

# Journalistik

## Zeitschrift für Journalismusforschung

Hrsg. von Bernhard Debatin, Petra Herczeg, Gabriele Hooffacker, Horst Pöttker und Tanjev Schultz

3 | 2018 | 1. Jahrgang

HERBERT VON HALEM VERLAG

### INHALTSVERZEICHNIS

001 Editorial

#### Aufsätze

---

- 002 Svetlana Maschinez  
**Ideologische Repräsentation der US-Präsidentschaftskandidaten in den Leitartikeln englischer Online-Zeitungen**  
Eine Diskursanalyse.
- 021 Gabriele Hooffacker  
**Bürgerreporter: zwischen Partizipation und professioneller Redaktion**  
Formate des Bürgerjournalismus im Lokalfernsehen
- 035 Horst Pöttker  
**Am Anfang des Journalismus war das Berufsethos**  
Daniel Defoe über Öffentlichkeit, Pressefreiheit und ihre Grenzen

#### Essay

---

- 048 Carsten Brosda  
**Wie kann der Staat Journalismus fördern?**  
Das Erbe von Joseph Pulitzer

#### Debatte

---

- 055 Lutz Frühbrodt  
**Die besondere Logik der Content Marketiers**  
Berechtigte Kritik an etablierten Massenmedien? Oder nur Lobbyisten in eigener Sache?

#### Rezensionen

---

- 066 *Deutscher Fachjournalisten-Verband (Hrsg.): Journalistische Genres*  
rezensiert von Hans-Dieter Kübler
- 069 *Volker Lilienthal, Irene Neverla (Hrsg.): Lügenpresse*  
rezensiert von Marlis Prinzing
- 072 *Barbara Brandstetter, Steffen Range: Wirtschaft. Basiswissen für die Medienpraxis*  
rezensiert von Ralf Spiller
- 074 *Felix Koltermann: Fotoreporter im Konflikt*  
rezensiert von Evelyn Runge
- 078 *Jan Fredrik Hovden, Gunnar Nygren, Henrika Zilliacus-Tikkanen: Becoming a Journalist*  
rezensiert von Volker Banholzer
- 085 Impressum

# Bürgerreporter: zwischen Partizipation und professioneller Redaktion

## Formate des Bürgerjournalismus im Lokalfernsehen

von Gabriele Hooffacker

*Abstract:* Unter welchen Bedingungen kann Partizipation im Lokalfernsehen gelingen? Was motiviert Bürgerreporter, was erwarten die Redaktionen? Welche Formate eignen sich dafür? Mehrere Forschungsprojekte der Hochschule für Technik, Wirtschaft und Kultur (HTWK) Leipzig haben sich mit der Einbeziehung von Bürgerreportern im Lokalfernsehen befasst. Aus den Ergebnissen lassen sich Faktoren für das Gelingen partizipativer Formate im Lokalfernsehen ableiten.

„In der intelligenten Einbindung des Publikums könnte die Zukunft des professionellen Journalismus liegen.“ Mit diesem Ausblick schließt Christoph Neuberger seinen Forschungsüberblick zum Bürgerjournalismus (Neuberger, Bürgerjournalismus als Lösung? Empirische Ergebnisse zu den journalistischen Leistungen von Laienkommunikation, 2012). Wiebke Möhring sieht in den partizipativen Formaten insbesondere im Lokaljournalismus Chancen einer verbesserten Teilhabe an öffentlichen Prozessen (Möhring, 2015). Die Produktion von Bewegtbildformaten ist durch die mobilen Endgeräte und ihre Konnektivität vom Dreh über die Bearbeitung bis zur Verbreitung niedrigschwellig zugänglich (Staschen, 2017). Was liegt näher, als Bürger mit ihren Smartphones und Consumer-Kameras als aktive Produzenten in die Sendungsformate lokaler Fernsehsender einzubeziehen?

Partizipative Formate eröffnen dem TV-Publikum in lokalen und hyperlokalen Zusammenhängen die Möglichkeit, an journalistischen Beiträgen mitzuwirken oder sie insgesamt zu gestalten. Der Vorteil für die Redaktionen liegt zum einen in thematischen Impulsen und redaktioneller Zuarbeit, zum anderen in einer höheren Leser- bzw. Zuschauerbindung. Die Redaktionen befürchten jedoch, dass die journalistische Qualität dabei auf der Strecke bleiben könnte (Christmann & Tadic, 2018).

Zu untersuchen ist hier zunächst das Publikum, das aus der passiven Rolle vom „Lean back“ in eine aktive Rolle hinüberwechselt – ein „flexibler Wechsel zwischen der Kommunikatoren- und der Rezipientenrolle“ (Neuberger, Konflikt, Konkurrenz, Kooperation, 2014). Mit der Inklusion von Journalismus und Publikum befassen sich inzwischen ganze Forschungsfelder (Dazu grundlegend: Loosen, 2016).

Dreh- und Angelpunkt ist dabei die Frage nach der Motivation der Bürgerjournalisten. Besteht von ihrer Seite überhaupt ein Interesse an Partizipation im Lokalfernsehen? Welche Bevölkerungsgruppen kommen dafür infrage? Sind diese Laienkommunikatoren imstande, trotz der zeitaufwändigen Produktion eine regelmäßige Mitarbeit zu leisten? Über mehrere Jahre hinweg hat sich eine Reihe von Projekten an der Hochschule für Technik, Wirtschaft und Kultur (HTWK) damit befasst und die Möglichkeiten einer solchen Partizipation erforscht. Insbesondere wurde die Frage untersucht: Unter welchen Bedingungen kann Partizipation im Lokalfernsehen gelingen? Wie können geeignete Formate der Bürgerbeteiligung im TV aussehen?

Die Veränderung der technischen Produktionsbedingungen muss dabei ebenso einbezogen werden wie die schwierige ökonomische Situation insbesondere kleinerer ortsnaher Fernsehsender. In einem gemeinsamen Projekt mit dem iM Institut für innovative Medien gGmbH und dem Forschungs- und Transferzentrum (FTZ) der HTWK Leipzig, das über die Sächsische Landesanstalt für privaten Rundfunk und neue Medien (SLM) gefördert wurde, entstanden eine Website und eine App, die den Workflow zwischen Bürgerreportern und Redaktion erleichtern (Bürgerreporter – Chancen für das Lokal-Fernsehen, 2015). Ein Stufenmodell für die Zusammenarbeit zwischen lokalem TV-Sender und Laienkommunikatoren wurde entwickelt, neue Formate für die Partizipation werden erprobt. Aus den Erkenntnissen lassen sich Kriterien und erste Ratschläge für das Gelingen partizipativer Bewegtbild-Formate im Lokalen ableiten.

## **Ausgangslage und Forschungsstand**

Für die Lokalpresse wurde das partizipative Potenzial durch das Internet, von Weblogs und weiteren Formaten, ausgiebig untersucht (Beispiele: Engesser & Wimmer, 2009; Sehl, 2013; Neuberger, Langenohl, & Nürnbergk, 2014). Bürgerfunk und Offene Kanäle gibt es in zahlreichen Bundesländern, auch wenn ihre Reichweite nicht sehr hoch ist (Möhring, 2015; Förster, 2017).

Die Situation der kleineren ortsnahen Lokalsender ist in den einzelnen Bundesländern durchaus unterschiedlich. Im Bundesdurchschnitt besteht knapp die Hälfte der Einnahmen aus Werbeeinnahmen. Im Produktionsprozess sowie bei den Produktionssystemen jedoch gehen die Gegebenheiten der TV-Anbieter weit auseinander. Einige Sender arbeiten mit nur zwei bis drei, andere mit bis zu 30 Mitarbeitern. Große Unterschiede gibt es auch bei der Programmstruktur und den Programmwiederholungen der TV-Anbieter (Gomon, Hooffacker, Einwich, & Niebling-Gau, 2017).

In den neuen Bundesländern hat eine vielfältige Lokalfernsehlandschaft Tradition. Insbesondere in Sachsen ist die TV-Sender-Dichte bezogen auf die Bundesrepublik mit Abstand am höchsten (Stawowy, 2011). Historisch geht die Vielfalt lokaler Sender auf die Antennengemeinschaften zurück. Sie existieren teilweise seit Jahrzehnten und hatten in der DDR die Funktion, den TV-Empfang in der Region zu sichern (Liljeberg & Krambeer, 2012). Die Sender arbeiten oft mit wenigen Mitarbeitern und unter großem ökonomischem Druck. Sie schaffen dadurch eine räumliche Nähe zu ihrem Publikum, die öffentlich-rechtliche Sendeanstalten nicht leisten können.

In einem Praxisversuch mit lokalen TV-Sendern hat die SLM 2015 gemeinsam mit der HTWK ermittelt, inwieweit sich das Konzept des partizipativen Bürgerjournalismus auf lokale TV-Sender übertragen lässt (Bürgerreporter - Chancen für das Lokal-Fernsehen, 2015). Dabei sollte zunächst eine Online-Plattform dabei helfen, eine Community aufzubauen und zu begleiten, die selbstständig neue Beiträge generiert (Welz, Hooffacker, Kulisch, Datko, & Thiergen, 2017). Mit dieser eigens programmierten Reporter-Go-App wurden die vorliegenden Studien durchgeführt.

Was wird unter „Bürgerjournalismus“ verstanden? Christoph Neuberger weist auf die verwirrenden Begrifflichkeiten auch beim englischen „Citizen Journalism“ hin. Im engeren Sinn wird nach Joyce Y. M. Nip darunter die vom professionellen Journalismus unabhängige Nachrichtenproduktion durch Bürger verstanden (Neuberger, Bürgerjournalismus, 2012). Für die Leipziger Untersuchungen wurde der erweiterte Begriff des Citizen Journalism nach Steve Outing gewählt. Outing fasst darunter die gesamte Bandbreite der journalistisch relevanten Kommunikation von Laien, auch im Kontext professioneller journalistischer Medien. Nach Outing lassen sich die einzelnen Formen nur schwer voneinander trennen (Burmeister, 2008).

Der Kommunikationswissenschaftler Steve Outing hat 2005 die Tätigkeitsfelder von Bürgerreportern für Lokaljournalismus in Blogs definiert und in einem 11-Schichten-Modell beschrieben (Outing, 2005). Die elf Schichten des Bürgerjournalismus in Blogs ordnet Outing nach der zunehmenden Professionalität der Laienkommunikatoren:

#### Schicht 1: Kommentarfunktionen

- Nutzer können Beiträge lediglich kommentieren.

#### Schicht 2: Add-on reporter

- Nutzer können als Quelle für bestimmte Beiträge fungieren.

#### Schicht 3: Open-Source-Reporting

- Zusammenarbeit zwischen dem professionellen Journalisten und dem Leser
- Nutzer werden aufgefordert, ihr Fachwissen bereitzustellen oder Fragen zu stellen.

#### Schicht 4: The citizen bloghouse

- Blog-Hosting-Service lädt Nutzer zur Teilnahme ein

#### Schicht 5: Einrichten von Weblogs

- Nutzer bloggen unter der „Marke“ der Redaktion/des Distributors

#### Schicht 6: Stand-Alone citizen journalism site: Edited Version

- Nutzer schreiben eigene Beiträge, die von Redakteuren redigiert werden.

Schicht 7: Stand-Alone citizen journalism site: Edited Version ohne redaktionelle Bearbeitung

- Die Beiträge werden vor Veröffentlichung nicht bearbeitet.
- Unangebrachte Inhalte können aber entfernt werden.

Schicht 8: Printausgabe von Modell 6 oder 7

- Ausgewählte Artikel eines Blogs werden in die Printausgabe der Zeitung integriert.
- Bearbeitung der Beiträge erfolgt lediglich hinsichtlich Rechtschreibung und Grammatik.

Schicht 9: Hybrid aus Bürgerjournalisten und professionellen Redakteuren

- Bürgerreporter erhalten das volle Aufgabenspektrum professioneller Journalisten.
- Sie sind jedoch nicht angestellt.

Schicht 10: Mix aus professionellen Inhalten und Inhalten von Bürgerjournalisten

- Die Abgrenzung zwischen Beiträgen von Bürgerreportern und professionellen Beiträgen wird (dem Leser gegenüber) aufgehoben.

Schicht 11: Wiki-Journalismus

- Die Leser sind gleichzeitig die Redakteure.

Um einen theoretischen Rahmen für die Untersuchung möglicher Partizipation von Bürgerreportern im Lokalfernsehen zu schaffen, wurden auf Basis der Arbeiten von Steve Outing und Jana Burmeister fünf Schichten der Bürgerreporter-Beteiligung für lokale Fernsehinhalte abgeleitet. Ausführlich dargestellt wurden sie bei der Pre-Conference zur DGpuK-Jahrestagung 2016 in Leipzig (Welz, Hooffacker, Kulisch, Datko, & Thiergen, 2017). Die Sortierung erfolgt in Anlehnung an Steve Outing aufsteigend nach dem Grad der Selbstständigkeit und Professionalität der Bürgerjournalisten:

### **Schicht 1: Crowdsourcing bei Themenfindung und Recherche**

Die Redaktion fordert die Bürger auf, bei einem bestehenden Thema zuzuarbeiten. Diese Inhalte werden danach gefiltert, aufbereitet und in die jeweilige Sendung integriert. Das Ergebnis ist auf die redaktionellen Anforderungen zugeschnitten, für die Bürgerreporter jedoch wenig motivierend, da kaum sichtbar.

### **Schicht 2: Add-on Reporting**

Die Bürgerreporter liefern zusätzliche Informationen und Materialien zu einem bestimmten Thema oder Ereignis zu. Der Sender prüft das gelieferte Material und baut es ggf. in den Beitrag ein. Auch hier geht die Themenvorgabe von der Redaktion aus; die zu erwartende mindere Qualität des zugelieferten Materials ist vernachlässigbar.

### **Schicht 3: Redaktionell begleiteter Bürgerjournalismus**

Die Bürgerreporter wählen in Abstimmung mit der Redaktion selbst ihr Thema und liefern dazu Material. Der Sender prüft es und baut daraus einen Beitrag. Diese Form der Zusammenarbeit setzt eine enge Kooperation von Reporter und Sender voraus, etwa eine regelmäßige Teilnahme an Redaktionssitzungen. Zudem stellt sie höhere Anforderungen an die TV-journalistischen Kompetenzen der Bürgerreporter.

### **Schicht 4: Vloghouse - Sendeplatz für Bürgerjournalismus**

Beim Format Vlog (Video-Blog) steht dem Bürgerreporter ein fester Sendeplatz zur Verfügung, den er oder sie selbstständig mit einem sendefertigen Beitrag füllt. Es gibt also viel Freiraum für die Gestaltung; gleichzeitig sind die Anforderungen an die Bürgerreporter hoch. Für die Zuschauer ist der Vlog als partizipatives Format erkennbar.

### **Schicht 5: Redaktionell selbstständiger Bürgerjournalismus**

Die Bürgerreporter reichen komplette Beiträge zu frei wählbaren Themen ein, die praktisch sendefähig sind. Gegebenenfalls ist auch eine Themenvorgabe, respektive ein Aufruf, seitens des Senders möglich. Für den Sender liegt darin ein gewisses Risiko, was Themenwahl und Qualität angeht; für die Bürgerreporter ist die hohe Selbstständigkeit sehr attraktiv. Der Mitteldeutsche Rundfunk hat diese Art der Bürgerbeteiligung in einem Pilotprojekt erprobt. Dabei konnten Bürgerjournalisten Beiträge erstellen und dabei unter anderem auf das Equipment des Senders zugreifen. (Eydner und Schlappa, 2015)

Auf dieser Basis hat eine quantitative Online-Umfrage im Zeitraum vom 9.2.2016-1.3.2016 untersucht, welche Motivation Bürgerreporter für eine Beteiligung haben. Die Umfrage wurde auf den Bürgerreporter-Portalen myheimat.de und dem Leipziger Bürgerreporter-Projekt Heldenstadt platziert. Ausgewertet werden konnten die Antworten von insgesamt 76 Personen. (Welz, Hooffacker, Kulisch, Datko, & Thiergen, 2017)

Bei der Auswertung der demografischen Daten der Umfrage fällt vor allem die Altersstruktur auf: In den hyperlokalen Blogs ist insbesondere die ältere Generation aktiv, 84% der Befragten sind 50 Jahre und älter. Mehr als die Hälfte der Befragten kann sich vorstellen, partizipativ bei einem lokalen Fernsehsender mitzuarbeiten.

Bei den Themen, abgeleitet aus den typischen Ressorts sächsischer lokaler Fernsehsender, stufen die Nutzer den Themenbereich Kultur als sehr interessant ein. Auch Veranstaltungen und Geschichte liegen in ihrem Interessenbereich. Lokalpolitik und Nachrichten spielen eine untergeordnete Rolle, und auch in den Rubriken Sport und Wirtschaft können lokale TV-Sender demnach weniger Unterstützung erwarten. Damit weichen die Interessen der Bürgerreporter deutlich von den Themengebieten ab, die klassischerweise im Lokaljournalismus angeboten werden. (Pöttker & Vehmeier, 2013)

Warum engagieren sich Bürgerjournalisten? Die eigene Meinung, Kreativität, das Sammeln von Erfahrungen und der Kontakt zu anderen werden von ihnen als wesentlich eingeschätzt. Hauptgrund für das Engagement: eigenen Themen und Interessen folgen können. Aber auch das Erreichen eines möglichst großen Publikums und Feedback sind für die Nutzer wichtig. Finanzielle Anreize werden als vollkommen uninteressant eingestuft. Nicht zu unterschätzen: Die Bürgerreporter wollen ihre journalistischen ebenso wie ihre technischen Kenntnisse und Fähigkeiten erweitern.

Eigenwerbung spielt in der Selbsteinschätzung eine eher untergeordnete Rolle. Dem widerspricht jedoch die Auswertung offener Antworten zur Motivation. Hier wird die Möglichkeit der Werbung für den eigenen Verein, die Kirchengemeinde oder sonstige Ehrenämter mehrfach angeführt. Dabei meldet sich auch eine kritische Stimme zu Wort: „Bitte keine ‚ungelernten‘ Journalisten! Wir brauchen in Printbereich, Radio und Fernsehen wieder mehr Profis.“ (Welz, Hooffacker, Kulisch, Datko, & Thiergen, 2017)

Zwischenfazit: Partizipation im Lokalfernsehen trifft auf großes Interesse bei einem vorwiegend älteren Publikum. Die Motivation begründet sich darin, eigene Themen zu bearbeiten und das eigene Engagement sichtbar zu machen. Diese Motivation, sich im sozialen Leben des Heimatorts einzubringen und auch für die mediale Öffentlichkeit sorgen zu wollen, ist hoch einzuschätzen. Auch wenn dies keine primär journalistische Zielsetzung ist, sondern ein Ziel, das sich im weitesten Sinne als der Öffentlichkeitsarbeit zugehörig einordnen lässt.

### **Testfall Hochschulfernsehen**

Um die Tauglichkeit der Ergebnisse in der Praxis zu überprüfen, wurden an der Fakultät Medien der HTWK Leipzig mehrere Praxisprojekte mit Masterstudierenden gestartet. Zum einen laufen langfristig angelegte Kooperationen mit lokalen Fernsehsendern in Leipzig sowie im Muldental. Zum anderen wurde floid, das Hochschulfernsehen der HTWK, als Testobjekt herangezogen.

Begründen lässt sich der Testfall Hochschulfernsehen mit der strukturellen Ähnlichkeit: Eine hyperlokale Öffentlichkeit nutzt das zielgruppengerechte Medium, um sich über gemeinsame Themen und das eigene Engagement zu verständigen. Ein vergleichbares Projekt zur Einbindung von partizipativem Journalismus durch eine professionelle Redaktion gibt es für Nordrhein-Westfalen beim Lernsender nrwision an der TU Dortmund (Möhring, 2015).

Über mehrere Semester hinweg wurden neue TV-Formate entwickelt, um Zuschauerbeiträge in das Programm des Hochschulfernsehens *floid* einzubinden. Die Auswertung zeigt, welche Rahmenbedingungen erfüllt sein müssen, damit das partizipative Format funktioniert. Ein Teil der hier referierten Ergebnisse wurde im Herbst 2017 auf der Fachtagung „Die neue Öffentlichkeit“ in Leipzig vorgestellt (Die Ergebnisse im Folgenden nach Christmann & Tadic, 2018).

Die Beiträge für *floid* werden von Studierenden der HTWK Leipzig organisiert und produziert. Verbreitet werden sie über die Website [www.floidtv.de](http://www.floidtv.de) und teilweise über den Lokalsender Leipzig TV. Die partizipativen Fernsehformate sollen *floid* die Möglichkeit eröffnen, mehr Themen zu beleuchten und vielseitige Beiträge anbieten zu können. Dadurch soll das Publikum eigene Inhalte in die Öffentlichkeit tragen können. Der Sender wiederum hat die Chance, die Bindung zu seinen Zuschauern zu festigen, besser auf die vom Publikum gewünschten Inhalte einzugehen und die Zuschauerbeteiligung und den Bekanntheitsgrad zu steigern. Zudem besteht die Hoffnung, auf diesem Weg neue Mitarbeiter für die Redaktion zu gewinnen.

Wie sieht es bei einem studentischen Publikum mit der Motivation aus? Welche Themen würden hier auf Interesse stoßen? Um diese Fragen zu beantworten werden im Folgenden zwei Aktionen von *floid partizipativ* kurz vorgestellt und ausgewertet.

Dabei wurde die Online-Plattform [www.buergerreporter.net](http://www.buergerreporter.net) zum Datentransfer zwischen Bürgerjournalisten und Redaktion genutzt. Sie entstand in einem Vorgängerprojekt gemeinsam mit der SLM (Bürgerreporter – Chancen für das Lokal-Fernsehen, 2015). Die responsive Plattform zum Hochladen der Videos ist vom Smartphone aus zu nutzen. Allerdings ist eine Registrierung nötig. Die Plattform wird auch für die Zusammenarbeit mit lokalen TV-Sendern eingesetzt.

**Bachfest Leipzig:** Seit 1908 gibt es dieses Musikfestival; die Veranstaltungen sind teilweise kostenlos und locken ein internationales Publikum nach Leipzig. *floid* hat traditionell die Aufgabe, die Live-Übertragung der Open-Air-Konzerte auf dem Leipziger Markt zu gestalten. Im Juni 2017 haben vier *floid*-Redakteure in der Rolle der Bürgerreporter Besucher interviewt und dabei mit Smartphones gefilmt. Zum Schluss wurden die Interviewpartner gebeten: „Würden Sie für uns eine Bachmelodie singen oder summen?“ Von etwa 60 Besuchern waren 30 bereit, ein Interview zu geben, und viele davon sangen auch. 25 Videos entstanden, ein Zusammenschnitt wurde auf der *floid*-Website veröffentlicht. (*floid*-Redaktion, 2017)

Bezogen auf das 5-Schichten-Modell wurden die studentischen Reporter eingesetzt wie auf Schicht 3: Sie lieferten einzelne Clips, die dann in der Redaktion zu einem Gesamtbeitrag zusammengefügt wurden. Damit befanden sich die Interviewpartner in einer klassischen, umfrageähnlichen Situation. Der Altersdurchschnitt der Teilnehmer lag bei ca. 45 Jahren. Die hohe Beteiligung bestätigt das Ergebnis der vorangegangenen Studie, wonach ältere Teilnehmer ein größeres Interesse an solchen partizipativen TV-Formaten mit lokalem Bezug zeigen.

**25 Jahre HTWK Leipzig:** Die HTWK Leipzig feierte am 14. Juni 2017 ihr 25-jähriges Bestehen mit Vorträgen, Präsentationen und Musik. Studierende, Mitarbeiter, Unterstützer, Sponsoren und



Freunde der Hochschule wurden vom floid-Team gebeten, per Video Geburtstagsgrüße an die HTWK zu senden. Die Teilnehmer zogen dazu eine Karte; sie sollten sich selbst mit dem Smartphone filmen oder sich filmen lassen. Im Anschluss wurden die Ergebnisse über die Plattform [www.buergerreporter.net](http://www.buergerreporter.net) zur floid-Redaktion hochgeladen. Bezogen auf das Schichtenmodell handelte es sich hierbei um einen Mix aus Schicht 2: Add-On-Reporting und Schicht 3: Die Teilnehmer filmen selbst und laden das Ergebnis über die Plattform hoch. Zusätzlich wurde allen, auch denjenigen, die keine Interesse hatten teilzunehmen, ein Fragebogen zur Feststellung ihrer Motivation vorgelegt.

Während der Veranstaltung führten die floid-Redakteure mit ca. 50 Studierenden Gespräche. 14 Personen nahmen an der Aktion teil, sieben Videos entstanden. Das entspricht einer Beteiligung von 28 Prozent aller Personen, denen die Aktion ausführlich vorgestellt wurde. 30 Fragebögen wurden eingesetzt und ausgefüllt. (Christmann & Tadic, 2018). Das Durchschnittsalter der Befragten lag bei 24 Jahren. Als Motivation teilzunehmen, nannten die meisten die Kreativität (59 Prozent), „ein interessantes Thema“ und „Community“ lagen gleichauf mit 53 Prozent. Lediglich der Wettbewerb, also die Möglichkeit mit der Teilnahme etwas zu gewinnen, hatte mit 28 Prozent nur einen geringen Einfluss.

Was hinderte die Befragten daran, an einer partizipativen Aktion teilzunehmen? Aus der Auswertung der Fragebögen geht hervor, dass vor allem die Veröffentlichung des Videos eine große Hürde für die Teilnehmer darstellt. Die häufigste Antwort (16 von 30 Befragten) lautete, dass man nicht selbst vor der Kamera sichtbar sein möchte. Weitere Gründe waren fehlende Zeit und fehlendes Interesse.

### **Faktoren für die Akzeptanz partizipativer Formate**

Aus den Studien sowie den Praxisprojekten und der Auswertung der Fragebögen ergeben sich im Wesentlichen drei Erfolgsfaktoren für ein partizipatives Format. Sie sind ausschlaggebend dafür, dass ein solches Format funktioniert, also von den Teilnehmern angenommen und benutzt wird (Christmann & Tadic, 2018).

1. Beim Teilnehmer muss ein Interesse bestehen, Öffentlichkeit für das Thema herzustellen. Damit der Teilnehmer in die Rolle des Bürgerreporters schlüpft, ist seine intrinsische Motivation, etwas zu diesem Thema beizutragen, unentbehrlich.
2. Die technische Hürde muss so gering wie möglich sein, um zu vermeiden, dass die Teilnehmer die Lust an der Partizipation verlieren. Die längere Auseinandersetzung mit technischen Vorgängen wie Registrierung, Freischaltung etc. wird als störend empfunden.
3. Die Kontrolle über die Veröffentlichung muss beim Teilnehmer liegen. Er muss selbst entscheiden können, wenn ein Inhalt nicht mehr zu sehen sein soll, wenn er beispielsweise an Aktualität verloren hat und somit seine Relevanz vermindert ist.

Veronika Christmann und Komnen Tadic kommen für das Hochschulfernsehen zu dem Ergebnis: „Richtig eingesetzt besteht mit partizipativen Formaten für eine Redaktion die Chance, zu einer

vielseitigen Berichterstattung zu gelangen, und für die Teilnehmer die Möglichkeit, ihre Sicht der Dinge darzustellen und auf Themen aufmerksam zu machen, denen sonst weniger Aufmerksamkeit gewidmet wird. Die Interaktion zwischen Nutzer und Redaktion spielt dabei eine große Rolle (...). Die Lösung liegt dabei in der klugen Kombination von motivierten Nutzern, die zu partizipierenden Bürgerreportern werden, und professioneller Redaktion.“ (Christmann & Tadic, 2018)

### **Testfall Lokalfernsehen**

Ein weiteres Projekt zeigt jedoch auch die Differenzen zwischen den Erwartungen der Bürgerreporter und der TV-Redaktion auf. Dabei wurde die Zusammenarbeit ehrenamtlich engagierter Bürger in den Bereichen Sport und Kultur mit einer professionellen Lokal-TV-Redaktion untersucht. Für einen Sender, der mit wenigen Mitarbeitern viel Programm füllen muss, bedeutet diese Einbindung von Laienkommunikatoren einen erhöhten Betreuungsaufwand. (Welz, Hooffacker, Kulisch, Datko, & Thiergen, 2017)

Kleine Lokalfernsehsender arbeiten in der Regel unter Auslastung sämtlicher Ressourcen (Gomon, Hooffacker, Einwich, & Niebling-Gau, 2017). In deren Programmablauf lassen sich Beiträge von Bürgerreportern mit ihrem höheren Betreuungsaufwand nicht so einfach einbinden. In zwei weiteren Lehr- und Forschungsprojekten von Uwe Kulisch und Gabriele Hooffacker im Wintersemester 2017/18 sowie im Sommersemester 2018 wurde exemplarisch eine solche Zusammenarbeit zwischen ehrenamtlichen Bürgerreportern im Sport- und im Kulturbereich sowie einer professionellen TV-Redaktion, dem Leipzig Fernsehen, durchgeführt. Die Masterstudenten werteten die Ergebnisse in qualitativen Befragungen der Akteure aus (Erthel & Zschammer, 2018).

Einbezogen wurden neben den Bürgerreportern selbst auch die Redaktionen von Leipzig Fernsehen, eines lokalen Online-Portals sowie von floid, darunter auch zwei mobile „Bürger“-Reporter von floid. Dort hat sich das neu entstandene Format „Flog“ (floid-Vlog) etablieren können. Das Lehrforschungsprojekt fragte deshalb nach den Bedingungen für diesen Erfolg.

Die Kooperation mit Leipzig Fernsehen war im Projekt mit großem Aufwand betreut worden. Es entstanden mehrere Beiträge, zunächst vom betreuenden Studenten selbst gedreht, sodann unter Anleitung von Mitgliedern des Vereins selbständig. Gesendet wurde ein einziger Beitrag, der vom Masterstudenten gedreht und geschnitten worden war. Nur diesen hatte die TV-Redaktion als sendefähig erachtet. Weitere Beiträge, die von den Vereinen selbst produziert worden waren, wurden nicht gesendet. Um die Ursachen dafür herauszufinden, wurden leitfadengestützte Interviews geführt.

Die Auswertung der Befragung zeigt die unterschiedlichen Erwartungen der Akteure an die Kooperation auf. Felix Ammann, Chef vom Dienst (CvD) bei Leipzig Fernsehen, stellt an die Bürgerreporter-Beiträge letztlich die gleichen Anforderungen wie an diejenigen der Volontäre und Praktikanten. Das Hauptproblem sieht er bei partizipativen Beiträgen darin, die fernsehjournalistischen Standards zu halten. Dabei sei beispielsweise entweder die Tonqualität

schlecht oder das Storytelling unzureichend, so dass der Beitrag nicht sendefähig gewesen sei. Schwierig sei auch, wenn es regelmäßig um ähnliche Themen gehe, wie etwa Fußballspiele. Als Vorteil sieht er den „direkten Draht zum Zuschauer“. Ähnlich argumentiert Lea Quandt, Chefredakteurin von floid. Sie sieht als zusätzliche Schwierigkeit die Akquise und Schulung der Laienreporter (Erthel & Zschammer, 2018).

Auf der Seite der beteiligten Vereine sieht Björn Mencfeld, ehrenamtlicher Übungsleiter und Pressewart beim SV Lindenau 1848, die Kooperation mit einem klassischen Lokalfernsehsender von der Zielgruppe her nur bedingt als attraktiv an. Es gebe andere lokale und Fach-Portale, über die der Verein sein (junges) Publikum gezielter erreichen könne. Mencfeld wünscht sich Bürgerreporter, die über seinen Verein berichten, da eine regelmäßige und zeitnahe Berichterstattung für die aktiven Vereinsmitglieder nicht zu leisten sei. Die technischen Probleme seien mit etwas Hilfestellung zu bewältigen. Das sieht Jens Straube vom Verein Mühlenstraße 14 anders: Er hält die technischen Hürden doch für erheblich. Zudem halte Zeitmangel die voll ausgelasteten hauptamtlichen Mitarbeiter des Vereins von weiteren Produktionen ab (Erthel & Zschammer, 2018).

Ebenfalls ausgewertet wurde eine Befragung der Medientechnik-Studentinnen Theresa Möckel und Kyra Prohaska. Sie hatten das partizipative Format „Flog“ beim Hochschulfernsehen floid als Testformat für den Einsatz mobiler Endgeräte anstelle der klassischen Kameraausrüstung ins Leben gerufen. Beide waren zuvor in leitenden Funktionen bei floid tätig gewesen und verfügen über entsprechende technische wie journalistische Kenntnisse.

Im Interview heben sie die Einfachheit und Schnelligkeit der mobilen Produktion hervor sowie die Möglichkeit, die Zuschauer mit „hinter die Kulissen“ zu nehmen. Als „Bürgerreporter“ mit mobiler Technik habe man geringere Berührungängste und die Produktion mache einfach Spaß. Sehr wichtig für den Erfolg des Formats sei eine gute „Fan-Base“; grundsätzlich sei Social Media ein wichtiges Element bei solchen partizipativen Formaten. Der „Flog“ wurde von weiteren Studierenden aufgegriffen und fortgeführt. Sie schätzen neben dem leichten Equipment vor allem, dass das strenge Einhalten fernsehjournalistischer Formate wie Nachricht oder Reporterbericht nicht zwingend erforderlich sei. Insgesamt sei das partizipative Format eher meinungsbetont, subjektiver und persönlicher (Erthel & Zschammer, 2018).

Ein weiteres Gespräch führten die beiden Masterstudierenden mit Robert Dobschütz, einem Mitarbeiter einer lokalen Internet-Zeitung („Leipziger Internet-Zeitung“, LIZ). Die LIZ erscheint zusätzlich gelegentlich in einer Printausgabe und bindet bereits Inhalte von Bürgerreportern im Onlinebereich ein. Die Internet-Zeitung zeigte sich offen für partizipative Inhalte auch im Video-Bereich und plant eine erweiterte Plattform für solche Inhalte. Robert Dobschütz erwartet von Bürgerreportern keine fertigen journalistischen Inhalte, sondern eine Ergänzung zum klassischen Journalismus, sowohl was die Themen, als auch die Darstellung angeht.

## **Ergebnisse für partizipative Formate im Lokalfernsehen**

Die Anforderungen der lokalen TV-Redaktionen und die Möglichkeiten der Bürgerreporter stimmen nur teilweise überein. Die Fernseh-Redaktionen wünschen sich möglichst zeitnah und professionell produzierte Beiträge, also eine Partizipation im Sinne der oben identifizierten **Schicht 5** „Redaktionell selbstständiger Bürgerjournalismus“. Dabei reichen die Bürgerreporter komplette Beiträge zu frei wählbaren Themen ein und halten sich wie professionelle Journalisten an Themen- und Terminabsprachen.

Demgegenüber können die meist ehrenamtlich Engagierten aus Sport- oder lokalen Kulturvereinen solch tagesaktuellen, professionellen Journalismus nicht leisten – auch wenn sie es wollen. Sie sehen ihre Möglichkeiten eher in **Schicht 3**, einem „redaktionell begleiteten Bürgerjournalismus“. Dabei schlagen sie in Abstimmung mit der Redaktion ihr Thema vor und liefern dazu Material. Der Sender oder weitere externe Bürgerjournalisten mit professionellen Kenntnissen müssten es prüfen, bearbeiten und fertigstellen.

Als erfolgversprechend hat sich hingegen das Format der **Schicht 4**, „Vloghouse – Sendepplatz für Bürgerjournalismus“ herausgestellt. Dafür steht ein fester Sendepplatz zur Verfügung. Für die Zuschauer ist der Vlog als partizipatives Format erkennbar. Es gibt viel Freiraum für die Gestaltung; gleichzeitig sind die Anforderungen an die selbstständige Arbeitsweise der Bürgerreporter hoch.

## Ausblick

Die Ergebnisse der HTWK Leipzig aus den Lehrforschungsprojekten legen nahe, dass sich die eingangs zitierten Vermutungen von Christoph Neuberger und Wiebke Möhring zur Bedeutung partizipativer Formate für die Zukunft des professionellen Journalismus in der Praxis grundsätzlich bestätigen lassen. Die Gefahr, dass die von Bürgerjournalisten produzierten Beiträge vorwiegend Inhalte im Sinne der eigenen Öffentlichkeitsarbeit transportieren, ist vermeidbar: Hier kann auf ein kritisches Bewusstsein bei den Bürgerreportern zurückgegriffen werden. Jedoch passen die Bedürfnisse der Lokalsender und diejenigen der partizipativ tätigen Bürgerreporter nicht vollständig zusammen.

Die lokale Fernsehredaktion hat ähnlich wie das Hochschulfernsehen wenig Ressourcen für die Betreuung der Bürgerreporter. Ihre Erwartung an partizipative Formate entspricht derjenigen an klassische journalistische Formate. Zudem haben sie teilweise Vorbehalte gegenüber dem mobilen Journalismus. Demgegenüber verfolgen lokale und hyperlokale Plattformen andere Ziele: Sie sehen sich und insbesondere die partizipativen Formate als Ergänzung zum klassischen Journalismus an.

In einem nächsten Schritt wird deshalb der Workflow zwischen Bürgerreportern mit mobilen Endgeräten und der Einbindung partizipativer Formate in onlineaffinen hyperlokalen Redaktionen untersucht werden. Als mögliche Kooperationspartner werden dafür weniger klassische Lokalfernsehsender ins Auge gefasst, sondern nach dem Vorbild des studentischen Hochschulfernsehens eher hyperlokale Blogs oder alternative Plattformen des Lokal- oder Kulturjournalismus. Darüber sollen Abläufe und Modelle für das Einbinden partizipativer Formate

entwickelt werden, die dann auch auf die Praxis lokaler Fernsehsender übertragbar sind. Vor allem jedoch werden hier Themen und Formate entwickelt, die den klassischen Journalismus ergänzen, nicht ihn ersetzen sollen.

## Über die Autorin

**Gabriele Hooffacker**, Dr. phil., Jahrgang 1959, lehrt als Professorin an der Hochschule für Technik, Wirtschaft und Kultur (HTWK) in Leipzig im Lehrbereich „Medienadäquate Inhalteaufbereitung“ Medienkonzeption, praktische Medienproduktion, crossmediale Verwertung und journalistische Grundlagen. Gabriele Hooffacker gibt die von Walther von La Roche (1936-2010) gegründete Lehrbuch-Reihe Journalistische Praxis bei Springer VS heraus. Sie gehört zum Herausgeberkreis der „Journalistik“. Kontakt: g.hooffacker@link-m.de

## Literatur

Boldt-Schüller, Heike (2013). Lokaljournalismus im Fernsehen. In H. Pöttker, & A. Vehmeier (Hrsg.), *Das verkannte Ressort. Probleme und Perspektiven des Lokaljournalismus* (S. 231-245). Wiesbaden: Springer VS.

*Bürgerreporter - Chancen für das Lokal-Fernsehen*. (April 2015). Abgerufen am 19. Februar 2018 von Forschungsprojekte-Datenbank der Medienanstalten:  
<https://www.die-medienanstalten.de/service/datenbanken/forschungsprojekte-datenbank/buergerreporter-chancen-fuer-das-lokal-fernsehen/>

Burmeister, Jana (2008). *Partizipative Medien im Internet: Vergleich der Redaktionssysteme von kollaborativen publizistischen Formaten*. Hamburg: Igel.

Christmann, Veronika, & Tadic, Komnen (2018). Vom Zuschauer zum Teilnehmer: Möglichkeiten partizipativer Formate. In Gabriele Hooffacker, Wolfgang Kenntemich, & Uwe Kulisch (Hrsg.), *Die neue Öffentlichkeit* (S. 67-82). Wiesbaden.

Deichsel, Hagen (21. April 2016). Anforderungen von TV-Sendern an ein Portal für Bürgerreporter. (René Welz, Interviewer)

Engesser, Sven, & Wimmer, Jeremy (2009). Gegenöffentlichkeit(en) und partizipativer Journalismus im Internet. *Publizistik*(54), S. 43-63.

Erthel, Holger, & Zschammer, Vivien. (2018). *Zwischenbericht zum Projekt Partizipative Fernsehangebote der Zukunft*. Leipzig: Unveröffentlicht.

floid-Redaktion. (20. Juni 2017). *floid*. Abgerufen am 26. Februar 2018 von [floidtv.de](http://floidtv.de):  
[http://floidtv.de/sendung/floid\\_parti-unterwegs-auf-dem-bachfest/](http://floidtv.de/sendung/floid_parti-unterwegs-auf-dem-bachfest/)

- Förster, Stefan (2017). *Vom Urknall zur Vielfalt. 30 Jahre Bürgermedien in Deutschland*. Leipzig: Vistas.
- Gomon, Sebastian, Hooffacker, Gabriele, Einwich, Verena, & Niebling-Gau, Marco (2017). Technische Innovationen im lokalen Fernsehjournalismus. In Gabriele Hooffacker, & Cornelia Wolf (Hrsg.), *Technische Innovationen – Medieninnovationen?* (S. 151-162). Wiesbaden: Springer VS.
- Liljeberg, Holger & Krambeer, Sindy (2012). *Ortsnahes Fernsehen im Osten Deutschlands*. Berlin: Vistas.
- Loosen, Wiebke (2016). Publikumsbeteiligung im Journalismus. In K. Meier, & C. Neuberger, *Journalismusforschung* (2. Ausg., S. 287-318). Baden-Baden: Nomos.
- Möhring, Wiebke (2015). *Lokaljournalismus im Fokus der Wissenschaft*. Düsseldorf: Landesanstalt für Medien Nordrhein-Westfalen.
- Neuberger, Christoph (2007). Interaktivität, Interaktion, Internet. Eine Begriffsklärung. *Publizistik*, S. 33-50.
- Neuberger, Christoph (2012). Bürgerjournalismus als Lösung? Empirische Ergebnisse zu den journalistischen Leistungen von Laienkommunikation. In O. Jarren, M. Künzler, & M. Puppis, *Medienwandel oder Medienkrise? Folgen für Medienstrukturen und ihre Erforschung* (S. 53-76). Baden-Baden: Nomos.
- Neuberger, Christoph (4. 2014). Konflikt, Konkurrenz, Kooperation. *Medien & Kommunikation*(62), S. 567-586.
- Neuberger, Christoph, Langenohl, Susanne, & Nürnbergk, Christian (2014). *Social Media und Journalismus*. Düsseldorf: Landesanstalt für Medien Nordrhein-Westfalen.
- Outing, Steve (31. Mai 2005). *The 11 Layers of Citizen Journalism*. Abgerufen am 26. Mai 2016 von The Poynter Institute: <http://www.poynter.org/2005/the-11-layers-of-citizen-journalism/69328/>
- Pöttker, Horst & Vehmeier, Anke (2013). *Das verkannte Ressort. Probleme und Perspektiven des Lokaljournalismus*. Wiesbaden: Springer VS.
- Sehl, Annika (2013). *Partizipativer Journalismus in Tageszeitungen. Eine empirische Analyse zur publizistischen Vielfalt im Lokalen*. Baden-Baden: Nomos.
- Seufert, Wolfgang, Schulz, Wolfgang, & Brunn, Inka (2008). *Gegenwart und Zukunft des lokalen und regionalen Fernsehens in Ostdeutschland*. Berlin: Vistas.
- Staschen, Björn (2017). *Mobiler Journalismus* (Journalistische Praxis Ausg.). Wiesbaden: Springer VS.

Stawowy, Peter (2011). *Medien in Sachsen*. Dresden: Landeszentrale für politische Bildung Sachsen.

Steinmetz, Rüdiger, & Ballhause, Bettina (2014). *Digitale Leuchtturmprojekte des lokalen und regionalen Hörfunks und Fernsehens : Social-Media-Programmfeedback in Deutschland, Großbritannien und den USA; eine Studie im Auftrag der Sächsischen Landesanstalt für privaten Rundfunk und neue Medien (SLM), Schriftenreihe der SLM 25 (DE-576)050673491*. Berlin: Vistas.

Welz, René, & Kulisch, Uwe (2017). *Casual TV: Interaktive Zusatzdienste für lineares Fernsehen*. Leipzig: Amazon.

Welz, René, Hooffacker, Gabriele, Kulisch, Uwe, Datko, Juliane, & Thiergen, Tobias (2017). Partizipativer Lokaljournalismus im TV-Bereich. In Gabriele Hooffacker, & Cornelia Wolf (Hrsg.), *Technische Innovationen - Medieninnovationen?* (S. 129-150). Wiesbaden: Springer VS.

# Journalismus



Claudia Mast (Hrsg.)

## **ABC des Journalismus. Ein Handbuch**

*Praktischer Journalismus, 1*

2018, 600 S., 76 Abb., Hardcover (Faden),  
240 x 170 mm, dt.

ISBN 978-3-7445-0821-6

Weitere Informationen zu diesem Buch finden Sie unter:  
<http://www.halem-verlag.de/abc-des-journalismus/>

Journalismus als Beruf verändert sich grundlegend. Wohin geht die Reise? Die Redaktionen jedenfalls ringen um die Zuwendung ihrer Leser, Hörer, Zuschauer oder User. Sie verlassen ausgetretene Pfade, erobern neue Publikumssegmente und erproben neue Formen der multimedialen Präsentation.

Das seit Jahrzehnten bewährte Handbuch für die Redaktionsarbeit enthält alles, was ein Journalist heute für seinen Beruf wissen muss. Es leistet einen Beitrag zur Professionalisierung des Berufsfeldes im Medienwettbewerb und stellt – jenseits der klassischen Medien – auch neue Tätigkeitsfelder für Journalisten in den Public Relations oder im Medienmanagement vor.

In kompakter und verständlicher Form werden die journalistischen Arbeitstechniken Recherchieren, Bearbeiten und Präsentieren vorgestellt und die Anforderungen an das multimediale Arbeiten umrissen. Erfolgreicher Journalismus setzt auf differenzierte Strategien der Publikumsansprache, redaktionelles Marketing, effiziente Abläufe und innovative publizistische Konzepte gleichermaßen.



CLAUDIA MAST, Prof. Dr., leitet das Fachgebiet für Kommunikationswissenschaft und Journalistik der Universität Hohenheim (Stuttgart). Die Kommunikationswissenschaftlerin wurde 2015 zur ›Professorin des Jahres‹ gewählt. Schwerpunkte ihrer Lehr- und Forschungstätigkeit sind Innovationen im Journalismus und in der Unternehmenskommunikation, redaktionelle Strategien der Publikumsansprache, strategische Kommunikations- und Themenplanung sowie Wirtschaftsjournalismus und Unternehmensberichterstattung. Die Universitätsprofessorin war viele Jahre in leitender Position bei der Siemens AG tätig und hat zahlreiche Fachbücher über Journalismus, Kommunikationsmanagement und Wirtschaftsberichterstattung veröffentlicht. Sie ist in verschiedenen Gremien tätig, u. a. im Verwaltungsrat der Deutschen Welle (Bonn).



**HERBERT VON HALEM VERLAG**

Schanzenstr. 22 · 51063 Köln  
<http://www.halem-verlag.de>  
[info@halem-verlag.de](mailto:info@halem-verlag.de)



## OPEN SOURCE

**BLexKom** blexkom.halem-verlag.de  
BIOGRAFISCHES LEXIKON DER KOMMUNIKATIONSWISSENSCHAFT

*BLexKom* möchte der Kommunikationswissenschaft im deutschsprachigen Raum ein Gesicht geben. Vorgestellt werden die zentralen Akteure: Professoren, Habilitierte und andere Personen, die einen gewichtigen Beitrag für das Fach geleistet haben – von Karl Bücher bis zu den frisch Berufenen.

<http://blexkom.halem-verlag.de>

**r:k:m** *rezensionen:kommunikation:medien*

*rezensionen:kommunikation:medien (r:k:m)* versteht sich als zentrales Rezensionsforum für die Kommunikations- und Medienwissenschaften. *r:k:m* will seinen Lesern einen möglichst vollständigen thematischen Überblick über die einschlägige Fachliteratur ermöglichen und Orientierung in der Fülle des ständig wachsenden Buchmarkts bieten. Aktuelle Rezensionen erscheinen in regelmäßigen Abständen.

<http://www.rkm-journal.de>

## Journalistikon

Das Wörterbuch der Journalistik

<http://www.journalistikon.de>

Das *Journalistikon* ist das erste deutschsprachigen Lexikon der Journalistik. Dabei handelt es sich um die Wissenschaft, die den Journalistenberuf durch Ausbildung und Innovationen unterstützt und kritisch begleitet. Das Wörterbuch der Journalistik wendet sich nicht nur an Wissenschaftler oder Studierende entsprechender Fachrichtungen, sondern an jeden, der sich für Journalistik und praktischen Journalismus interessiert und sich als Mediennutzer oder Medienhandwerker an einem reflektierenden Zugang versuchen möchte. Das *Journalistikon* lohnt sich für alle, die Informationen zur Thematik suchen, ohne dabei ein zweites Lexikon zum Verständnis der Ausführungen daneben legen zu müssen.

<http://www.journalistikon.de>

## LEGAL NOTICE

*Journalistik.*  
*Zeitschrift für Journalismusforschung*  
3/2018  
Vol. 1

<http://www.journalistik.online>

### **Editors**

Prof. Dr. Bernhard Debatin  
PD Mag. Dr. Petra Herczeg  
Prof. Dr. Gabriele Hooffacker  
Prof. Dr. Horst Pöttker  
Prof. Dr. Tanjev Schultz

### **Redaktion**

(Verantwortlich für den Inhalt (gem. § 55 Abs. 2 RStV)  
Dipl.-Journ. Christina Kieseewetter (v.i.S.d.P.)

### **Acknowledgement**

Stiftung Presse-Haus  
Wir danken der Stiftung Presse-Haus NRZ in  
Essen für die freundliche Unterstützung.

### **Publisher**

Herbert von Halem Verlagsgesellschaft  
mbH & Co. KG  
Schanzenstr. 22  
51063 Köln  
Telefon: +49(0)221-9258290  
Telefax: +49(0)221-92582929  
E-Mail: [info@halem-verlag.de](mailto:info@halem-verlag.de)

represented by:  
Herbert von Halem Verlagsges. mbH  
Geschäftsführer: Herbert von Halem  
Registergericht: Köln  
Registernummer: HRB 25647

Registereintrag:  
Eingetragen im Handelsregister.  
Registergericht: Köln  
Registernummer: HRA 13409

Umsatzsteuer-ID:  
Umsatzsteuer-Identifikationsnummer nach §27a  
Umsatzsteuergesetz:  
DE 172 714 183