

world edition

PreMedia Newsletter

PreMedia Newsletter –
über alle
Medienkanäle hinweg:
Print – Online

www.premedianewsletter.de

MANAGEMENT-CONSULTING
UND INFORMATIONEN



FÜR DIE
MEDIENINDUSTRIE

MÄRZ 2022 /
APRIL 2022

AUSGABE 3/4

JAHRGANG 28



Die Zeitungsmedien im Überlebens-Modus?

A small blue circular icon containing the number "40", representing the 40th anniversary.A small blue circular icon containing the number "40", representing the 40th anniversary.A small blue circular icon containing the number "40", representing the 40th anniversary.A small blue circular icon containing the number "40", representing the 40th anniversary.

Seit 40 Jahren Leidenschaft für Innovation

40

Wir von alfa Media verstehen uns als Partner unserer Kunden, der nicht nur für das Verlagsgeschäft eine Welt neuer Wege und neuer Möglichkeiten eröffnet. Dank unserer langjährigen Erfahrung bieten wir alle zur Digitalisierung dazugehörigen Workflows, wie auch den Mindset für modernes Arbeiten, sodass Sie mit uns in der Lage sind, Ihren Inhalten die Aufmerksamkeit zu verschaffen, die sie verdienen. Wir arbeiten für Ihren Erfolg und das bereits seit 40 Jahren!

A small blue circular icon containing the number "40", representing the 40th anniversary.

alfamedia.com

alfa Media Partner GmbH | Carl-Zeiss-Straße 27 | 63322 Rödermark | Tel +49 (0) 6074 - 3104-0



Die Zeitungsmedien im Überlebens-Modus?



WIE WICHTIG QUALITÄTSJOURNALISMUS für immer bleiben wird, zeigt der Ukraine-Krieg sehr deutlich auf. Der Unterschied zwischen Kriegspropaganda und der Schilderung der traurigen KriegsWirklichkeit ist wichtiger denn je geworden. Sondersendungen von ntv/RTL und WELT-TV sowie ARD und ZDF nehmen hier eine dominante Rolle ein. Unaufgeregte Reporter vor Ort schildern ihre Eindrücke auch in Gesprächen mit den betroffenen ukrainischen Bürgern.

Die Tageszeitung versucht den Aktualitäts-Nachteil mit Analysen und Kommentaren in dieser weltpolitischen Krisen-Situation auszugleichen.

„Der Spiegel“ bringt auf breiter Front sehr informative Beiträge und vor allem Hintergrund-Informationen. Beispielsweise der Artikel über Marina Owsjannikowa, jener russischen Journalistin, die mit ihrer mutigen Protestaktion ihre Existenz und die ihrer Familie unter dem Hintergrund einer erwartbaren mehrjährigen Haftstrafe in Russland der Wahrheit zuliebe aufs Spiel gesetzt hat, war überaus eindrucksvoll zu lesen. Für mich, der ich seit vielen Jahrzehnten nicht nur berufsbedingt der Zeitungs- und Zeitschriften-Fan-Gemeinde angehöre, unverzichtbar. Qualität versus Fake News. Das ist die zu bewältigende Aufgabenstellung für die Zukunft freier Medien.

Wie können die Zeitungsmedien den jugendlichen Leser gewinnen? Leserfreundliche Print-Tabloid-Formate, dynamische Web-Informationsangebote, eines bei Print mit Inhalten ohne den Ghetto-Modus reiner Jugendseiten gehören wohl dazu. Aktuelle Themen, aber auch eine Kommentierung gesellschaftlich relevanter Themen aus der kritisch-wertenden Sicht von jungen Redakteuren, die natürlich eine andere Weltsicht haben, als die Generation 45+. Ein konstruktiv-kritischer Dialog, den es täglich proaktiv zu gestalten gilt.

Eine Chance für qualitativ agierende Zeitungsmedien, neue Medienkonsumenten an die Marke zu binden. Und das gilt über alle verfügbaren Medienkanäle hinweg, da wir alle Medien mehr denn je konsumieren. Über TV, Smartphone, PC und Laptop, Internet-Portale und die gedruckte Zeitung. Und das täglich über viele Stunden. Das Smartphone ist zum wichtigsten Endgerät für den Konsumenten gewachsen.

Darauf gilt es, Angebote die zielgruppengenau und tageszeitabhängig auf den Medienkonsumenten zugeschnitten sind, aktuell anzubieten. Über alle Altersgruppen hinweg. Schüler, Studenten konsumieren Medien halt anders als Berufstätige oder Rentner.

Medien-Diversifikation ist seit Jahren die Forderung an den Wandel im Medienkonsum, die es von den traditionellen Medienhäusern zu gestalten gibt. Getan wurde vor allem von den US-Mediengiganten wie Google, Facebook, Instagram etc. sehr viel, vor allem was viel Geld in deren Kassen spült. Einmal-Mitnahme-Effekte von traditionellen deutschsprachigen Medienhäusern mit der Google News Initiative verdienen doch der erinnernden Erwähnung. Allerdings: Bedeutet diese Vorgehensweise nicht auch, einen Teil der eigenen Identität für vergleichsweise wenig Geld an die US-Mediengiganten verkauft zu haben?

Die Lieferindustrie, immer ein Partner für die Fortentwicklung der Medien, muss auf die seit Jahren bestehende Investitionsbremse der Medienhäuser reagieren.

Die U-Boot-Mentalität hat sich durch die Corona-Krise und nunmehr durch sich weiter dramatisch eintrübende Wirtschaftsstruktur-Daten durch die kriegsverursachte Wirtschaftskrise und gekappte Wirtschaftsketten fast zur täglichen Norm erhoben.

In Deutschland, Nachzügler im Digitalbereich, gibt es dabei sehr viel aufzuholen. Das wird dauern, weil Vieles bürokratisch an neuen Aufbruchstrukturen behindert wurde. Entwicklungschancen wurden sehr oft nicht genutzt. Noch bleibt Zeit dafür!

Es wird gelingen, wenn wir es tun! Jetzt – hier und heute – für morgen!

Herzlichst, Ihr Prof. Ing. Karl Malik

Karl Malik

Karl.Malik@premedianewsletter.de

EDITORIAL

Die Zeitungsmedien im Überlebens-Modus? | 03

DAS AKTUELLE
MEDIENINTERVIEW

Lokaler Journalismus: unverzichtbar und wertgeschätzt | 07

TRENDS IN DER
MEDIENINDUSTRIE

Erfolgspotenziale für den Zeitungsvertrieb | 08

Der Aufruf von Alexei Pogorelov, Präsident der Ukrainian Media Business Association (UMBA), zur Unterstützung ukrainischer Medien und Journalisten | 13

Alexei Pogorelov: „Als wir keinen Strom hatten und gezwungen waren, an allem zu sparen, sogar am Aufladen des Handy-Akkus, haben wir noch Radio gehört.“ | 14

Oksana Brovko: „Wir müssen lebendig sein, um der Welt die Wahrheit zu zeigen“ | 18

Gegen russische Desinformation und Propaganda: Warum es wichtig ist, die russischen Bürger zu informieren, und wie man das macht? | 19

Novaya Gazeta: Die letzte unabhängige Stimme Russlands spricht wieder | 21

Wechsel in der Chefredaktion von Westfälische Nachrichten und Zeitungsgruppe Münsterland | 22

NOZ/mh:n MEDIEN und Athesia gehen mit PEIQ in die Cloud | 23

IGFM: „Schritte in die richtige Richtung, aber noch ein langer Weg zu gehen“ | 23

Deutsche politische Gefangene als politisches Faustpfand missbraucht | 24

IGFM: Sacharow-Preis für Marina Owsjannikowa | 26

Kölner Stadt-Anzeiger Medien gehen mit PEIQ in die Zukunft | 26

IGFM verurteilt erneute Haftstrafe für Aleksej Nawalny | 27
Überfordert | 28

BDZV: Erfolgreicher Vermarktungsgipfel 2022 in Berlin | 30

Papier als Mangelware und so teuer wie nie | 31

So unterschiedlich wirkt Werbung in Print im Vergleich zum E-Paper | 33

50 Jahre IGFM – Menschenrechtseinsatz wichtiger denn je! | 34

Russische Journalistin Marina Owsjannikowa erzählt, was nach ihrem Protest im Staats-TV passierte | 34

Taliban versuchen Medien auf Linie zu bringen | 37

MELDUNGEN AUS DER
LIEFERINDUSTRIE

Dr. Ludwin Monz zur Übernahme des Vorstandsvorsitz der Heidelberger Druckmaschinen AG: „Wir müssen unsere technologische Expertise gezielt für neue Märkten nutzbar machen.“ | 39

Druckerei Konstanz findet bei QIPC weiterhin Sicherheit und Kontinuität | 40



31

Papier als Mangelware und so teuer wie nie



Erfolgspotenziale für den Zeitungsvertrieb

06



34

Russische Journalistin Marina Owsjannikowa erzählt, was nach ihrem Protest im Staats-TV passierte



Wechsel in der Chefredaktion von Westfälische Nachrichten und Zeitungsgruppe Münsterland

22

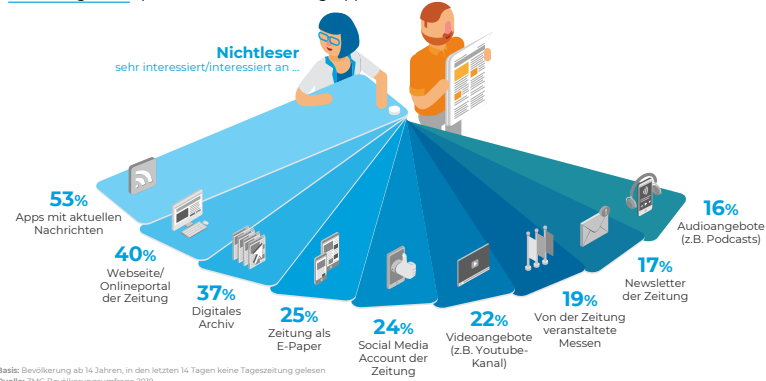


40

Druckerei Konstanz findet bei QIPC weiterhin Sicherheit und Kontinuität

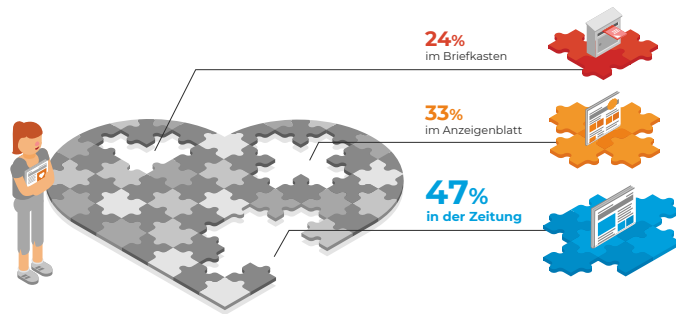
Zeitungen sind mehr als Print

Zusatzangebote sprechen auch neue Zielgruppen an



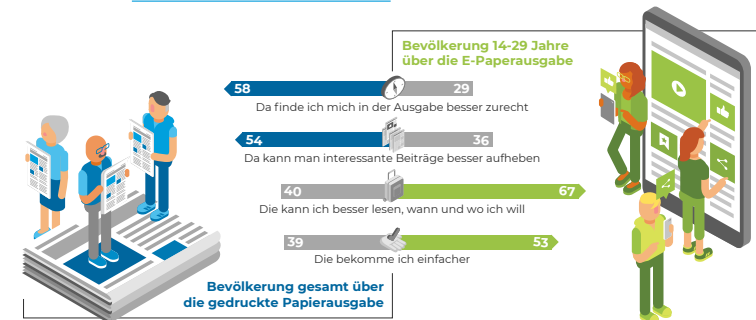
In der Zeitung ist Werbung wichtig

Personen, die Werbung vermissen würden



Für die Mehrheit ist Zeitung Print, für Junge wird die Zeitung elektronisch

Zeitungslesen ist stark mit Gewohnheiten verknüpft



Lokal- und Regionalnachrichten im Internet

Relevanz und Wertschätzung





Studie „Zeitungsqualitäten 2022“ liefert aktuelle Daten zur Zeitung und ihrer Nutzung

Lokaler Journalismus: unverzichtbar und wertgeschätzt

Lokaler Journalismus ist nicht nur für die persönliche Orientierung der Menschen relevant. Er ist auch sehr wichtig für die Gesellschaft insgesamt, meinen 90 Prozent der deutschen Bevölkerung. Immer bedeutender für die Information vor Ort werden die digitalen Zeitungskanäle. Das unterstreicht die neue Studie „Zeitungsqualitäten 2022“ der Zeitungsmarktforschung Gesellschaft (ZMG), einer Forschungstochter des Bundesverbands Digitalpublisher und Zeitungsverleger (BDZV).

Erste Anlaufstelle zur wohnortnahen Information sind die lokalen und regionalen Tageszeitungen. Für 76 Prozent der Bevölkerung sind sie „unverzichtbar und sinnvoll“ für Themen rund um den eigenen Wohnort. Dass eine gute lokale Berichterstattung etwas kostet, ist der Mehrheit dabei durchaus bewusst. Die gilt auch fürs Digitale: 56 Prozent geben an, dass ihnen die kostenfreien Artikel im Internet nicht ausreichen, um angemessen informiert zu sein.

Bezahlpflichtige Lokal- und Regionalnachrichten im Web genießen dagegen eine besonders hohe Wertschätzung. Denn sie werden von kompetenten Journalistinnen und Journalisten verfasst (80 Prozent Zustimmung), halten einen immer auf dem Laufenden (69 Prozent) und bieten exklusive Informationen (64 Prozent). „Für vertrauenswürdige Lokal- und Regionalnachrichten im Internet bin ich bereit zu zahlen“, äußern 44 Prozent der Befragten.

Mehrwert durch lokale Werbung

Für Werbung auf lokalen Nachrichtenangeboten im Internet geben die „Zeitungsqualitäten 2022“ ebenfalls grünes Licht: Die Finanzierung über Banner und Werbeeinblendungen sei weithin akzeptiert. Anzeigen im Umfeld der digitalen Lokalberichterstattung werden auch deshalb wohlwollend bewertet, weil sie den lokalen Handel unterstützen (55 Prozent), für ortsansässige Unternehmen eine gute Möglichkeit sind, für sich zu werben (64 Prozent), und Leserinnen und Leser auf interessante Angebote in der Region aufmerksam machen, geben diese selbst zu Protokoll.

Die Websites der regionalen Zeitungen bieten lokal Werbetreibenden ein vertrauenswürdiges Umfeld, von dessen Image sie selbst profitieren. So empfinden 82 Prozent der Bevölkerung auch die Geschäfte, die auf den Zeitungsseiten werben, als seriös. Die Werbung selbst wird als glaubwürdig und zuverlässig (72 Prozent) beurteilt. Da sie hilft, preiswerte Angebote auszuwählen (63 Prozent), ist sie für rund die Hälfte der Befragten sogar genauso interessant wie redaktionelle Beiträge.

Mit diesen und weiteren repräsentativen Befragungsergebnissen liefern die „Zeitungsqualitäten 2022“ neue Fakten zur Nutzung und Bewertung von Zeitungen und ihrer Werbung.

Die Studienergebnisse stehen als animierte Grafiken und Download auf www.zeitungsqualitaeten.de zur Verfügung.



Andrea Domin

Erfolgspotenziale für den Zeitungsvertrieb

DAS AKTUELLE MEDIENINTERVIEW

PreMedia Newsletter:

Liebe Frau Domin, ich freue mich, Sie wiederzusehen. Die Zeitung im Wandel bedeutet ja auch ein noch genaueres Zielgruppen-Marketing. Zielgruppengenaue Datenanalysen über alle relevanten Altersgruppen hinweg sind dafür erforderlich. Wie kann die multimediale Zeitung vor allem jüngere Menschen und vor allem auch weibliche Medienkonsumenten erreichen?

Andrea Domin:

Willkommen, Hr. Malik... Das Schöne an der multimedialen Ausrichtung der journalistischen Inhalte einer Zeitung ist, dass es für die digitalen Medien viele Analyse-möglichkeiten gibt, die auch Aufschluss darüber geben, welche Zielgruppen unsere Medien nutzen und was diese lesen, an welchen Stellen sie interagieren etc. Insofern lautet die Antwort „Mit den passenden und relevanten Inhalten“ und natürlich einer zielgruppenspezifischen Marketingansprache.

PreMedia Newsletter:

Die Content-Vermarktung wird bei rückläufigen Anzeigen-erlösen immer wichtiger. Wie kann die Leserforschung näher an die Redaktion herangebracht werden?



ZEITUNG FÜR DAS LAND BRANDENBURG

Märkische Allgemeine

Potsdamer Tageszeitung

Montag, 21. März 2022 | PDM - A 09411

Partner im RedaktionsNetzwerk Deutschland (rnd)

Nr. 67 | 12. Woche | 77. Jahrgang | 2,10 €

Andrea Domin:

Ja, das ist richtig. Glücklicherweise ermöglicht die zunehmende Fokussierung auf die digitale Verbreitung der Inhalte auch einen Erkenntnisgewinn darüber, was die LeserInnen interessiert. Denn im Digitalen können Sie sehr genau sehen, welche Artikel geklickt werden, wie weit gescrollt und gelesen wird und ob die LeserInnen danach weitere Inhalte nutzen. Sie sehen, ob die NutzerInnen gezielt auf die Website gehen und wie sie sich dort bewegen oder ob sie ggf. über die Internetsuche auf der Seite gelandet sind. Auch das Ausspielen auf den Social-Media-Kanälen zeigt uns sehr direkt, bei welchen Inhalten die NutzerInnen interagieren, welche Beiträge geteilt werden usw. Sofern die Artikel hinter der Bezahlschranke sind, ist zudem messbar, welche Artikel zum Abo-Abschluss geführt haben. Das alles ist so viel mehr als wir je im Printbereich wussten! Bei Print konnte man solche Erkenntnisse nur mit Marktforschung, Lesewertanalyse u.ä. gewinnen. Und diese Erkenntnisse führen natürlich auch dazu, dass die Redaktion ganz andere Möglichkeiten hat, ihre Arbeit auf die Interessen der LeserInnen auszurichten, weiterführende links zu verwandten Artikeln sowie Video- und Audio-Inhalte einzubinden und last but not least auch Überschriften und Teaser zu optimieren. Da viele Verlage mittlerweile „digital first“ arbeiten, hat dieser Erkenntniszuwachs auch Auswirkungen auf die nachgelagerte gedruckte



Querschuss zur Unzeit
Investor Lars Windhorst will Herthas Präsidenten stürzen.
Seite 21



POTS DAM
Neue MAZ-Serie über die Restauratoren von Sanssouci
Die Restauratoren der Schlossrestauration bewahren die Kunstwerke im Westberlin. Eine neue MAZ-Serie erkundet, wie das gelingt. Im Interview zum Auftakt geht es um Respekt vor früheren Kulturen und Schäden durch Besucher. Seite 17

POTS DAM-MITTEL MARK
Laga in Beelitz: Eine Lehrerin fürs Grüne Klassenzimmer
Wenn im April die Landesgartenschau in Beelitz beginnt, wird Christl Niederland wieder in ihrem Element sein. Die frühere Biologin- und Chemielehrerin sorgt bei Kindern für neue Erkenntnisse – im Grünen Klassenzimmer. Seite 19

POLITIK
Lehrerverband: Zehntausend zusätzliche Lehrer benötigt
Deutschland braucht 10 000 bis 15 000 zusätzliche Lehrer, um die aus der Ukraine geflüchteten Kinder unterrichten zu können. Darauf weist der Präsident des Deutschen Lehrerverbands, Heinz-Peter Meidinger, hin. Entsprechend würden mehr Unterrichtsräume benötigt. Seite 5

BRANDENBURG
Kliniken kämpfen mit Personalausfällen
Die Corona-Lage in den Krankenhäusern ist trotz hoher Infidenzen weitgehend stabil. Doch von Entspannung kann nach Einschätzung der Landeskrankenkassen-Gesellschaft noch keine Rede sein. Denn die Kliniken leiden derzeit unter vielen Personalausfällen. Seite 7

LOTTO AM SAMSTAG



Vom Hindukusch nach Potsdam

Er war in Afghanistan für die Bundesrepublik tätig – und in Lebensgefahr, als die Taliban die Macht ergriffen. Jetzt fängt Matin Pori Karim (41) mit seiner Familie hier neu an. Seite 16

FOTO: ANDAS FRICK

Zehn Millionen Ukrainer fliehen vor dem Krieg

Land plant Sonderzüge nach Cottbus – Russland setzt Kinschal-Rakete ein

Von Oliver von Riegen

Potsdam. Der russische Angriffskrieg gegen die Ukraine hat laut UN bislang rund zehn Millionen Menschen in die Flucht getrieben. Dabei handelt es sich sowohl um Binnenvertriebene als auch um Menschen, die die Ukraine verlassen haben, wie der UN-Hochkommissar für Flüchtlinge, Filippo Grandi, am Sonntag mitteilte. Er betonte, dass diejenigen, die den Krieg beginnen, für das Leid der Zivilisten die Verantwortung tragen. In Deutschland sind mittlerweile deutlich mehr als 200 000 ukrainische Kriegsflüchtlinge

In dieser Ausgabe

Krieg überhitzt Wahlkampf in Frankreich. Seiten 2 und 3

Russland setzt Hyper-schall-Raketen gegen die Ukraine ein. Seite 4

aus würden Angebote zur Weiterreise für die ankommenden Flüchtlinge zu zahlreichen Zielen in Deutschland und darüber hinaus zur Verfügung stehen. Wegen der Reisefreiheit für ukrainische Staatsangehörige sei unklar, ob dies auch in Anspruch genommen werde.

Ab Mittwoch soll Cottbus neben Hannover und Berlin das dritte Drehkreuz zur Verteilung von Flüchtlingen aus der Ukraine werden. Damit soll auch Berlin entlastet werden, wo zuletzt Tausende Geflüchtete ankamen. Es sind bis zu sechs Züge aus Polen nach Cottbus geplant, um täglich 2500 weitere

maßen willkommen sind. „Aus der Ukraine fliehen auch Menschen aus anderen Staaten, die dort zum Beispiel gearbeitet oder studiert haben. Die Ukraine wartet der russischen Armee ein immer brutaleres Vorgehen mit zerstörerischem Artilleriebeschuss vor. Wegen vielfachen Scheiterns bei den Angriffen auf die Ukraine würden die Waffen gegen friedliche Städte gerichtet, schrieb der ukrainische Präsidentenberater Michail Podoljok am Sonntag, dem 25. Tag des russischen Angriffskrieges, bei Twitter. Er kritisierte auch den Einsatz der neuen russischen Hyperschall-Rakete „Kinschal“

Jobmisere in Potsdamer Rathaus

Potsdam. Stellenprobleme im Rathaus: Die Landeshauptstadt Potsdam hat offenbar Schwierigkeiten, Schlüsselpositionen nachzubesetzen. Der Fachbereich Ordnung und Sicherheit und das Denkmalamt werden seit Langem kommissarisch geführt. Im Denkmalamt leitet mittlerweile dem Vernehmen nach schon die Stellvertretung des Stellvertreters die Geschicke. Und der Verbleib des bereits gewählten Ordnungsausschusses gilt Rätsel auf. Seite 15

Auto rast in Menge

Ausgabe. Auch wenn die Zielgruppe der analogen Leserschaft ein wenig anders ist, so hilft es dennoch, auch die gedruckte Ausgabe stärker auf die Leserinteressen auszurichten.

PreMedia Newsletter: Wo sehen Sie denn die Hauptzielgruppen der Tageszeitung? Wer sind denn die heutigen Kunden? Wer werden ihre Kunden in der Zukunft sein?

Andrea Domin: Das Medium Tageszeitung ist ja längst nicht mehr nur die gedruckte Zeitung. Für die Ziel-

gruppendifinition muss man das Gesamtportfolio und alle Kanäle betrachten, auf denen die Nachrichten, Informationen und Services einer Redaktion verbreitet werden. Und sicher hat jeder Kanal zielgruppenspezifische Unterschiede – wie auch die unterschiedlichen Zeitungsgattungen. Unbestritten ist, dass die Leser der gedruckten Ausgabe i.d.R. älter sind. Aber auch die Generation 60/70+ ist mittlerweile im Internet aktiv, bestellt online, tätigt online-Überweisungen und vieles mehr. Somit gibt es auch in dieser Generation eine zunehmende Bereitschaft,

Andrea Domin leitet den Leserkunden und das Marketing bei der Märkischen Allgemeine in Potsdam und verfügt über jahrelange Erfahrung im Zeitungsmarketing und hohe Praxiskenntnisse bei der Optimierung von Marktstrategien.



Inhalte digital konsumieren – z. B. als E-Paper, also in der gewohnten Zeitungsaufbereitung, aber eben digital. Dennoch schätzen nach wie vor viele die entspannte Lektüre einer gedruckten Tageszeitung – kuratiert und sortiert – am Frühstückstisch und mit vielen überraschenden Inhalten, die man online nicht gesucht hätte und die man zu schätzen weiß. Am Ende ist aber festzuhalten, dass jeder, der sich für gut recherchierte Nachrichten und deren Einordnung in den gesellschaftlichen Kontext interessiert, zur Zielgruppe

einer Tageszeitung gehört – heute wie auch in Zukunft. Nur eben in Zukunft eher über digitale Formate.

PreMedia Newsletter: Rund 80% trägt die gedruckte Zeitung zum Erlösportfolio der Zeitungsmedien bei. Die Hauptklientel der gedruckten Zeitung gehört der Generation 50+ an. Die jüngeren Medienkonsumenten von 14 – 29 Jahren verweigern sich der gedruckten Zeitung und konsumieren Information und Unterhaltung digital und weitestgehend gratis. Eine gefährliche Ent-

wicklung für die Zukunft der Tageszeitung. Was kann aus Ihrer Sicht für eine proaktive Neukunden-Gewinnung getan werden?

Andrea Domin: Sicher kommt heute noch ein Großteil der Erlöse aus dem gedruckten Medium und das wird auch noch eine Weile so bleiben. Aber in den meisten Medienhäusern steigen die Digitalerlöse und machen bereits heute einen wichtigen Erlösanteil aus. Und das ist auch gut so. Die 14- bis 29-Jährigen sind tatsächlich keine Zielgruppe für die gedruckte Ausgabe. Sie konsumieren Nachrichten und Informationen gänzlich anders und darauf müssen wir uns einstellen. Das gilt aber mittlerweile auch schon für die 30- bis 40-Jährigen, oder noch ältere Semester. Insofern denke ich nicht, dass es zielführend wäre zu versuchen, diese Zielgruppen für die gedruckte Ausgabe zu gewinnen. Das entspricht schlicht nicht deren Medienkonsum-Verhalten. Umgekehrt wird ein Schuh draus: Wir dürfen nicht müde werden, die Qualität und Bedeutung unserer unabhängigen Nachrichten zu verdeutlichen – und die Gefahr von fake news oder einer social media Blase. Es muss ins Bewusstsein eines jeden einzelnen, dass unabhängiger Journalismus, der den gesellschaftlichen Diskurs ermöglicht, für eine Demokratie unerlässlich ist. Und ich denke, dass wir in den jüngeren Generationen gerade wieder ein großes gesellschaftliches und politisches Engagement erleben, das am Ende auch jedem die Bedeutung unserer Informationen – egal, ob gedruckt oder digital – verdeutlicht. Und damit auf Sicht auch die Bereitschaft erhöht, für digitale Inhalte zu

ZEITUNG FÜR DAS LAND BRANDENBURG

Märkische Allgemeine

Potsdamer Tageszeitung

Mittwoch, 23. März 2022 | PDM - A 09411 Partner im Redaktionsnetzwerk Deutschland Nr. 69 | 12. Woche | 77. Jahrgang | 2,10 €

Die Wut der Antje Rávik Strubel
Potsdamer Autorin wünscht sich schärfere Russland-Sanktionen
Seite 10

MAZ
THEMEN DES TAGES

POTSDAM
Kliniken und Kitas mit hohem Krankenstand beim Personal
Landesweit sinken die Corona-Zahlen, in der Landeshauptstadt Potsdam allerdings noch nicht. Hier kommen Kliniken und Kitas in Nöte, weil die Covid-Krankentage auch beim Personal so hoch sind. Seite 15

POTSDAM-MITTELHAAR
Kreis prüft mehrere Objekte als Flüchtlingsheime
Der Landkreis sucht händeringend Lösungen für die Unterbringung ukrainischer Flüchtlinge. Im Gespräch sind das Telekom-Gelände in Steinhilberdorf und das leerstehende NH-Hotel in Kleinmachnow. Seite 17

POLITIK
Im Saarland zeichnet sich ein Machtwechsel ab
Die Saarländer sind am Sonntag die Ersten, die nach der Bundestagswahl 2021 wählen gehen. Gibt es ein weiteres Erfolgserlebnis für die SPD? Jüngste Umfragen sehen CDU-Regierungschef Tobias Hans klar hinter seiner sozialdemokratischen Herausforderin Anke Rehlinger. Seite 5

SPORT
Der WM-Countdown für die DFB-Elf läuft
Mit 75 Feldspielern und drei Torhütern hat Bundestrainer Hans Flick das erste Training der Fußball-Nationalmannschaft im WM-Jahr 2022 absolviert. Am Samstag spielt die DFB-Elf gegen Israel. Seite 21

PANORAMA
Postkarte aus dem Ersten Weltkrieg zugestellt
Nach 106 Jahren hat eine während des Ersten Weltkriegs in Europa geschriebene und eingeworfene Postkarte ihren Empfänger in Neuseeland erreicht – beziehungsweise dessen Nachfahren. Die Geschichte einer Odyssee. Seite 24

POTSDAMWETTER

MI	DO	FR
18° 22°	16° 21°	17° 21°

Redaktion 0331 2840-0
Vertrieb 0331 2840377
Anzeigen 0331 2840366
Aboservice 0331 2840355
E-Mail kontakt@MAZ-online.de



Tesla-Feiertag in Grünheide mit Unternehmenschef Elon Musk (rechts), Bundeskanzler Olaf Scholz und Ministerpräsident Dietmar Woidke (beide SPD). FOTOS: IMAGO, PATRICK KLEUL/DPA

Tesla-Feiertag in Grünheide: „Wir können alle sehr stolz sein“

Die Giga-Fabrik des US-Autobauers ist eröffnet – begleitet von Protesten

Von Jan Sternberg

Grünheide. Nach knapp zwei Jahren Bauzeit ist die erste europäische Fabrik des US-Konzerns Tesla in Grünheide (Oder-Spre) eröffnet worden. Zu lauter Musik liefen die ersten Elektroautos. „Made in Brandenburg“ symbolisch von Band. Es ist die erste Tesla-Fabrik in Europa. 500000 Autos sollen hier jährlich für den europäischen Markt produziert werden.

Jedes Fahrzeug, das wir produzieren, ist ein Schritt in Richtung einer nachhaltigen Zukunft“, sagte Tesla-Chef Elon Musk. Er bedankte sich auf Deutsch bei allen, die den Bau der Fabrik in Rekordzeit möglich gemacht haben. „Dankeschön für alles, Brandenburg!“ Musk zeigte sich zuversichtlich, dass mit der Speicherung von Solar- und Windenergie und der Elektrifizierung des Verkehrs die Klimakrise nachgehalten werden könne. „Glaube an die Zukunft“, hei es.

Zur Eröffnung waren unter anderem Bundeskanzler Olaf Scholz (SPD), Wirtschafts- und Klimaminister Robert Habeck (Grüne) sowie Brandenburgs Ministerpräsident Dietmar Woidke (SPD) gekommen. „Elektromobilität wird die Mobilität

der Zukunft prägen“, sagte Scholz. Das Projekt zeige: „Deutschland kann schnell sein.“ Und: „Der Osten ist industriell vorne mit dabei.“

Ministerpräsident Woidke verweist auf das Tempo, in dem die Fabrik am Rande der Autobahn A10 errichtet wurde. Zwischen der Ankündigung im Juli 2019 und dem Produktionsstart lägen nur 861 Tage, so Woidke. „Wir haben gezeigt, wir können Industrieansiedlung. Und darauf können wir alle stolz sein.“ Tesla sei ein herausragendes Beispiel für Brandenburgs neue Wirtschafts- und Industriemacht. Habeck sieht in der „Gigafactory Berlin-Brandenburg“ ein besonderes Signal für die Mobilitätswende. Tesla habe sich für Deutschland entschieden, weil das Unternehmen hier den Leitmarkt für Elektromobilität erwarte. Das sei auch sein Ziel, sagte Habeck. Er freue sich, dass die Abkehr vom Öl damit einen neuen Schub bekomme.

Wirtschaftsvertreter erwarten von der Ansiedlung einen massiven Wirtschaftsschub. „Brandenburg gehört jetzt zu den Top-Adressen in der internationalen Automobilindustrie. Für Arbeitsplätze, Ausbildungsplätze oder die Steuereinnahmen in der Hauptstadtregion kann diese Investition gar nicht hoch genug eingeschätzt werden“, sagte Christian Amsinck, Hauptgeschäftsführer der Unternehmensverbände Berlin-Brandenburg. Eine ganze Reihe von Unternehmen rund um das Thema Elektromobilität hätten bereits in der Region investiert oder planten dies. „Für jeden neuen Industrie-Arbeitsplatz entstehen in der Regel bis zu drei weitere bei Zulieferern und Dienstleistern“, so Amsinck.

Immer wieder lobten Unternehmensvertreter das vergleichsweise hohe Tempo, in dem die Fabrik nicht nur gebaut, sondern auch genehmigt wurde. Dies müsse Vorbild für weitere Projekte werden, ließ es von Seiten des Bundes Deutscher Industrie. BDI-Präsident Siegfried Russwurm erklärte: „Die deutschen Industrieunternehmen wünschen sich derartigen Rückhalt für jedes Genehmigungsverfahren in allen Bundesländern.“ Auch UVE-Chef Amsinck sagte: „Dieses Vorgehen muss die Bausteine für künftige Projekte sein, nicht nur in Brandenburg. Wenn wir unabhängig von russischer Energie werden wollen, müssen wir beim Ausbau der erneuerbaren Energie, von Netzen, Speichertechnologien und Wasserstoff viel schneller werden.“

Zur Eröffnung kamen zahlreiche Tesla-Fans aus ganz Europa. Während geladene Gäste, ausgewählte Prominenz-Kunden und Mitarbeiter den Tesla-Start feierten, demonstrierten Umweltschützer und Bürgerinitiativen draußen unter anderem gegen den Wasserverbrauch der Fabrik. Klimaschützer klebten sich auf einer Zufahrtstraße fest und wurden von der Polizei abgeführt. Tesla verwies darauf, dass im Schnitt 2,2 Kubikmeter Wasser pro Auto gebraucht würden. Das sei deutlich niedriger als bei herkömmlichen. Seiten 2, 3 und 7

Drehkreuz in Cottbus öffnet
Mehr als 3,5 Millionen Menschen sind aus der Ukraine geflüchtet

Renten in Ost und West steigen am 1. Juli deutlich
Berlin. Die Renten steigen am 1. Juli um 3,33 Prozent im Westen, berücksichtigt ist die von der Koalition angekündigte Wiederer-

Gen. Wenn des Kitens in der ben sich das Innenministerium Straße. Haus für Haus erobert



bezahlen – genauso wie für Streamingdienste etc. bezahlt wird. Da müssen wir mit der proaktiven Neukundengewinnung hin. Und das ist am Ende altersunabhängig.

PreMedia Newsletter:

Die Zustellung der gedruckten Zeitung wird immer mehr zur Achilles-Ferse der Zeitungsmedienhäuser. Der Zeitungsvertrieb nimmt mit durchschnittlich 35% an den Gesamtkosten die absolut führende Stellung ein.

Die Redaktion hält bei 20%, die Technik bei durchschnittlich 19% an Gesamtherstellungskosten. Politisch verordnete Mindestlohn-Steigerungen lassen noch mehr Ungemach ebenso wie die angespannte Verfügbarkeit von verlässlichen Zustellern befürchten. Wie kann dieser steigenden Kostendynamik entgegengewirkt werden?

Andrea Domin:

Die Kostenexplosion, aktuell nicht nur durch Mindestlohn, sondern auch durch Energie- und Papierpreise, ist leider ein großes Thema. Die Kosten können nicht 1:1 weitergegeben werden und schmälern somit das Ergebnis. Verlage waren schon in den letzten Jahren sehr kreativ, um gerade Zustellkosten zu minimieren: Dazu gehören die GIS-gestützte Optimierung der Zustellbezirke genauso wie Zustellkooperationen. Auch Konkurrenten haben vielfach ihre Zustellapparate zusammengelegt, vereinzelt gibt es auch logistische Kooperationen mit Grosso-Betrieben. Und es gibt die sog. Hybridzustellung von Zeitungen und Tagespost. Andere Länder stellen nicht mehr jeden Tag zu und so gibt es viele Ansätze, mit

dem Ziel die Kostenstruktur zu optimieren. Dies im Detail darzulegen, würde jetzt zu weit zu führen – und außerdem gibt es bessere Logistikexperten als mich.

PreMedia Newsletter:

Die steigende Konzentration von Zeitungs-Druck-Kapazitäten bedeutet doch auch in der Regel weitere Vertriebswege zum Leser. Andererseits auch weniger Aktualität, um doch rechtzeitig den Leser zu erreichen. Helfen dabei Geo-Marketing-Lösungen oder zusätzliche Vertriebs-Kooperationen?

Andrea Domin:

Ich glaube, dass die Optimierung mittels Geo-Marketing und Vertriebs-Kooperationen weitestgehend erschöpft sind. Bei Verlagerung des Drucks und möglicherweise weiteren Auslieferungswegen bleiben am Ende nur früherer Andruck oder spätere Auslieferung. Sicher wird es an der einen oder anderen Stelle noch ein paar Stellschrauben zur Optimierung geben, aber das Grundproblem bleibt bestehen. Und das wirft dann die Frage auf: Wie wichtig wird in Zukunft eine Zustellung bis 6 Uhr ein? Wenn die Leserschaft der gedruckten Ausgabe überwiegend älter ist, dann nimmt dies auch ein wenig vom zeitlichen Druck, den z. B. Pendler haben, wenn sie die Zeitung benötigen, bevor sie morgens das Haus verlassen. Berufstätige AbonnentInnen, die die kuratierten Inhalte schätzen, steigen bestenfalls auf das E-Paper um, das oft sogar schon am Vorabend erscheint. Insofern wird immer deutlicher: die Aktualität einer gedruckten Zeitung kann ohnehin niemals mit den 24/7 Informationen auf

den Online-Portalen mithalten. Das heißt nicht, dass man den Anspruch von größtmöglicher Aktualität aufgibt. Aber Online wird immer aktueller sein als Print und in meiner idealen Welt nutze ich die gedruckte Ausgabe, wenn ich die Lektüre entspannt genießen kann und mich leiten lassen kann vom Ordnungsprinzip der Redaktion. Und zusätzlich nutze ich das Online-Portal, um stets auf dem Laufenden zu bleiben.

PreMedia Newsletter:

Welche Rolle der gedruckten Zeitung sehen Sie grundsätzlich bei der Markenführung der Zeitung?

Andrea Domin:

Zeitungen sind grundsätzlich starke Marken – über Jahrzehnte etabliert genießen sie ein hohes Vertrauen in der Bevölkerung. Dies gilt es auf die digitalen Nachrichtenkanäle zu übertragen, die von genau diesem Markenimage profitieren. Mitunter müssen die traditionellen Werte, die mit der Tageszeitung verbunden werden, um neue Attribute angereichert werden, die der Transformation und Weiterentwicklung gerecht werden und einem Traditionsmedium einen frischen Anstrich verleihen, damit dieses auch für die Zielgruppen der digitalen Medien attraktiv wird. Den Markenkern jedoch sollten wir erhalten!

PreMedia Newsletter:

Liebe Frau Domin, ich danke Ihnen sehr für Ihre fort-führenden Ideen und die Ermöglichung dieses Gesprächs.

Andrea Domin:

Hr. Malik, es hat mich sehr gefreut.



Nächster Schritt: Karriere-Entwicklung

Praxis-Coaching für Führungskräfte

Einbindung in die Unternehmens-Strategie
Controlling von Zielvereinbarungen
Konsequentes Zeit-Management für Führungskräfte
Aufbau von Führungsnachwuchs
Teamorientierte Führung
Konsequente Nutzung von Management-Tools

Training in 2 Tagesblöcken in
Gruppen zu je 5 Teilnehmer

Preis pro Veranstaltung:
€ 2.900,00 zzgl. MWSt.



Prof. Ing. Karl Malik – Unternehmensberatung für internationale Medien
Deutschland – Europäische Union – China – Großbritannien – Russland
0049.6223.74757 Karl.Malik@premedianewsletter.de



Der Aufruf von Alexei Pogorelov, Präsident der Ukrainian Media Business Association (UMBA), zur Unterstützung ukrainischer Medien und Journalisten

Liebe Kollegen,
in diesen schrecklichen Zeiten des von Russland angezettelten Krieges gegen meine geliebte Ukraine bitten wir Sie und Ihre Kollegen, die ukrainischen Medien und Journalisten zu unterstützen. Die Ukrainian Media Business Association (UMBA) hat Verleger und Redakteure gebeten, uns Informationen über ihre dringenden Bedürfnisse mitzuteilen. Aus 94 gesammelten Antworten geht klar hervor, dass:

1. Mehr als 80% der Medien arbeiten trotz des Krieges weiter
2. Alle lokalen Zeitungen im Kriegsgebiet haben den Druck eingestellt, arbeiten aber online
3. Viele Lokalzeitungen dienen nicht nur als Informationsquelle, sondern auch als Kommunikationsplattform für die Menschen vor Ort, um aktuelle Probleme zu lösen – sie liefern aktuelle Informationen für Evakuierungen, die Verteilung von Lebensmitteln und Medikamenten, die Hilfe von Freiwilligen, usw.
4. Das Hauptbedürfnis aller Medien ist es jetzt, für die nächste Zeit (3 Monate) etwas Geld zu bekommen, um die Menschen mit Lebensmitteln zu versorgen und den Grundbedarf zu decken. Alle Einkommensquellen sind jetzt für die Medien in der Ukraine zerstört.
5. Das nächste sehr wichtige Bedürfnis, das ich aus den derzeitigen Informationsflüssen in der Ukraine klar ersehe, ist es, qualifizierte Beratung und Informationen von den besten Denkern der Welt darüber zu erhalten, wie man die Zukunft plant und was jetzt zu tun ist. Diese Ratschläge werden an das ukrainische Volk und an die ukrainischen Medienmanager und Journalisten verteilt. Der Nachrichtenstrom über den Krieg ist wichtig, aber alle Menschen in der Ukraine, die in mehr oder weniger sicheren Gebieten leben, müssen arbeiten und die nächstliegende Perspektive sehen. Es ist sehr wichtig, den Journalisten und Medienmanagern eine solche

Perspektive zu bieten – das wird ihre Produktivität und Motivation erheblich steigern. Niemand oder fast niemand von uns in der Ukraine hat solche Erfahrungen und Kenntnisse – daher können wir Fehler machen.

Die besten Denker der Welt können uns helfen, viele dieser Fehler zu vermeiden, und sie können uns helfen, effektiver und produktiver zu sein.

6. Und zu guter Letzt – den Himmel in der Ukraine für russische Raketen und Bombenschützen zu schließen. Sie zerstören unsere Städte und töten unsere Menschen, und wir alle müssen dies sofort stoppen.

Falls Sie uns helfen können, werden wir Sie sofort kontaktieren:

- die Liste der Medien, die von UMBA nach den Kriterien ausgewählt wurden, dass sie (i) unter den schlimmsten Bedingungen arbeiten (Kriegsgebiet, besetztes Gebiet usw.) und (ii) aktiv als Informationsquelle und/oder Kommunikationsplattform tätig sind. Dies ist die kürzest mögliche Liste – wir haben nur Medien im aktiven Kriegsgebiet ausgewählt. Es gibt noch weitere Medien auf unserer Liste, die ebenfalls um Unterstützung bitten. Bitte lassen Sie uns wissen, ob es eine Möglichkeit gibt, weitere Medien zumindest teilweise zu unterstützen.
- Das Budget wurde für 3 Monate zur Deckung des Grundbedarfs dieser Medien berechnet. Natürlich werden wir umfassend und transparent über die Verwendung der Gelder berichten. UMBA übernimmt die Verantwortung für die Verwaltung der Gelder und die Berichterstattung in vollem Umfang. Bitte lassen Sie uns wissen, was wir zusätzlich tun können, um die lokalen ukrainischen Medien zu unterstützen, die für die Menschen in der Ukraine und für den Sieg der Ukraine arbeiten.

Mit freundlichen Grüßen,

Alexej Pogorelov
UMBA-Präsident



Ein Hilferuf an andere Medienschaffende.

Interview mit Alexei Pogorelov, Präsident der Ukrainian Media Business Association (UMBA)

Alexei Pogorelov: „Als wir keinen Strom hatten und gezwungen waren, an allem zu sparen, sogar am Aufladen des Handy-Akkus, haben wir noch Radio gehört.“

Nach dem Einmarsch Russlands in die Ukraine sind genaue Informationen wichtiger denn je. Was wir jetzt wirklich brauchen, ist, dass die Welt vertrauenswürdige, überprüfte Informationen aus dem ganzen Land erhält, damit die Menschen in der Ukraine, in Russland und in Belarus genau wissen, was vor sich geht. Die in der Ukraine arbeitenden Journalisten stehen jedoch vor noch nie dagewesenen Herausforderungen.

Die ukrainischen Medienorganisationen arbeiten unermüdlich und unter extremem Druck daran, die Nachrichten zu verbreiten und die Ukrainer über alle Aspekte der russischen Invasion zu informieren. In den ländlichen Gebieten sind die

Medienorganisationen diejenigen, die die öffentlichen Dienste organisieren und dafür sorgen, dass die Menschen die richtigen Informationen erhalten, um ihr Leben unter außergewöhnlichen Bedingungen zu strukturieren, zu organisieren und zu planen. Wir sprachen mit Alexei Pogorelov, dem Präsidenten der Ukrainian Media Business Association (UMBA), um zu erfahren, welche Bedürfnisse sie haben und wie wir helfen können. Deshalb rufen wir jetzt Medienorganisationen in ganz Europa dazu auf, ihre Kräfte zu bündeln, um ukrainischen Medienorganisationen die finanzielle, operative und technische Unterstützung zukommen zu lassen, die sie in

dieser sehr schwierigen Zeit benötigen.

Ioana Straeter:

Sie leben jetzt seit drei Wochen im Kriegszustand mit Russland. Wie hat sich Ihr Leben in diesen drei Wochen gestaltet?

Alexei Pogorelov:

Nach einigen Tagen fiel der Strom aus, und die ständige Schießerei begann: mit Artillerie, mit Hubschraubern, mit Flugzeugen. Es war so schrecklich! Wir schliefen aus Sicherheitsgründen im Keller unseres Hauses. Dann wurde die Gasversorgung eingestellt. Wir hatten keine Ressourcen zum Leben – weder Strom noch Gas, und die mobile Kommunikation war nur sporadisch möglich. Es war sehr schlimm. Wir hatten natürlich kein mobiles Internet, aber irgendwie konnten wir manchmal unsere Eltern anrufen und ihnen sagen, dass wir noch am Leben sind. Wir haben versucht, einen Weg zu finden, den Ort zu verlassen. Überall gab es Explosionen. Wir konnten nur erahnen, wo sich russische Truppen und wo die ukrainische Armee aufhielten. Einer unserer Nachbarn versuchte, mit den Russen zu kommunizieren, die in Panzern in der Nähe unserer Tankstelle

MENSCHEN
IM
GESPRÄCH

standen. Wir versuchten, eine Möglichkeit zu finden, das Gebiet zu verlassen. Die Verhandlungen über die grünen Korridore begannen. Eines Tages sahen wir eine lange Kolonne von Privatautos, die das Gebiet verließen. Aber wir waren spät dran und sahen nur noch die letzten Autos dieser Kolonne, so dass wir uns nicht mehr anschließen konnten. Am nächsten Tag hatten wir Glück. Wir beschlossen, das Gebiet zu verlassen, aber wir waren nur sechs Privatautos ohne jeglichen Schutz, und der schlimmste Ort war die Zhytomyrsky-Autobahn, die Autobahn von Kiew in die Stadt Zhytomyr. Diese Autobahn war von den Russen besetzt, und wir wussten, dass die Russen dort auf Privatautos schießen würden. Wir hatten Glück und konnten die Autobahn überqueren. Es war niemand dort, also hatten wir Glück, dass wir sie überqueren konnten. Unmittelbar nach der Autobahn begann das von der ukrainischen Armee kontrollierte Gebiet.

Ioana Straeter:

Fühlen Sie sich jetzt sicherer? Sind Sie jetzt in der Lage, für sich und Ihre Familie zu planen? Wie sieht es mit Bargeld aus, wie leben Sie?

Alexei Pogorelov:

Wir haben etwas Geld in bar und auch etwas auf Kreditkarten. Das Bankensystem in der Ukraine funktioniert gut, so dass wir unsere Ausgaben bezahlen können. Hier in der Region Tscherkassy, wo wir uns gerade befinden, in der Zentralukraine, gibt es mehrmals am Tag Alarm wegen Luftangriffen. Gestern war Sonntag, und es sah nach einem Wochenendtag für die russische Armee



aus, so dass es weniger Schieß- und Luftangriffsalarme gab. Heute Nacht hatten wir bereits einen Alarm. Aber im Vergleich zum Krieg in Vorzel, wo wir mindestens 12 Tage lang gelebt haben, wo es ständig Explosionen gab, wo Hubschrauber über unseren Köpfen flogen, wo Kampfflugzeuge über unseren Köpfen flogen und über den Bäumen drehten – das ist eine ganz andere Situation. Niemand kann in der Ukraine mehr sicher sein. Das ist klar.

Ioana Straeter:

Ist es möglich, nur an die nächste Woche, den nächsten Monat zu denken? Stehen Sie in Kontakt mit Ihren Mitgliedern?

Alexei Pogorelov:

Das ist sehr schwierig. Wir haben eine enge Verbindung zu unseren Mitgliedern. Während ich in der Nähe von Vorzel war, hat meine Kollegin Olga einen Fragebogen erstellt, in dem sie unsere Mitglieder gebeten hat, einige Fragen zu beantworten, wie sie leben und was sie planen können. Wir haben zweiundneunzig oder dreiundneunzig Antworten erhalten. Gestern habe ich alles ausgewertet. Das größte Problem ist der

Cashflow. Der Werbemarkt ist zum Erliegen gekommen; alle Medien haben keine Einnahmen. Mehr als 80 Prozent der Medien arbeiten noch, haben aber wegen Stromproblemen, Zeitungspapiermangel und Schwierigkeiten bei der Postzustellung den Druck eingestellt. Dies gilt insbesondere für die Regionen, in denen Kriegshandlungen stattfinden. Fast alle Medien arbeiten online auf Websites, in Facebook-Gruppen und anderen sozialen Netzwerken, weil sie versuchen, mit ihrem Publikum zu kommunizieren. Das Hauptproblem ist das Geld, um die Menschen zu bezahlen, einfach um Lebensmittel zu kaufen. Das ist das größte Problem für alle. Das zweite große Problem, über das niemand spricht: Wie kann man die Zukunft planen? Das ist ein sehr großes Problem, und ich glaube, Sie können uns dabei irgendwie helfen. Die Medien in der Ukraine sind sich jetzt einig. Wir haben, sagen wir mal, einen gemeinsamen Informationsfluss für Radio- und Fernsehsender. Als wir keinen Strom hatten und gezwungen waren, an allem zu sparen, sogar an der Ladung unseres Handy-Akkus, haben



wir trotzdem Radio gehört. Es gibt eine Standardanwendung für Smartphones, mit der man über das Smartphone Radio hören kann. Es war der einzige Informationskanal für uns, denn es gab kein Internet, kein Fernsehen, keinen Strom...., aber das Radio funktionierte. Zurück zur Planung: Wir müssen drei verschiedene Arten von Gebieten berücksichtigen. Erstens gibt es Gebiete, in denen Explosionen stattfinden, und natürlich gibt es keinen Strom – aber das Radio kann dort funktionieren. Das ist das Einzige, was funktioniert, wenn man kein Internet hat, keine sozialen Netzwerke, aber Radio FM funktioniert. Zurück zur Planung: Wir müssen drei verschiedene Arten von Gebieten berücksichtigen. *Erstens* gibt es Gebiete, in denen Explosionen stattfinden, und natürlich gibt es keinen Strom – aber das Radio kann dort funktionieren. Das ist das Einzige, was funktioniert, wenn man kein Internet hat, keine sozialen Netzwerke, aber Radio FM funktioniert. *Zweitens*: Wenn man Strom hat, kann man breitere Kommunikationskanäle nutzen und sogar drucken, z. B. für ältere Menschen. Man kann auf einem gewöhnlichen Drucker drucken und manuell oder über einen Kiosk oder in ein Geschäft verteilen. *Drittens*: Es gibt einen Teil der Ukraine, in dem noch alles wie gewohnt funktioniert. Wir können sehen, dass die Besatzer versuchen, Fernsender zu zerstören, um die Verbreitung ukrainischer Informationen zu unterbinden und stattdessen Propaganda zu verbreiten; sie verbreiten die Information, dass sie den Krieg gewonnen haben. Dies sind die drei verschiedenen

Arten der Informationsverbreitung, je nachdem, ob es sich um besetztes oder noch ukrainisches Gebiet handelt und ob man Zugang zu Strom hat. Die Planung ist der schwächste Teil nach dem Geld, das für den Kauf von Lebensmitteln benötigt wird. Der schwächste Teil ist die Planung, weil in den ersten Wochen viele Menschen davon ausgingen, dass sie schnell gewinnen würden oder dass der Krieg nach einigen Wochen beendet sein würde. Jetzt können wir verstehen, dass er erst nach einiger Zeit beendet sein wird, und diese Zeit kann lang sein. Planung ist wichtig, aber niemand war auf diese Situation vorbereitet. Niemand hat eine Vorstellung davon, welche Aktionen gut sind und welche nicht. Deshalb wird es sehr wichtig sein, von Leuten zu lernen, die Erfahrungen aus anderen Ländern haben, in denen so etwas schon einmal passiert ist. Wie soll man planen? Was ist zu tun? Wie kann man sich auf die nächsten Wochen und Monate vorbereiten? Das ist sehr wichtig, nicht nur für die Medien, sondern auch für die Menschen, denn alle Menschen hören den Medien zu. Was wir jetzt über die Medien erfahren, sind hauptsächlich Informationen über den Krieg, über die Bombardierung, über die Zerstörung. Niemand weiß, was er morgen tun soll. Trotzdem müssen wir den Menschen helfen, irgendwie an morgen zu denken, etwas zu planen, etwas zu tun.

Ioana Straeter:

Ich glaube, es ist 10 Jahre her, dass wir 2012 beim Kongress in Kiew zusammengearbeitet haben. Ich erinnere mich an die wunderbare Zusammen-

arbeit mit russischen Kollegen, mit dem russischen Verband, und daran, dass sie Ihre wichtigsten Unterstützer vor allen anderen waren. Wie ist Ihre Kommunikation mit ihnen jetzt?

Alexei Pogorelov:

Keine Kommunikation. Überhaupt nicht. Seit 2014. Fünf Jahre in Folge haben wir den Kongress für Presseverteiler und Presseverleger gemeinsam mit ihnen durchgeführt, und es war ein ziemlich guter Kongress. [Dann] Anfang 2014 sagten sie: „Sehen Sie, wie Sie verstehen können, können wir nicht mehr mit Ihnen kommunizieren, weil es für uns riskant ist.“

Ioana Straeter:

Das habe ich nicht gewusst. Ich dachte, Sie stünden vielleicht noch in Kontakt mit Kollegen in Russland. Kommen wir zurück zu Ihrer Situation. Ich weiß, dass Sie bereits mit Medien in westlichen Ländern zusammenarbeiten, um Wege zu finden, Ihnen zu helfen. Wie können westliche Verleger konkret helfen? Was brauchen Sie?

Alexei Pogorelov:

Ausgehend von den unmittelbaren Bedürfnissen der Verleger und Journalisten brauchen sie zunächst einmal einen gewissen Geldbetrag, um überleben zu können.

Zweitens: Da die sehr lokalen Medien für die Menschen arbeiten, sind sie nicht nur als Informationsquelle, sondern auch als Dienstleister sehr wichtig geworden. Mit Dienstleistung meine ich Kommunikationsdienstleistung. Sie leisten einen wichtigen Beitrag zur Erörterung lokaler Fragen, lokaler Probleme wie Müllabfuhr,

Reparatur von Netzen und vieler anderer Probleme, die die Ukraine gerade durchmacht. Diese lokalen Medien sind eine Plattform für Diskussionen und die Suche nach Lösungen. Sie dürfen nicht vernachlässigt werden, da sie sehr klein sind. Die lokalen Medien sind wichtig, aber sie sind das schwächste Glied in der Kette. Sie bestehen aus drei bis fünf Personen pro Medium und haben keine Unterstützung mehr, weder von der lokalen Macht noch von lokalen Unternehmen. Schon früher verfügten sie nicht über Werbebudgets oder die Mittel nationaler Werbekunden. Sie sind auf lokale Anzeigen wie Kleinanzeigen angewiesen. Damit ist jetzt Schluss. Sie haben alles Geld verloren, um ihren Lebensunterhalt zu verdienen. Und das ist wichtig. Da sie die Schwächsten in der Kette sind, haben sie keinen Zugang zu internationalen Quellen, oft sprechen sie kein Englisch, oft sprechen sie nur Ukrainisch oder vielleicht Russisch, aber keine europäischen Sprachen wie Deutsch oder Englisch, so dass sie nicht einmal Zugang zu den Veröffentlichungen im Ausland haben. Sie haben nicht die Möglichkeit, direkt mit Kollegen zu kommunizieren. Was können wir als Verband für sie tun? Wir können ihnen helfen, eine Verbindung herzustellen – vielleicht keine direkte Verbindung –, aber wir können ihnen wertvolle Informationen liefern: wie sie planen können, wie sie abschätzen können, was morgen passieren kann. Wir können neue Verbindungen zu den Menschen vor Ort und zu den Landwirten herstellen, denn die Landwirte müssen bereits jetzt mit der Arbeit an den Kulturen beginnen. Sie müssen wissen, wo sie alles

finden werden. Wird es für die Pflanzen sicher sein? Selbst zwischen April und September ist es ein langer Zeitraum, bis die Ernte eingebracht werden kann, und sie müssen Geld investieren. Wenn wir ihnen helfen können, und zwar allen – nicht nur Journalisten und Medienherausgebern und -redakteuren, sondern den Menschen in der ganzen Ukraine durch die Medien, ist das sehr wichtig.

Ioana Straeter:

Ich verstehe, dass Sie der lokalen Bevölkerung durch die Medien helfen müssen, ihr Leben weiterzuführen und zu retten, was zu retten ist. Welche Mittel stehen Ihnen zur Verfügung, wie viele Menschen können Ihnen dort helfen?

Alexei Pogorelov:

Wir haben drei Mitarbeiter: mich, Olga und Oksana, sie ist unsere Buchhalterin. Als Verband vereinen wir mehr als 50 Verlage, darunter auch nationale Verlage wie Burda Ukraine, Edipresse und andere nationale Verlage, und wir haben sehr kleine Mitglieder in Städten, die heutzutage stark bombardiert werden, nicht weit von der russischen Grenze. Wir sind ziemlich groß, wenn wir etwas vertreiben müssen.

Ioana Straeter:

Das Wichtigste ist, dass das Netzwerk zwischen Ihnen und Ihren Mitgliedern weiterhin funktioniert.

Alexei Pogorelov:

Auf jeden Fall. Die Ukraine ist jetzt sehr geeint. Wir halten eine enge Verbindung aufrecht. Ich habe vergessen, noch eine Sache zu sagen. Ich verstehe die Argumente der europäischen Führer, aber

das Schlimmste für uns in diesem Krieg ist die russische Luftwaffe. Sie bombardieren massiv. Das ist furchtbar. Es ist absolut schrecklich. Sie bombardieren vor allem Städte. Das ist kein Fehler. Es ist ein Ziel. Sie bombardieren Häuser, Schulen, Krankenhäuser. Das ist ein Ziel für sie. Irgendwie müssen wir sie aufhalten, denn am Boden ist die ukrainische Armee ziemlich stark. Aber wir müssen irgendwie den Himmel schließen.

Ioana Straeter:

Das ist wirklich schrecklich, Alexej. Aber auf der anderen Seite ist es wunderbar, dass Sie jetzt in der Ukraine so vereint sind. Wir werden die Nachricht über Ihre Bedürfnisse verbreiten. Und ich bin sicher, dass viele Medienschaffende und Einrichtungen bereit sein werden, Ihnen zu helfen. Ich danke Ihnen vielmals.

Alexei Pogorelov:

Noch eine Illustration für Sie zur Wiedervereinigung. Gestern haben wir mit der Nationalen Journalistengewerkschaft der Ukraine besprochen, dass wir uns zusammenschließen und Google und Facebook um Unterstützung bitten. Da wir um ihre Bemühungen wissen, den Journalismus zu finanzieren, werden wir sie bitten, lokale Medien in der Ukraine zu unterstützen. Wir werden heute Briefe für sie verschicken. Wenn Sie sie ebenfalls um dieselbe Art von Unterstützung bitten können, wäre das ebenfalls sehr wertvoll. Ich werde Ihnen unsere Briefe zusenden.

Ioana Straeter:

Vielen Dank, Alexej. Wir werden die Nachricht über Ihre Bedürfnisse verbreiten. Bleiben Sie sicher!



Ein Hilferuf an andere Medienschaffende.

18. Tag des Krieges – Oksana Brovko, Geschäftsführerin des Verbands der unabhängigen Regionalverlage der Ukraine, ruft zur Solidarität mit dem ukrainischen Volk und den Medienschaffenden auf.

Oksana Brovko: „Wir müssen lebendig sein, um der Welt die Wahrheit zu zeigen“



Oksana Brovko:

Ich weiß nicht, welcher Tag heute ist.
Ich weiß nicht, welches Datum heute ist.
Ich weiß nur, dass heute der 18. Tag des Krieges ist.
Ich habe Glück. Denn im Gegensatz zu den meisten Ukrainern

sagte mir meine Intuition genau in dieser Nacht, dass etwas passieren würde. Ich habe die ganze Nacht nicht geschlafen und auf etwas gewartet.
Als der Krieg begann, schnappten wir uns unsere 4 Kinder und flohen aus Kyiw.
Wir sind ein glückliches Land.

Weil unser Volk mutig ist.
Weil unsere Armee stark ist.
Weil wir einen Präsidenten haben, auf den wir stolz sind.

Ioana Straeter:

Wie sieht es mit den Medien aus?

Oksana Brovko:

Unsere Journalisten sind jetzt Freiwillige, unsere Manager sind Psychologen.
Unser Einkommen ist gleich Null. Aber jeder, der noch arbeiten kann, macht weiter.
Sie senden die Nachrichten, kündigen die Bombardierung an, veröffentlichen Sonderausgaben zum Krieg.
Einige von ihnen wurden bereits evakuiert.
Einige andere sind noch in den angegriffenen Städten.
Einige von ihnen befinden sich in der Blockade.
Aber wir alle müssen am Leben bleiben.
Um der Welt die Wahrheit zu zeigen.
Um alles für Den Haag zu bemerken.

Ioana Straeter:

Was können unsere Kollegen tun?

Oksana Brovko:

Bitte werben Sie in Ihren Medien dafür, dass die Ukraine ein EU-Mitgliedstaat wird. Und wir müssen zusammen sein.
Nicht nur wegen der Ukraine,

MENSCHEN IM GESPRÄCH

sondern auch wegen der EU. Bitte werben Sie in Ihren Medien dafür, dass alle Unternehmen Russland verlassen müssen. Nicht nur, dass sie sich zurückziehen oder aufhören zu investieren, sondern dass sie alle ihre Geschäfte in Russland einstellen. Bitte werben Sie in Ihren Medien dafür, dass wir Ihre Unterstützung brauchen, um den Himmel zu schließen.

Ioana Straeter:
Was können die Menschen tun?

Oksana Brovko:
Wenn Sie können, schicken Sie uns bitte Schutzwesten und Helme. Wir brauchen Munition. Wenn Sie können, unterstützen Sie bitte unsere Medien mit Spenden.
Wenn Sie können, unterstützen Sie bitte unsere Journalisten

mit Kindern, die aus dem Land evakuiert wurden.
Wenn Sie können, fragen Sie uns bitte jeden Morgen, ob wir noch am Leben sind und was wir für unseren Sieg brauchen. Denken Sie daran, dass heute ukrainische Kinder, Soldaten, Ärzte, Journalisten und Lehrer das Feuer des Krieges von Ihnen fernhalten. Ich danke euch.
Oksana Brovko

Ein Hilferuf an andere Medienschaffende.

Interview mit Thomas Kent, Berater für Desinformationsbekämpfung und russische Angelegenheiten

Gegen russische Desinformation und Propaganda: Warum es wichtig ist, die russischen Bürger zu informieren, und wie man das macht?

David Sallinen:
Wie hat die Propaganda des Kremls in den letzten Jahren und Tagen zugenommen?

Thomas Kent:
Propaganda hat in Russland eine lange Geschichte. Schon in den ersten Tagen der Sowjetunion war sich die Führung darüber im Klaren, dass das Land nicht ewig als einzige sozialistische Nation der Welt überleben konnte; es musste die Menschen in anderen Ländern davon überzeugen, auch den Kapitalismus zu stürzen. Die Propaganda war ein Instrument, das sie schon früh entwickelte und dem sie große Aufmerksamkeit widmete. Mit der Entwicklung neuer Kommunikationsmittel – Radio, Fernsehen, soziale

Netzwerke – hat Russland seine Informationsarbeit immer weiter verfeinert. Während die Information in westlichen Ländern weitgehend Sache des Privatsektors ist, war sie in der Sowjetunion und in Putins Russland stets ein strategisches

Hauptanliegen der Regierung. Vor der Invasion in der Ukraine verstärkte Russland seine Bemühungen, die Welt davon zu überzeugen, dass die Ukraine eine korrupte Nation sei, die Russland bedrohe und keine wirkliche Legitimität als un-





abhängiger Staat besitze. Meiner Meinung nach war diese Kampagne nicht sehr erfolgreich, da die meisten Ausländer kaum Kenntnisse über die Region hatten und auch keine Lust, sich Vorträge über die ukrainische Geschichte anzuhören. Nach der Invasion wurden die Fakten ganz einfach: Ein großes, mächtiges Land überfiel ein kleines, schwächeres Land ohne direkte Provokation. Die russische Informationskriegsführung konnte gegen diese sehr klare Darstellung nicht viel ausrichten.

David Sallinen:

Was denken die Russen über die Invasion?

Thomas Kent:

Die meisten Russen beziehen ihre Nachrichten aus dem staatlichen Fernsehen. Dort heißt es, dass die Invasion (ein Begriff, der nie verwendet wird) gut verlaufe und dass Russland niemals zivile Ziele angreife. Viele Bürgerinnen und Bürger glauben dies; es ist nur natürlich, dass die Menschen glauben wollen, dass ihre Armee erfolgreich ist und sich moralisch korrekt verhält. Die Bevölkerung erfährt

jedoch allmählich, was wirklich in der Ukraine geschieht, und zwar durch Verwandte in der Armee, Freunde im Ausland und manchmal auch durch Familienmitglieder in der Ukraine.

David Sallinen:

Welchen Risiken sind russische und westliche Journalisten in Russland ausgesetzt, wenn sie ihrer Arbeit nachgehen wollen?

Thomas Kent:

Russische und ausländische Journalisten in Russland riskieren eine Haftstrafe von bis zu 15 Jahren, wenn sie „falsche Nachrichten“ über die russischen Streitkräfte berichten. „Falsche Nachrichten“ können alles sein, was die Regierung als falsch bezeichnet. Die wenigen unabhängigen russischen Zeitungen haben ihre Arbeit eingestellt oder berichten nicht mehr über den Krieg, wenn sie dadurch in Schwierigkeiten geraten könnten. Viele ausländische Korrespondenten haben das Land verlassen, auch aus Angst vor dem drakonischen neuen Gesetz.

David Sallinen:

In Ihrem Artikel „How to

Reach Russian Ears“ erklären Sie, warum es so wichtig ist, die russischen Bürger zu informieren und nicht nur bestimmte Leute im Kreml. Wie soll das angesichts von Putins mächtiger Propaganda geschehen?

Thomas Kent:

Die Nachrichten, die jetzt nach Russland gelangen, erinnern an die Bemühungen der westlichen Länder, die Sowjetbürger während des Kalten Krieges zu erreichen. Damals waren viele ausländische Publikationen verboten, und Radiosendungen aus dem Westen wurden gestoppt. Heute gibt es viel mehr Wege nach Russland: soziale Netzwerke, Telefon, Fax, E-Mail ... Die russischen Behörden versuchen krampfhaft, Informationen von außen über den Krieg zu blockieren, sowohl im Internet als auch in sozialen Netzwerken. Aber es ist extrem schwierig, alles zu erfassen. Außerdem sind viele Russen in dem festen Glauben aufgewachsen, dass sie ein Recht auf Internetfreiheit haben. Dieser Glaube ist schwer zu ändern. Sie kann nur durch Zwang erreicht werden, der auf lange Sicht kaum wirksam ist.

David Sallinen:

Ist die Informationskriegsführung in eine neue Ära eingetreten oder handelt es sich lediglich um die Fortsetzung einer Realität, die viele Menschen im Westen nicht sehen wollten?

Thomas Kent:

Die Realität der Informationskriegsführung gibt es schon seit langem. In den letzten zehn Jahren sind sich die westlichen Länder der russischen Informationsoperationen viel stärker bewusst geworden

und haben daran gearbeitet, sich dagegen zu verteidigen. Sie haben sich viel weniger Gedanken darüber gemacht, wie sie Informationen nach Russland bringen können. Bis zu einem gewissen Grad liegt das daran, dass die westliche Öffentlichkeit der Einrichtung

von „Propaganda“-Agenturen durch ihre Regierungen misstraut. Meiner Meinung nach werden die besten Botschaften an Russland nicht von den Regierungen, sondern von zivilgesellschaftlichen Akteuren erstellt – einschließlich der im Ausland lebenden Russen, die

sehr wirksame Botschaften für ihre Landsleute in der Heimat erstellen können. Sie benötigen jedoch möglicherweise finanzielle und technische Unterstützung von Regierungen und Stiftungen, um ihre Botschaften zu verbreiten.

Novaya Gazeta: Die letzte unabhängige Stimme Russlands spricht wieder

Die Zeitung „Novaya Gazeta“ musste in Russland mitten im Ukraine-Krieg den Betrieb einstellen. Sie gilt als letzte unabhängige Stimme im Land. Nun gibt es einen Neuanfang. Moskau/Riga – Ende März herrschte Gewissheit in Moskau. Dmitri Muratow, Nobelpreisträger und Gründer der Novaya Gazeta, musste schweren Herzens bekannt geben, dass die Zeitung ihre Arbeit einstellen wird. Hintergrund der Entscheidung waren anhaltende Repressionen des russischen Regimes, zuletzt im Kontext der Berichterstattung über den Ukraine-Krieg. Ein Publikationsverbot in Russland drohte. Nach geltendem Recht ist es dem Staat möglich, Medienunternehmen eine entsprechende Lizenz zu entziehen. Die Redaktionsräume in Moskau wurden schließlich geschlossen. Nun, etwa einen Monat später, folgte die Überraschung: Die Novaya Gazeta wird zukünftig wieder veröffentlichten, allerdings unter leicht abgeändertem Titel. Novaya



Gazeta Europe wird die Zeitung heißen. Anfang April erfolgte die Gründung des Medienunternehmens, das dahinter steht. Chefredakteur Kirill Martynov erklärte gegenüber der Moscow Times, dass die Zeitung „sowohl rechtlich als auch in der Praxis“ unabhängig von der russischen Novaya Gazeta sein werde. Die Redaktion der Zeitung bestehe aus Journalistinnen und Journalisten, die aus Russland geflohen sind. Die Redaktion wolle nun aus der lettischen

Hauptstadt Riga über die Missstände in Russland berichten, auf russisch und englisch. „Wir glauben, dass unsere Leser die Menschen sind, die sich für das Schicksal Russlands, die aktuellen Ereignisse und die Katastrophe, die wir gerade erleben, interessieren“, sagte Martynov. „Ich denke, dass wir für die Stimme des Antikriegs-Russlands kämpfen müssen, sowohl in Europa als auch weltweit“, ergänzte der Chefredakteur der Novaya Gazeta.

Eine Ausgabe der Zeitung Novaya Gazeta.

© Vladimir Gerdo/
Imago Images



Ära Tiemann geht zu Ende, Führungs-Duo Eckrodt und Voß übernimmt

Wechsel in der Chefredaktion von Westfälische Nachrichten und Zeitungsgruppe Münsterland



Carsten Voß (51) steuerte als Leitender Redakteur Crossmedia die strategische Weiterentwicklung der redaktionellen Digital-Aktivitäten und leitete den Digital-Desk, bevor er 2020 stellvertretender Chefredakteur Digitale Medien wurde. Er ist verheiratet, hat drei Kinder und lebt mit seiner Familie in Altenberge.

Anne Eckrodt (52) ist seit zwei Jahren stellvertretende Chefredakteurin der Zeitungsgruppe Münsterland. Vor dem Wechsel in die Chefredaktion hat sie die Lokalredaktionen der Westfälischen Nachrichten in Lüdinghausen und Ochtrup geleitet. Sie ist verheiratet und lebt in Münster.

Eine überaus erfolgreiche und verdienstvolle Ära bei den Westfälischen Nachrichten und der Zeitungsgruppe Münsterland geht zu Ende: Chefredakteur Dr. Norbert Tiemann (64) geht nach 38 Jahren Betriebszugehörigkeit in den Ruhestand und übergibt die Leitung der Redaktion zum 1. März an ein neues Führungsteam. Seine Nachfolge treten Anne Eckrodt als ZGM-Chefredakteurin und Carsten Voß als Chefredakteur Digitale Medien an. Beide berichten direkt an den Geschäftsführer Redaktion, Marc Zahlmann.

Seit Juli 2000 stand Dr. Tiemann an der Spitze der

Redaktion und hat seitdem die Westfälischen Nachrichten und die Zeitungsgruppe Münsterland publizistisch wie kein anderer geprägt. Neben der zeitgemäßen Weiterentwicklung der Zeitungen fällt in seine Amtszeit die wichtige Transformation der Redaktionen und Ausrichtung auf die entstandenen digitalen Produkte.

Die Installation einer neuen Leitungsstruktur und der Generationswechsel in der Chefredaktion sind zentrale Bestandteile eines ganzheitlichen Veränderungsprozesses, der auf die wachsenden Herausforderungen der Zukunft ausgerichtet ist. Im Mittelpunkt aller Aktivi-

täten stehen dabei die Sicherung der journalistischen Qualität sowie die bestmögliche Erfüllung von Bedürfnissen und Anforderungen der Kunden. „Dieser Prozess trägt ganz wesentlich auch die Handschrift von Dr. Norbert Tiemann. Er war 22 Jahre lang Motor und Leitfigur der Redaktion, er hat das publizistische Profil unserer Produkte und die Arbeit in der Redaktion als Autor und Führungspersönlichkeit maßgeblich geprägt. Unermüdlich und mit sehr großem persönlichen Einsatz sind die anvertrauten Zeitungen ihm immer eine Herzensangelegenheit gewesen. Dafür gebührt ihm unser allerherzlichster Dank und unsere größte Anerkennung“, würdigen die Verleger Dr. Benedikt Hüffer und Dr. Eduard Hüffer die Verdienste und das journalistische Lebenswerk des scheidenden Chefredakteurs.

Die neue Doppelspitze aus Anne Eckrodt und Carsten Voß übernimmt nun gemeinsam die Aufgabe, die Redaktion in die Zukunft zu führen. Zentrale Handlungsfelder sind dabei unter anderem die Installation eines zentralen Themen-Managements, die kanalspezifische Aufbereitung von Inhalten, eine stärkere Orientierung an Kennziffern und Kundenbedürfnissen sowie die Einführung interdisziplinärer und agiler Formen der Zusammenarbeit.



NOZ/mh:n MEDIEN und Athesia gehen mit PEIQ in die Cloud

Die Mediengruppe NOZ/mh:n MEDIEN hat sich dafür entschieden, die Datenbank-Infrastruktur mit PEIQ by multicom | GOGOL in die Cloud zu heben. Die Athesia Druck GmbH geht mit ihrer Datenbank den gleichen Schritt. Damit profitieren beide Unternehmen von einer Infrastruktur, die schneller, performanter und robuster als hauseigene Lösungen ist.

Bereits seit vielen Jahren produzieren NOZ/mn:hn MEDIEN sowie die Athesia Druck GmbH ihre Tageszeitungen und Anzeigenblätter mit dem Redaktionssystem PEIQ PRINT. Athesia setzt daneben von PEIQ u. a. auch das kaufm. System für den Werbemarkt sowie die Blattplanung und das Honorar-Modul von PEIQ ein. Nun gehen beide Kund:innen mit PEIQ, dem Publishing System mit mehr als 15 Jahren Expertise im Cloud-Betrieb, einen weiteren Schritt: Sie migrieren die Datenbank-Infrastruktur für die Printproduktion in die Cloud.

PEIQ stellt eine Cloud-Lösung bereit, die auf der Infrastruktur von Oracle basiert und hochperformanter, leistungsfähiger und robuster als hauseigene Lösungen ist. Zudem steht ein umfangreicher Service zur Verfügung – beispielsweise sind Updates, Optimierungen und Wartungen der Datenbank im Leistungsumfang enthalten. Die Größe der Datenbank kann außerdem kurzfristig und den Bedürfnissen der Kund:innen entsprechend angepasst werden. Durch ein Backup an einem zweiten Standort profitieren beide Unternehmen von einer hohen Sicherheit.

Menschenrechtler begrüßen Freilassung politischer Gefangener in Belarus und Iran

IGFM: „Schritte in die richtige Richtung, aber noch ein langer Weg zu gehen“

Zeichen der Hoffnung in schwierigen Zeiten: Die Internationale Gesellschaft für Menschenrechte (IGFM) begrüßt die Freilassung von mehreren politischen Gefangenen in Belarus und dem Iran. Die in Frankfurt ansässige Menschenrechtsorganisation berichtet, dass die Regierung von Lukaschenko in den letzten Wochen sieben Journalistinnen entlassen hat, die aus politischen Gründen inhaftiert waren.

So wurde Yulia Goryachko aus der Haft entlassen. Sie war seit dem 14. Juli 2021 in Belarus inhaftiert. Wegen „Unterstützung der Opfer von Repressionen“ drohten ihr 20 Jahre Gefängnis. Zeitgleich darf die Journalistin Nazanin Zaghari-

Ratcliffe, die die britische und iranische Staatsbürgerschaft besitzt, den Iran nach fast sechs Jahren verlassen.

„Die Freilassung Yulia Goryachkos in Belarus und Nazanin Zaghari-Ratcliffes im Iran sind Schritte in die richtige

Richtung und ein Zeichen der Hoffnung. Beide Länder haben aber im Hinblick auf die Situation der Menschenrechte und die politischen Gefangenen noch einen langen Weg zu gehen“, erklärt die IGFM.



Zum Aktionstag für die Freiheit politischer Gefangener am 18. März: IGFM fordert Freilassung deutscher politischer Gefangener in Kuba, dem Iran und der Türkei

Deutsche politische Gefangene als politisches Faustpfand missbraucht

Doppelstaatler als Spielball internationaler Politik missbraucht: Sie waren zur falschen Zeit am falschen Ort, haben das Regime kritisiert oder sich für Menschenrechte in ihrer zweiten Heimat eingesetzt. Die Folge: Sie wurden willkürlich festgenommen und in einem unfairen Prozess zu hohen Haftstrafen verurteilt. Anlässlich des Aktionstages für die Freiheit politischer Gefangener am 18. März weist die Internationale Gesellschaft für Menschenrechte (IGFM) auf Deutsche hin, die in Kuba, dem Iran und der Türkei aus politischen Gründen inhaftiert sind und fordert deren sofortige Freilassung.

„Autoritäre und diktatorische Regime verhaften gezielt Doppelstaatler, um sie als Faustpfand für politisches Entgegenkommen von Deutschland einzusetzen. Die Opfer erhalten keinen fairen Prozess, sitzen oft jahrelang unschuldig hinter Gittern und ihnen wird oft jegliche konsularische Betreuung durch die deutsche Botschaft verweigert“, erklärt Martin Lessenthin, Vorstandssprecher der IGFM. Die in Frankfurt ansässige Menschenrechtsorganisation stellt vier inhaftierte deutsche Doppelstaatler exemplarisch vor:

Kuba: Luis Frómeta Compte

Als einer von rund zweitausend Demonstranten wurde der 59-Jährige Deutsch-Kubaner Luis Frómeta Compte am 11. Juli 2021 bei den Protesten gegen die Diktatur festgenommen, als er diese spontan mit seinem Smartphone filmte. Der Familienvater aus Dresden hat seinen Lebensmittelpunkt seit 1985 in Deutschland und ist deutscher Staatsbürger. Trotzdem verweigert das kubanische Regime bis heute die konsularische Betreuung durch die deutsche

Botschaft in Havanna. Kurz vor Weihnachten wurde er wegen „Erregung öffentlichen Ärgernisses“ und „Anstiftung zum Aufruhr“ zu 25 Jahren Gefängnis verurteilt. Dieses Strafmaß wird als ein politisches Signal an Deutschland interpretiert, eine regimetreuere Haltung einzunehmen. Die IGFM, die mit einer Sektion auf Kuba vertreten ist, setzt sich seit der Inhaftierung von Luis Frómeta Compte zusammen mit dessen in Deutschland lebenden Töchtern für seine sofortige Freilassung ein. Der sächsische Bundestagsabgeordnete Lars Rohwer hat die politische Patenschaft für den Dresdner übernommen und Außenministerin Annalena Baerbock kürzlich in einem Brief gebeten, sich für die Freilassung des Deutschen einzusetzen.

Iran: Nahid Taghavi

Seit über 500 Tagen befindet sich die Deutsch-Iranerin Nahid Taghavi in politischer Gefangenschaft im Iran. Die Architektin aus Köln setzt sich seit Jahren für Menschenrechte im Iran ein – insbesondere für Frauenrechte und Meinungsfreiheit. Am 16. Oktober 2020 wurde die

67-Jährige in ihrer Wohnung in Teheran festgenommen und anschließend wegen „Mitgliedschaft in einer illegalen Gruppe“ zu zehn Jahren und acht Monaten Gefängnis verurteilt. Bis dahin wurde sie mehr als 1.000 Stunden verhört und war sechs Monate in Einzelhaft. Iran-Experten kritisieren die Gefangenschaft der Frauenrechtlerin als Geiselnahme, um auf Deutschland politischen Druck auszuüben. Trotz starker Arm- und Rückenschmerzen wird ihr kein Hafturlaub zur medizinischen Behandlung gewährt. Auch die konsularische Betreuung durch die Deutsche Botschaft wird ihr bis heute verweigert. Im berüchtigten Evin-Gefängnis gibt sie Mithäftlingen aktuell Deutschunterricht und hat die Verantwortung für die Gefängnisbibliothek übernommen. Zusammen mit ihrer Tochter Mariam Claren fordert die IGFM seit der willkürlichen Inhaftierung der Kölnerin deren sofortige Freilassung.

Iran: Jamshid Sharmahd

Der in Deutschland und in den USA lebende Regimekritiker Jamshid Sharmahd reiste im

August 2020 nach Indien. Als er einen dreitägigen Zwischenstopp am Flughafen Dubai einlegen musste, wurde der 66-Jährige in den Iran entführt. Seitdem befindet sich der Deutsch-Iraner in Einzelhaft und konnte weder seine Familie kontaktieren, noch hatte er Zugang zu einem unabhängigen Anwalt. Seine Tochter Gazelle Sharmahd berichtete der IGFM, dass ihr Vater schwer abgemagert und „nicht mehr er selbst“ sei. In einem politischen Schauprozess wurde er Anfang Februar 2022 der „Korruption auf Erden“ angeklagt. Die IGFM geht davon aus, dass das Geständnis durch Folter erzwungen wurde und befürchtet die Verhängung der Todesstrafe. Jamshid Sharmahd stand bereits

an drei Verhandlungstagen vor dem Revolutionsgericht. Der Anwalt seines Vertrauens sowie Vertreter der deutschen Botschaft konnten an keinem Verhandlungstag teilnehmen. Auch Jamshid Sharmahd wird von Iran-Experten als politische Geisel gegen Deutschland angesehen.

Türkei: Erdener Demirel

Seit 2006 ist der Deutsch-Türke Erdener Demirel aus Moers in der Türkei aus politischen Gründen inhaftiert. Ihm wird vorgeworfen, den türkischen Staat stürzen zu wollen, an einem Raubüberfall beteiligt gewesen zu sein und

den türkischen Präsidenten beleidigt zu haben. Wegen der ersten beiden Anschuldigungen wurde er zu 47 Jahren Gefängnis verurteilt. Das Verfahren bezüglich der Präsidentenbeleidigungen wird aktuell – nach einem Freispruch im Herbst 2019 – neu aufgerollt. Erdener Demirel ist seit seiner Jugend in Deutschland politisch engagiert. Im Gefängnis in Tekirdag wurde er nach Informationen der IGFM wiederholt gefoltert, setzt sich aber auch dort für demokratische Rechte ein. Erdener Demirel leidet unter Hepatitis, wird aber in der Haft nicht ausreichend medizinisch versorgt. Die IGFM fordert seine sofortige Freilassung und die Einstellung des Verfahrens.

Jetzt **kostenlose Demo** anfordern:
www.content-x.de

Intuitives Storytelling

Content-X bietet eine neue Editor Experience: optimiert für digitale Kanäle – mit der **besten Printanbindung der Welt**.

✓ Ein Editor für alle Kanäle

✓ Browserbasiertes Layout für Print

✓ Arbeiten ohne Systembrüche

✓ Offene Systemarchitektur

Content-X

sales@ppimedia.de
+49 40 227433670



IMPRESSUM

PreMedia-Newsletter GmbH
Herausgeberin: Dipl.-Graph. Piri Malik
Geschäftsführung: Prof. Ing. Karl Malik
Adalbert-Seifriz-Straße 53,
D-69151 Neckargemünd/Heidelberg,
Deutschland Deutschland Telefon: (+49) 62 23 7 47 57
Telefax: (+49) 62 23 7 41 39
E-Mail: info@premedianewsletter.de
Website: <http://www.premedianewsletter.de>

Jahres-Abonnement Inland: 173,83 Euro zzgl. 7% MWSt.
Jahres-Abonnement Ausland: 185 Euro inkl. Versandkosten
Ausland-Online-Abonnement: 95 Euro
Inland-Online-Abonnement: 95 Euro zzgl. MWSt.
Upload für 1 APP: € 2,99 Euro.

Es gilt die Anzeigenpreisliste Nr. 1/2022

Alle Fotos und Grafiken dieser Ausgabe, sofern nicht anders angegeben, unterliegen dem Copyright des Verlages PreMedia Newsletter.





Der russischen Journalistin Marina Owsjannikowa drohen harte Konsequenzen

IGFM: Sacharow-Preis für Marina Owsjannikowa

Die Internationale Gesellschaft für Menschenrechte (IGFM) schlägt die russische Journalistin Marina Owsjannikowa für den Sacharow-Preis des Europäischen Parlaments vor. Marina Owsjannikowa hatte in der Hauptnachrichtensendung des staatlichen russischen Fernsehens den Krieg in der Ukraine mit einem Plakat und lauten Rufen verurteilt.

IGFM-Vorsitzender Edgar Lamm sieht darin „eine außerordentlich mutige Tat, für die die Journalistin in Putins Diktatur mit harten Konsequenzen rechnen muss.“ Man müsse davon ausgehen, dass Marina Owsjannikowa verhaftet werde, sobald die Aufmerksamkeit für ihre Aktion nachlasse. Schon die in Russland verbotene Verwendung des Wortes „Krieg“ für den Überfall auf

die Ukraine genüge für eine langjährige Haftstrafe. Das Europäische Parlament zeichnet seit 1988 jährlich mutige Menschenrechtsverteidiger mit dem Sacharow-Preis für geistige Freiheit aus. Der Preis ist nach dem russischen Friedensnobelpreisträger Andrei Sacharow benannt. Marina Owsjannikowa wäre nach Ansicht der IGFM eine würdige Preisträgerin.

Kölner Stadt-Anzeiger Medien gehen mit PEIQ in die Zukunft

Die Kölner Stadt-Anzeiger Medien (ein DuMont Unternehmen) erweitern ihre Zusammenarbeit mit PEIQ by multicom | GOGOL und führen für ihre Titel Kölner Stadt-Anzeiger, Kölnische Rundschau und EXPRESS die Blattplanung, den Anzeigenbruch sowie die Produktionssteuerung und -überwachung von PEIQ ein. Durch die Konsolidierung der Systeme können die Komplexität der Schnittstellen und Kosten stark reduziert werden. Der Einsatz des Digital Asset Managements und der Weg in die Cloud sind als nächste Schritte geplant.

Das Print-System für die digitale Zukunft

Bereits seit vielen Jahren setzen die Kölner Stadt-Anzeiger Medien PEIQ PRINT zum redaktionellen

„PEIQ bietet als einer der wenigen modernen Anbieter einen schlanken PRINT-Full-Stack und ist daher der ideale Partner für uns. Die Konsolidierung der Funktionalitäten ist ein wichtiger Schritt für eine effizientere Zusammenarbeit. Damit stellen wir uns gut für die Herausforderungen der Zukunft auf.“

Jörn Ebeling, Geschäftsführer, DuMont Media Solutions GmbH, ein Unternehmen der Kölner Stadt-Anzeiger Medien

Arbeiten ein. Nun hat das Kölner Medienunternehmen zusätzlich die Module Blattplanung, Anzeigenbruch und die Produktionssteuerung und -überwachung von PEIQ eingeführt. Um sich gut für die digitale Transformation aufzustellen, war das Unternehmen auf der Suche nach einem System, das den kompletten Printkanal effizient abwickelt. Da PEIQ mit dem PRINT-Full-Stack zahlreiche Module in nur einem System anbietet, haben die Kölner Stadt-Anzeiger Medien ihre Zusammenarbeit mit PEIQ ausgebaut. „PEIQ bietet als einer der wenigen modernen Anbieter einen schlanken PRINT-Full-Stack und ist daher der ideale Partner für uns. Die Konsolidierung der Funktionalitäten ist ein wichtiger Schritt für eine effizientere Zusammenarbeit. Damit stellen

wir uns gut für die Herausforderungen der Zukunft auf“, so Jörn Ebeling, Geschäftsführer von DuMont Media Solutions GmbH.

Kölner Stadt-Anzeiger Medien von acht auf zwei Arbeitsschritte verkürzt werden.

Mit dem PRINT-Stack Kosten und Komplexität reduzieren

Die Systemlandschaft für die Printproduktion ist in Verlagen oft hochkomplex mit vielen Schnittstellen und ineffizienten Workflows. Mit dem Umstieg auf PEIQ PRINT in der Cloud kann diese Vielzahl von Systemen konsolidiert werden. Das reduziert die technische Komplexität enorm und senkt die Kosten. Durch das Arbeiten in ein und demselben System kann beispielsweise der Produktionsprozess einer Zeitungsseite bei den

Zahlreiche Vorteile durch Betrieb in der Cloud

Das Thema Cloud ist für die Kölner Stadt-Anzeiger Medien sehr wichtig. PEIQ bietet eine echte Cloud-Lösung, die hochperformanter, leistungsfähiger und robuster als hauseigene Lösungen ist. Cloud-Kund:innen von PEIQ, dem Publishing System mit mehr als 15 Jahren Expertise im Cloudbetrieb, profitieren u. a. von IT-Sicherheit hinsichtlich eines Disaster-Vorfalls oder Hacker-Angriffs, Kosteneinsparungen im Sinne einer TCO und regelmäßigen Updates.

Der Umgang mit Aleksej Nawalny erinnert an die Schauprozesse der Stalin-Ära

IGFM verurteilt erneute Haftstrafe für Aleksej Nawalny

Die erneute Verurteilung des Kreml-Kritikers Aleksej Nawalny zu einer langen Haftstrafe „unter verschärften Bedingungen“ zeige immer mehr, dass Russland unter Putin der alten Sowjetunion von Mal zu Mal ähnlicher werde. Darauf weist die Internationale Gesellschaft für Menschenrechte (IGFM) hin. Die IGFM fordert die sofortige Freilassung Nawalyns.

Die IGFM erinnert, dass Putin den Untergang der Sowjetunion als die größte politische Tragödie des vorigen Jahrhunderts bezeichnet habe.

IGFM-Vorsitzender Edgar Lamm erklärt: „Folgerichtig orientiert sich das heutige Russland auch

im Justizwesen an der alten Sowjetunion. Was wir im Umgang mit Aleksej Nawalny sehen, erinnert an die Schauprozesse der Stalin-Ära. Die Urteile stehen schon vorher fest. Die Justiz ist nicht unabhängig. Es werden keinerlei Beweise vorgelegt.“





Überfordert



Wer es bislang nicht wahrnahm oder es nicht glaubte, nach der Video Rede des ukrainischen Präsidenten Solenskyj am 17.3 vor dem Bundestag trat zutage von welcher Sorte Politiker wir regiert werden. Die Weigerung der Ampel, sich dem Vorschlag von Merz anzuschließen und eine Debatte nach dem Video zu führen, ist eine Schande für das deutsche Parlament. Einzigartig und ohne Beispiel für den deutschen Parlamentarismus. Ohne Folgen wird das nicht bleiben. Deutschland, von unseren Nachbarn ohnehin misstrauisch, und als unsicherer Kantonist mit moralischem Hochmut eingeordnet, wird damit weiter Auftrieb bekommen.

Und unser Kanzler, der von Solenskyj direkt angesprochen wurde, was kam von ihm dazu? Nichts! Wie so oft. Sprachlos, kraftlos, ideenlos. Das Markenzeichen einer Überforderung im Amt. Dabei wäre Gelegenheit gewesen, auch ohne Aussprache, eine Botschaft zu formulieren und sich zur Unterstützung der Ukraine zu bekennen, und den Zwiespalt zu erklären dies zu tun ohne einen 3. Weltkrieg zu riskieren. Aber stattdessen nahtlos Übergang zur Geschäftsordnung. Wie am Vortage trickreich geplant!!

Einfach nur armselig. Und für Deutschland unwürdig. Und dazu passt, dass die Hilfslieferungen entweder als Witz (Helme) oder zu wenig (alte Raketen) geliefert wurden und zum Teil nicht brauchbar waren. Und natürlich viel zu spät. Aber Deutschland hilft!??

Und mit diesem Kanzler, und mit diesem politischen Personal, soll die toxische Hinterlassenschaft der Andrea Merkel beseitigt werden!?

Insbesondere das Thema der spätestens seit Merkel historisch gescheiterten desaströsen Russlandpolitik. Und in deren Folge u.a die damit weiter verfestigte Abhängigkeit des deutschen Energiebedarfs durch Russland. Wie konnte das passieren?

Merkel, die wie kein anderer Regierungschef Putin kannte! Und zwar seit ihrer Zeit als FDJ Sekretärin und Kulturreferentin in der DDR!! Nicht nur der russischen Sprache mächtig sondern auch mit dem Zugang zur Denk- und Handlungsweise von Putin! Nichts geschah Schaden vom deutschen Volke abzuwenden in den 16 Jahren ihrer Regentschaft. Im Gegenteil.

Sie flankierte diese Politik durch deutsche Sonderwege in fast allen Bereichen.

- Beim gleichzeitigen Atomausstieg und aus der Kohle
- Im Abbau unserer Verteidigungsfähigkeit
- In der Migrationspolitik
- Bei Corona

Nichts von alledem folgte einer überlegten Strategie.

In strategischen Kategorien zu denken war nicht die Kernkompetenz der Regierung Merkel. Stattdessen alles Ergebnisse von undurchdachten, aus Tagesereignissen heraus getroffenen einsamen Entscheidungen, die jetzt ausnahmslos alle der Ampel vor die Füße fallen.

Es wird Historikern vorbehalten bleiben das Wirken von AM und deren Ursachen und Ziele abschließend zu bewerten. Und dazu passt, das mit ent-

scheidender Hilfe von AM auf der NATO Konferenz 2008 in Bukarest verhindert wurde dass die Ukraine in die NATO aufgenommen wurde. Putin hätte sich heute zweimal überlegt ob er ein NATO Land angreift.

Dabei wäre Zeit gewesen, nach der Rede von Putin 2001 vor dem deutschen Bundestag, eine neue Russland Strategie zu etablieren. Fehlanzeige.

Und Scholz mit der SPD hat diese historische Fehlentwicklung der CDU Führung mitgetragen unter Beifall der Grünen. Scholz und die Grünen haben es zum rettenden Ufer geschafft. Vordergründig. Sie tragen jetzt die volle Verantwortung diesen hinterlassenen Scherbenhaufen aufzuräumen. Nur wie das gelingen soll bei der ideologisch aufgerüsteten Basis von Rot und Grün, die sich um dieses völlig sinnfreie nur teure und unsinnige Gendern, Frauenquote, Dekarbonisierung von Deutschland, Lastenfahräder etc kümmern, statt darüber nachzudenken wie die Stärken die dieses Land einmal hatte wiederbelebt werden können. Man muss es beim Namen nennen. Wo sind wir denn noch Spitze in der Welt? Flughäfen die z.Bsp. in der Türkei in einem Bruchteil der Zeit gebaut werden. Eine Flutwelle die wir nicht beherrschten sondern umgekehrt. Mit vielen

Toten und einem Totalversagen der jetzigen Familienministerin Spiegel, die noch am Tage der Flut nichts wusste in ihrer damaligen Funktion in Rheinland Pfalz! Und damit mitschuldig ist an den Toten in Rheinland Pfalz und NRW. Nur Beispiele für mehr.

Digital sind wir Entwicklungsland, und in der Bildung Regionalklasse. Als Exportnation ohne Rohstoffe !!

Helmut Schmidt hat 1994 im NDR gesagt.“ Die heutige politische Klasse in Deutschland ist gekennzeichnet durch ein Übermaß an Karrierestreben und Wichtigtuerei und durch ein Übermaß an Geilheit in Talkshows aufzutreten“ Das war 1994! Und heute?

Ich möchte noch ergänzen, auch zu oft durch fehlende menschliche und fachliche Qualifikation!!

Und zu alledem kommt jetzt noch der Krieg in der Ukraine hinzu. Neue Welle von Flüchtlingen. Und auch hier zeigt sich bereits in Berlin wie unvorbereitet und dilettantisch RRG in Berlin reagiert. Und wie auch hier die amtierende Innenministerin Faeser versagt. Wen wundert es noch.

Ich habe kein gutes Gefühl, positiv ausgerückt, dass Deutschland es mit dieser Regierung schafft all diese

Probleme zu lösen ohne dass das Land dabei deutlich verliert. Erste Anzeichen aus der Basis der Grünen und der SPD signalisieren bereits das die 100 Milliarden zur Erhöhung der Verteidigungsfähigkeit auch anderen Zwecken zugeführt werden sollen. Und so wird es weiter gehen. Diese Regierung wird Deutschland nicht weiterbringen! Technikfeindliche grüne Positionen gepaart mit ideologischer Sprengkraft bei Grünen und SPD gefährden massiv den Industriestandort Deutschland. Und damit unseren Wohlstand. Noch sind wir die 3. stärkste Exportnation, aber politische Kräfte arbeiten daran dass das nicht so bleiben muss.

Ich hoffe nur es dauert nicht allzu lange bis diese Ampel kollabiert. Beispiele aus der Geschichte der Bundesrepublik sind vorhanden. Je schneller umso besser. Erste Anzeichen von Differenzen zwischen FDP, Grünen und SPD machen Mut.

Und die Medien? Die wenigen die diesen ganzen Unsinn nicht im Sinne der Rot-Grünen Medien Präsenz, ,einschl. der ÖR Meinungsmacher unterstützen, rufe ich auf.

Zeigt Euch. Deutlich und klar, und für jeden verständlich. Im Interesse unseres Landes.

-Günter Nitzsche_





BDZV: Erfolgreicher Vermarktungs- gipfel 2022 in Berlin

Mit 90 Teilnehmern konnte endlich wieder ein persönliches Get-together der Zeitungsmedienbranche nach langer coronabedingter Pause durchgeführt werden. Wenn man die so wertvollen Gespräche am Rande dieses zweitägigen Branchentreffens einordnet, besteht ein großes Verlangen an persönlichen Gesprächen und einer wertneutralen Information über die Trends der Zeitungsmedienindustrie. Einhelliger

Trend dieses Vermarktungsgipfels: Erfolgreiche Bezahlmodelle für Content stehen im Fokus der Zeitungsmedienhäuser. Damit kann die Zeitung als wichtiges Element einer freien Gesellschaft weiter den so wichtigen Beitrag zur Demokratie wirtschaftlich unabhängig leisten.

–karma-

Die Fotos dieses Artikels © BDZVplus

Tag 1: Vortragende



Frank Sperl, Geschäftsbereichsleitung Marketing bei der EDEKA Handelsgesellschaft Südwest bei seiner Keynote über die Sicht des Handelskunden: „Wir brauchen von den Zeitungen auch ihre digitalen Reichweiten.“



Arist von Harpe, Verleger und Geschäftsführer der Hamburger Morgenpost sprach darüber, wie die Zeitung den Sprung ins Digitale geschafft hat und warum hyperlokale Werbung dafür wichtig ist.



Bei einer Expertendiskussion zur Vermarktung 2022 mit Ingo van Holt, Chief Sales Officer, Score Media Group (Düsseldorf) u. Matthias Schönwandt, Managing Director Crossmedia, Media Impact (Berlin) sagte Van Holt: „Vor Ort bleibt die regionale Tageszeitung der ‚local hero‘“.



Jens Andersen, Chief Commercial Officer, Jysk Fynske Medier (Vejle, Dänemark) und



Prof. Dr. Florian Bauer, Vorstand, Vocatus (Gröbenzell) hielten einen Vortrag zum Thema „Von der Pike neu gedacht – Die Vermarktung agil transformieren“



Die Aschendorff Medien (Münster) haben ein Produkt gesucht, mit dem lokale Werbung digital ausgespielt werden kann - und es dann selber gebaut, erzählte Marc Arne Schumann, Verlagsleiter Werbemarkt.

Tag 2: Vortragende



Prof. Dr. Gerrit Heinemann, Leiter eWeb Research Center, Hochschule Niederrhein (Mönchengladbach) hielt einen Vortrag zum Thema „Lokales Handeln – Die Zukunft des Einzelhandels und die Rolle der Lokalzeitungen“



Wie die Marke „Rocketeer“ der Mediengruppe Priesdruck/Augsburger Allgemeine eine Plattform für regionale Unternehmen zum Vernetzen geschaffen hat, erzählen Christiane Zaunitzer, Produktentwicklerin pd next und



Matthias Schmid, Leitung Werbemarkt.



Dennis Rößler, Vermarktungsleiter/Prokurist, Funke Media Sales (Hamburg) sprach über das vielfältige Podcast-Angebot des Verlags.



Den Abschluss des BDZV Vermarktungsgipfels machten Boris Lazar, Head of MediaSales, Schwäbisch Media (Ravensburg) und



Sebastian Seitz, GF Sales Academy (Hamburg) mit Vorträgen zu Cross Channel Sales & Segmentierung.

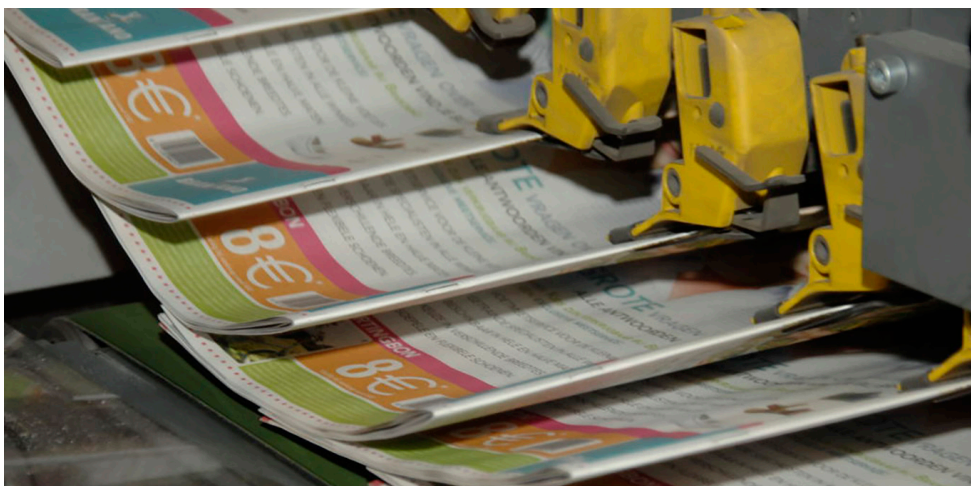
Papier als Mangelware und so teuer wie nie

Die gedruckte Zeitung ist das stabile Rückgrat der Erlöse der Tageszeitungen. Die Frage steht im Raum – wie lange noch? Druckereien können derzeit nicht alle Aufträge bearbeiten, weil es an Papier mangelt. Auch Verlage befürchten, dass sie den Zeitungsumfang durch den Papiermangel kürzen müssen. Digitale Erlöse sind noch zu gering, um diese Entwicklung ausgleichen zu können.

Altpapier stellt eine wertvolle Resource dar. Für die meisten ist es nach der Verwendung einfach nur Müll, für die Druckereien ein wichtiger

Recycling-Rohstoff. Denn Papier wird oft bis zu zehn Mal wiederverwertet, vom Hochglanz-Katalog, über die Zeitung bis hin zum

Toilettenpapier. Trotz dieser vielseitigen Wiederverwendbarkeit warnt die Papierindustrie vor enormem Rohstoffmangel.



Der Mangel lastet schwer

Eine Kurzumfrage der Druck- und Medienverbände aus dem Februar 2022 zeigt bedrohliche Konsequenzen für die Branchenbetriebe. Demnach seien 80 Prozent der Druck- und Medienunternehmen betroffen: ungekannte Papierknappheit, unvorhersehbare Preisentwicklungen und lange Lieferfristen.

72 Prozent der Betriebe mussten laut Verband Druck und Medien Bayern (VDM) in diesem Jahr sogar schon Aufträge absagen. „Für jedes fünfte Unternehmen ist die Lage existenzbedrohend“, warnt Holger Busch,

Hauptgeschäftsführer des VDM.

Hintergrund: China kauft den Markt leer

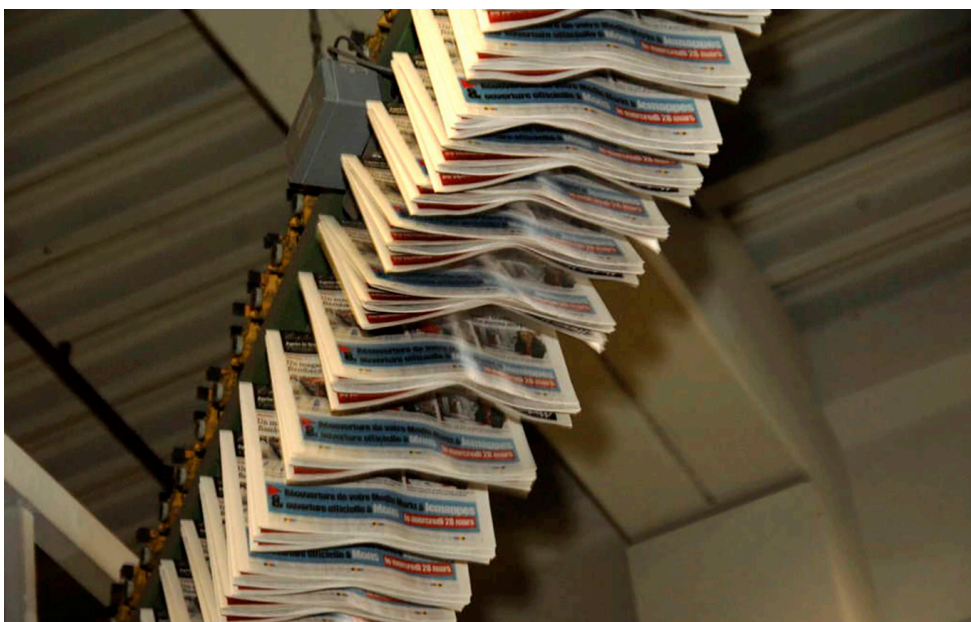
Verantwortlich für die Papierknappheit sei zum einen der Kapazitätsabbau für grafische Papiere in Europa in den vergangenen fünf Jahren. Europa weit sei mehr als ein Viertel der Produktion von Druckpapier eingestampft worden. Stattdessen ging der Fokus mehr auf Verpackungspapier - vor allem als während der Corona-Krise der Versandhandel zugenommen habe.

Zudem seien in den vergangenen Jahren immer weniger Zeitungen gedruckt worden, weshalb nun große Menge Altpapier zur Wiederverwendung fehlen. Auch sei Papier als Rohstoff international sehr nachgefragt. „Vor allem die Chinesen bezahlen auf dem Weltmarkt horrenden Preise“, was sich laut Bettina Knappe vom Bundesverband Druck und Medien auch sehr auf die Preise hierzulande auswirkt.

Preisexplosion auf dem Papiermarkt

Um bis zu 50 Prozent sei der Papierpreis teilweise gestiegen. Das trifft in erster Linie die Druckereien, die nicht alle Kosten direkt an die Kunden weitergeben können. Zudem könnte sich auch der Krieg in der Ukraine auf dem Druckermarkt bemerkbar machen. Durch den Anstieg der Energiekosten werde die energieintensive Verarbeitung noch teurer - Kosten, die auch die Zeitungsverleger treffen. Sollte sich die Lage nicht entspannen, befürchtet die Vereinigung der Bayerischen Zeitungsverleger (VBZV) Kürzungen von einzelnen Titeln, wie es bereits außerhalb Bayerns schon vorgekommen sei. „Im Vergleich zu Anfang 2021 rechnen unsere Verlage hier mit Mehrkosten von circa 90 Prozent“, antwortet Markus B. Rick, Geschäftsführer beim VBZV auf BR-Anfrage.

In Kombination mit den stark gestiegenen Kosten für die Zustellung der gedruckten Zeitung, die sich durch die geplante Anhebung des Mindestlohns ab Oktober noch weiter erhöhen werden, sei das für die Zeitungsbranche eine katastrophale Entwicklung.

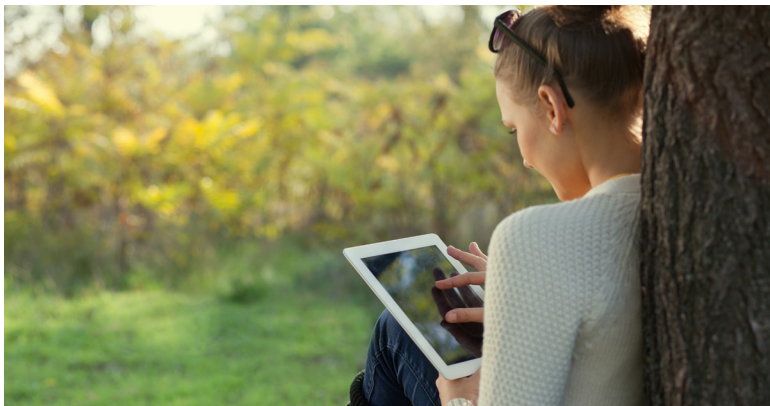


So unterschiedlich wirkt Werbung in Print im Vergleich zum E-Paper

Junge Zeitungsleser und -leserinnen bevorzugen E-Paper. Stadtgeschehen auf dem Screen: Auch regionale Tageszeitungen werden zunehmend digital genutzt, etwa via E-Paper. Doch wie ist das mit der Werbewirkung? Eine Untersuchung von Score Media zeigt Gemeinsamkeiten mit Print – aber auch interessante Unterschiede. So unterscheidet sich das Leseverhalten bei Regionalzeitungen bei ihren Print- und E-Paper-Ausgaben hinsichtlich Intensität, Nutzungssituation und -ort. Dennoch bieten beide Varianten in ihrer Werbewirkung eine vergleichbare Leistung. Wohl auch deshalb, weil das Regionale ihr Hauptnutzungsgrund ist und weil die beliebtesten Rubriken die gleichen sind. Doch „vergleichbar“ heißt nicht gleich. Das ergibt eine Studie der Score Media Group, die das nationale Crossmedia-Portfolio von mehr als 420 regionalen Tageszeitungstiteln vermarktet. Danach liegt die durchschnittliche Werbeerinnerung der zehn abgefragten in Regionaltiteln werbenden Marken aus unter-

schiedlichen Branchen im E-Paper (26 Prozent) sogar höher als im Print-Pendant (24 Prozent). Ein Grund dürfte sein, dass die Anzeigen im E-Paper, wo meist jeweils nur eine Seite dargestellt wird, einen größeren Anteil der betrachteten Inhalte einnehmen „und damit augenfälliger sind“, so das Score-Forschungsteam.

Bei konkreten qualitativen Wirkungswerten jedoch hat Print leicht die Nase vorn: So entdecken 52 Prozent dieser Leserschaft (E-Paper: 49 Prozent) durch Anzeigen ihr bis dato unbekannte auch regionale Händler und Services. Und die Hälfte des Print-Publikums ist durch Anzeigen schon öfter auf interessante Produkte aufmerksam geworden (E-Paper: 43 Prozent). Bis zu fünf Prozentpunkte über den reinen Print-Werten liegen die Zustimmungsraten bei Lesern, die sowohl Print als auch E-Paper nutzen – wohl wegen der zusätzlichen Kontaktchancen und der intensiveren Nutzung durch Personen, die fürs Kombi-Abo ja auch mehr Geld bezahlen.



**Kennenlernen-
Abonnement:**
24/7: Nutzen Sie den digitalen PreMedia Newsletter wann und wo sie wollen.

3 Ausgaben des
PreMedia Newsletters zum

Kennenlernen im

digitalen Flipbook-Format:

€ 12,00 zzgl. 7% MWSt.

info@premedianewsletter.de

Fax: +49(0)6223.74757

Der Bezug läuft nach 3 Monaten

automatisch aus.





50 Jahre IGFM – Menschenrechtseinsatz wichtiger denn je!

Die Gründung der IGFM war auch eine Reaktion auf die Verharmlosung der Menschenrechtsverletzungen in der damaligen Sowjetunion und in Osteuropa. Es war die Hochzeit des Kalten Krieges. Mit Schrecken sehen wir, wie aktuell das plötzlich wieder ist! Wir freuen uns, dass Bundespräsident a. D. Joachim Gauck am 9. April ab 13.30 Uhr sowie weitere prominente und kompetente Gäste aus diesem Anlass bei uns sprechen werden und auch Gesprächspartner sind:

Michael Brand MdB, Sprecher der CDU/CSU-Fraktion im Ausschuss für Menschenrechte und humanitäre Hilfe des Deutschen Bundestages,
 Prof. Dr. Jhy-Wey Shieh, Repräsentant von Taiwan in der Bundesrepublik Deutschland,
 Aneeqa Anthony, Pakistan, Rechtsanwältin und Menschenrechtsaktivistin, Initiative „The Voice“
 Prof. Dr. Obiora Ike, Nigeria, Direktor der Stiftung

Globethics, Genf und ehemaliger Generalvikar Bistum Enugu, Nigeria

Edgar Lamm, Vorsitzender der Internationalen Gesellschaft für Menschenrechte, Deutsche Sektion e.V.,

Prof. Dr. Thomas Schirmacher, Präsident des Internationalen Rates der IGFM, Generalsekretär der Weltweiten Evangelischen Allianz,
 Karl Hafen, ehem. Geschäftsführender Vorsitzender der IGFM,

Olga Karatch, Belarus, Menschenrechtsaktivistin und Gründerin der Initiative „Nash Dom“ (Unser Haus),

Mariam Claren, Tochter der deutsch-iranischen politischen Gefangenen Nahid Taghavi, Teheran,
 Janie Frómota, Tochter des deutsch-kubanischen politischen Gefangenen Luis Frómota Compte, Havanna.

Russische Journalistin Marina Owsjannikowa erzählt, was nach ihrem Protest im Staats-TV passierte

*Marina Owsjannikowa:
 „Mein Sohn sagt, ich habe das Leben der Familie ruiniert“*

Mit ihrer Plakataktion im russischen Staatsfernsehen wurde Owsjannikowa über Nacht zur Ikone für Pressefreiheit. Mit welchen Konsequenzen sie rechnen muss.

Kaarst – Mit ihrer sechsekündigen Plakataktion in der Hauptnachrichtensendung „Wremja“ des russischen Staatsfernsehens wurde Marina Owsjannikowa über Nacht zur weltweit gefeierten Ikone für Presse- und Meinungsfreiheit. Sechs Sekunden, die das Leben der 43-jährigen Redakteurin für immer verändern sollten. Sven Lilienström, Gründer der Initiative Gesichter der Demo-

**MENSCHEN
 IM
 GESPRÄCH**

kratie, sprach mit ihr über die Beweggründe ihrer Störaktion.

Sven Lilienström:

Frau Owsjannikowa, Sie wurden über Nacht zur Ikone für Presse- und Meinungsfreiheit – einer tragenden Säule der Demokratie: Was bedeuten Demokratie und demokratische Werte für Sie ganz persönlich?

Marina Owsjannikowa:

Demokratie bedeutet für mich, als freier Mensch leben zu können. In letzter Zeit hat sich mein Heimatland Russland jedoch in einen totalitären Staat verwandelt – einen Staat – der sich zunehmend von der Außenwelt abschottet. Das betrifft auch die Kommunikation. Faktisch alle unabhängigen Medien wurden gesperrt oder als „ausländische Agenten“ eingestuft – die meisten sozialen Medien sind nicht mehr erreichbar. Die Menschen in Russland haben somit fast ausschließlich Zugang zu staatlich gelenkter Informationspropaganda. Die Folge: Ein Informationsvakuum, welches wir – wie auch immer – überwinden müssen. Ich bin immer gerne gereist und habe mit vielen verschiedenen Menschen gesprochen. Daher sind demokratische Werte für mich keine leeren Floskeln. Ganz im Gegenteil: Sie bringen zum Ausdruck, dass sich die Menschen in Russland mit der ganzen Welt austauschen und ihren Standpunkt vertreten können, anstatt als gehorsame Sklaven in einem totalitären Land zu leben.

Sven Lilienström:

Wie genau kam es zu Ihrer Plakat-Aktion in der Live-Sendung des russischen Staatsfernsehens vom 14. März? Was ist in den Minuten unmittelbar danach passiert? Wie haben



Ihre Kolleginnen und Kollegen reagiert?

Marina Owsjannikowa:

Der Protest ist seit vielen Jahren in mir gereift. Ich war mit der Politik des Senders „Perwy kanal“ nicht einverstanden, ebenso mit einigen anderen Dingen, die in unserem Land passierten und noch passieren. Es brodelte in mir, aber aus persönlichen Gründen konnte ich nicht sofort kündigen. Das änderte sich jedoch schlagartig mit Beginn des Krieges. Mir war klar, dass ich keinen Tag länger für „Perwy kanal“ arbeiten kann. Als spontane Reaktion wollte mich auf den Weg zum „Maneschnaja-Platz“ machen, um dort zu protestieren, aber im letzten Moment hielt mich mein Sohn auf. Die Idee mit der Plakat-Aktion hatte ich am darauffolgenden Wochenende. Ich ging in den Schreibwarenladen um die Ecke, kaufte einen Textmarker und etwas Papier. Zuhause zeichnete ich das Plakat. Und bereits am Montag wusste ich: Wenn, dann muss es heute passieren.

Mein ursprünglicher Plan war, mich mehr im Hintergrund des Fernsehstudios zu platzieren. Doch im letzten Moment spürte ich einen starken „emotionalen Impuls“. Ich beschloss, ins Studio zu laufen, eine Sicherheitsabsperrung zu überwinden und mich direkt hinter die Moderatorin zu stellen. Alles ging blitzschnell. Die Sicherheitsbeamtin – ein nettes Mädchen – hatte keine Zeit sich zu orientieren, geschweige denn zu verstehen, was gerade passiert ist. Noch nie in der 50-jährigen Geschichte von „Wremja“ ist etwas Derartiges geschehen. Nach wenigen Sekunden verließ ich ruhig das Studio, ging den zentralen Korridor entlang und die gesamte Führungsriege von „Perwy kanal“ kam mir bereits entgegen. Ich musste im Büro des stellvertretenden Leiters eine schriftliche Erklärung abgeben. Dann eskortierte mich die hinzugerufene Polizei in mein Büro. Es herrschte eine unwirkliche Stimmung. All die anwesenden Kolleginnen und Kollegen, standen einfach nur da und sahen mich mit voll-



kommenen überraschten Augen an. Sie haben nicht verstanden, was passiert ist. Sie haben nicht verstanden, wie so etwas überhaupt passieren konnte.

Sven Lilienström:

Bei „Markus Lanz“ sagten Sie, Sie wollten die Menschen in Russland wachrütteln, die von der russischen Propaganda zu „Zombies“ gemacht wurden. Denken Sie, das ist Ihnen gelungen?

Marina Owsjannikowa:

Gemessen daran, dass in meinem Umfeld die meisten Menschen genauso denken wie ich, ist es schwer zu beurteilen, wie erfolgreich die Aktion letztendlich war. Meine Freunde, Nachbarn und Bekannte unterstützen mich so gut es geht. Viele Menschen schreiben mir oder kommentieren meine Aktion in den sozialen Medien. Aber wenn ich die Menschen frage, warum sie nicht auf die Straße gehen, warum sie nicht aktiv werden, lautet die Antwort meist: „Wir haben Angst. Es ist besser, sich nicht in die Politik einzumischen!“

Sven Lilienström:

Seit dem 4. März drohen Haftstrafen von bis zu 15 Jahren für missliebige Berichterstattung. Was bedeutet das für den Journalismus? Reicht ein wachrütteln der Menschen aus, wenn sie sich nicht trauen zu demonstrieren?

Marina Owsjannikowa:

Nein, das reicht natürlich nicht! Die Menschen bilden sich ihre Meinung, aber die staatliche Propaganda in Russland ist sehr gut entwickelt. Erst heute habe ich in einer aktuellen Umfrage gelesen, dass 81 Prozent der Menschen in Russland Putins „Aktionen“ unterstützen. Ich

weiß nicht, ob dieses Umfrageergebnis wahr ist und ob man diesen Daten vertrauen kann. Meiner Wahrnehmung nach unterstützen mehr als die Hälfte der Russen diesen Krieg nicht.

Am Samstag fanden erneut Proteste in Moskau und vielen weiteren Städten in Russland statt. Mehrere Dutzend Personen wurden festgenommen. Aber die breite Masse hält still. Die Menschen haben wirklich Angst.

Dennoch gibt es einige – wenn gleich wenige – Menschen in Russland, die bereit sind, alles aufs Spiel zu setzen: Ihr Leben sowie das Leben ihrer Familien – alles für den aktiven Protest!

Sven Lilienström:

Sie sagten, Sie sind überrascht, dass Sie bislang noch nicht für die Plakat-Aktion verurteilt wurden. Denken Sie, Wladimir Putin nutzt Ihre mediale Öffentlichkeit, um sich als Verfechter der Rechtsstaatlichkeit zu inszenieren?

Marina Owsjannikowa:

Nach der Plakat-Aktion haben die Verantwortlichen von „Perwy kanal“ eine Woche lang geschwiegen. Sie wussten nicht, wie sie reagieren sollen. Sie haben mich anhand aller verfügbaren Quellen überprüft. Und nicht nur mich – auch meine Verwandten. Erst eine Woche später ging mein direkter Vorgesetzter Kirill Kleimyonov mit einem Bericht an die Öffentlichkeit, in dem behauptet wird, ich sei eine britische Spionin. Völlig absurd! Seitdem habe ich das Gefühl, auf Schritt und Tritt beobachtet zu werden.

Viele Menschen stellen mir die eine Frage: „Warum bist du nicht im Gefängnis?“ Ich denke, dass es der russischen Propaganda bis zu einem ge-

wissen Grad recht ist, wenn ich mit westlichen Medien kommuniziere. Wahrscheinlich ist meine Bekanntheit – zumindest derzeit – für den Krell von Vorteil. Ich kann nicht sagen, was die führenden FSB-Kräfte unseres Landes denken. Aber es gibt aktive Aufrufe, mich hinter Gitter zu bringen. Ein neues Verwaltungsverfahren wurde eingeleitet – zwei Tage später jedoch zurückgezogen. Jetzt warten meine Anwälte darauf, welche Anklagen erhoben werden. Wir warten ab, was als Nächstes passiert.

Sven Lilienström:

Die Beziehungen zwischen Russland und dem Westen haben spätestens seit dem Russland-Ukraine-Konflikt einen Tiefpunkt erreicht: Halten Sie eine „Normalisierung“ der Beziehungen unter Wladimir Putin für realistisch?

Marina Owsjannikowa:

Nein! Unter Wladimir Putin sind diese Beziehungen unmöglich zu normalisieren. Russland hat in den letzten zehn Jahren eine aggressive Propaganda gegen den Westen und alle westlichen Werte betrieben. Seit zehn Jahren wird den Menschen hierzulande suggeriert, dass der Westen versucht, Russland zu zerstören. Dass Amerika und Großbritannien unsere Feinde sind, ebenso die westlichen Medien. Diese Propaganda wiederholt sich in den „wahnsinnigen“ Shows im Fernsehen – es gibt Shows, in denen Ukrainer durchweg als Nationalisten und Faschisten bezeichnet werden. Wenn sie zehnmal wiederholen, dass „Schwarz“ eigentlich „Weiß“ ist, dann glauben die Menschen irgendwann daran. Wir waren all die Jahre

im Fernsehen sehr aggressiv, in sämtlichen Medien gab es staatliche Informationspropaganda, die sich speziell gegen den Westen richtete. Eine ganze Generation ist mit Putins Propaganda aufgewachsen. Einfach schrecklich! Ich denke, dass sich unter Wladimir Putin rein gar nichts ändern wird. Das wird nur möglich sein, wenn eine neue Politiker-Generation gewählt wird – eine Generation, die nicht in den Mustern des Kalten Krieges denkt. Erst dann können wir unsere geschundenen Beziehungen zum Westen wieder „kitten“.

Sven Lilienström

Wie hat Ihre Familie und Ihr privates Umfeld auf Ihre Protest-Aktion im russischen Fernsehen reagiert? Gab es Menschen, die davon abgeraten haben?

Marina Owsjannikowa:

Die Situation ist sehr schwierig. Mein Sohn, meine Mutter und ich haben völlig gegensätzliche

politische Ansichten. Meine Mutter gehört zur älteren Generation. Sie hört von morgens bis abends Staatspropaganda, hört Wladimir Solowjow zu. Daher ist es ist unmöglich, mit ihr zu sprechen oder sie von etwas anderem zu überzeugen. Ich habe oft versucht, eine Art Dialog mit ihr aufzubauen: „Mama, ich arbeite. Ich weiß, wie es geht, hör mir zu ...“ Nein, sie versteht nichts, sie antwortet mit auswendig gelernten Floskeln aus dem Fernsehen oder Radio. Dass der Westen unser Feind ist, dass alle unser Land zerstören wollen. Deshalb kann ich nicht länger als fünf Minuten mit meiner Mutter sprechen. Wir haben vollkommen konträre Wertvorstellungen. Wenn wir anfangen, über politische Themen zu reden, endet das immer im Streit. Also versuche ich erst gar nicht, mit ihr darüber zu reden. Auch mein Sohn unterstützt mich nicht. Er sagt, ich habe das Leben der Familie ruiniert. Auch, weil ich mich habe

scheiden lassen. Hinzukommt, dass sein Vater – also mein Ex-Mann – für einen anderen Propagandakanal der Regierung arbeitet – für „RT“. Wir stehen also auf zwei entgegengesetzten Seiten des Informationskrieges. Er unterstützt die Kreml-Propaganda voll und ganz. Ich hingegen habe liberalere Ansichten. Demzufolge vermittelt mein Ex-Mann unseren Kindern seine Werte, während ich versuche ihnen eine andere Sichtweise beizubringen. Meine Tochter ist zum Glück noch klein. Sie versteht die politischen Zusammenhänge nicht. Aber sie spürt, was gerade in und mit unserer Familie passiert!

Sven Lilienström:

Vielen Dank für das Interview, Frau Owsjannikowa!

Veröffentlichung mit freundlicher Genehmigung von „Österreichs Journalistin“

Medienpolitik in Afghanistan

Taliban versuchen Medien auf Linie zu bringen

Hardliner der Taliban setzen ihre Linie nicht nur gegen Frauenrechte, sondern auch in der Medienpolitik durch. Allerdings mit Ausnahmen und Schlupflöchern.

Die Radiojournalisten können weiterhin arbeiten, unter der Bedingung, dass sie keine Musik mehr senden. So lautete die Bedingung, die Sicherheitsleute der Taliban Ende März den zuvor festgenommenen

Redakteuren von vier Lokal-sendern südlich von Kandahar stellten. Die gingen auf die Vorgabe ein und wurden freigelassen. Ein Vorfall, über den die Organisation Human Rights Watch (HRW) auf ihrer Internetseite berichtete. Ebenfalls im März hatten die Taliban drei leitende Abgestellte des Senders Tolo News verhaftet, sie wurden einige Stunden später wieder freigelassen.

Das Medienunternehmen Moby Group, zu dem TOLO TV gehört, geht Medienberichten zufolge davon aus, dass die Verhaftungen eine Reaktion auf die Berichterstattung des Senders über das Verbot ausländischer Serien im afghanischen Fernsehen war.

Generell wächst der Druck auf die Medien: So berichtete HRW über Aussagen afghanischer Journalisten, denen zufolge



Taliban-Milizen sie bedrohen, festhalten und schlagen. Viele Journalisten sähen sich demnach gezwungen, nur noch über offizielle Erklärungen und Veranstaltungen zu berichten. Auch gegenüber ausländischen Medien wächst der Druck. Ende März untersagten die Taliban Kooperationspartnern von Voice of America, der BBC wie auch der Deutschen Welle, deren Angebote auf Pashto, Farsi und Usbekisch weiterhin zu verbreiten.

Mediensterben

Die Machtübernahme der Taliban hat für inländische Medien einschneidende Konsequenzen. Allein in den ersten vier Monaten ihrer Herrschaft, berichtet die Organisation „Reporter ohne Grenzen“, sahen sich gut 230 Medienunternehmen gezwungen zu schließen, gut 6400 Journalisten verloren ihre Arbeit. Dies gehe allerdings nicht allein auf die restriktive Politik der Taliban zurück, sondern auch auf mangelnde Finanzierung, sagt Thomas Ruttig, Mitbegründer des unabhängigen Think Tanks Afghanistan Analysts Network. Den Stopp der westlichen Finanzhilfe bekämen auch die lokalen Medien zu spüren, die ihre Mitarbeiter nicht mehr bezahlen könnten.

„Dennoch gibt es ja sehr viele Möglichkeiten, an Informationen zu kommen und die sind den Afghaninnen und Afghanen auch bekannt“, sagt Ruttig. Denn nur ein kleiner Teil der afghanischen Bevölkerung informiere sich vorrangig übers Fernsehen. Stattdessen nutzten die meisten Afghanen die digitalen Medien, etwa Messenger, Twitter, Instagram. „Ein Wendepunkt wäre erreicht,

wenn die Taliban irgendwann beschließen, das Internet zu sperren oder zu filtern. Dann ginge es in Sachen Informationsfreiheit wirklich an die Substanz.“

Selbstzensur

Den Kurs für Journalisten hatte Anfang Februar der Sprecher der Taliban, Sabihullah Mudschahid vorgegeben. Journalisten sollten „nationale Interessen, islamische Werte und die nationale Einheit“ berücksichtigen, bevor sie etwas veröffentlichen, berichtet der in Kabul ansässige Radiosender Salam Watandar.

Was das im Einzelfall bedeutet, lässt sich nicht mit Sicherheit sagen. Als die Taliban vor einigen Tagen ankündigten, Mädchen dürften nach der sechsten Klasse keinen Unterricht mehr besuchen, hatten private Medien darüber berichtet und Afghanen interviewt, die gegen den Beschluss demonstrierten. „Es gibt also noch private Sender, die über derartige Entwicklungen berichten“, sagt Afghanistan-Experte Ruttig. „Sie tun das allerdings nur eingeschränkt, teils auch mit einem gewissen Anteil an Selbstzensur. Die Journalisten haben eben Angst, von den Taliban erlassene Vorgaben zu verletzen, die häufig nicht sonderlich konkret sind und bei denen man nicht genau weiß, wo die Linien verlaufen.“

Probleme bereiten Journalisten auch die im September 2021 erlassenen „Elf Regeln“ für die Berichterstattung. Die wenig präzisen Formulierungen lassen weite Deutungsspielräume zu. „Angelegenheiten, die zum Zeitpunkt der Ausstrahlung oder Veröffentlichung nicht von offizieller Seite bestätigt wurden, sollten mit Vorsicht behandelt werden“, besagt etwa

die siebte Regel. Und die achte fordert, „Angelegenheiten, die sich negativ auf die Einstellung der Öffentlichkeit auswirken oder die Moral beeinträchtigen könnten, sollten bei der Ausstrahlung oder Veröffentlichung sorgfältig behandelt werden“.

Staatsfernsehen ohne großen Einfluss

Ihre eigenen Vorstellungen, allen voran die religiösen, versuchen die Taliban vor allem über das Fernsehen zu propagieren. Entsprechende Programme seien einfach herzustellen, sagt ein Redakteur dem englischen Guardian: „Ein Mann, ein Mullah, sitzt in einer Ecke und spricht über den Islam und über Traditionen.“ Das Probleme der Taliban sei aber, dass sie mit diesen Programmen nur wenige Menschen erreichten, sagt Thomas Ruttig. „Da gibt es mit RTA, Radio Television Afghanistan, so eine Art Staatsrundfunk, der aber mit Blick auf den Marktanteil ziemlich schwach ist. An ihm orientieren sich wenige Menschen, weil das immer letztlich ein Propagandasender war, welche Regierung auch immer da an der Macht war.“

Insgesamt gebe es zwar noch gewisse Freiräume der Berichterstattung. In manchen Sendungen dränge Kritik an den Taliban zwischen den Zeilen durch, was nicht ohne Risiko für die Programmierer sei, berichtet Ruttig. „In manchen TV-Sendungen werden Taliban-Vertreter durchaus kritisch befragt. Und ein Sender wie Tolo TV ließ nach dem Beschluss der Schließung weiterführender Schulen seine Journalistinnen auch Interviews auf der Straße durchführen.“

Dr. Ludwin Monz zur Übernahme des Vorstandsvorsitz der Heidelberger Druckmaschinen AG: „Wir müssen unsere technologische Expertise gezielt für neue Märkten nutzbar machen.“

Dr. Ludwin Monz (58) hat heute die Nachfolge von Rainer Hundsdörfer (64) als Vorstandsvorsitzender der Heidelberger Druckmaschinen AG (Heidelberg) angetreten. Rainer Hundsdörfer, der das Amt sechs Jahre innehatte, verabschiedet sich wie vorgesehen in den Ruhestand.

Nach mehr als zehn Jahren an der Spitze der Carl Zeiss Meditec AG übernimmt Ludwin Monz die Führungsaufgaben und wird die strategische Neuausrichtung von Heidelberg weiter vorantreiben. Den eingeschlagenen Weg, mit Kernkompetenzen neue Märkte zu erschließen, wird er in Zukunft fortsetzen: „Unsere Aufgabe ist es, unsere Technologiestärke zu nutzen, um neues Geschäft zu generieren. Dazu müssen wir die Ertragskraft und die Widerstandsfähigkeit nachhaltig steigern und die vorhandene technologische Expertise gezielt für neue Märkten nutzbar machen“, sagt Ludwin Monz. Die Druckindustrie und ihre Strukturen verändern sich in einem rasanten Tempo. Die Erwartungen der Kunden an Heidelberg bleiben aber hoch. „Wichtiges Ziel ist deshalb, in der eigenen Entwicklung nicht stehen zu bleiben“, betont Ludwin Monz. „Die Strategie und den Ausbau unserer führenden Position in unseren Kern-



Dr. Ludwin Monz, Vorstandsvorsitzender, Heidelberger Druckmaschinen AG.

märkten wollen wir noch stärker entlang der Kundenbedürfnisse priorisieren. Denn unser Anspruch ist es, stets der beste Partner für unsere Kunden zu sein.“

Dr. Ludwin Monz gilt als anerkannte Führungspersönlichkeit der deutschen Industrie mit Kapitalmarkterfahrung. Er verfügt über eine langjährige und erfolgreiche Karriere in Technologieunternehmen, die sowohl Positionen als Entwicklungsleiter wie auch die Leitung verschiedener Geschäftseinheiten umfasst.

„Wir freuen uns sehr, den Vorstandsvorsitz in die erfahrenen Hände von Ludwin Monz

übergeben zu können“, sagt Dr. Martin Sonnenschein, Vorsitzender des Aufsichtsrats der Heidelberger Druckmaschinen AG. „Mit seiner ausgeprägten Expertise für Spitzentechnologien und Innovationen wird er das Wachstum und die Neuausrichtung des Unternehmens weiter forcieren. Rainer Hundsdörfer danken wir für seine herausragenden Leistungen und hohes Engagement bis zum Ablauf seiner Amtszeit. Mit dem erfolgreichen Aufbau der E-Mobilität als neues Geschäftsfeld hat er die Neuausrichtung des Unternehmens entscheidend beeinflusst.“

Druckerei Konstanz findet bei QIPC weiterhin Sicherheit und Kontinuität

Sicherheit und Kontinuität für viele Jahre, das ist es, was Q.I. Press Controls (QIPC) der Druckerei Konstanz GmbH, einem Unternehmen mit Sitz in



Michael Schäfer,
Geschäftsführer
der Druckerei
Konstanz GmbH

der gleichnamigen Stadt im südwestlichen Baden-Württemberg in Deutschland, bietet. Einerseits galt es, das fortgeschrittene Alter der Elektronik, die sich häufenden Störungen und

die veralteten, abgekündigten Teile zu berücksichtigen. Auf der anderen Seite sollte die Druckmaschine noch viele Jahre produzieren. Kurzum: der richtige Zeitpunkt, um die aktuellen QIPC-Lösungen auf den neuesten Stand zu bringen. Die Druckerei Konstanz betreibt eine dreibahnige Zeitungsrotation KBA Cortina, bestehend aus 4 Druckwerken und 2 Falzwerken. Die Druckmaschine wurde von Anfang an mit Registersystemen von QIPC ausgestattet. Michael Schäfer, Geschäftsführer der Druckerei Konstanz: Unsere KBA Cortina ist seit ihrer Inbetriebnahme im Jahr 2009 mit dem Schnitt- und Farbregistersystem mRC+ von QIPC ausgestattet. Die QIPC-Systeme sind ein zentraler Be-

standteil des Automatisierungskonzepts, das es uns ermöglicht, den Personalaufwand gering zu halten und damit unsere Druckerei wirtschaftlich zu betreiben.“

„Die QIPC-Lösung ist für uns mittlerweile ein selbstverständlicher Standard, den niemand in Frage stellt. Der unverzichtbare Beitrag, den sie zur Effizienz und Wirtschaftlichkeit unserer Produktionsprozesse leistet, zeigt sich immer dann, wenn sie aus irgendeinem Grund einmal nicht zur Verfügung steht.“ Michael Schäfer ergänzt: „Unsere langjährigen Erfahrungen in der Zusammenarbeit mit QIPC und dem Einsatz des Systems sind positiv. Allein aus diesem Grund gab es keinen Grund, die langfristige Zusammenarbeit mit



Das Firmengebäude der Druckerei Konstanz in der gleichnamigen Stadt in Deutschland

QIPC in Frage zu stellen. Zudem können wir beim Austausch des QIPC-Systems einen Teil der Komponenten der bisherigen Installation, die Verkabelung in der Druckmaschine und die vorhandenen Schnittstellen weiter nutzen. Das ist für uns nicht nur wirtschaftlich attraktiv, sondern auch nachhaltig und vereinfacht die Erneuerung im laufenden Betrieb erheblich.“

Die mRC+-Kameras, die derzeit das Farbbregister steuern, werden durch 8 neue IDS-3D-Kameras ersetzt. Außerdem werden die alte Computerplattform und die Bildschirme mit neuer Hardware getauscht. Die ausgebauten Kameras werden als Ersatzteile für die mRC+ Schnittregisterkameras genutzt, die in der Druckmaschine verbleiben werden. „Die neuen IDS-3D-Kameras für das Farbbregister werden die Registermarken bei geringerer Dichte erkennen. Hierdurch wird der Kontrollprozess früher und zuverlässiger beginnen. Dadurch können wir nochmals etwas mehr Zeit und Makulatur einsparen. Aber es ist

uns auch sehr wichtig, eine sehr hohe Systemverfügbarkeit mit möglichst wenigen Ausfällen zu haben.“

„Es war uns eine Freude, einen sehr erfahrenen QIPC-Kunden durch diesen Erneuerungsprozess zu begleiten und seine Produktionseffizienz und Rentabilität für viele Jahre zu sichern“, sagt Harold Drinhuyzen, Area Sales Manager QIPC. „Wir hatten viele angenehme und konstruktive Gespräche, in denen wir unsere Upgrade-Konzepte und die Änderungen und Verbesserungen im Vergleich zwischen der alten mRC+ und unserer aktuellen Version mRC-3D erläutern konnten. Um den spezifischen Bedürfnissen des Kunden gerecht zu werden, werden wir unsere neuen IDS-3D-Kameras liefern. Sie bieten unter anderem die Flexibilität auf die Closed-Loop-Farbfunktionalität aufzurüsten, falls dies in Zukunft erforderlich sein sollte.“

„Als Coldset-Drucker befinden wir uns in einem heraus-

fordernden Markt, was auch in der Zulieferindustrie deutlich zu spüren ist. Aber auch, wenn der Wind rauer wird, sehen wir in diesem Markt noch für viele Jahre erhebliche Chancen für uns. Umso wichtiger ist es jetzt für uns, dass wir Systempartner haben, auf die wir uns verlassen können“, so sagt Michael Schäfer abschließend.

Die Druckerei Konstanz GmbH ist eine der größten Druckereien in Baden-Württemberg und blickt auf eine lange Geschichte zurück. Das Firmenlogo zeigt noch heute zwei ineinandergreifende Fische, die auf das Jahr 1927 zurückgehen, als das Unternehmen noch Druckerei am Fischmarkt hieß und damals am Fischmarkt in der Konstanzer Innenstadt ansässig war. Die Druckerei Konstanz druckt jährlich rund 120 Millionen Druckexemplare. Dabei wird ein weites Spektrum an Zeitungen, Werbebeilagen bis hin zu hochwertigen Magazinen und Broschüren für den eigenen Verlag sowie zahlreiche Kunden hergestellt.



Die KBA Cortina Druckanlage der Druckerei Konstanz