anschwitzen von Kaffee und Frühstück, es folgt ein erstes Nickerchen im GFG-Büro. Nach ausführlichem Gähnen und Strecken geht das Team für 2-3 Stunden in die Mensa, um sich dort mit Kalorien für das Spiel zu versorgen. Es folgt ein halbes Stündchen Büroschlaf, wobei darauf zu achten ist, sich nicht wund zu liegen. Das ist sehr gefährlich. Kurz vor Anpfiff dann noch eine taktische Besprechung – alle hinten rein, Gregor Daschmann schießt die entscheidenden Tore – und dann geht es mit frisch geöltem Rollator aufs Feld. Ausgang bekannt.

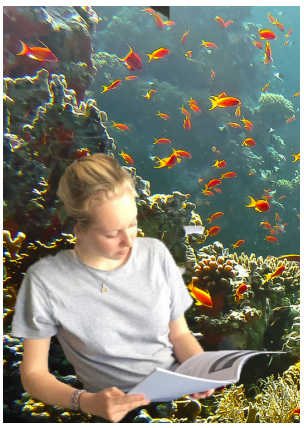
Ist es okay, mit seinen Dozenten an der Bar zu versauern?

Das ist okay, solange Sie drei Dinge beachten: (1) Was am Tresen passiert, bleibt am Tresen. Ob Ihr Dozent freimütig über Kollegen und Studenten herzieht, Ihnen ewige Freundschaft schwört oder sogar einen Heiratsantrag macht – nichts davon gehört auf Facebook oder in den Publizissimus. Auch nicht in die Munkler. (2) Seien Sie nachsichtig, wenn die Dozenten nicht mit Ihnen mithalten können. Füllen Sie sie nicht vorsätzlich ab und machen Sie sich nicht über betrunkene Dozenten lustig. Wenn er/sie im Suff einschläft, nicht anmalen, lustige Hüte aufsetzen oder dekorieren. Sich über Dozenten lustig machen ist eine Form von Altersrassismus! (3) Dozierende neigen dazu, auch am Tresen weiter zu dozieren. Sie müssen damit rechnen, langweilige Tagungsanekdoten zu hören, pseudo-lustige Geschichten über Professoren und Vorgesetzte und altkluge Karriereratschläge. Glauben Sie nicht, dass es immer ein Vergnügen ist, an der Bar mit solchen Leuten zu versauern. Sie müssen öfter verständnisvoll nicken, erstaunt die Augen aufreißen oder beifallsartig lachen, als Ihnen das lieb sein könnte. Dozierende lieben affirmative Reaktionen, da müssen Sie ggf. etwas schauspielern. Wenn Ihnen das schwerfällt, heben Sie einfach den eigenen Alkoholpegel, erhöhen Sie die Schlagzahl, geben Sie Standgas. Aber achten Sie darauf, dass nicht Sie am Ende angemalt, mit lustigen Hüten gekrönt und dekoriert werden.

+++ Man munkelt, Erich Lamp habe immer Kapazität. +++ Man munkelt, er sei aber kein Ampelmännchen. +++ Man munkelt, die Alumni

Meine Virtual Reality

Virtual Reality erobert die Medienwelt. Steven Spielberg hat das technische Gadget sogar zum Thema seines neuen Kino-Blockbusters gemacht. Ob man mit Batman gegen das Böse kämpfen will oder seinen Urlaub auf dem Mars verbringen möchte - In einer virtuellen Welt wird plötzlich alles möglich. Wie würde die Virtual Reality unserer Autoren aussehen?

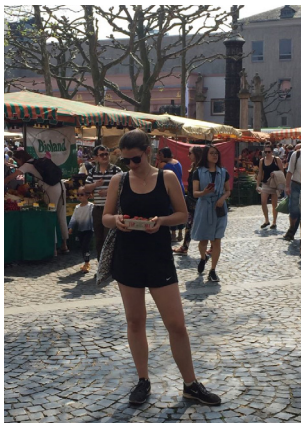


Die Virtual Reality unserer Chefredakteurin **Leonie Batke** spielt sich unter Wasser ab. Aber Keine Angst: Das bedeutet nicht den Tod des Printjournalismus, denn Papier ist natürlich Feuchtigkeitsresistent. Der Publizissimus stand dieses Semester übrigens vor viel größeren Problemen als der Gefahr, nass zu werden. Mehr dazu erfahrt Ihr in der Titelstory.

Timur Cipa ist nun schon im zweiten Jahr beim Publizissimus. Mit Leonard Haverkamp kümmert er sich auch dieses Mal um den Karikaturenteil. Die Tatsache, dass die beiden den Redaktionsschluss regelmäßig um einige Tage nach hinten verschieben, korreliert stark mit dem Konsum von virtuellen Unterhaltungsangeboten. Das Produkt ihrer Arbeit, bringen sie jedoch ganz altmodisch zu Papier, gezeichnet wird beim Publizissimus nämlich noch analog: Mit dem Bleistift.

Der Weltraum - unendliche Weiten. Wir schreiben das Jahr 2200. Dies sind die Abenteuer von **Astro Saskia (Bender),** die mit ihrer 400 Weltraumkatzen starken Besatzung Guardians of the Cataxy das outer Space erforscht. Ganz schön lit oder? Lit findet die Publizistik- und Filmstudentin auch immer noch die Neon, wie sich zwischen den Zeilen ihres Artikels herauslesen lässt - auch wenn das für viele längst zu old School ist.

Wenn **Wencke Conradi,** Publizistikstudentin im dritten Semester, eine Virtual Reality-Brille aufsetzt, würde sie am liebsten jeden Ort der Welt sehen können. Ihre Vorliebe für Reisen, vor allem an warme Orte, könnte sie so wohl kaum besser ergänzen!



Sorglosigkeit und ganz viel Zeit für entspannte Dinge – das ist das, was unserer heutigen Welt ein bisschen verloren gegangen ist. Vielleicht sollten wir statt in Waffen und Kriege nochmal mehr in Eiscreme und Erdbeeren investieren! Wenn **Leonie Berner**, 20 Jahre alt, nicht gerade den Sommer genießt oder Recherchen anstellt studiert sie Publizistik und Musikwissenschaften.

Pauline Deichelmann ist eine leidenschaftliche Backpackerin. In ihrer virtuellen Realität wäre Reisen zu jeder Zeit und für jeden erschwinglich. Sie studiert im zweiten Semester Publizistik und Ethnologie und ist das erste Mal beim Publizissimus dabei. Aufmerksam an diesem journalistisch hochwertigen Magazin ist sie durch einen Beitrag über die Situation der Presse in der vergangenen Ausgabe geworden. In Zukunft möchte sie öfter Beiträge für den Publizissimus schreiben.

hätten beim Publi-Kick nur gegrätscht. +++ Man munkelt, Gregor Daschmann sei der torgefährlichste Stürmer im Dozenten-Team. +++ Man

Melanie Döring ist Publizissimus-Frischling. Als Publizistik-Studentin zweiten Semesters sollte man meinen, sie wüsste mit „Virtual Reality“ mehr anzufangen. Leider beschränkt sich ihr Wissen darauf, dass es etwas mit diesen teuren Brillen zu tun hat, zu denen kurz vor Abgabefrist kein Zugang besteht, und sie nun ihre durchschnittlichen Fotobearbeitungs-Skills auspacken muss, um sich dank kostenloser semi-seriöser App in einen Flugsimulator zu einzufügen.

Da die Digitalisierung bereits VR-Führungen im Museum möglich macht, wäre die Konsequenz dann doch folglich, dass man auch bald in einzelne Gemälde im Museum mittels Virtual Reality schlüpfen kann. Das wäre für **Alicia Ernst**, Publizistik- und Filmstudentin, keine Überlegung wert, denn da gäbe es sicherlich viel großartiges Zeug zu sehen – man denke nur an Van Goghs „Sternennacht“. Es muss ja schließlich auch VR-Alternativen für Nicht-Gamer geben...

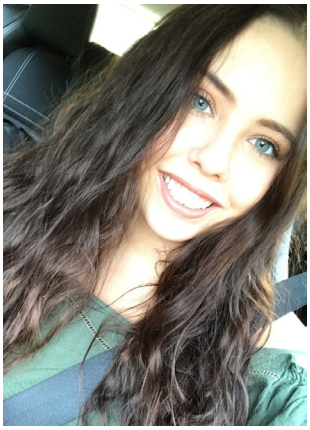
Hannah Fritsch träumt sich im Mainzer Sommer gerne in ihre ganz persönliche Virtual-Reality: nämlich klimatisierte Busse und Bahnen. Wenn das nicht ganz klappt, versucht sie sich als Meerjungfrau heimlich auf der anderen Rheinseite im Kostheimer Freibad (wobei es an der Eleganz noch etwas hapert). Außerdem wagt sie mithilfe einer App einen Blick, aus dem spiegelhaften Inneren einer drohenden Filterblase, nach draußen zu werfen...

Jenny Gelbing schreibt dieses Semester zum zweiten Mal für den Publizissimus. Die VR-Brille würde die Pulbizistikstudentin für ein neues Spielerlebnis nutzen. Oder aber um die Welt, das Weltall und andere Realitäten zu erkunden.

„Wir lösen jeden Fall“ – gemeinsam mit Justus Jonas, Peter Shaw und Bob Andrews würde **Lena Gerlach** gerne mal Verbrechern das Handwerk legen und knifflige Rätsel lösen. Natürlich nicht zuletzt wegen Tante Mathildas grandiosem Kirschkuchen, den sie tatsächlich schon mal probieren durfte. Lena ist bereits zum dritten Mal dabei und für sie gehören die drei Fragezeichen zum Einschlafen wie die Munkler zum Publizissimus.

Hannah Ginsbach kommt als klassisches Dorfkind nach Mainz. Als Ersti des IfP und ambitionierte Jungjournalistin kommt der Publizissimus genau wie gerufen für sie. Doch an Virtual Reality ist auf dem Land noch nicht zu denken: hier zählt sogar noch die Suche nach funktionierendem Mobilfunksignal.

Obwohl **Alexandra Grün** Publizistik und Soziologie im 2. Semester studiert, hatte sie noch nie viel mit Virtual Reality am Hut. Sie würde es aber richtig cool finden, wenn sie mit Hilfe einer Brille einfach mal ein paar Stündchen an einen sonnigen Strand fliehen könnte.



Wenn **Julia Gulbin** sich gerade nicht der Forschung zu ihrem zweiten Publizissimus-Artikel widmet, fährt sie unheimlich gerne virtuelle Rennen. Denn sie taucht am liebsten in die virtuelle Welt des klassischen Mario Kart ein. Im realen Leben studiert sie Publizistik mit dem Beifach Filmwissenschaft im 3. Semester.

munkelt, Nick Jackob habe seine Flitterwochen auf den Seychellen verbracht. +++ Man munkelt, Fabienne Makhoul wolle sich nicht auf ihre

Leonard Haverkamp, trägt seit diesem Semester Brille. Dennoch gibt er sich der Illusion hin in „der Realität“ zu leben. Die „Virtual Reality“ ist nichts für ihn. Mehr so der analoge Typ, könnte man meinen. In dieser Publizissimus-Ausgabe kümmert er sich zusammen mit Herrn Cipa um die Karikaturen. Zeichnen statt „texten“.

Obwohl **Kim Lottermoser** gute Filme und neue Netflix Hits genießt, tut sie das am liebsten in der wahren Welt, von ihrem Sofa aus. In ihre ersten Artikel für den Publizissimus konnte sie sich also gleich wieder einer virtuellen Realität widmen, mit der sie sich auskennt.

Isa im Wunderland – könnte **Isabel Knippel** in eine Virtual Reality abtauchen, so würde sie ihren schrägsten Hut aufsetzen und abtauchen in die Welt der Kuriositäten und Absurditäten, um mit dem verrückten Hutmacher einen Tee (mit Schuss) zu trinken. Bis sie herausgefunden hat, wie Alice das genau gemacht hat, hat sie nochmal beim Publizissimus mitgewirkt und an einem Artikel über Reporter ohne Grenzen mitgeschrieben.

Jonas Martin ist bisher noch nicht von Vitual-Reality überzeugt. Und wenn er so ganz spontan darüber nachdenkt, fällt ihm auch nicht ein, was er persönlich für eine Zukunftsvision hat. Wahrscheinlich ist er langweilig.

Timo Konrad ist im zweiten Publizistik-Semester und hat eine VR-Brille zu Hause, sie in knapp zwei Jahren aber erst einmal benutzt und nur Kopfschmerzen davongetragen. Auf der Gamescom hat er schon die ein oder andere Runde getestet. An Resident Evil 7 hat er sich jedoch nicht getraut. Für den Publizissimus ist er zum ersten Mal aktiv. Ansonsten ist er journalistisch und auch sonst eher im Sport beheimatet, zockt auch gerne und viel - aber VR ist dann doch zu abgedreht.

Lea Meinhardts Virtual Reality Brille würde sie nach Hogwarts bringen. Sie würde das Schloss mit all seinen Kuriositäten erleben, sehen wie es ist mit Bildern zu sprechen und auf einem Besen zu fliegen. Die Harry Potter Bücher haben ihre Jugend begleitet und sie beeindruckt und in eine wundervolle Fantasiewelt eintauchen lassen.

Sonnenschein, leises Meeresrauschen, ein kühler Drink. Genau so stellt sich **Evelyn Lehmann** die Flucht vor dem Alltag vor. In ihrer selbst konstruierten Realität genießt sie es einfach mal nichts zu tun - außer natürlich für den Publizissimus zu schreiben, bei welchem sie zum zweiten Mal mitwirkt.

Fernab der Realität begibt sich **Selene Mori** in Fitzeks Romanen auf die Spuren der Mörder - aber nur bei Tageslicht und am Besten an öffentlichen Plätzen, mit vielen Zeugen versteht sich. Doch wenn der Mut der Publizissimus-Novizin schon nicht für ‚real-life’ Mörderjagden reicht, dann möchte sie wenigstens den Mut haben, in ihrer Filmkritik das Bewusstsein für ein sehr sensibles aber auch sehr wichtiges Thema zu stärken.

Studierenden drauftacklen. +++ Man munkelt, das sei ihr zu privat. +++ Man munkelt, die Dozierenden des IfP stünden den Studis in Flunky-

Virtual reality - Die Welt durch eine Blase sehen, manchmal auch durch eine Seifenblase. Ich, **Caroline Münch** im zweiten Semester Publizistik und auch im „zweiten Semester Publizissimus“, sehe die Welt gerne mal mit den Augen der Musik. Für die diesjährige Ausgabe habe ich die PR-Welt aus ganz vielen verschiedenen Perspektiven betrachtet, aus der Perspektive der Wirtschaft sowie Umwelt, der Kultur und der Politik. Viel Spaß beim Lesen meines Praktikumsfeature.

Publizissimus-Debütant **Jonas Pospesch** umgibt sich gerne mit altem Krempel und besitzt (nach Meinung seines Mitbewohners) auch eindeutig zu viel davon. In dieser Ausgabe hat er sich jedoch in die Gegenwart gewagt und die Kryptowährung Bitcoin unter die Lupe genommen.

Einmal die Discovery One aus dem bekannten Filmklassiker durchstreifen, ein geometrischer und architektonischer Traum! Auf eine Reise zu neuen Horizonten im Netzjournalismus begab sich **Matthis Pechtold** mit seinem Potrait über Piqd. Die Plattform bietet parallel zum fluchtartig vorbeiziehenden Semester eine verlässliche Basis für guten Netzjournalismus. Dieses Pionierkonzept würde Matthis gerne auch zum filtern relevanter Studiumsinhalte nutzen!

Anna-Lena Roll studiert im vierten Semester Publizistik und Englisch und ist zum ersten Mal beim Publizissimus dabei. Durch die VR-Brille schaut sie dieses Mal ganz tief in den Lobbyismus hinein und schreibt über ihren Lieblingspolitthriller: *Die Erfindung der Wahrheit.* Selbst erfinden würde sie aber am liebsten das Beamen - irgendwo an einen Strand! Bis dahin muss die VR-Brille aber noch reichen…

Daria Polotzek studiert zwar Publizistik und Film, mit Computerspielen und Virtual Reality kann sie allerdings nichts anfangen. Über eine kurze Realitätsflucht würde sie sich bei dem ganzen Uni Stress aber freuen.

Alina Schilling schreibt zum ersten Mal für den Publizissimus. Wegen ihrer medienlosen Kindheit ist sie ein absoluter Profi für Virtual Reality, hat aber bisher kein einziges Videospiel gespielt. Auch wenn die Publizistikstudentin im zweiten Semester der Realität am liebsten ständig entfliehen würde, müsste für sie ein VR-Game schon eine große Menge lebensechter Goldenretriever und ein naturgetreues Geschmackserlebnis von Spagetti Carbonara bieten können.

In **Lotta Pommeriens** Virtual Reality wäre die Welt ein Ort der Meinungsfreiheit: Es ist egal welcher politischen, relgiösen oder sozialen Bewegung man angehört. Der öffentliche Diskurs ist respektvoll und der Umgang miteinander tolerant. Journalisten verdienen fast so viel Gehalt wie Top-Fußballer. Wenn morgens die Zeitungen geliefert werden, reißen sich die Menschen um ihre Ausgaben, um später bei der Arbeit bestens im Bilde zu sein. Ach wäre das schön.

In der Realität ist **Franca Singh** in ihrem zweiten Semester und schreibt auch das zweite Mal für den Publizissimus. In ihrer Virtual Reality jedoch ist sie Oberhaupt eines kleinen Königreiches. Dort bezahlen alle Menschen mit Euronen, Spinnen gibt es erst gar nicht und nach der Grundschule gehen alle Kinder auf eine Schule: Hogwarts. Viele Regeln gibt es bei ihr nicht, jedoch muss sich jeder an das höchste Gebot halten: Tights aren't pants!

Ball in nichts nach. +++ Man munkelt, man könne nicht behaupten, dass Erich Lamp beim Staubwischen in einen Flow gerate. +++ Man mun-

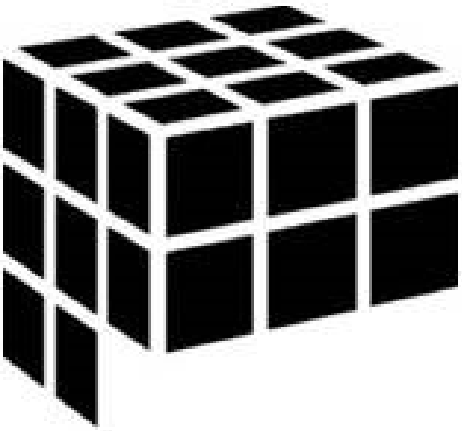
Auch wenn er technisch noch nicht in die weiten Sphären der Zukunft aufgebrochen ist, so ist der Publizistik- und WiWi-Student **Alexander Tartac** dennoch gern dabei, wenn es um die journalistischen Bestrebungen der Studierenden am IfP geht. Es ist seine zweite Runde im Redaktionsteam und wird wohl auch nicht seine letzte sein.

„Schiri, der hat schon Gelb!“ **Luca Winklmüller** ist schon im WM-Fieber und wird auch dieses Jahr wieder fleißig jedes Spiel mehr oder weniger fachmännisch kommentieren. Er studiert im 2. Semester Germanistik und Publizistik, ist zum ersten Mal im Publizissimus dabei und kommentiert dort nicht nur Fußballspiele.

Clara Vogelsang studiert im zweiten Semester Publizistik und Filmwissenschaft und ist genauso lange beim Publizissimus dabei. Am ehesten trifft man sie im Kino oder beim Interviewen für die Institutszeitschrift. Und da es Virtual Reality ja (bis vielleicht auf die Matrix) noch nicht ins Kino geschafft hat, schreibt sie in dieser Ausgabe auch noch ganz old-school die Filmreview.

Einmal Willy Wonka’s sagenumwoben Schokoladenfabrik besuchen, diesen Wunsch erfüllt sich **Lisa Winter** in ihrer Virtual Reality. Wasserfälle aus Schokolade, Zuckerbäume mit Gummibärchenfrüchten und ganze Landschaften aus essbaren Süßwaren — und natürlich alles in individuellen Lieblingsgeschmacksrichtung.

Publizissimus-Autorin **Sophie von Erden** wünscht sich keine Virtual Reality. Ihr echtes Leben ist ein Ponyhof — was will man (Frau) mehr? Schon zum dritten Mal schreibt sie für den Publizissimus. Als bekennender Träger der rosaroten Brille des Lebens hat sie in diesem Semester ihre Komfortzone verlassen und sich mit dem Darknet beschäftigt.



Die Journalie ist **Hannah Weigels** (3. Semester Publizistik) erster Publizissimus-Artikel und in ihrer Virtual Reality würde sie am liebsten über unbekannte Gebiete fliegen, fremde Länder entdecken und interessante Menschen kennenlernen.

kelt, stattdessen liefere er alle drei Minuten Munklervorlagen. +++ Man munkelt, Christian Schemer bekomme fast einen Herzinfarkt, wenn

seine Studis in der letzten Stunde vor der Klausur nichts könnten. +++ Man munkelt, die IfP-Belegschaft achte vermehrt auf ihre Äußerungen.

Folgt uns auf Facebook:
https://www.facebook.com/Publizissimus

... **und Instagram:**
https://www.instagram.com/publizissimus/