



NEUE DEUTSCHE
MEDIENMACHER

10. Oktober 2015, Werkstatt der Kulturen, Berlin

Was gut ist, setzt sich durch

Dokumentation der 2. Bundeskonferenz



Inhalt

„Was gut ist, setzt sich durch“:

Die 2. Bundeskonferenz der Neuen deutschen Medienmacher	2
Programm	3
<u>Workshops</u>	
Man muss nur wollen I Gute neue (Ethno-) Medien machen	4
Man muss nur wollen II Geflüchtete Journalist*innen unterstützen	9
Man muss nur wollen III Besser berichten über Flucht und Asyl	14
Zusammenfassung: Was können die Neuen deutschen Medienmacher tun?	20
Formulierungshilfen für die Berichterstattung Das Glossar der Neuen deutschen Medienmacher	21
Die NdM-Bundeskonferenz in der Presse	23
Impressum	23

Was gut ist, setzt sich durch.

Die 2. Bundeskonferenz der Neuen deutschen Medienmacher

Wie kann man ein eigenes Medienprojekt starten? Wie geflohene Journalist*innen unterstützen? Und wie sieht eine angemessene Berichterstattung über Flucht und Asyl aus? Zentrale Fragen, die die knapp hundert Teilnehmer*innen der 2. Bundeskonferenz der Neuen deutschen Medienmacher am 10. Oktober 2015 in der Berliner Werkstatt der Kulturen diskutierten.

„Was gut ist, setzt sich durch“: Auf die Frage, warum es in den deutschen Medienhäusern noch immer so wenige Journalist*innen mit Migrationsgeschichte gibt, ist das eine oft gehörte Antwort – die Neuen deutschen Medienmacher (NdM) haben sich entschlossen, offensiv mit der Phrase umzugehen, und ihre 2. Bundeskonferenz unter diesen Titel gestellt.

Seit gut sechs Jahren setzt sich der Verein nun für mehr Vielfalt in der deutschen Medienlandschaft ein: etwa durch Projekte für eine differenzierte Berichterstattung und ein wachsendes [Glossar](#) mit Formulierungshilfen für Journalist*innen, durch ein einjähriges [Mentoring-Programm](#), den [Vielfalt-Finder](#) oder den Aufbau von immer mehr lokalen Netzwerken.

„Man muss nur wollen“

Vernetzung und Austausch standen auch im Mittelpunkt der zweiten NdM-Bundeskonferenz, an der knapp hundert Medienschaffende teilnahmen. Hier machten vor allem die drei Workshops, die unter dem Motto „Man muss nur wollen“ stattfanden, deutlich, wie wichtig mehr Vielfalt in den Redaktionsstuben ist. Denn viele aktuelle medienpolitische Fragen würden sich gar nicht stellen, würde es eine größere Breite an Perspektiven in den Medien geben. So ist etwa die derzeitige Berichterstattung über Flucht und Asyl nicht selten durch einen paternalistischen Blick gekennzeichnet, der den geflüchteten Menschen zum Teil auch noch ein „Exoten“-Label aufklebt. Journalist*innen mit Einwanderungsgeschichte haben entweder selbst die Erfahrung gemacht, wie es ist, ein Land zu verlassen und woanders neu anzufangen, oder eine entsprechende Familiengeschichte – umso wertvoller sind ihre Stimmen für eine angemessene und ausgewogene Berichterstattung.



Eröffnung der NdM-Bundeskonferenz; Foto: Mosjkan Ehrari



Foto: Mosjkan Ehrari

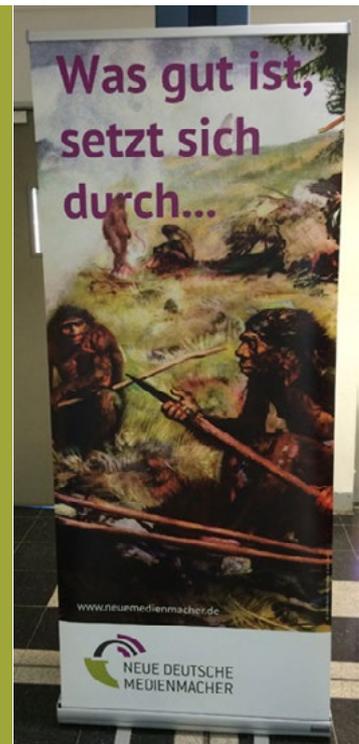
„Besser Deutsch“ mit Jilet Ayse

Anlass zum Feiern bot schließlich die Veröffentlichung der 3. Auflage des NdM-Glossars, welches fortlaufend aktualisiert Formulierungshilfen für die Berichterstattung im Einwanderungsland bietet - und das nun auch in Online-Form sowie als App. Dabei wird das in ehrenamtlicher Arbeit erstellte Glossar nicht nur in der deutschen Medienlandschaft gut angenommen, auch Schauspielerin

Jilet Ayse ist begeistert: Grund genug für sie, unter dem Motto „Besser Deutsch“ ausgewählte Glossar-Begriffe in einer YouTube-Clip-Reihe vorzustellen und der Bundeskonferenz einen Besuch abzustatten. Zum Abschluß stand schließlich die „Fördern und Fordern“-Party auf dem Programm. Was gut ist, setzt sich auch auf der Tanzfläche durch.

Programm der 2. NdM-Bundeskonferenz

- 12 – 14 h Mitgliederversammlung Neue deutsche Medienmacher e.V.
- 14.30 h Anmeldung
- 15 – 17 h
 - Man muss nur wollen I
Gute neue (Ethno)Medien machen
 - Man muss nur wollen II
Geflüchtete Journalist*innen unterstützen
 - Man muss nur wollen III
Besser berichten über Flucht und Asyl
- 17– 18 h Austausch der Workshopergebnisse
- 19 – 20 h Abendessen für Workshopteilnehmer*innen
- 20 – 21.30 h Fördern und Fordern-Party im Club der Werkstatt der Kulturen
Jilet Ayse: Alptraum ihrer Schwester und anderer Integrationsnutten
- 21.30 – 00 h DJ Bax globales Wunschkonzert



Man muss nur wollen I Gute neue (Ethno-) Medien machen

Workshop-Beschreibung

Was können junge Medienmacher*innen mit Diversitätshintergrund besser und anders machen als die etablierten Häuser? Eins steht fest: Vor allem eigene Medienprojekte auf die Beine stellen. Viele neue Onlineplattformen wie „renk“ oder das Print-Magazin „biber“ aus Österreich durchbrechen das Klischee der sogenannten „Ethnomedien“ und sprechen erfolgreich ein junges, vielfältiges Publikum an. Andere Kolleg*innen gehen neue Wege und gründen gemeinnützige Initiativen, wie CORRECT!V. Wie gehen sie dabei vor, was muss berücksichtigt werden und kann man davon leben?

Leitung: Miguel Zamorano, Neuer deutscher Medienmacher, Berlin

Inputs: Danny Schuster und Wiebke Finkenwirth, renk, Berlin; Jonathan Sachse, CORRECT!V, Berlin; Simon Kravagna, biber, Wien

renk. Magazin

Danny Schuster und Wiebke Finkenwirth stellten das Projekt [renk](#) vor, ein deutsch-türkisches Online-Magazin für Kultur und Kreativität. Ausgangspunkt für die Gründung des ehrenamtlich betriebenen Projekts war die schlechte Nachrichtenlage über Deutsch-Türk*innen in deutschen Mainstream-Medien und die Vermittlung stereotyper Meinungen und Bilder darin. Das Ziel der renk-Macher*innen war und ist folglich, bestehende Klischees aufzubrechen. Auf dem Portal werden zum einen Menschen thematisiert, die einen Bezug zum Türkischen haben, zum anderen aber auch Projekte an der türkisch-deutschen Schnittstelle. renk porträtiert interessante Personen, stellt aber etwa türkische Musiktrends vor; die Macher*innen zeigen und erklären Kuriositäten und Traditionen, etwa den Brauch, Mokka mit Salz zu trinken.



Die Homepage von „renk“

Die Leser*innen von renk sind bislang vor allem 25- bis 35-Jährige, die auch über Facebook und den Online-Auftritt (Blog) erreicht werden, die Zugriffszahlen liegen derzeit bei rund 100.000 monatlich. Die Redaktion von renk sitzt in einem Berliner Coworking-Büro, in dem ausschließlich Blogger*innen aktiv sind, die zu anderen Themen veröffentlichen. Insgesamt arbeiten gut 20 Personen im renk-Team ehrenamtlich, das Büro können sie kostenlos gegen Lieferung von Blog-Inhalten nutzen. renk wurde vor drei Jahren gegründet und 2013 mit dem den Titel „Kultur- und Kreativpilot Deutschland 2013“ von der Bundesregierung ausgezeichnet. Den Preis erhielten die Macher allein für das Konzept und die Vision, denn die Internetseite www.renk-magazin.de wurde erst im Juli 2013 online gestellt. Inzwischen greifen auch Mainstream-Medien auf die Arbeit von renk zurück.

Correctiv – Recherchen für die Gesellschaft

Jonathan Sachse stellte das gemeinnützige Recherchezentrum [Correctiv](http://Correctiv.org) vor. Im Juni 2014 gegründet arbeiten knapp 40 Personen unter dem Leitspruch „gemeinnützig, investigativ, unabhängig“ für „Correctiv – Recherchen für die Gesellschaft“, wie es offiziell heißt. Finanziert wird die Arbeit der gemeinnützigen GmbH über Spenden, wobei die Spender jedoch keinen Einfluss auf die Recherchethemen oder die Inhalte nehmen, so Sachse. Durch eine 2014 bewilligte und auf sechs Jahre zugesagte Förderung der Brost-Stiftung (rund eine Million Euro pro Jahr) steht Correctiv auf soliden finanziellen Füßen. Das Jahresbudget umfasst insgesamt etwa zwei Millionen Euro, finanziert durch weitere Stiftungen, Spender sowie Mitgliedsbeiträge der rund 600 Mitglieder.



Die Homepage von „Correctiv“

Bei jedem Recherchethema sucht Correctiv einen exklusiven Medienpartner, der das Recherche-material bzw. fertige Beiträge kostenlos zur Verfügung gestellt bekommt. Für weitere Nutzer*innen (Bürger*innen und Medien) ist es ebenfalls kostenlos. Die recherchierten Inhalte werden dabei unterschiedlich aufgearbeitet – in Form von Texten, aber auch anhand von Datenbanken, die dann von Journalist*innen als Recherchetool genutzt werden können. Sachse stellte exemplarisch ein thematisches Beispiel der Correctiv-Arbeit vor: in einer aufwändigen Recherche arbeitete das Team minutiös heraus, wohin die verpflichtenden Spenden von Verurteilten fließen, die von Richter*innen Geldauflagen erhalten haben. Die Ergebnisse können von den Nutzer*innen für jedes einzelne Bundesland nachgelesen werden.

Ein weiteres Tätigkeitsfeld von Correctiv ist die Unterstützung von Journalist*innen, aber auch von Bürger*innen, durch Crowdfunding Recherchen zu ermöglichen.

das Biber – mit scharf. Magazin für neue Österreicher

Das Print-Magazin „das Biber – mit scharf. Magazin für neue Österreicher“ aus Wien wurde von Gründer und Chefredakteur Simon Kravagna vorgestellt. Das zehn Mal jährlich erscheinende Gratis-Printmagazin hat eine Auflage von 65.000 Stück und finanziert sich mehrheitlich über Anzeigen. Der Titel steht für das türkische Wort für Peperoni. Die Leserschaft besteht zum größten Teil aus 20- und 30-Jährigen, die meist einen Hintergrund im Balkan (Bosnien, Kroatien) sowie der Türkei haben. Auch Deutsche und Osteuropäer*innen gehören zu den Nutzer*innen des Angebotes. „Wir wollten bewusst Menschen erreichen, die häufig keine kostenpflichtigen Medien konsumieren“, sagte Kravagna.



[Die Homepage von „das biber - mit scharf“](#)

„das biber“ hat laut Kravagna einen politisch klaren Standpunkt „gegen Rechts“. Die Redaktion greife dabei gerne Klischees auf, etwa beim Thema „Warum sind viele Frauen vom Balkan mit österreichischen Männern (Schwabo) zusammen?“ Kravagna setzt dabei gezielt „nicht auf Qualitätsjournalismus“. „Wir wollen vielmehr zeigen, dass wir nah bei den Menschen sind.“ Über Facebook lässt die Redaktion über die geplanten Cover abstimmen, um wichtiges Feedback zu erhalten. Inzwischen bildet die Redaktion junge Menschen als Journalist*innen aus, versucht jedoch, „die besten Leute selbst zu behalten“. Die GmbH, unter deren Dach das Magazin erscheint, ist auch an einem Meinungsforschungsinstitut beteiligt, das vor allem in Migrantenumilieus forscht.

Geld und Nischen finden

In der anschließenden Diskussionsrunde gingen die Input-Geber*innen auf Fragen aus dem Publikum sowie von Moderator Miguel Zamorano ein. Simon Kravagna berichtete, dass die Biber-Redaktion einmal im Jahr ein Heft von Schüler*innen gestalten lasse. Inzwischen gebe es dabei eine Zusammenarbeit mit der Schulbehörde, die das Angebot an Schulen weiter vermittelt, im Rahmen einer Projektwoche an dem Heft mitzuarbeiten. Die Biber-Redakteur*innen gehen dabei in die Klassen, erhalten aber auch von den Schüler*innen Blogs - zudem würden diese häufig auch über sich selbst schreiben. Für dieses Projekt gewinne Biber auch Sponsoren, etwa aus der Industrie.



Simon Kravagna von „das biber“; Foto: Mosjkan Ehrari

Kravagna berichtete zudem über Konflikte innerhalb der Biber-Redaktion, die bei bestimmten Themen auftauchten und mit den unterschiedlichen Hintergründen der Mitarbeiter*innen zu tun hätten. So hätten etwa Serben*innen und Bosnier*innen in der Redaktion unterschiedliche Auffassungen über das Massaker von Srebrenica. In der Anfangszeit habe Biber durch solche Konflikte „ein Drittel der Redaktion verloren“. Inzwischen sei „die Identifikation mit der

Redaktion“ aber wichtiger als die Meinung zu bestimmten Themen, so Kravagna.

Die Macher von renk berichteten über die Erfahrung mit Hassmails, aber auch über Kritik von muslimischer Seite, als etwa bei einem organisierten „Zuckerfestival“ auch Bier erhältlich war. Zudem erläuterten Danny Schuster und Wiebke Finkenwirth Details zum konzeptuellen Vorgehen. So würden regelmäßig wöchentlich große Geschichten erscheinen, der Schwerpunkt der Themen liege dabei auf Kultur und Kreativität, weil „dies die Vorlieben der Herausgeberin Melisa Karakuş widerspiegelt“.

Jonathan Sachse von Correctiv erzählte von den Mühen und Schwierigkeiten in der Gründungsphase, Gelder von Stiftungen zu erhalten. Zu den Zielen von Correctiv sagte er: „Es geht nicht darum, diejenigen zu bestätigen, die vorab ohnehin schon von einer bestimmten Meinung zu einem Thema überzeugt sind, sondern eben die Vorab-Skeptiker zu überzeugen.“ Zu den Kriterien für die Themenauswahl sagte er, dass es grundsätzliche Fragen gebe, die an ein mögliches Thema gestellt würden, um dessen Relevanz zu prüfen. Bei bestimmten Recherchethemen (etwa TTIP) würden erfreulicherweise viele Medien das Correctiv-Material aufgreifen. Längere Recherchen dauerten dabei bis zu mehrere Monate. Es gebe dabei auch Spender*innen, die eine bestimmte Recherche unterstützen. Sachse sieht dabei aber „keine Gefahr“, dass dadurch langfristig die „reichen Spender“ die Recherchethemen bestimmen würden.

In ihren Schlussworten betonten die Input-Geber*innen unterschiedliche Aspekte. Biber-Chef Kravagna berichtete von der Frage der Finanzierung, die eine der wichtigsten und zugleich am schwierigsten zu lösenden Aufgaben sei. Danny Schuster und Wiebke Finkenwirth von Renk betonten indes, ein wichtiger Aspekt beim Angehen von Projekten sei es, eine gute und zugleich relevante Nische zu finden. Jonathan Sachse von Correctiv unterstrich die künftigen Chancen der Gemeinnützigkeit als Arbeitsgrundlage. „Die Gemeinnützigkeit hat eine große Zukunft und das auch im Journalismus. Man muss sich gut überlegen, ob man in diesem Bereich gewinnorientiert arbeiten will und muss“, so Sachse. Er ermunterte die Teilnehmer*innen dazu, bei geplanten Projekten und Ideen den „Mut zu haben, auch Fehler zu machen“.

„Einfach machen“

Grundsätzlich sei es sicherlich keine einfache Zeit, um Medien selbst zu machen - es sei allerdings ein wichtiger Schritt, um bestimmte gesellschaftspolitische Themen nach vorne zu bringen, fasste NdM-Mitglied Miguel Zamorano die Ergebnisse des Workshops zusammen. Wichtig dafür sei allerdings eine möglichst exakte Marktforschung mit dem Ziel, das eigene Publikum genau zu kennen. Ihre Interessen und Bedürfnisse bildeten die Leitlinien für das eigene Medienprodukt, so die übereinstimmenden Erfahrungen der drei vorgestellten Projekte. Übereinstimmend plädierten die drei Macher*innen auch für den Mut zu Fehlern: Falsche Scheu könne eine Gründung verhindern.

Nach zwei bis drei Jahren sollte ein Produkt dann allerdings ausgereift bzw. professionalisiert sein. Dazu gehöre auch, das Thema Geld so schnell wie möglich zu lösen, „so unangenehm das ist“, betonte Miguel Zamorano. In diesem Zusammenhang sei es immer noch eine Herausforderung, Werbetreibende für einen bestimmten Bereich zu finden. Und dennoch blieb das Fazit einhellig: „Einfach machen!“

Aufgezeichnet von Jan Opielka



Foto: Mosjkan Ehrari

Man muss nur wollen II

Geflüchtete Journalist*innen unterstützen

Workshop-Beschreibung

Es werden immer mehr: Geflüchtete Journalist*innen kommen nach Deutschland und haben kaum Aussichten in ihrem Job. Viele NdMedienmacher*innen in den lokalen Netzwerken haben Kontakte geknüpft und stehen vor der Frage, wie sie den Kolleg*innen helfen können. Was sollten und müssten wir als Neue Medienmacher*innen tun, um geflüchtete Journalist*innen substanziell zu unterstützen? Welche Projekte gibt es schon und wie sieht die Situation der geflüchteten Kolleg*innen konkret aus?

Leitung: Rebecca Sumy Roth, Freie Journalistin, München

Inputs: Sharmila Hashimi, Rundfunkjournalistin, Afghanistan; Monis Bukhari, Journalist und Blogger, Syrien; Jens-Uwe Thomas, Reporter ohne Grenzen; Mike Jempson, Journalismus-Dozent und Gründer von mediawise, Großbritannien

„I’m kept busy!“

Sharmila Hashimi, Rundfunkjournalistin aus Afghanistan, zählte zu Beginn die größten Hindernisse als geflüchtete Medienmacherin in Deutschland auf. So stelle die Sprachbarriere eine große Hürde dar: Es sei schwierig, Deutsch zu lernen. Da sie zudem Deutsch und Englisch gleichzeitig neu lerne, komme sie manchmal sprachlich durcheinander.

Ein weiteres Hindernis seien Kontakte bzw. generell der Zugang zur deutschen Medienszene. „Reporter ohne Grenzen“ unterstütze zwar mit Einladungen zu Konferenzen und bei der Vermittlung von Praktika bei deutschen Medienhäusern, doch die Sprache versperre bislang den Weg zu einem (bezahlten) Job als Journalistin. Zudem herrsche in den deutschen Redaktionen mangelndes Vertrauen, dass sie das journalistische Handwerk „nach westlichen Wertvorstellungen“ beherrsche. Nicht zuletzt halte sie ihr Status als Flüchtling auf Trab: Einladungen zum Jobcenter, Termine beim Sozialamt, Formulare ausfüllen - „I’m kept busy“, so Hashimi.

Sie beschrieb zudem eine Unkenntnis der geschriebenen und ungeschriebenen Gesetze und Traditionen in Deutschland - dies umfasse die The-



Sharmila Hashimi; Foto: Chadi Bahouth



Monis Bukhari; Foto: Chadi Bahouth

men kulturelle Unterschiede, Rechte und Pflichten oder etwa die journalistische Tradition hierzulande. „No trust, no job“: Sharmila Hashimi will nun selbst die Initiative ergreifen und ein Magazin für afghanische Flüchtlinge in Deutschland gründen.

„No chance“

Auch Monis Bukhari, Journalist und Blogger aus Syrien, beschrieb in seinem Input die deutsche Sprache als größte Barriere: Obwohl er sich wie Sharmila Hashimi bemühe, sehe er keine realistische Chance für sich, jemals auf Deutsch journalistisch arbeiten zu können. Selbst ein Jobangebot von der Deutschen Welle, für die er auf Arabisch und Englisch arbeiten sollte, sei geplatzt. Grund dafür, dass der Vertragsabschluss nicht möglich war, seien seine fehlenden Deutschkenntnisse gewesen, so Bukhari, obwohl er gar nicht auf Deutsch hätte arbeiten sollen.

Wie Hashimi hat Bukhari Eigeninitiative ergriffen: Bis Dezember 2014 betrieb er den syrischen Exilsender „Radio Baladna“. Nachdem nun einige Kollegen von Radio Baladna ebenfalls in Deutschland gelandet sind, plant er eine Website mit Audios für syrische Flüchtlinge in Deutschland. Thematisch sollen Informationen für Syrer*innen geboten werden, die nach Deutschland kommen ebenso wie Antworten auf Fragen zur Integration in die deutsche Gesellschaft gegeben werden.

Monis Bukhari betonte, dass sich sein Selbstverständnis vom Journalismus in Richtung Aktivismus verschoben habe: Er bezeichnete sich nun als „Journactivist“. Ihm sei es außerdem wichtig, in seiner eigenen Sprache für sein eigenes Publikum arbeiten zu können, zumal ihm ein journalistischer Job bei einem deutschen Medium unrealistisch erscheine, „no chance“, so Bukhari. Generell sieht er als größte Herausforderung für seine journalistische Arbeit in Deutschland die finanzielle Förderung für seine geplante Website und sucht nun nach Partnern, um sich beispielsweise für Stiftungsgelder zu bewerben.

Asyl zu bekommen reicht nicht

Jens-Uwe Thomas von „Reporter ohne Grenzen“ berichtete vom Nothilfe-Referat seiner Organisation, welches Journalist*innen hilft, die aufgrund fehlender Pressefreiheit bedroht sind. Dabei werden die Kolleg*innen sowohl in ihrer Heimat unterstützt als auch dann, wenn sie diese verlassen müssen und nach Deutschland kommen. Thomas führte in seinem Input aus, die Tragik sei, dass es gerade die besonders profilierten Journalist*innen



Foto: Chadi Bahouth

(„high profiles“) seien, die ins Exil gezwungen würden. In Deutschland sei es für sie aber extrem schwer, ihre Karriere weiter zu verfolgen. „Reporter ohne Grenzen“ kümmere sich vor allem um Stipendien und Unterstützung beim Asylverfahren. Das Problem aber sei, so Thomas: „Es reicht nicht, Asyl zu bekommen. Die nächste Frage ist, wie Kollegen ihre journalistische Karriere fortsetzen können?“

Im Jahr 2015 seien bislang 50 bis 60 von „Reporter ohne Grenzen“ registrierte Kolleg*innen gekommen, von denen 80 Prozent heute in Deutschland lebten. Von den insgesamt 150 Journalist*innen, die über das Programm „journalists in exile“ nach Deutschland gekommen seien, sei es bis dato keinem gelungen, die journalistische Karriere fortzusetzen. „Ich bin nicht sehr optimistisch, dass sie im deutschen Mediensystem unterkommen können“, prognostizierte Jens-Uwe Thomas.

Mögliche Gegenstrategien seien ein Jobwechsel oder - wie im Fall von Hashimi und Bukhari - der Start eines eigenen Projekts für das eigene Publikum. Hier stelle allerdings die Frage der Finanzierung eine erhebliche Hürde dar, so dass entsprechende Fördertöpfe nötig seien.



Jens-Uwe Thomas; Foto: Chadi Bahouth

Das Nothilfe-Referat von „Reporter ohne Grenzen“ sei jetzt schon allein mit der Hilfe zur Existenzabsicherung (Asylverfahren usw.) personell ausgelastet, so Thomas. Für eine darüber hinausgehende Unterstützung bei der beruflichen Wiedereingliederung von geflohenen Journalist*innen seien personell kaum noch Ressourcen vorhanden.

Viele sind traumatisiert

Im letzten Input des Workshops berichtete Mike Jempson, Dozent für Journalismus sowie Gründer der britischen Organisation „mediawise“, von seinen Erfahrungen aus der Arbeit mit geflohenen



Mike Jempson; Foto: Chadi Bahouth

Journalist*innen. Er betonte, dass viele von ihnen aufgrund der Erlebnisse, die zu ihrer Flucht führten, traumatisiert seien - und dies teilweise nicht wahrhaben wollten.

„mediawise“ habe ursprünglich zum Ziel gehabt, die Qualität der Berichterstattung über Flüchtlinge in den Mainstream-Medien zu verbessern. Als Ursache der einseitigen und mangelhaften Berichterstattung wurde die Tatsache gesehen, dass die wenigsten Redakt*eurinnen Kontakt zu Geflüchteten hatten. „mediawise“ organisierte daraufhin Treffen zwischen ihnen und geflohenen Kolleg*innen. Zudem wurde ein Verzeichnis mit Profilen der Journalist*innen im Exil erstellt, um so Kontaktaufnahmen zu erleichtern.

Jempsons Erfahrung nach ist es auch in Großbritannien nur sehr wenigen geflohenen Kolleg*innen gelungen, in einem Mainstream-Medienhaus Fuß zu fassen - und das, obwohl man annehmen könnte, dass es im englischen Sprachraum leichter sein könnte für Kolleg*innen, die bereits Englisch sprechen. Als Gegenstrategien empfahl er Trainings für Journalist*innen im Exil, welche diese an die journalistische Kultur des Landes heranführen sollten. Gleichzeitig sollte es Offenheit für eine berufliche Umorientierung geben, so etwa in Richtung einer akademischen Laufbahn, PR oder anderer mit dem Journalismus verwandter Bereiche.

Was können die NdM tun, um geflüchtete Kolleg*innen besser zu unterstützen?

Die Teilnehmer*innen des Workshops waren sich darin einig, dass perfektes Deutsch eine Zugangsvoraussetzung für den hiesigen Medienmarkt ist. Zusätzlich sind geflüchtete Journalist*innen in Deutschland mit fehlendem Vertrauen in ihre journalistische Qualität konfrontiert ebenso wie mit fehlenden Kontakten zu deutschen Kolleg*innen, mangelnder finanzieller Unterstützung und fehlendem Wissen, wie die Medienszene in Deutschland funktioniert. Entsprechend war ein Ergebnis des Workshops, dass die NdM - aufbauend auf der Idee von Mike Jempson - Summerschools, evtl. in Anbindung an eine Journalistenschule oder einen Journalismus-Studiengang, anbieten könnten. Gleichzeitig sollte das bereits bestehende Mentoring-Programm um ein Angebot für geflüchtete Journalist*innen erweitert werden. Zudem ist eine Kooperation mit der Plattform „[hostwriter](#)“ geplant.

Die grundlegende Frage aber, ob und wie geflüchtete Journalist*innen in traditionelle Medienhäuser eingebunden werden können, blieb etwas offen: Auch wenn zum Beispiel das Hamburger Abendblatt oder die taz geflüchtete Kolleg*innen in einer Aktion ermöglicht haben, an einem Tag die Ausgabe zu gestalten, fehlen langfristige Strategien.

Monis Bukhari wünscht sich zudem beispielsweise nicht unbedingt, in das deutsche Mediensystem „integriert“ zu werden. Stattdessen wäre für ihn die Unterstützung bei der Gründung eines eigenen Mediums durch Startkapital und Expertise hilfreicher. Dazu passte auch das Sprichwort, das Habib Baloch aus Pakistan, ebenfalls Journalist im Exil, zitierte. Er sagte: „Gib dem Hungernden keinen Fisch, sondern lehre ihn zu fischen.“

Aufgezeichnet von Tabea Grzeszyk



Foto: Chadi Bahouth

Man muss nur wollen III Besser berichten über Flucht und Asyl

Workshop-Beschreibung

Kaum jemals wurde so viel zum Thema Flucht und Asyl berichtet wie in diesen Tagen. Zu Recht. Aber was wird da vermittelt? Welche Bilder und Perspektiven werden medial transportiert, wenn man z.B. angesichts brennender Unterkünfte mehr über die Forderungen der Täter erfährt als über die Situation der Opfer? Wir sprechen über angemessene Berichterstattung, gute und schlechte Beispiele und welche Fehler am häufigsten passieren. Besser berichten über Flucht und Asyl – man muss nur wollen.

Leitung: Rana Göroglu (NdM, Mediendienst Integration)

Input: Fabio Ghelli (Mediendienst Integration); Alice Lanzke, (NdM, Amadeu Antonio Stiftung)

Flüchtlinge in den Medien

Im ersten Input beschrieb Fabio Ghelli, dass das Thema Flüchtlinge in den vergangenen Monaten zu einem Kernthema für den Mediendienst Integration, für dessen Redaktion er auch arbeitet, geworden ist. Der Mediendienst, der Medienschaffenden Informationen zu Fragen der Einwanderungsgesellschaft liefert, habe durch seine Arbeit einen guten Überblick über die Informationsinteressen von Journalist*innen. Teilweise seien die gestellten Fragen zwar sehr banal („Warum kommen Flüchtlinge nicht einfach alle mit dem Flugzeug?“), teilweise aber auch sehr spezialisiert und betreffen etwa die Tiefen des komplizierten Asylrechts.

Für Ghelli ist die deutsche Berichterstattung - vor allem im Vergleich zu den 1990er Jahren und zu anderen europäischen Medien heute - gut aufgestellt. Insbesondere habe sich das Format des so genannten „Faktenchecks“ etabliert: Quer durch alle Medien würden damit etwa beliebte Vorurteile aufgelistet und durch die entsprechenden Fakten entkräftigt.



Der Faktencheck als beliebtes Format
(Beispiele: Zeit Online, ZDF, sueddeutsche.de)

Allerdings sei derzeit eine beginnende Veränderung bei der Berichterstattung sichtbar: Es werde mehr zugespitzt und emotionalisiert: „Mittlerweile ist auch wieder von Flüchtlingswellen die Rede“, so Ghelli.

Krieg der Zahlen

Besonders intensiv werde hier der „Krieg der Zahlen“ geführt, meist um die Frage kreisend, wie viele Flüchtlinge noch nach Deutschland kommen werden. Die Vorhersagen reichen von 300.000 bis hin zu sieben Millionen. „Es ist aber unmöglich, langfristige Prognosen zu stellen“, betonte Ghelli. Migrationsbewegungen ließen sich einfach nicht vorhersagen.

The screenshot shows the website 'Medien Dienst Integration'. The header includes the logo and navigation links: 'Informationen zu Fragen der Einwanderungsgesellschaft', 'ÜBER UNS', 'KONTAKT', 'BILDKONZEPT', 'GLOSSAR', 'LINKS', and a 'NEWSLETTER ABONNIEREN' button. The main content area features an article titled 'Wie viele Flüchtlinge kommen werden, ist unbekannt' dated 07.04.2015. The article text states: 'Bund und Länder sind sich in ihren Schätzungen uneinig: Das zuständige Bundesamt rechnet mit rund 300.000 Asylanträgen dieses Jahr, die Bundesländer halten die Schätzung für zu niedrig. Doch wie lassen sich Flüchtlingszahlen prognostizieren, die von unvorhersehbaren Faktoren wie Krieg und Verfolgung abhängen? Der MEDIENDIENST hat beim Bundesamt für Migration und Flüchtlinge sowie bei Migrations-Experten nachgefragt.' Below the text are social media sharing icons for Facebook, Twitter, and Google+. To the left is a sidebar with categories: 'FLUCHT & ASYL' (Asylrecht, Zahl der Flüchtlinge, Abschiebung, Versorgung, Minderjährige, Irreguläre, EU-Grenzen, Syrische Flüchtlinge), 'MIGRATION' (Bevölkerung, Europäische Union, Menschenhandel, Wer kommt, wer geht?, Zuwanderungsrecht), and 'INTEGRATION' (Arbeitsmarkt, Ausbildung). To the right is a search bar and a 'TOP THEMEN' section with links like 'ASYLPOLITIK: Was bringen "sichere Herkunftsstaaten?"', 'EU-ASYLPOLITIK: Flüchtlings-Aufnahmезentren an den EU-Grenzen?', 'FLÜCHTLINGSZAHLEN: Wie viele Flüchtlinge leben in Deutschland?', and 'GLOBALE MIGRATION: Deutschland'. A small image of a newspaper is also visible.

Der „Mediendienst Integration“ zum Thema Asylprognosen - vollständiger Artikel unter <http://bit.ly/1GWDo6O>.

Ein weiteres Thema im Krieg der Zahlen sei die These von Deutschland als Magnet für Zuwanderer*innen: Kaum ein anderes Land sei für geflohene Menschen so attraktiv. Diese Behauptung lasse sich allerdings, vergleiche man die Zahl der Menschen, die nach Deutschland fliehen mit den Flüchtlingszahlen in anderen Ländern, einfach nicht belegen.

Fabio Ghelli unterstrich, dass obwohl Zahlen als nüchterne Fakten gelten würden, mit ihnen durchaus Emotionen geweckt würden. Generell verändere sich die allgemeine Wahrnehmung von Einwanderung in Deutschland und drohe derzeit zu kippen.

Was und wie wird berichtet?

Im zweiten Input von Alice Lanzke (NdM, Amadeu Antonio Stiftung) ging es um die Frage, was und wie über geflohene Menschen berichtet wird und das mit besonderem Fokus auf rechtsextreme Hetze, Bedrohungen und Angriffe. Fernab der Medienberichterstattung sei hier zunächst die bloße Zahl der Übergriffe besorgniserregend:

	2015 (Stand: 30.9.)	2014
Angriffe gegen Unterkünfte davon Brandanschläge	382 69	153 35
Tätliche Angriffe (Körperverletzungen)	99	77
Flüchtlingsfeindliche Kundgebungen/Demonstrationen	216	256

Quelle: Amadeu Antonio Stiftung/PRO ASYL; www.mut-gegen-rechte-gewalt.de/service/chronik-vorfaelle

So zeige sich im Vergleich zum Vorjahr schon jetzt eine deutliche Zunahme der Gewalt gegen geflohene Menschen. Doch obwohl das Level an (rechtsextremen) Übergriffen konstant hoch sei, könnten in der medialen Berichterstattung ganz unterschiedliche thematische Spins beobachtet werden. Hier habe zum einen die Quantität deutlich zugenommen. So sendete allein die Deutsche Presse-Agentur (dpa) im August und September unter dem Stichwort „Flüchtlinge“ rund zweitausend Fotos und mehr als 2.200 nachrichtliche Texte, vom fünfzeiligen Spot bis zur ausführlichen Zusammenfassung. Zum anderen gebe es immer schnellere Shifts: von den Angriffen auf Flüchtlingsunterkünfte über die wachsenden Zahlen geflohener Menschen, von tragischen Einzelschicksalen über eine Welle an Hilfsbereitschaft in der deutschen Bevölkerung bis hin zu Berichten über erneute Überforderung und Hilfslosigkeit.

Eingebettet ist diese Berichterstattung dabei in ein Klima des Misstrauens gegenüber den Medien, das zumindest in Teilen der Bevölkerung seit dem Aufkommen der Pegida-Bewegung zu beobachten ist.

Auffallend dabei ist, dass sich die Shifts in der Berichterstattung immer schneller abwechseln - in Reaktion auf immer schnellere Kurswech-



sel in der Politik. Die Rhetorik der Medien ist dabei nicht selten durch eine Sprache der vorweggenommenen Eskalation gekennzeichnet: „Noch“ würden die Menschen helfen, „noch“ komme Deutschland mit den Geflohenen zurecht. In diesem „noch“ schwingt allerdings mit, dass es irgendwann doch zu viel sein könne. Auf diese Weise, so Alice Lanzke, werde eine Eskalation rhetorisch angedeutet und gleichzeitig legitimiert, was das Gefährliche sei. Gleichzeitig spiele eine derartige Rhetorik nicht nur Pegida und Co. in die Hände, sondern nehme den Handelnden aus Politik und Gesellschaft auch scheinbar die Mittel aus der Hand.



Foto: Chadi Bahouth

Gleichzeitig zur Eskalation durch das „noch“ kommt die Überforderung in Form von „immer mehr“: „Immer mehr“ Geflüchtete kommen, „immer mehr“ Bürger*innen machen sich Sorgen und „nichts mehr“ geht bei den Erstaufnahmestellen. Zynischerweise schafft die Politik, indem sie Menschen in gnadenlos überfüllten Lagern zusammenpfercht, den Beleg für die Rhetorik der Überforderung. Asylpolitik, so Lanzke, sei durchaus eine Herausforderung - ständig über eine Überforderung zu berichten, schüre aber rechte Ressentiments.

Zu den Klassikern der Berichterstattung gehöre zudem das Schreiben in Bildern, die an Naturkatastrophen erinnerten: Flüchtlingsströme, Fluten von Menschen usw. Auf diese Weise werden Menschen mit ganz unterschiedlichen Einzelschicksalen nicht nur zu einer anonymen, bedrohlichen Masse deklariert - das Bild von der Naturkatastrophe suggeriert zudem, dass die Politik machtlos sei, und schiebt der Flüchtlingen selbst die Verantwortung für die derzeitige Situation zu.

Was hat sich verändert?

Alice Lanzke stellte aber ebenso fest, dass in der Berichterstattung über Flucht und Asyl auch positive Tendenzen zu beobachten seien: So würde das journalistische Selbstverständnis im Zuge der Debatte thematisiert, einige Journalisten wie Claus Kleber oder Kai Gniffke hätten öffentlich bereits ihre Haltung beschrieben.

Gleichzeitig werde die Bedeutung von Sprache diskutiert - nicht zuletzt vorangetrieben durch das Glossar der NdM mit Formulierungshilfen für die Berichterstattung. Ein Zeichen für eine entsprechende Sensibilisierung sei etwa, dass die dpa im Juli 2015 entschied, nicht mehr von „Asylkritikern“ oder „Asylgegnern“ zu schreiben. „Das sind missverständliche Begriffe, die den tatsächlichen Sachverhalt verschleiern und beschönigen“, so dpa-Chefredakteur Sven Gösmann damals. Stattdessen sollten künftig die Akteure (z.B. NPD-Mitglieder, Neonazis, ...) möglichst genau benannt werden.

Lanzke plädierte abschließend für eine angemessene und ausgewogene Berichterstattung ohne rhetorische Eskalation, welche nicht die Täter*innen, sondern die Betroffenen in den Fokus rücke, und Zusammenhänge wie Hintergründe klar mache.

„Wir sehen hier keine Überforderung, sondern staatliches Versagen“

In der sich anschließenden Diskussion kritisierte Konstantina Vassiliou-Enz, dass in der Berichterstattung aufgrund von Nichtwissen vieles durcheinander gewürfelt werde. „Wenige kennen zum Beispiel den Unterschied zwischen Asyl- und Flüchtlingsschutz“, sagte sie. Andere Workshop-Teilnehmerinnen betonten, dass die berichteten Zahlen oft in keinen Kontext gesetzt würden. Das zeige etwa das Beispiel von den vielen Geflohenen, die keinen Schulabschluss hätten: Nur wenige Journalist*innen erwähnten den Kontext, dass nämlich ein Drittel der Flüchtlinge Minderjährige unter 16 Jahren seien, die noch gar keinen Schulabschluss haben können.

Wieder andere forderten, dass die Medien Zusammenhänge klar benennen: „Wir sehen hier keine Überforderung, sondern staatliches Versagen.“ Wir als Journalist*innen müssten darstellen, wie ein Problem aufgebauscht werde, was eigentlich keines sein müsste.

Eine andere Kritik war, dass sich die Sichtweisen der Medien kaum noch von denen der Politik unterscheiden würden - anstatt das politische Geschehen kritisch zu begleiten, würde nur noch wiedergegeben. Ein Workshop-Teilnehmer erklärte in diesem Zusammenhang, dass in der alltäglichen Arbeit oft gar keine Zeit bliebe, um ausführlich über Hintergründe zu berichten. Zudem würde nur wenig differenziert über die verschiedenen Fluchtgruppen berichtet und der Anteil, den Deutschland an den Fluchtursachen habe, kaum beleuchtet. „Gerade in der Lokalpresse ist noch viel Luft nach oben“, stellte ein Teilnehmer fest.

Insgesamt sei der Blick auf Geflohene in den Medien oft extrem paternalistisch. Gleichzeitig werde den vermeintlichen „Ängsten und Sorgen“ der Bürger*innen oft viel mehr Raum eingeräumt, ohne zu berücksichtigen, was wirkliche Ängste und was rassistische Vorurteile seien, so Alice Lanzke. Unberücksichtigt bliebe hingegen, wie es migrantischen Communities angesichts der vielen rechten

Übergriffe auf Flüchtlinge gehe. Angesichts der Diskussion im Workshop plädierten die Teilnehmenden für eine stärkere Differenzierung auf allen Ebenen der Berichterstattung. Die Chance, dass Exotismus, abgelöste Vogelperspektiven und paternalistische Sichtweisen sich verringerten, sei größer, wenn mehr Vielfalt in den Redaktionen herrsche. Journalist*innen mit Migrationsgeschichte verfügten hier über eine größere Sensibilität, weil sie oft wüssten, wie es sei, ein Land zu wechseln - und würden zudem eine neue Selbstverständlichkeit einer heterogenen Gesellschaft beweisen. Ob mehr fremdsprachige Angebote für Geflohene hilfreich und überhaupt von den Betroffenen selbst gewünscht würden, müsste weiter diskutiert werden.



Foto: Chadi Bahouth

Was können die NdM für eine bessere Berichterstattung über Flucht und Asyl tun?

Grundsätzlich bedeutet eine größere Vielfalt in deutschen Redaktionen zwangsläufig eine weniger paternalistische Perspektive auf geflohenen Menschen. Um die Berichterstattung differenzierter zu gestalten, könnten die NdM außerdem Angebote oder Hilfestellungen entwickeln wie beispielsweise Workshops oder Schulungen für Redaktionen, um durch den „Asyldschungel“ zu führen. In diesem Zusammenhang wurde zudem das Glossar der NdM als besonders sinnvoll und hilfreich empfohlen - dessen weitere Verbreitung sollte entsprechend ein Ziel der NdM sein.

Aufgezeichnet von Alice Lanzke

Zusammenfassung

Was können die Neuen deutschen Medienmacher tun, ...

I. um selbst gute neue (Etho-) Medien zu machen?

- Marktforschung betreiben, um das eigene Publikum mit seinen Interessen und Bedürfnissen möglichst genau kennenzulernen
- die Finanzierung möglichst schnell klären
- Mut zu Fehlern haben und einfach machen

II. um geflüchtete Journalist*innen zu unterstützen?

- Summerschools oder ähnliche Formate für geflohene Journalist*innen entwickeln (evtl. in Anbindung an eine Journalistenschule oder einen Journalismus-Studiengang)
- das bereits bestehende Mentoring-Programm für Nachwuchs-Journalist*innen ausbauen für geflohene Kolleg*innen
- eine Kooperation mit der Plattform „hostwriter“ eingehen

III. um besser über Flucht und Asyl zu berichten?

- differenzierte Berichterstattung auf allen Ebenen einfordern und sich weiterhin für mehr Vielfalt in deutschen Redaktionen einsetzen, um exotisierende und paternalistische Perspektiven zu vermeiden
- Workshops oder Schulungen für Redaktionen anbieten, die Hintergrund zur Asyl-Thematik bieten
- das Glossar weiterentwickeln, da es eine sinnvolle Hilfestellung für eine differenzierte Berichterstattung ist

Fotos: Mosjkan Ehrari



Formulierungshilfen für die Berichterstattung

Das Glossar der Neuen deutschen Medienmacher

Bei der Bundeskonferenz wurde nicht nur die aktuellste und erweiterte Auflage des Glossars vorgestellt, sondern auch dessen neue digitale Versionen als Online-Datenbank und App.



GLOSSAR ONLINE



GLOSSAR APP



GLOSSAR PDF



GLOSSAR HEFT

Das [Glossar](#) trägt der Tatsache Rechnung, dass Sprache das wichtigste Handwerkszeug von Journalist*innen ist: „Unsere Berichte sollten möglichst wertfrei, korrekt und präzise die Sachverhalte wiedergeben“, heißt es dazu auf der Website der NdM. Und dennoch passiert es nicht selten, dass Begriffe wie „Zuwanderer“, „Flüchtling“ oder „Migrant“ in ein und demselben Text benutzt werden in der irrigen Annahme, sie würden alle das gleiche bedeuten. Das Glossar soll hier eine Hilfestellung für eine differenziertere Berichterstattung sein und als Anregung für die laufende Debatte verstanden werden. Wie wichtig entsprechender Input ist, zeigt sich nicht zuletzt an der Nachfrage für das Glossar. Schon jetzt gebe es so viele Bestellungen für die Print-Fassung, dass die Hälfte der neu gedruckten Auflage bereits weg sei, konnte NdM-Geschäftsführerin Konstantina Vassiliou-Enz berichten. Auch das Echo in den Medien gibt den Formulierungshilfen Recht.

Deutschlandfunk LIVE STREAM Seit 19:15 Uhr [Zur Diskussion](#)

NACHRICHTEN POLITIK WIRTSCHAFT WISSEN KULTUR EUROPA GESELLSCHAFT SPORT BLOGS SUCHEN

Startseite > Markt und Medien > Geflüchtete statt Asylanten > 17.10.2015

Wortfindungshilfe der Neuen deutschen Medienmacher
Geflüchtete statt Asylanten

Eigentlich sollen Journalisten korrekt und präzise einen Sachverhalt wiedergeben. Aber das klappt gerade aktuell rund um die Debatte über Flüchtlinge häufig nicht. Wenn Journalisten zum Beispiel Burka schreiben, obwohl sie Nikab meinen. Oder aber Flucht verbal mit einer Naturkatastrophe gleichsetzen.

Von Swanje Unterberg

Deutschlandradio Kultur

PROGRAMM HÖREN KONTAKT ÜBER UNS SENDUNGEN A-Z VERANSTALTUNGEN

KULTUR • POLITIK & ZEITGESCHEHEN • LITERATUR • MUSIK • WISSENSCHAFT

KOMPRESSOR | Beitrag vom 03.02.2015

FRAGE DES TAGES
Wann ist das Wort "Terrorist" angebracht und wann nicht?
 Ferda Ataman im Gespräch mit Stephan Karkowsky

Interview beim DLR Kultur:
<http://bit.ly/1R8zayL>

Bericht vom Deutschlandfunk:

<http://bit.ly/1RwUxcl>

Märkische Oderzeitung GRANDPUBLISSEUR GENERALANZEIGER MINICORPORATE GENERALANZEIGER MINICORPORATE GENERALANZEIGER MINICORPORATE GENERALANZEIGER MINICORPORATE GENERALANZEIGER

Heimat | Orte | Nachrichten | Meinung | Sport | Wirtschaft | Kultur | Themen | Ratgeber

Film | Theater | Musik | Heimkino | Bücher | Medien | Tickets | Kunstpreis

Aus der Redaktion Kommentare (2)

JOANNA STOLAREK 24.09.2015 20:44 UHR - AKTUALISIERT 25.09.2015 13:06 UHR

"Wenn etwas benannt wird, wird es real"

170 1 0

Share Twittern G+

ARTIKEL EMPFEHLEN

- Artikel kommentieren
- Seite empfehlen
- Nachrichte an die Redaktion
- Druckversion

SCHLAGWORTE

Schlag | Chrlinge | Xtep | Migrant | Konstantina Vassiliou • Enz | Victor Klempner | Joachim Gauk |

Lesen Sie auch...

28.08.2015 20:19 THEMA
Sorgen, Ängste, Nöte: Aufklärung bleibt gefragt

© MOZ

Bericht der Märkischen Oderzeitung:
<http://bit.ly/1PPw4B2>

YouTube-Serie „Besser Deutsch“

Übersicht Videos Playlists Kanäle Diskussion Kanalinfo 🔍



Jilet Ayse "Besser Deutsch"

von Neue deutsche Medienmacher • 4 Videos • 11 Aufrufe • Heute aktualisiert

Jilet Ayse liest, Kollegas! Im Glossar der Neuen deutschen Medienmacher für die Berichterstattung im Einwanderungsland. Jeden Montag neu.
Mehr unter <http://www.neuemedienmacher.de/wissen/wording-glossar/>

▶ Alle ansehen < Teilen + Speichern

1	 Jilet Ayse in "Besser Deutsch" von neuemedienmacher	2:28
2	 Jilet Ayse in "Besser Deutsch" Teil 2: Asylbewerber von neuemedienmacher	2:11
3	 Jilet Ayse in "Besser Deutsch" Teil 3 von neuemedienmacher	2:21
4	 Jilet Ayse in "Besser Deutsch" Teil 4, liebe Pegidas! von neuemedienmacher	1:45

Als Botschafterin für das Glossar konnten die NdM [Jilet Ayse](#), „Alptraum ihrer Schwester und anderer Integrationsnutten“ gewinnen, deren Auftritt den Abendteil der Konferenz einläutete. Künftig werde Jilet Ayse in der YouTube-Videoreihe „[Besser Deutsch](#)“ wöchentlich Begriffe aus dem Glossar vorstellen und besprechen, kündigte Vassiliou-Enz an.



Fotos: Chadi Bahouth

Die NdM-Bundeskonferenz in der Presse



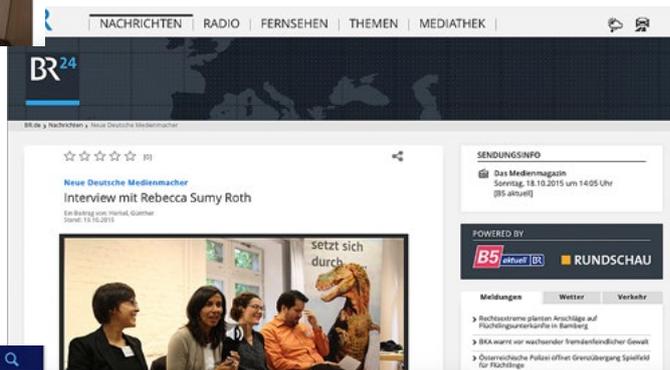
Konferenz der Neuen Deutschen Medienmacher: "Der Terror wandert nicht ein"

Von Dana Buchzik



Bericht auf Spiegel Online:

<http://bit.ly/1LJWR1Q>



Interview im Bayerischen Rundfunk:

<http://bit.ly/1OR94Cx>



Bericht bei ZAPP (NDR):

<http://bit.ly/1XC1bF7>

Impressum

Herausgeber

Neue deutsche Medienmacher e.V., Goltzstraße 39, 10781 Berlin

Redaktion

Alice Lanzke, Konstantina Vassiliou-Enz

Layout

Alice Lanzke

Texte

Tabea Grzeszyk, Alice Lanzke, Jan Opielka

Fotos

Chadi Bahouth, Mosjkan Ehrari

Die Neuen deutschen Medienmacher (NdM) sind als gemeinnütziger Verein anerkannt. Wir freuen uns über Ihre Unterstützung unserer ehrenamtlichen Arbeit für mehr Vielfalt in den Medien in Form einer Spende, einer Mitgliedschaft oder auch Ihrer aktiven Mitarbeit.

Alle Infos unter: www.neuemedienmacher.de

© 2015