

Einblicke

Das Magazin der Medienanstalt Sachsen-Anhalt



WAHRHEIT?!

Medien zwischen
Fake-News und Re-Start

Wie gut ist das ZDF?
Peter Frey und Wolfgang Herles
im Streitgespräch

Hassbotschaften
Wie die Medien in Sachsen-Anhalt
damit umgehen

Lokal-TV
Fernsehgeschichten aus
Bitterfeld-Wolfen

Einblicke

Das Magazin der Medienanstalt Sachsen-Anhalt

Inhaltsverzeichnis

- | | |
|--|---|
| <p>3 Editorial
Martin Heine, Direktor der Medienanstalt Sachsen-Anhalt</p> <p>4 Pro und Contra
Wie gut ist das ZDF?</p> <p>8 Interview
Anne-Marie Keding, Justizministerin des Landes Sachsen-Anhalt, über Social Bots</p> <p>10 Umfrage
Wie Sachsen-Anhalts Medienunternehmen mit Hasskommentaren umgehen</p> <p>14 Bericht
Twitter-König widerwillen</p> <p>16 Nachgefragt
Die mitteldeutschen Medienanstalten auf Mission gegen die Internethetze</p> <p>20 Interview
Sabine Leutheusser-Schnarrenberger, ehemalige Bundesjustizministerin, über die Fake-News-Krise</p> | <p>22 Expertenrunde
Dramatische Jugendstudie „Generation What“</p> <p>25 Kurz und knapp
Nachrichten aus dem Medienland Sachsen-Anhalt</p> <p>27 Wortwolke
30 Stichworte aus 25 Jahren Öffentlicher Dienst</p> <p>28 Reportage
20 Jahre RBW Fernsehen</p> <p>32 Bericht
Medienkompetenzpreis Mitteldeutschland</p> <p>34 8 Fragen an
Versammlungsmitglied Hans-Jörg Schuster</p> |
|--|---|

Editorial

Liebe Leserinnen, liebe Leser, vielleicht sind Sie ja Journalist. Und wenn Sie kein Journalist sind, dann stellen Sie sich es bitte jetzt vor, einer zu sein. Jeden Tag bekommen Sie Tipps, Meldungen und Informationen aus den unterschiedlichsten Quellen. Sie müssen schnell entscheiden: Was ist wahr und was ist unwahr, vielleicht sogar Lüge? Täglich werden nicht nur Journalisten von tausenden neuen Videos, Artikeln und Posts im Internet überschwemmt – genauso die Öffentlichkeit, Politiker, Entscheidungsträger. Doch woher soll man wissen: Stimmt das wirklich, was da zu sehen und zu lesen ist? Denn durch die sozialen Netzwerke hat sich ein neuer, digitaler Raum entwickelt, in dem die Menschen ihre Konflikte austragen. Fake-News, Social Bots und Propaganda-Roboter, Big-Data-Analysen beeinflussen immer stärker unsere Informationsgesellschaft und vor allem bestimmen sie heute, was Wahrheit ist und was nicht.

Einst wurde das Internet als das demokratischste Medium gefeiert. Jeder konnte hier gleichberechtigt Sachen posten, kommentieren, weiter teilen. Doch heute wissen wir, immer mehr Nachrichten im Internet - Artikel, Bilder oder Videos - sind gefälscht und manipuliert. Und dennoch leben wir in einer stabilen Demokratie!



Martin Heine
Direktor Medienanstalt Sachsen-Anhalt

Unsere Ausgabe beschäftigt sich mit einer der spannendsten Fragen unserer heutigen Zeit. Wer bestimmt, was heute öffentliche Wahrheit ist? Wie lässt sich gegen Social Bots, Fake-News und Hate Speech regulatorisch vorgehen und wie wirkungsvoll kann das sein? Was können Medienunternehmen selbst dagegen unternehmen und welchen Beitrag können hier die Landesmedienanstalten leisten. Wie steht es um Mut und Haltung, auch gegenüber Intermediären wie Facebook oder Google?

In unserem aktuellen Magazin Einblicke haben wir unsere sachsen-anhaltischen Medienunternehmen gefragt, mit welchen Strategien sie gegen Fake-News vorgehen. Wichtig war uns bei diesem Thema aber auch, den Blick bundesweit auszurichten. Und so lesen Sie in unserer Ausgabe außerdem, was der aktuelle ZDF-Chefredakteur und ein Ex-ZDF-Journalist über die Fake-News-Krise und die Wahrheit in den Medien zu sagen haben. Und Sie lesen, dass die ehemalige Bundesjustizministerin, Leutheusser-Schnarrenberger zu „mehr Aufklärung und Gelassenheit“ in Bezug auf Fake-News rät.

Auch ich appelliere für mehr Gelassenheit und dennoch einen stets kritischen Blick auf Medieninhalte zu behalten.

Spannende Einblicke wünscht Ihnen
Ihr **Martin Heine**

Pro und Contra

Der ZDF-Chefredakteur Dr. Peter Frey und der Ex-ZDF-Topjournalist Wolfgang Herles über die Fake-News-Krise, fehlende Glaubwürdigkeit und die Wahrheit in den Medien

Stimmt das wirklich, was da zu sehen oder zu lesen ist? Oder ist alles nur Fake? Durch die sozialen Netzwerke hat sich ein neuer, digitaler Raum entwickelt, in dem die Menschen ihre Konflikte austragen. Cybermobbing, Shitstorms und Bashing sind verschiedene Formen von Gewalt, die über Online-Medien ausgeübt werden. Schlimmer noch, Fake-News, Social Bots und Propaganda-Roboter, Big-Data-Analysen beeinflussen immer stärker unsere Informationsgesellschaft und vor allem bestimmen sie heute, was Wahrheit ist und was nicht. Die Glaubwürdigkeit der klassischen Medien schwindet fast im selben Tempo. Was tun gegen die Fake-News-Krise? Wie gelingt der Restart und wie können die klassischen Medien die Menschen wieder zurückgewinnen? In einem Pro und Contra streiten zwei Topjournalisten darüber, wie unabhängiger Qualitätsjournalismus heute aussehen sollte. Der ZDF-Chefredakteur Dr. Peter Frey trifft auf den Ex-ZDF-Journalisten und heutigen Kritiker der Öffentlich-rechtlichen, Wolfgang Herles.

Auch künftig will das ZDF mit sachlichen Informationen, eigenrecherchierten Inhalten und pluralistisch besetzten Meinungsbeiträgen populistischen Parolen und Fake-News entgegenreten. So Ihre Selbstverpflichtungserklärung. Wie wollen Sie diese „große“ Aufgabe einlösen?

Dr. Frey: Vor allem: Indem wir weiterhin einen guten Job machen, unsere Zuschauer und Nutzer Tag für Tag bestmöglich informieren – vom „Morgenmagazin“ am frühen Morgen bis zur „heute+“ spät in der Nacht, im Netz wie im TV. Ich will nicht verhehlen: Das ist eine große Herausforderung für uns, nicht zuletzt, weil wir Personal einsparen und gleichzeitig viel mehr leisten müssen.

Öffentlich-rechtlicher Qualitätsjournalismus, das will ich an dieser Stelle selbstbewusst sagen, ist das beste Gegenmittel gegen Fake-News und Parolen. Dazu kommen spezielle Angebote wie unser Faktencheck-Projekt #ZDFcheck17 zur Bundestagswahl, mit dem wir auch in die Filterblasen piksen. Wenn uns dann in diesem 24/7-Betrieb doch einmal Fehler passieren, stellen wir sie transparent richtig.



Pro: **Dr. Peter Frey**, ZDF-Chefredakteur



Contra: **Wolfgang Herles**, Ex-ZDF-Journalist

Wie ernst nehmen Sie das Glaubwürdigkeitsproblem bei Teilen der Bevölkerung in Bezug auf die großen klassischen Medien?

Dr. Frey: Natürlich nehmen wir das ernst. Unser Anspruch ist es, möglichst viele Menschen für uns und unsere Angebote zu gewinnen. Wir stellen uns auch unseren Kritikern. Ich habe die Glaubwürdigkeitsdiskussion insgesamt als sehr gewinnbringend empfunden. Es war gut, dass wir uns so intensiv mit unserer Arbeit und unserem Publikum auseinandergesetzt haben. Wir sind heute sicher selbstkritischer und transparenter als früher – das ist gut so.

Aber wir müssen die Kirche auch im Dorf lassen: Einer aktuellen Erhebung der Forschungsgruppe Wahlen zufolge, haben 65 Prozent der Befragten ein

„Öffentlich-rechtlicher Qualitätsjournalismus, das will ich an dieser Stelle selbstbewusst sagen, ist das beste Gegenmittel gegen Fake-News und Parolen.“

sehr großes oder großes Vertrauen in die journalistischen Angebote von ZDF und ARD. Diese Anerkennung zeigt sich auch in den anhaltend hohen Einschaltquoten für „heute“ und „heute-journal“ – da stimmt das Publikum jeden Abend mit der Fernbedienung ab.

Welche Angebote, Formate und Plattformen eignen sich nach Ihrer Einschätzung besonders, um zu einer sachlichen Debattenkultur zurückzukehren? Welche Formate gibt es beim ZDF schon, was planen Sie?

Dr. Frey: In Sachen Debattenkultur denke ich natürlich zuerst an unsere politische Talkshow, an „maybrit illner“. Da wird – mitunter heftig und sehr kontrovers – um Themen und Positionen gerungen, da kann es auch mal drunter und drüber gehen. Aber die Runde bleibt grundsätzlich immer fair und gewinnbringend für den Zuschauer, der sich dann am Ende seine eigene Meinung bilden kann. Natürlich können exzellente Debatten auch im Netz stattfinden. Doch leider vergiften dort viel zu häufig Hasskommentare das Klima. Wir versuchen mit einer klugen Moderation auf unseren Social-Media-Angeboten, die klare Kante bei Hetze zeigt, Diskussionen so zu steuern, dass man sich dort mit Respekt begegnet und Argumente austauscht, nicht Hass und Häme. Auch das ist eine tägliche Herausforderung.

Kritiker werfen ARD und ZDF zu wenig Staatsferne und fehlende Meinungsvielfalt vor. Was entgegnen Sie den Kritikern und woher rührt die Schelte?

Dr. Frey: Wer uns eine zu große Staatsnähe vorwirft, sollte sich unsere Berichterstattung anschauen, unsere Nachrichten, aber auch unsere Magazine und Dokumentationen: Dort setzen wir uns kritisch und fair mit der Politik auseinander, gerade auch mit der Arbeit der Bundesregierung. Wir zeigen die vielfältigen Positionen auf, die es in dieser Gesellschaft gibt. Gerade auch in der Flüchtlingskrise haben wir den – vielfach durchaus nachvollziehbaren – Ängsten und Sorgen der Bürger viel Raum gegeben. Gerade diejenigen, die uns vehement Zensur vorwerfen, haben wir mit unseren Sendungen sogar ziemlich laut gemacht.

Strukturell ist es doch so: Das ZDF wird von der Gesellschaft bezahlt, also werden wir auch von der Gesellschaft kontrolliert. Das läuft über den Fernsehrat, in dem Vertreter verschiedener gesellschaftlicher Gruppen sitzen, von Kirchen bis zu Umweltverbänden. „Staatsnahe“ Mitglieder stellen dabei mittlerweile nur noch ein Drittel. Ich finde es auch nicht ehrenrührig, dass Politiker in unseren Kontrollorganen sitzen – im Gegenteil. Der öffentlich-rechtliche Rundfunk muss im Gegensatz zum privaten Rundfunk demokratisch legitimiert und kontrolliert werden.

2017 ist mit der Bundestagswahl ein Superwahljahr. Wird das ZDF sich im Vorfeld der Wahlen noch stärker für eine pluralistische Debattenkultur einsetzen, um etwaige Kritiker ruhig zu stellen?

Dr. Frey: Wir treten für eine pluralistische Debattenkultur ein, die eine demokratische Gesellschaft dringend braucht – völlig unabhängig von der Bundestagswahl. Aber natürlich bieten wir im Vorfeld dieses wichtigen Ereignisses an vielen Stellen im Programm besondere Foren für Diskussionen darüber, was die Menschen derzeit bewegt, wo der Schuh drückt. Dabei ist es uns ein Anliegen, die Bürger selbst zu Wort kommen zu lassen, etwa im direkten Dialog mit den Kanzlerkandidaten von Union und SPD. Auch wollen wir den Parteien, die nicht im Bundestag sind, aber eine Chance haben hineinzukommen, die Möglichkeit geben, in prominent platzierten Sendungen Rede und Antwort zu stehen – FDP und AfD.

In vielen Unternehmen haben schlankere Strukturen und flache Hierarchien dazu beigetragen, schneller, innovativer und kundennäher zu sein. Ist dieser Ansatz auch für das ZDF vorbildhaft, gerade auch im Hinblick auf ein künftiges TV-Publikum?

Dr. Frey: Der Medienmarkt ist mit der Digitalisierung sehr dynamisch geworden, da müssen wir beweglich sein und beweglich bleiben. Auch wenn wir mit dem ZDF 2016 zum fünften Mal in Folge Marktführer wurden, können wir uns da nicht selbstzufrieden zurücklehnen. Mit unserer neuen Mediathek, aber auch mit „funk“, dem jungen Angebot von ARD und ZDF, zeigen wir, wie innovationsfähig wir sind. Um weiterhin all das stemmen zu können, müssen wir umstrukturieren – und das tun wir. So wollen wir gerade im technischen Bereich stärker mit der ARD zusammenarbeiten und dabei Synergien heben. Auch innerhalb des ZDF bewegt sich da derzeit viel: Ab 2018 werden wir unser „Mittagsmagazin“ aus Berlin senden, die Redaktion wird künftig mit der des „Morgenmagazins“ verschmolzen. Außerdem sollen die Redaktionen „drehscheibe“ und „hallo deutschland“ noch enger zusammen arbeiten. Nicht zuletzt ist auch die schmerzliche Entscheidung, sich von unserem Magazin „ML mona lisa“ zu trennen, unter dieser Perspektive zu sehen. Aber wir machen dafür etwas Neues: die erste Doku-Reihe im deutschen Fernsehen, die dem Prinzip des „constructive journalism“ folgt. Also, ja: wir bauen um, mit Maß und Mitte. Das Ziel dabei ist immer: unseren Kunden ein bestmögliches Angebot zu machen.

Fake-News-Krise und Neustart-Fiktion. Innerhalb dieser Bandbreite bewegen sich heute Medienmacher aber auch die Medienkonsumenten. Was ist eigentlich los mit unserer Informationsgesellschaft?

Herles: Die Informationsgesellschaft war immer auch eine Desinformationsgesellschaft. Mit dem Internet aber veränderten sich die Mittel. Das Maß ging verloren, die Hysterie stieg. Im Netz misstraut sich die Gesellschaft selbst.

Wie ernst nehmen Sie das Glaubwürdigkeitsproblem bei Teilen der Bevölkerung in Bezug auf die großen klassischen Medien?

Herles: Die klassischen Massenmedien sind unverzichtbar als Foren offener Diskurse über alle offenen Fragen der offenen Gesellschaft. Ihre Glaubwürdigkeit leidet, weil diese Offenheit bezweifelt werden muss. Mainstreaming, Moralismus statt Gedankenfreiheit, Emotionalisierung statt Aufklärung, unterkomplexes

Entertainment, Gefallsucht beherrschen das Angebot. Selbstzufriedene Medien spiegeln die Selbstgerechtigkeit der Gesellschaft. Auflage, Quotendruck folgen der Wahrung Aufmerksamkeit.

„Mainstreaming, Moralismus statt Gedankenfreiheit, Emotionalisierung statt Aufklärung, unterkomplexes Entertainment, Gefallsucht beherrschen das Angebot.“

Welche Angebote, Formate und Plattformen eignen sich nach Ihrer Einschätzung besonders, um zu einer sachlichen Debattenkultur zurückzukehren? Wo sollten diese, wie stattfinden? (Kann überhaupt etwas der Macht aus dem Netz mit Hate Speech und Co. entgegengesetzt werden?)

Herles: Verbote helfen nicht. Zensur macht alles nur schlimmer. Pädagogische Zwangsmaßnahmen, der Ruf nach dem Staat: alles Unsinn. Wer sich in Meinungsblasen und Echokammern einschließt, ist selber schuld. Wer sich nur im Netz aufhält, muss sich dort verlieren. Der Konsument ist für Meinungsvielfalt ebenso verantwortlich wie für ausgewogene Ernährung. Das ist natürlich auch eine Bildungsaufgabe.

Öffentlich-rechtliche Fernsehsender, wie das ZDF haben sich eine Selbstverpflichtungserklärung auferlegt, nach der „auch in den kommenden Jahren das ZDF mit sachlichen Informationen, eigenrecherchierten Inhalten und pluralistisch besetzten Meinungsbeiträgen populistischen Parolen und Fake-News entgegentreten will.“ Was ist von solchen Parolen zu halten?

Herles: Selbstverpflichtungen dieser Art sind in der Tat nur Parolen. Sie drücken Selbstverständliches aus, das offenbar nicht mehr selbstverständlich ist. Das Beispiel der jüngsten Antisemitismus-Doku von arte/WDR zeigt, wo das Problem liegt. Es ist offenbar nicht zulässig, islamischen Antisemitismus zu beschreiben, ohne zugleich die israelische Politik in Palästina zu verurteilen. Die Sender wollen den Diskurs innerhalb „korrekter“ Grenzen reglementieren. Das ist scheinheilig und pervertiert das Gebot der Ausgewogenheit.

Kritiker werfen ARD und ZDF zu wenig Staatsferne und fehlende Meinungsvielfalt vor. Was muss sich bei den Großen ändern, damit die Menschen wieder Vertrauen fassen in Bezug auf die klassischen Medien?

Herles: Wichtig wäre die Rückbesinnung auf den Informations- und Bildungsauftrag der öffentlich-rechtlichen Medien. Den verrät, wer die Quote zum Maß aller Dinge macht. Nicht die Marktführerschaft garantiert die Existenzberechtigung von ARD und ZDF. Sie erhalten Zwangsgebühren, damit sie auf dem Markt nicht konkurrieren müssen. Statt dessen liefern sie überwiegend seichte Komik, tausend Krimis, Fußball ohne Ende. Immer dasselbe und von dem zuviel. Alles soll unterhalten, auch Nachrichten, Magazine, Dokumentationen. Wer sich aber beim Publikum anbietet, bleibt beliebig, mutlos, glatt, gefällig. Dabei entsteht zwangsläufig Konformismus – der reicht viel tiefer als Staatsnähe – und lähmt am Ende nicht nur die Sender selbst, sondern auch die politische Kultur.

2017 ist mit der Bundestagswahl ein Superwahljahr. Was sollten ARD und ZDF im Vorfeld der Wahlen anders machen. Wie kann noch stärker eine pluralistische Debattenkultur befördert werden?

Herles: Vor allem: Sich nicht die Agenda der Parteien aufzwingen lassen. Nicht nur den Wahlkampf abbilden, sondern die vielen ungelösten, aber von den Parteien unbeantworteten Fragen stellen. Weniger Personalisieren, Emotionalisieren, Skandalisieren.

In vielen Unternehmen haben schlankere Strukturen und flache Hierarchien dazu beigetragen, schneller, innovativer und kundennäher zu sein. Sollte dieser Ansatz auch für die Öffentlich-rechtlichen vorbildhaft sein, gerade auch im Hinblick auf ein künftiges TV-Publikum?

Herles: Grundlegende Reformen sind nötig. Wer Gebühren kassiert, wird immer zuerst mit den Wünschen der Kunden argumentieren. Notwendig wäre der Verzicht auf die Quote als Kriterium für Qualität. ARD und ZDF sollten in eine staatsunabhängige Stiftung eingebracht und aus Steuermitteln finanziert werden wie Theater und Hochschulen auch. Gespart wird heute vor allem auf dem Rücken der freien Journalisten. Wer um seinen Job fürchtet, kann nicht unabhängig berichten.



Anne-Marie Keding
Justizministerin des
Landes Sachsen-Anhalt

Gefahrenquelle Social Bots

Wie der Bürger gezielt getäuscht werden kann

„Das Gefährliche an Social Bots ist, dass Bürgerinnen und Bürger gezielt über die Bedeutung von Sachverhalten und Meinungen getäuscht werden.“

Das sagt die sachsen-anhaltische Justizministerin Anne-Marie Keding. Problematisch sei der Einsatz von Social Bots, die bei textlicher Kommunikation in sozialen Netzwerken vortäuschen, eine menschliche Identität zu haben. Der Einsatz solcher Bots sei darauf angelegt, Menschen hinters Licht zu führen. „Sie denken, ein Textbeitrag ist individuell von einem Menschen verfasst und kommuniziert worden, tatsächlich stammt er aber von einem Computerprogramm.“ Wir haben mit Anne-Marie Keding über ihre Einschätzung von Social Bots gesprochen.

Nach Presseberichten gibt es Erwägungen, im Bundestagswahlkampf Bots einzusetzen. Wie stehen Sie zu solcher Software im Wahlkampf?

Keding: Das hängt davon ab, wie Sie den Begriff „Bot“ definieren. Ein unter Juristen zum Sprichwort gewordener Grundsatz lautet: „Es kommt darauf an“. Das

gilt auch hier. Kommunikation zwischen Maschinen bzw. Computerprogrammen und Menschen ist heute Teil unseres Alltags. Denken Sie etwa an sogenannte Chatbots oder an Sprachdialogsysteme, wie sie von größeren Organisationen eingesetzt werden, um bei einem Anruf erste Informationen entgegenzunehmen und das Telefonat dem richtigen Ansprechpartner zuzuweisen. Problematisch ist der Einsatz von „Social Bots“, die bei textlicher Kommunikation in sozialen Netzwerken vortäuschen, eine menschliche Identität zu haben. Der Einsatz solcher Bots ist darauf angelegt, Menschen hinters Licht zu führen. Sie denken, ein Textbeitrag ist individuell von einem Menschen verfasst und kommuniziert worden, tatsächlich stammt er aber von einem Computerprogramm. Im Extremfall steht hinter den von einer Bot-Armee massenhaft unter verschiedenen Namen und über verschiedene Medien verbreiteten Inhalten die Ansicht eines auf Abwege geratenen Einzelnen. Das Gefährliche an Social Bots ist, dass Bürgerinnen und Bürger gezielt über die Bedeutung von Sachverhalten und Meinungen getäuscht werden. Die systematische Manipulation von Diskussionen mit solchen Mitteln gefährdet letztlich das Funktionieren des demokratischen Meinungsbildungsprozesses. Insoweit fällt meine Antwort auf Ihre Frage eindeutig aus: Der Einsatz von Social Bots ohne Kennzeichnung ist unredlich und hat erst recht nichts im Wahlkampf zu suchen.

Bots können verschieden eingesetzt werden. Wo ist Ihre rote Linie, wofür würden Sie Bots keinesfalls verwenden?

Keding: Bei Social Bots, die eine menschliche Identität vortäuschen, überschreitet für mich jeder Einsatz die rote Linie. Punkt. Sind Bots als solche erkennbar, haben die Adressaten der Kommunikation jedenfalls eine geeignete Grundlage, sich eine Meinung zu Bedeutung und Wert von Äußerungen zu bilden. Es verbleiben aber rote Linien. Sie werden unter anderem durch Vertragsbedingungen von Diensteanbietern gezogen, die den Einsatz von Social Bots nicht erlauben. Jenseits dieser Aspekte wird man sich immer auch die Frage stellen müssen, ob der Einsatz von Bots sinnvoll und redlich ist.

Einzelne Experten fordern gesetzliche Regeln für Bots – etwa eine Kennzeichnungspflicht. Wie stehen Sie dazu?

Keding: Die Forderung einer Kennzeichnungspflicht ist berechtigt. Ich unterstütze den Vorschlag von Fachleuten, eine solche Pflicht gesetzlich zu verankern, nachdrücklich. Der Einsatz nicht gekennzeichnete Social Bots geht mit Identitätstäuschungen und Multiplikationseffekten einher, die den Grundsatz kommunikativer Chancengleichheit – also gerecht verteilter Chancen, am Prozess der Meinungsbildung teilzunehmen – verletzen. Ist der Beitrag eines Social Bots als solcher gekennzeichnet, hat jeder Adressat eine geeignete Grundlage, sich eine Meinung zu bilden, was er von dem Beitrag zu halten hat.

Wie lässt sich verhindern, dass digitale Wahlkampfshelfer die Demokratie bedrohen?

Keding: Die Frage stellt sich auf zwei Ebenen. Die eine Ebene ist die der Verbreitungswege. Hier muss Täuschungen durch den Einsatz von Social Bots entgegen gewirkt werden. Die andere Ebene betrifft strafbare Inhalte digitaler Kommunikation. Es scheint eine verbreitete Ansicht zu geben, dass Straftatbestände wie Beleidigung, Verleumdung oder Volksverhetzung nicht gelten, wenn Äußerungen in sozialen Netzwerken erfolgen. Soziale Netzwerke sind aber – wie das Internet insgesamt – kein rechtsfreier Raum. Wir müssen durch geeignete Mechanismen gewährleisten, dass solchen Rechtsverletzungen effektiv entgegengetreten wird. Die strafrechtliche Ahndung ist dabei ein aber nicht der einzige Aspekt.



Im Dunkeln traut man sich eher ...

Löschen und dann? – Wie Sachsen-Anhalts Medienunternehmen mit Hasskommentaren umgehen

Wir wollen es wissen. Welche Erfahrungen machen Sachsen-Anhalts Medienmacher aktuell mit Fake-News oder Hassbotschaften in ihren Medien? Welche Themen sind es, auf die so genannte Trolle im Netz gern und massenhaft aufspringen? In unserer Umfrage berichten jetzt zwei Radiomacher, zwei Chefredakteure aus den Printmedien, sowie ein Vertreter aus den Bürgermedien, wie sie mit Hassbotschaften umgehen und wie es um Überlegungen steht, mithilfe der Medienanstalt Sachsen-Anhalt darauf noch professioneller zu reagieren.



Bettina Wiengarn
Leiterin Offener Kanal Magdeburg e.V.

Eigentlich immer dann, wenn wir Beiträge mit Flüchtlingsbezug online, d.h. auf youtube stellen, bekommen wir Hassbotschaften als Kommentare. Das betrifft nur youtube – auf Facebook gibt es zwar manchmal auch schwer erträgliche Kommentare, aber es sind keine Hassbotschaften. Bei youtube dagegen sind es oft extrem diskriminierende und menschenverachtende Botschaften, die wir sofort löschen. Ich habe mich deswegen auch schon an andere Organisationen gewandt, die natürlich dasselbe Problem haben, aber auch macht-

los sind. „Gemäßigtere“ xenophobe Kommentare, von denen wir meinen, sie überschreiten die Grenze zur Hatespeech nicht, lassen wir stehen. Manchmal antworten wir auch darauf vor allem bei Facebook. Letzteres müssten wir viel mehr machen, aber es kostet Zeit, die wir uns dann doch nicht nehmen. Dabei wäre es sicherlich hilfreich, wenn die Zivilgesellschaft im Internet das gleiche Engagement zeigen würde wie diese seltsamen Gruppen oder Individuen, die das Internet so mit ihrem Hass überziehen. Überlegungen, in diesem Bereich mit der Medienanstalt Sachsen-Anhalt zusammenzuarbeiten, gibt es bei uns bisher nicht, ich wüsste auch nicht wie.



Alois Kösters
Chefredakteur
Volksstimme
Magdeburg

Fake-News, Hass-Kommentare, irreführende Überschriften, einseitige Nachrichtenauswahl: Es ist kompliziert. Aus der einst so klar strukturierten und eingehegten Medienlandschaft ist ein wildes Biotop geworden, in dem Leuchttürme nicht mehr automatisch angesteuert werden. Jeder kann heute einen Beitrag zur Desinformation leisten. Gleichzeitig sind das mal wieder die besten Voraussetzungen für eine Tageszeitung wie die Volksstimme, sich als Markenzeichen für verlässliche und nach Objektivität strebende Berichterstattung neu zu etablieren.

Der Umgang mit Hass-Kommentaren ist dabei die leichteste Übung. Trolle und Tollwütige sind berechenbar. Wir kennen die Themen, bei denen sie vor allem auf Facebook zuschalten und können den Aufwand bei der Moderation abschätzen. Das meiste wird kommentarlos gelöscht. „Don't feed the Troll!“ (Füttere keinen Troll!). Dabei lassen wir uns zeitweise von einer erstaunlich zuverlässigen Software helfen.



Hartmut Augustin
Chefredakteur
Mitteldeutsche
Zeitung

Eine geraume Zeit nun schon wird den Medien attestiert, dass sie dramatisch an Glaubwürdigkeit verloren haben. Für mich sind das Fake-News. Denn wer genauer hinschaut und nach objektiven Kriterien sucht – und hier spreche ich erst einmal für die Mitteldeutsche Zeitung – wird etwas ganz anderes feststellen. Tatsächlich hat sich die Reichweite unseres journalistischen Angebots – Print und Digital – deutlich erhöht. Mit der gedruckten Zeitung und dem E-Paper erreichen wir derzeit fast jeden zweiten Leser in unserem Verbreitungsgebiet. Im Monat Mai hatten wir drei Millionen Unique User bei unserem digitalen Angebot MZ.de. Und die Zahl steigt weiter. Also, es kann überhaupt keine Rede davon sein, dass sich die Leute von uns abkehren.

Deutlich wird das auch in der Interaktion mit unseren Lesern und Usern. Sie melden sich viel öfter als früher zu Wort. Wir veröffentlichen deshalb seit dem Refresh der MZ viel, viel mehr Lesermeinungen in der gedruckten Zeitung. Auch unsere digitalen Angebote werden ganz oft diskutiert. Leserbrief- und Social-Media-Redakteure beobachten die Leserreaktionen, wählen nach unserer Netiquette aus, was veröffentlicht wird (Print oder Digital), und moderieren die Diskussionen. Natürlich erreichen

Auf Fake-News reagieren wir differenziert. Die meisten erfundenen Nachrichten werden ja passend für eine Klientel produziert, die unbedingt daran glauben will. Sie ist für uns nicht zu erreichen, aber glücklicherweise in der Minderheit.

Anders halten wir es mit Fake-News, die breiteren Absatz finden und Menschen verunsichern können. Einmal habe ich Kontakt aufgenommen mit einem Gastronomen aus Wernigerode, der auf Facebook verbreitet hatte, dass die Cholera im Flüchtlingsheim in Halberstadt ausgebrochen ist. Ein Feuerwehrmann habe ihm dies berichtet, versicherte er mir. Es handelte sich also um ein „echtes“ Gerücht, das von einer Tageszeitung, die noch als Leuchtturm funktioniert, wirkungsvoll widerlegt werden kann.

uns so genannte Hass-Kommentare. Gerade im Internet, in dem ganz oft die Urheber im Dunkeln bleiben – weil anonym – wird immer wieder eine Grenze des Anstands überschritten. Wir werden keine extremistischen, rassistischen und sexistischen Kommentare veröffentlichen. Also, es wird auch gelöscht! Im Einzelfall ist es ein schmaler Grat für die Entscheidung, was darunter fällt. Aber, wir werden da immer besser.

Wir haben ebenfalls festgestellt, dass Leser oder User es aufgeben, wenn sie merken, dass Pöbeleien und Beleidigungen nicht veröffentlicht werden. Es gibt einen Unterschied zwischen den Kommentaren auf unserer Website MZ.de und in den sozialen Netzwerken Twitter und Facebook: Während bei uns meistens der journalistische Inhalt diskutiert wird, scheinen die User der sozialen Netzwerke oft einfach ihren Frust loswerden zu wollen. Es wäre sicherlich gut, wenn mit Hilfe der Medienanstalt Sachsen-Anhalt einheitliche Standards für das Thema Interaktion und Kommentare für unser Bundesland erarbeitet würden.



Mike Bröhl
Geschäftsführer
Funkhaus Halle
(89.0 RTL und
Radio Brocken)

Gelegentlich erreichen uns kritische Feedbacks zu vor allem politischen Themen, die wir beispielsweise in unseren Nachrichten auf Radio Brocken oder 89.0 RTL gesendet haben. Die Kommentare reichen von allseits bekannten Aussagen wie „Lügenpresse“ über „Merkel bestimmt über Euch“ bis hin zu „gleichgeschaltete Medien“. In die Kategorie „Hassbotschaften“ würden wir diese Feedbacks jedoch noch nicht unbedingt einordnen, eher unter kritisches Feedback.

Selten bei zum Beispiel emotionalen Themen wie „Kindesmissbrauch“, wird die Sprache bei einigen unserer User schärfer und entspricht dann leider nicht immer dem guten Ton und den normalen Umgangsformen. Teilweise werden diese dann auch strafrechtlich relevant, wenn beispielsweise zum Mord aufgerufen wird. Diese Art von Hass-Kommentaren werden von uns konsequent und kommentarlos gelöscht. Hin und wieder kommt es auch in Grenzfällen vor, dass wir freundlich, aber bestimmt um die Einhaltung der guten Sitten bitten. Dafür haben wir einen internen Netiquette-Leitfaden entwickelt, damit unsere Kollegen in fraglichen Situationen eine Handreichung haben, wie zu reagieren ist.

Wir lassen uns in eindeutigen Fällen von rein auf Beleidigung abzielenden Kommentaren auf keine Diskussion ein, sondern legen lediglich die Fakten dar, ggf. mit einem Verweis zu einem bereits bestehenden Onlineartikel. Andere Leser des Kommentars können sich dann ein eigenes Bild machen und die Lage beurteilen.

Mittlerweile gibt es auch eine feste Community von Stamm-Usern, die ebenfalls die Funktion der Mäßigung von unsachlichen Kommentaren übernehmen. Hier findet also durchaus auch ein selbstreinigender Prozess statt, dennoch greifen unsere Mitarbeiter natürlich immer ein, wenn Kommentare in eine rechtlich unzulässige Richtung verlaufen. Am Ende stellt sich uns immer die Frage, ob argumentative Auseinandersetzungen mit Hassbotschaften in ihrer Wirkung zielführend sind oder ob man zu einem ungewollten Transporteur objektiven Unsinn verkommt.

Insofern ist „Löschen“ sicher kein Allheilmittel, im Einzelfall jedoch eine notwendige Option. Grundsätzlich können und dürfen Hassbotschaften ja nicht in einem rechtsfreien Raum stattfinden und ungeahndet bleiben. Gerade deshalb arbeiten die Medienunternehmen bereits im Rahmen ihrer bestehenden Möglichkeiten an diesem Thema. Am Ende bekämpft man oftmals jedoch leider nur ein Symptom und nicht die Ursache. Insofern ist hier die konsequente Anwendung geltenden Rechts gegenüber den Verursachern einzig zielführend. Ein engerer Austausch mit den Medienanstalten ist in dieser Frage sicher ein sinnvoller Schritt, bei dem es insbesondere um die Aufdeckung und Identifizierung der Verfasser von Hassbotschaften gehen muss.



Mario A. Liese
Geschäftsführer
und Programm-
direktor, Radio
SAW

Der Problematik Fake-News haben wir uns das erste Mal sehr intensiv beim Hochwasser 2013 stellen müssen. Zahlreiche zumeist gut gemeinte Social Media Gruppen verbreiteten Meldungen, die zum Teil einfach nicht stimmten. Als klassisches Medium sind wir diesen Gerüchten oder Behauptungen immer wieder hinterhergelaufen, um sie zu verifizieren. Das hat jede Menge Zeit beansprucht. Wir haben für uns den Anspruch, dass alles, was wir veröffentlichen, auch tatsächlich stimmt. Das ist eine große Herausforderung, der wir uns im Sinne unserer Hörer immer wieder stellen. Wir werden das große Vertrauen unserer Hörer nicht leichtfertig auf's Spiel setzen. Wer wie radio SAW über 100.000 Facebook-Follower hat und ein jederzeit öffentlich zugängliches Profil bietet, sammelt natürlich nicht nur positive Erfahrungen. So haben wir zum Beispiel gelernt, in den sozialen Medien vorsichtig bei Fußball-Meldungen zu sein, da solche Meldungen Fans immer mal wieder zu unschönen Posts reizt.

Einige verlieren in den sozialen Medien offenbar ihre Kinderstube oder meinen, im Schutz der Anonymität rumpöbeln zu können. Hassbotschaften können aber auch völlig unerwartet kommen. Das hat uns zum Beispiel bei einem Post über einen Lichtschweif am Horizont ereilt, durch den wir plötzlich in eine Chemtrail-Diskussion gelandet waren und die zahlreiche User anzog, die keine Hörer von radio SAW waren.

Grundsätzlich darf in unserem Facebook-Profil jeder Hörer seine Meinung frei äußern. Wir sehen uns als große radio SAW-Community und wollen uns gerne mit unseren

Hörern austauschen. Aber natürlich können auch Hörer untereinander diskutieren, quatschen oder fachsimpeln. Für den Umgang miteinander haben wir Regeln (Netiquette) aufgestellt, die in unserem Facebook-Profil angezeigt werden. Zusätzlich haben wir Vorkehrungen getroffen, damit bereits im Vorfeld Hasskommentare unterdrückt werden. So ist bei uns der Filter für vulgäre Ausdrücke auf die höchste Stufe eingestellt. Außerdem haben wir eine umfangreiche Blacklist erstellt. Posts, die ein Wort aus dieser Blacklist beinhalten, werden nicht angezeigt. Wir wollen uns in einer angenehmen Atmosphäre mit unseren Hörern unterhalten. Wir behalten uns vor, Kommentare zu löschen, die gegen die Netiquette oder geltendes Recht verstoßen.

Löschen ist aber immer eine der letzten Möglichkeiten. User, die die Grundregeln verletzen, können auch von der Seite verwiesen werden. Wegen der gestiegenen Bedeutung der sozialen Medien, hat radio SAW seit zwei Jahren einen eigenen Social Media Experten, der vorrangig mit den Usern bei Facebook interagiert und auf Kommentare reagiert.

Eine zentrale Aufgabe der Medienanstalten in der digitalen Welt ist es, User im Umgang mit dem Internet und den Sozialen Medien zu schulen und sie über Gefahren aufzuklären. Dabei unterstützen wir die Medienanstalten gerne. Die Vermittlung von Medienkompetenz erhält eine immer wichtigere Bedeutung und ist entscheidend für den Umgang im Netz.

(Unechter) Twitter-König Reiner Haseloff

Vom wachsenden Einfluss der Intermediären und wie die Medienanstalten darauf reagieren

Sachsen-Anhalt ist spitze. Landesvater Reiner Haseloff hat neben Olaf Scholz (Erster Bürgermeister von Hamburg) von allen Landespolitikern in Deutschland die meisten Twitter-Follower. Pferdefuß an der Geschichte ist, dass nur die Hälfte von ihnen wirklich Realität sind.

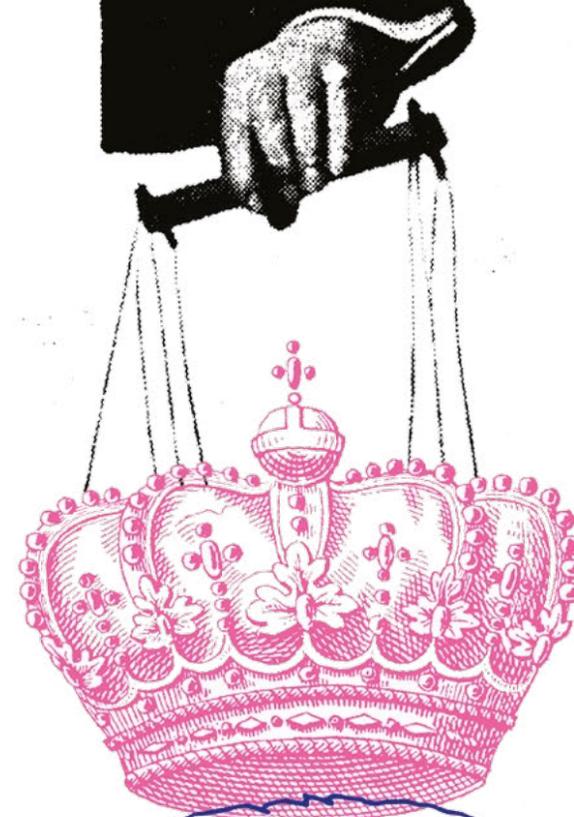
Fake-Follower heißt das, was heute viele Spitzenpolitiker heimsucht. Der Ministerpräsident von Sachsen-Anhalt twittet aktuell einer Gefolgschaft aus Geistern. 49 Prozent der vermeintlichen Leser, die der Ministerpräsident mit seinen Botschaften erreicht, sind keine echten Menschen. Sondern so genannte Fake-Accounts und Social Bots. Dabei handelt es sich, so die Magdeburger Staatskanzlei, unter anderem um realistisch wirkende Accounts mit Profilbild, Posts und Followern, die selbst auch anderen Nutzern folgen.

Aus Sicht der sachsen-anhaltischen Staatskanzlei sind die „Social Bots“ brandgefährlich. Reiner Robra, Chef der Staatskanzlei und Minister für Europa- und Medienangelegenheiten des Landes Sachsen-Anhalt, sagt: „auch die Justizminister der Länder sehen diese mit Besorgnis. Im November

werden sie im Rahmen der Justizministerkonferenz ein Arbeitspapier dazu beschließen. Ich sehe nicht den geringsten Ansatz einer Rechtfertigung für Roboter, die die Meinungsmacht übernehmen. Jeder, der sie nutzt, steht im Gegensatz zu den Grundsätzen der parlamentarischen Demokratie. Daher sollte ein strafrechtliches Verbot von Social Bots geprüft werden, die sich unter dem Anschein einer individuellen Persönlichkeit aktiv in die öffentliche Meinungsbildung einschalten.“

Doch die Verfolgung ist schwer, denn wer die Roboter programmiert hat, bleibt oft im Dunkeln. Aufmerksamkeit auf Social Bots und die Hetze, die darüber verbreitet wird, sind längst auch Politik und Medienanstalten geworden. So hat Bundesjustizminister Heiko Maas im März 2017 einen Gesetzesentwurf zur Verbesserung der Rechtsdurchsetzung in sozialen Netzwerken vorgestellt, der im Juni vom Bundestag angenommen wurde.

Das Gesetz zielt darauf ab, Hasskriminalität und strafbare Falschnachrichten auf den Plattformen sozialer Netzwerke wirksamer zu bekämpfen. Kern des Papiers bilden neue Lös- und Sperrfristen. Die sozialen Netzwerke sollen Inhalte, die bereits jetzt



nach dem Strafrecht rechtswidrig sind (z. B. Beleidigung, üble Nachrede, Verleumdung, Volksverhetzung und Bedrohung) innerhalb von sieben Tagen löschen bzw. sperren. Bei offensichtlich rechtswidrigen Inhalten beträgt die Lösfrist 24 Stunden.

Doch das sogenannte Netzwerkdurchsetzungsgesetz wirft aus Sicht des Jugendmedienschutzes Fragen auf. Die Kommission für Jugendmedienschutz (KJM) begrüßte zwar die Gesetzesinitiative des Bundes grundsätzlich, sieht jedoch dringenden Diskussionsbedarf hinsichtlich der Kompetenzen, der bereits mit dem Jugendschutz betrauten Ländergremien. Das Gremium, das aus Jugendschutzexperten der Länder und des Bundes besteht, empfiehlt zudem Plattformanbietern, im Rahmen des im NetzDG vorgegebenen Beschwerdemanagements zu Hate Speech Bewertungskriterien für Medieninhalte zu entwickeln, die auf den gesetzlichen Vorgaben – aus Sicht der KJM insbesondere auf dem Jugendmedienschutz-Staatsvertrag (JMStV) – beruhen.

Problematisch ist aus Sicht der KJM insbesondere, Entscheidungsmacht über die Rechtswidrigkeit von Medieninhalten an private Unternehmen zu delegieren. Es ist kaum vorstellbar, wie das mit den Aufgaben der staatsfernen Aufsicht und der Gerichte vereinbar sein könnte. Es scheint so, als ob Reiner Haseloff noch eine ganze Weile mit seinen virtuellen Followern leben muss. Schlimm nur, dass am Ende niemand mehr weiß, was wahr und was unwahr ist. Immerhin haben die Chefs der drei mitteldeutschen Medienanstalten jetzt einen ganz klaren Plan gegen die Hetze im Netz, wie das große Interview auf den folgenden Seiten beweist.



Martin Heine
Direktor
Medienanstalt
Sachsen-Anhalt



Martin Deitenbeck
Geschäftsführer
Sächsische Landes-
anstalt für privaten
Rundfunk und neue
Medien



Jochen Fasco
Direktor
Thüringer Landes-
medienanstalt

Haltung einnehmen, Mut bewahren

Die Köpfe der drei mitteldeutschen Medienanstalten auf Mission gegen die Internethetze

Martin Deitenbeck (Sächsische Landesanstalt für privaten Rundfunk und neue Medien), Jochen Fasco (Thüringer Landesmedienanstalt) und Martin Heine (Medienanstalt Sachsen-Anhalt) eint ein Ziel. Künftig wollen sie verstärkt gegen Hassnachrichten und Falschmeldungen in ihren Bundesländern vorgehen. Wir haben die drei Medienhüter zusammengebracht und gefragt, wie das gehen könnte.

Unsere Mediengesellschaft ist kompliziert geworden. Fake News, Social Bots und Propaganda-Roboter, Big-Data-Analysen beeinflussen immer stärker unsere Informationsgesellschaft. Welche Chance sehen Sie künftig noch für eine pluralistische Debattenkultur in den Medien?

Heine: Lügen und Propaganda (Fake-News) gab es schon immer und trotzdem haben sich stabile Demokratien entwickelt. Mir ist auch noch niemand begegnet, der sich von einem Meinungsroboter von seiner Meinung abbringen lässt. Selbst Politiker freuen sich ja über solche Roboter, wenn sie die Zahl der „Follower“ erhöhen. Die mediale Diskussion über diese

Begriffe als Gefahr für unsere Debattenkultur halte ich daher für überzogen. Sorge bereitet mir vielmehr die zunehmend fehlende Bereitschaft, andere Meinungen anzuhören und sich friedlich und sachlich mit dem Gegenüber auseinanderzusetzen. Den Einsatz verbaler und auch realer Gewalt bei politischen und z.T. auch in wissenschaftlichen Debatten halte ich für viel gefährlicher als Social Bots und Fake-News.

Deitenbeck: In jüngster Zeit ist zu konstatieren, dass eine gravierende Veränderung des gesellschaftlichen Diskurses im Netz und vor allem auch in den sozialen Medien eingetreten ist. Die Debatten, die im Netz geführt werden, sind oft grob, aggressiv und verletzend. In vielen Fällen sind sie auch beleidigend und erfüllt von Hass. Der Entwurf des vom Bundesjustizminister initiierten Netzwerkdurchsetzungsgesetzes sieht vor, die kommerziellen sozialen Netzwerke zu verpflichten, rechtswidrige Inhalte zu entfernen. Dieses Vorhaben ist nach wie vor umstritten. Das heißt aber nicht, dass die Debattenkultur in den Medien allgemein von dieser Entwicklung betroffen ist. Für alle Medien gilt, eine Debatte sachlich und fair zu führen. Dabei festgestell-

te Meinungsunterschiede sind durchaus kritisch zu beleuchten und auch kontrovers auszutragen. Studien zeigen, dass nach wie vor die traditionellen Medien am glaubwürdigsten eingeschätzt werden und auch die Jugendlichen zwischen – grob gesagt – professioneller Berichterstattung und privaten Meinungsäußerungen unterscheiden können. Dies ist jedoch kein Selbstläufer und daher kommt der Demokratie- und Medienbildung ein hoher Stellenwert zu.

„Für alle Medien gilt, eine Debatte sachlich und fair zu führen.“

Fasco: Medien haben seit je die Information in der Gesellschaft beeinflusst und auch Fake-News sind keine Erscheinungen des digitalen Zeitalters. Die Geschichte der Falschmeldung im Netz ist fast so alt wie das Netz selbst. Bereits 1984 verbreitete sich am 1. April in mehreren Usenet-Groups die Meldung, der Kreml sei nun auch Teil des Usenet. Wie schon das Datum der Veröffentlichung verrät, handelte es sich um einen Aprilscherz. Zehn Jahre später verbreitete sich die Meldung, Microsoft hätte die katholische Kirche gekauft und sich so auch die digitalen Rechte an der Bibel gesichert. Während die Meldung vielfach als Scherz erkannt wurde, sah sich Microsoft genötigt, eine Gegendarstellung zu veröffentlichen. Ich will das Problem nicht kleinreden.

Fakt ist, das Thema der verfälschten Information, der sogenannten Fake-News oder auch „alternativen Wahrheit“ ist längst in der Mitte der Gesellschaft angekommen. Das belegt eine aktuelle Studie „Fake-News“ der Kollegen der Landesanstalt für Medien Nordrhein-Westfalen, die am 19. Juni 2017 vorgestellt wurde. Darin hat die Forsa im Mai 2017 mehr als 1000 Online-Nutzer ab 14 Jahren zu Fake-News und ihrer Wahrnehmung befragt. Danach ist mehr als die Hälfte der deutschen Online-Nutzer (59 Prozent) mit Fake-News schon mal in Berührung gekommen.

Die Mediennutzer haben durchaus ein Bewusstsein dafür, dass die Inhalte, auf die sie im Netz stoßen, auch falsch sein könnten. Außerdem zeigt die o. g. Studie, dass die jüngeren Befragten (14 bis 24 Jahre) überdurchschnittlich häufig die dargestellten Fakten, den Autor und die Quelle prüfen. Wir können also sehen, dass die Online-Nutzer Strategien entwickeln, um Informationen zu prüfen. Allerdings kann von einer Personengruppe nicht auf alle Online-Nutzer

geschlossen werden, denn immerhin gaben 42 Prozent der Befragten an, mit der Identifizierung von Fake-News überfordert zu sein. Deshalb ist ein entschlossenes Handeln aller beteiligten Parteien, auch der Medienanstalten wichtig.

Welche konkreten Falschmeldungen gab es in der Vergangenheit in Ihrem Bundesland?

Heine: Da war jüngst die Rechtsextremismusstudie von Frau Gleicke, mit der die „Ostbürger“ in die rechte Ecke gestellt wurden. Die Leitmedien haben dies unkritisch übernommen und sich erst später distanziert. Auch das Bild von Tröglitz wird bundesweit gern als Synonym für rassistische Gewalt – besonders im Osten – genommen, obwohl die Brandursache bisher nicht aufgeklärt ist. Aus meinen persönlichen Top Fake-News – die natürlich auch bei uns verbreitet wurden – möchte ich die gestellte Demonstration mit Regierungschefs in Paris nach dem Anschlag auf Charlie Hebdo, die „friedliche“ Kölner Silvesternacht und die Wahlprognosen zur US-Wahl erwähnen.

Deitenbeck: Der Sächsischen Landesanstalt für privaten Rundfunk und neue Medien (SLM) obliegt es nicht, Falschmeldungen medienübergreifend festzustellen und – sofern es überhaupt rechtlich möglich ist – dagegen vorzugehen.

Fasco: Natürlich stoßen auch wir in unserer Aufsichtstätigkeit immer wieder auf Fake-News. Zurzeit beteiligen wir uns an einer bundesweiten Studie zu „Rechtsradikalen und rechtspopulistischen Web-Angeboten unterhalb der Unzulässigkeitsschwelle“. Wir sehen uns das Material an und prüfen, was hier vorliegt: Propaganda und Verleumdung, Marketing und PR, Verschwörungstheorien und üble Nachrede sowie irrtümliche Falschmeldungen. Hier ist es wichtig, genau zu trennen. Außerdem muss das im Grundgesetz verankerte Recht auf freie Meinungsäußerung gewahrt werden. Meinungsfreiheit und Meinungsvielfalt sind unverzichtbar für die demokratische Willensbildung in einer funktionierenden Demokratie. Demokratie und demokratische Willensbildung lebt von Meinungsvielfalt. Wenn abweichende Meinungen als Fake-News und Medien mit abweichenden Anschauungen als Lügenpresse bezeichnet werden, sollte uns das sehr hellhörig und vorsichtig machen.

Wie will Ihre Medienanstalt künftig gegen Hassnachrichten und Falschmeldungen vorgehen? Können sich die Bürger direkt an Ihre Medienanstalt im Missbrauchsfeld wenden?

Heine: Zunächst einmal steht eine Medienanstalt als staatsferne Aufsichtsbehörde für die Rundfunkfreiheit und die damit einhergehende und durch die Meinungsfreiheit ermöglichte Meinungsvielfalt. Im Wettbewerb der Meinungen sind scharfe Kritik und harte Argumente manchmal auch Hass zulässig, solange nicht gegen Gesetze (Beleidigung, Volksverhetzung, etc.) verstoßen wird. Wie schwierig dies im Einzelfall ist, zeigt das Erdogan-Gedicht von Herrn Böhmermann. Wenn wir dann aber einen Rechtsverstoß annehmen, wird der Inhalt beanstandet, ist zu löschen und es kann ein Bußgeld geben.

Bei Fake-News ist es einfacher. Der Bürger hat ein Recht auf Lüge, sonst müssten Dorftratsch und Stadtgespräch verboten werden. Insoweit ist mir auch noch keine strafbare Fake-News bekannt. Anderes gilt bei Rundfunkveranstaltern. Hier gelten besondere – aber nicht bußgeldbewährte – Sorgfaltspflichten z.B. nach § 10 RÄStV, wonach Nachrichten vor ihrer Verbreitung mit der nach den Umständen gebotenen Sorgfalt auf Wahrheit und Herkunft zu prüfen sind. Stellen Bürger hier Verstöße fest, können sie sich bei privaten Sendern an die Medienanstalten oder bei öffentlich-rechtlichen Sendern an den dortigen Rundfunkrat wenden. Zudem gibt es bei uns zahlreiche Projektangebote zur Vermittlung von Medienkompetenz an alle Generationen, bei der auch diese Probleme angesprochen werden.

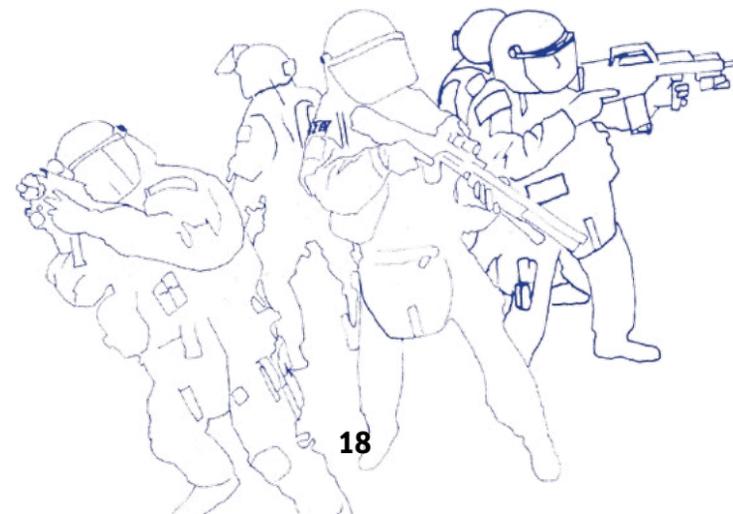
„Der Bürger hat ein Recht auf Lüge, sonst müssten Dorftratsch und Stadtgespräch verboten werden.“

Deitenbeck: Die SLM ist dann der richtige Ansprechpartner, wenn rechtswidrige Inhalte von den von der SLM lizenzierten Rundfunkveranstaltern verbreitet werden oder wenn gegen die Vorschriften des Jugendmedienschutz-Staatsvertrages verstoßen wird. In diesen Fällen wird die SLM die erforderlichen Maßnahmen ergreifen. Bei sozialen Medien (z. B. Twitter, YouTube, Facebook) können sich die Betroffenen auch bei der jeweiligen Plattform beschweren. In schweren, strafrechtlich relevanten Fällen wäre die Polizei der richtige Ansprechpartner.

Fasco: Natürlich können sich Bürger mit dem Verdacht von Fake-News direkt an uns wenden. Die Medienanstalten kontrollieren die Einhaltung der medienrechtlichen Bestimmungen bei den privaten Rundfunk- und Telemedienanbietern und führen bei Verstößen, wenn nötig Aufsichts- und Ordnungswidrigkeitenverfahren durch. Durch die enge Zusammenarbeit und gemeinsame Entscheidungsgremien für die Beurteilung von Einzelfällen (ZAK, KJM, KEK) ist sichergestellt, dass für bundesweite Rundfunk- und Telemedienangebote einheitliche Aufsichts- und Bewertungsstandards gelten. Die Medienanstalten setzen hier nicht nur die Bestimmungen des Jugendmedienschutz-Staatsvertrags durch, sondern sichern auch die Trennung von Werbung und Programm im Rundfunk. Gleichzeitig bemühen sie sich, auch im Netz von Mindeststandards in Sachen Werbekennzeichnung zu etablieren.

Sie mahnen zudem zur Trennung von Fakten und Meinungen sowie von Berichterstattung und Kommentaren und beharren auf einer Kennzeichnung von Scripted Reality. Soweit es aber um die Einhaltung der journalistischen Grundsätze in Telemedien geht, haben die Landesmedienanstalten bisher noch keine Handlungsoptionen gegenüber Anbietern journalistisch-redaktioneller Angebote. Dies möchten sie zukünftig ändern.

Außerdem haben die Medienanstalten sehr erfolgreiche, vielfach ausgezeichnete Medienkompetenzprojekte ins Leben gerufen, die in Zeiten der Digitalisierung auch und gerade die neuen Phänomene thematisieren. Die TLM ist in diesem Feld seit Jahren besonders engagiert und arbeitet dabei im Medienbildungszentrum eng mit vielen Partnern zusammen. Ihre breitgefächerten Angebote befähigen Nutzer aller Altersstufen zu einem bewussten, selbstbestimmten Medienumgang. Die Medienanstalten engagieren sich darüber hinaus in ihren Ländern auf unterschiedliche Weise (z. B. durch Aus- und Fortbildungskanäle, Volontärworkshops, Bürgermedien) für qualitativ hochwertigen Journalismus bei den Machern von morgen.



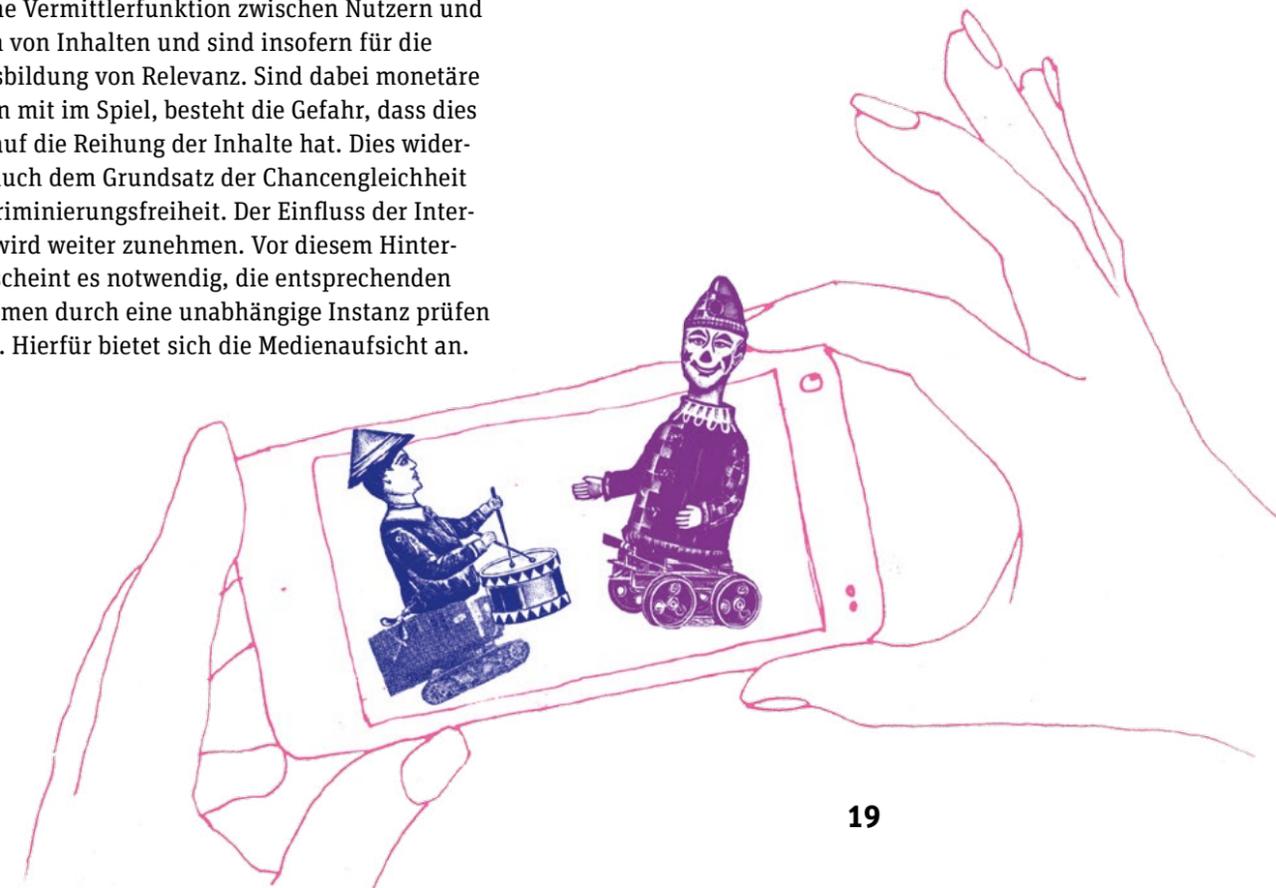
Entsteht mit Erstarken der Intermediären im Netz ein neues Aufgabenfeld für die Medienanstalten, wie sollte diese Aufgaben angegangen werden und welche Experten braucht man dafür?

Heine: Intermediär ist ein Sammelbegriff für vielzählige Internetangebote, der nicht einheitlich behandelt werden kann. Die Google Suche wirkt anders als Facebook und Twitter und diese wiederum sind anders als WhatsApp und Instagram. Relativ erfolgreich praktizieren wir dort über die KJM bereits die Aufsicht über die Einhaltung des Jugendmedienschutzes. Dabei geht es den Medienanstalten stets um die Sicherung der Vielfalt von Meinungen, Angeboten und Anbietern und deren gleichberechtigten Zugang und die Auffindbarkeit zu und in diesen Angeboten. Gegenwärtig sehe ich hier noch keine akuten Probleme. Allerdings gibt es sehr schnelle Entwicklungen insbesondere bei der algorithmusgesteuerten Anzeige von Informationen. Dies sollten wir weiter beobachten und bräuchten dann wohl auch externe Expertisen. Für diskussionswürdig halte ich die Erweiterung der Regulierung auf meinungsbildungsrelevante Angebote. Dabei favorisiere ich das Hineinwachsen in die Verantwortung. Je nachgefragter und damit relevanter ein Angebot für die Meinungsbildung wird, desto mehr sollte die Einhaltung journalistischer Standards verpflichtend sein.

Deitenbeck: Intermediäre, hierunter fallen z. B. Suchmaschinen, Soziale Netze, Instant Messaging Dienste, haben eine Vermittlerfunktion zwischen Nutzern und Anbietern von Inhalten und sind insofern für die Meinungsbildung von Relevanz. Sind dabei monetäre Interessen mit im Spiel, besteht die Gefahr, dass dies Einfluss auf die Reihung der Inhalte hat. Dies widerspricht auch dem Grundsatz der Chancengleichheit und Diskriminierungsfreiheit. Der Einfluss der Intermediäre wird weiter zunehmen. Vor diesem Hintergrund erscheint es notwendig, die entsprechenden Mechanismen durch eine unabhängige Instanz prüfen zu lassen. Hierfür bietet sich die Medienaufsicht an.

Fasco: Eine unserer Aufgaben ist schon jetzt die Aufsicht der Telemedien. Ich rate zu Analyse und Unterscheidung, zu Transparenz, Trennung und Kennzeichnung. Wir müssen lernen und lehren, Fakten zu überprüfen und Quellen zu hinterfragen, aber auch wahre Tatsachen als solche zu erkennen und zu akzeptieren und andere Meinungen zu respektieren. Dazu brauchen wir (mehr) Medienbildung! Nicht nur in der Schule, sondern überall und für alle Altersgruppen. Davon bin ich fest überzeugt! Gleichzeitig müssen wir die Qualitätsmedien in Bezug auf ihre Vielfalt, Leistungsfähigkeit, Unabhängigkeit und Staatsferne stärken und gegen Angriffe verteidigen. Dabei spielt der öffentlich-rechtliche Rundfunk nach wie vor eine zentrale Rolle. Gemeinsam müssen wir die Demokratie und unsere demokratischen Spielregeln verteidigen und die Meinungsfreiheit schützen.

„Ich rate zu Analyse und Unterscheidung, zu Transparenz, Trennung und Kennzeichnung. Wir müssen lernen und lehren, Fakten zu überprüfen und Quellen zu hinterfragen [...].“





Sabine Leutheusser-Schnarrenberger
Vorstandsmitglied der Friedrich-Naumann-Stiftung für die Freiheit und ehemalige Bundesjustizministerin

Mit Aufklärung und Gelassenheit gegen Fake-News

Was der Staat tun soll – und was nicht

„Wer ernsthaft dem Facebook-Algorithmus als Basis seiner Informationen vertraut, ist selbst schuld, wenn er Manipulationen zum Opfer wird“, sagt die liberale Grand Dame Sabine Leutheusser-Schnarrenberger. Gegen Fake-News müssen aus ihrer Sicht zuerst Medien und Öffentlichkeit selbst vorgehen.

Politik und Gesellschaft debattieren intensiv über Fake-News. Was unterscheidet Fake-News von klassischen Zeitungs-Enten oder schlichten Lügen?

Leutheusser-Schnarrenberger: „Fake-News“ sind schädliche und manipulative Informationen, die absichtlich verbreitet werden. Sie wurden so manipuliert, dass sie glaubwürdigem Journalismus ähneln, um mit ihrer Aussage so viel Aufmerksamkeit wie möglich und dadurch auch Geld zu generieren. Ihr Ziel ist es, Verwirrung zu stiften, politische Gegner zu diffamieren oder Wahlkämpfe durch Meinungsmache zu beeinflussen. Lügen gezielt in die Welt zu setzen, um zu täuschen, ist nichts Neues. Aufgrund unserer heutigen Medien-

nutzung erzeugen diese Lügen jedoch sehr viel mehr Resonanz. Zentral ist hierbei zum einen ihr Einsatz in den Sozialen Medien. Selbstverstärkende virale Effekte können genutzt werden, um in kürzester Zeit sehr hohe Reichweiten und Emotionen zu erzeugen. Diese Effekte werden durch den Einsatz von Algorithmen und sogenannten „Social Bots“ noch verstärkt. Für den Nutzer bleibt meist unklar, ob die Beiträge von echten Menschen, Bots oder bezahlten Schreibern stammen. Zum anderen gibt es aber auch eine Öffentlichkeit, die ohne Plausibilitätscheck diesen Nachrichten vertraut.

Bei der Bundesregierung ist ein „Abwehrzentrum gegen Desinformation“ im Gespräch. Welche Regulierungen halten Sie für nötig?

Leutheusser-Schnarrenberger: Keine. Wir brauchen kein Wahrheitsministerium wie in Orwells Dystopie „1984“. Wie so oft, wenn eine Situation unkontrollierbar erscheint, greift die Politik zu ihrem Lieblingsheilmittel: Kontrolle und Einschränkungen. Mit

welcher Kompetenz soll das Bundespresseamt, dem dieses Abwehrzentrum unterstehen soll, zensieren, was wahr und falsch ist? Ein solches Abwehrzentrum greift viel zu spät in den Prozess ein, da die falsche Meldung bereits in die Welt gesetzt wurde. Entscheidend ist etwas ganz anderes. Technisch gilt, dass Social Bots entdeckt werden. Dafür benötigen wir vor allem mehr Personal und Kompetenz. Letztendlich bedeutet das auch zu wertschätzen, dass freie Gedanken zu unseren höchsten Gütern zählen. Das bedeutet aber auch, dass wir in der Verantwortung leben, uns unabhängig zu informieren, aufzuklären und vermeintliche Wahrheiten zu hinterfragen. Der Staat hat nicht die Aufgabe einer Gedankenpolizei. Medien und Öffentlichkeit müssen zuerst selbst dagegen vorgehen.

„Der Staat hat nicht die Aufgabe einer Gedankenpolizei. Medien und Öffentlichkeit müssen zuerst selbst dagegen vorgehen.“

Das Soziale Netzwerk Facebook hat angekündigt, das Melden von Fake-News zu vereinfachen, mit externen Faktencheck-Spezialisten zusammenzuarbeiten und die Einnahmequellen der Autoren gefälschter Nachrichten auszutrocknen. Was erwarten bzw. fordern Sie von den Betreibern sozialer Netzwerke?

Leutheusser-Schnarrenberger: Immerhin ein Ansatz: Es sollen zukünftig die Algorithmen, die entscheiden, welche Artikel im Newsfeed der Nutzer erscheinen, angepasst werden. Wenn ein Beitrag nach dem Lesen nicht geteilt wird, könnte dies beispielsweise als eine Art Warnung in die Gewichtung einfließen. Zudem sollen Nutzer und Fakten-Check-Organisationen als Falschmeldung identifizierte Beiträge mit einer Art Warnstempel versehen. Diese Schritte zeigen, dass Facebook endlich reagiert. Es wird auch Zeit. Facebook ist mehr als Plattform, es muss sich seiner redaktionellen Verantwortung stellen. Das entlässt die Nutzer aber nicht aus ihrer Verantwortung. Wer ernsthaft dem Facebook-Algorithmus als Basis seiner Informationen vertraut, ist selbst schuld, wenn er Manipulationen zum Opfer wird.

Politiker der SPD fordern einen „Schulterschluss der Demokraten gegen Mittel wie manipulative Social Bots und den gemeinsamen Kampf gegen Fake-News“. Was kann und muss die Gesellschaft aus Ihrer Sicht tun?

Leutheusser-Schnarrenberger: Ein Schulterschluss in Form eines Fairnessabkommens der Parteien zum Wahlkampf ist sicherlich ein guter Ansatz. Schließlich lebt Demokratie vom Austausch von Argumenten und dem fairen Diskurs. In den kommenden Wahlkämpfen müssen sich alle Parteien verpflichten, mit Tatsachen zu argumentieren und gezielte Manipulationen zulasten der politischen Gegner zu unterlassen.

Von einem Kampf gegen „Fake-News“ zu sprechen, halte ich jedoch für falsch, da so diesen Manipulationsversuchen zu viel Macht zugesprochen wird. Wir sollten mit Aufklärung und Gelassenheit reagieren. Ein gutes Beispiel ist Hillary Clinton, die selbst Opfer von „Fake-News“ geworden ist. Zur Amtseinführung des neuen US-Präsidenten drückt sie trotzdem bei Twitter ihr unerschütterliches Vertrauen in demokratische Werte aus.

In einer Demokratie zu leben, die Meinungs- und Pressefreiheit garantiert, bedeutet, das Angebot an Informationen, was durch diese Freiheiten entsteht, selbstkritisch zu hinterfragen. Das Medienangebot kann niemals völlig objektiv sein. Jede Information ist in einen Kontext eingebettet und dieser bestimmt die subjektive Entscheidung über den Nachrichtenwert. Deswegen brauchen wir Qualitätsjournalismus, der nicht nur von zahlenden Nutzern unterstützt gehört. Es macht eben einen großen Unterschied, ob man sich an Fakten hält – oder von alternativen Fakten redet, die nichts anderes sind als Lügen.

„In einer Demokratie zu leben, die Meinungs- und Pressefreiheit garantiert, bedeutet, das Angebot an Informationen, was durch diese Freiheiten entsteht, selbstkritisch zu hinterfragen.“

Jugend ohne Vertrauen

Expertenrunde bewertet dramatische Jugendstudie „Generation What“

Die Ergebnisse dieser Studie sorgten für Aufsehen: Die große europäische Jugend-Studie „Generation What“ zeigt ein dramatisches Misstrauen junger Menschen gegenüber von Institutionen, gerade auch in den deutschsprachigen EU-Ländern. 22 Prozent der Deutschen (Österreicher 37 Prozent) zwischen 18 und 34 Jahren misstrauen nach einer aktuellen, europaweiten Untersuchung den klassischen Medien. Andere Institutionen stehen nicht besser da. Was wie ein Fiasko klingt, sieht im Vergleich aber beinahe wie eine Insel der Glückseligkeit aus – in Griechenland haben 71 Prozent der jungen Leute gar kein Vertrauen in die Medien.

Grundsätzlich sei Misstrauen für die Demokratie besser als Gleichgültigkeit, so **Paul Ziemiak**, Vorsitzender der Jungen Union. Wie er der dem Magazin der Medienanstalt Sachsen-Anhalt, Einblicke, sagte, „können wir nur durch die politische Debatte gemeinsam Entscheidungen treffen, die gut für unser Land und unsere Gesellschaft sind. In Deutschland hat man die Möglichkeit, sich an diesen Debatten zu beteiligen und unser Land selbst zu gestalten. Mir ist vor allem wichtig, dass junge Menschen wieder politisiert sind und sich für ihre Ideale einsetzen. Ich bin davon überzeugt, dass sie durch Teilhabe am politischen Prozess ihr Misstrauen überwinden.“ Ziemiak fordert zugleich

die politischen Eliten auf, Politik für junge Menschen machen. „Wir brauchen echte Chancengleichheit in unserem Bildungssystem.“ Da helfe auch kein Abitur für alle, sondern echte Investitionen in Schulen und Kitas.

Für den renommierten Jugendforscher, **Bernhard Heinzlmaier**, ist der Zug abgefahren. „Politik und Medien stehen für immer auf verlorenen Posten. Sie haben ihr Image so massiv und grundlegend demoliert, dass die Glaubwürdigkeit nicht mehr so einfach zurückgewonnen werden kann.“ Die Zeit des Vertrauens in Systeme, Institutionen und vor allem in die Eliten sei wohl für immer vorüber. „In diesem Zusammenhang muss man auch die Wettbewerbs- und Konkurrenzkultur würdigen. In einer solchen Kultur ist jedes Gegenüber außerhalb des innersten emotionalen Familien- und Freundeskreises ein potentieller Feind.“ Ein wesentlicher Grund für Vertrauenskrise ist für Heinzlmaier, „dass generell in unserer Gesellschaft Kommunikation weitgehend als Manipulation betrieben wird.“ Kommunikation bestehe heute aus Sprach- und Bildspielen, denen es primär darum geht, eine Realitätsdeutung im Sinne einer Interessensgruppe zu propagieren. Es gehe also nicht um die Wahrheit, sondern um so genannte „Narrative“, die entweder eine „alternative Wahrheit“ konstituieren oder bestehende Realitäten

Die Meinungen im Schnellcheck



Paul Ziemiak
Vorsitzender der
Jungen Union

Wir müssen Politik für junge Menschen machen. Wir brauchen echte Chancengleichheit in unserem Bildungssystem. Da hilft kein Abitur für alle, sondern echte Investitionen in Schulen und Kitas. Wir brauchen ein Rentensystem, das auch heutigen Azubis und Berufsanfängern noch ein Altern in Würde ermöglicht. Und wir müssen uns mehr für junge Familien einsetzen, zum Beispiel wenn es um die eigenen vier Wände geht. Gerade junge Familien können sich Wohnungen und Häuser in Städten, da wo häufig die Jobs sind, nicht mehr leisten. Daran muss sich etwas ändern!



Bernhard Heinzlmaier
Jugendforscher

Der Zug ist abgefahren. Politik und Medien stehen für immer auf verlorenen Posten. Sie haben ihr Image so massiv und grundlegend demoliert, dass die Glaubwürdigkeit nicht mehr so einfach zurückgewonnen werden kann. Die Zeit des Vertrauens in Systeme, Institutionen und vor allem in die Eliten ist wohl für immer vorüber.

In diesem Zusammenhang muss man auch die Wettbewerbs- und Konkurrenzkultur würdigen. In einer solchen Kultur ist jedes Gegenüber außerhalb des innersten emotionalen Familien- und Freundeskreises ein potentieller Feind. In der postmoralischen Wettbewerbskultur gibt es deshalb kein "vernünftiges" Vertrauen mehr. Kinder müssen heute schon im Kindergarten und in der Schule lernen, dass Vertrauen sich nicht mehr lohnt, ein Fehler ist. Und Politiker, dass sie nur dann gewählt werden, wenn sie liefern, d.h. wenn sie den Menschen Statusgewinne, materielle Zuwächse und Unterhaltung bieten können.

Wir leben in coolen Zeiten, in der das rationale Kalkül jede Form der emotionalen Hingabe zumindest überlagert. Vertrauen ist eine Form der emotionalen Hingabe. Unter Konkurrenzbedingungen kann das Vertrauen nicht handlungsleitend sein, weil es nicht zweckmäßig ist.



Marco Tullner
Bildungsminister
des Landes Sachsen-Anhalt

Empathie für Lebenssituationen und Ansprüche junger Menschen und Glaubwürdigkeit im Handeln sind die Stichworte. Und damit das eigene Reden und Tun selbstkritisch daraufhin zu prüfen, inwieweit wir junge Menschen inhaltlich (überhaupt) erreichen und sie beispielsweise für eine politische Mitwirkung interessieren. Im besten Fall werden so aus Beobachtern Akteure und wir stärken das Vertrauen in das Funktionieren von Demokratie. Nach meiner Erfahrung sind junge Menschen – so sie sich angesprochen fühlen – zu sehr viel Engagement bereit!



Klaus Hurrelmann
Professor of Public
Health and Education
an der Hertie School of
Governance

Die Parteien sollten alles tun, um Einblick in ihre Arbeit zu gewährleisten und glaubwürdig demonstrieren, dass sie an Jugendlichen als Mitgliedern und Wählern ebenso interessiert sind wie an den Themen, die sie beschäftigen. In einem ersten Schritt sollten sie sich darum bemühen, im Alltag der Jugendlichen ständig präsent zu sein. Dazu sollten sie zum einen die Kanäle der politischen Kommunikation nutzen, die Jugendlichen naheliegen, also über die elektronischen Netzwerke und Portale Diskussionen und Austausch anbieten – möglichst interaktiv, so dass Jugendliche eigene Anliegen vortragen und mit real existierenden Personen diskutieren können.

Parteien sollten sich der unbequemen Aufgabe stellen zu demonstrieren, wie man sich eine politische Meinung bildet und nach ihr lebt. Junge Leute wünschen die Erfahrung der politischen (Selbst-) Wirksamkeit. Sie wollen spüren, dass sie Dinge verändern können, sie wollen Einfluss darauf haben, was die Regierung macht, und da gilt das Gleiche. Weil sie die Machbarkeit nicht nachvollziehen können, wenden sie sich von den Parteien und politischen Institutionen ab.

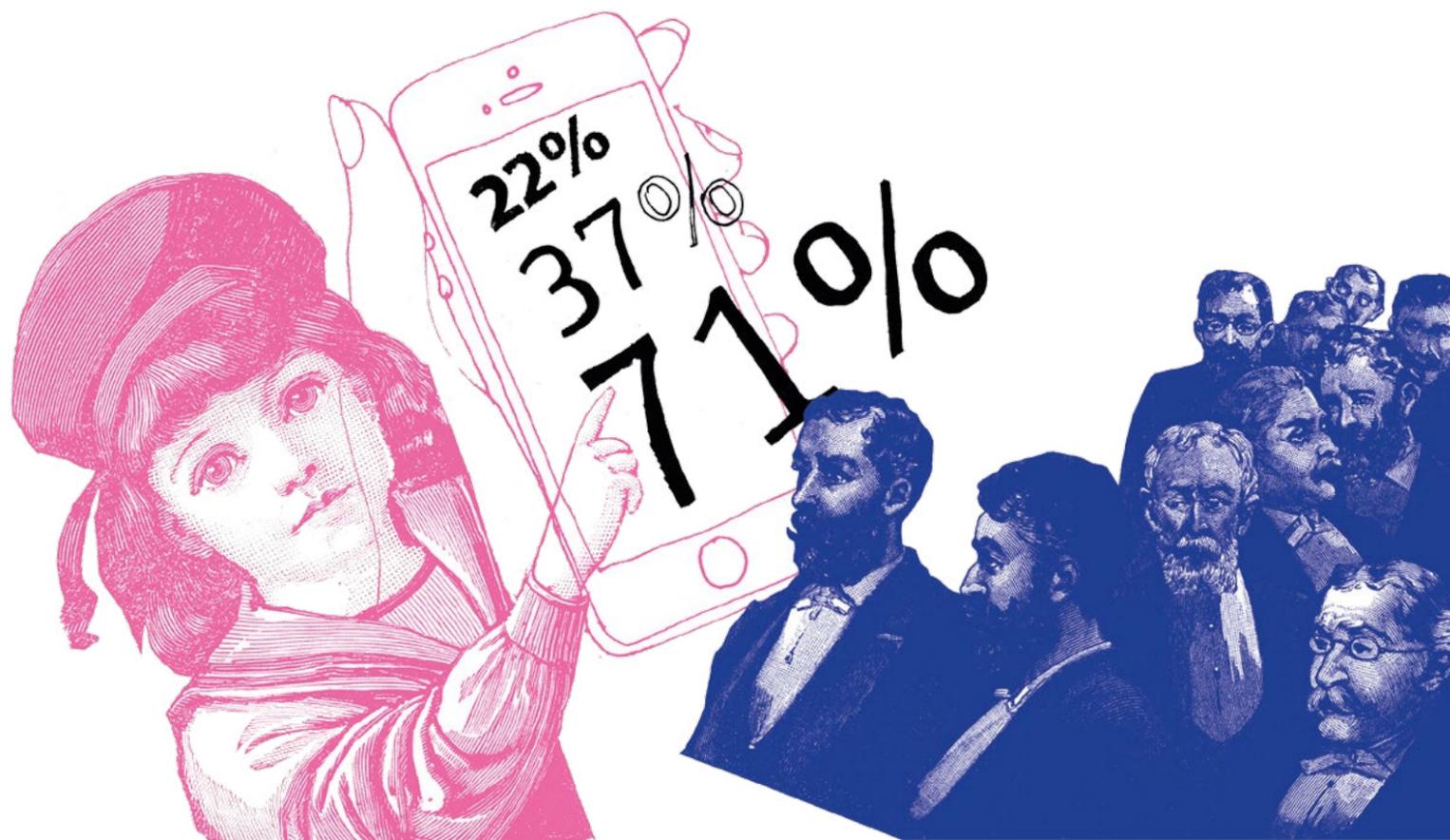
verfremden und umzudeuten versuchen. „Wir leben in coolen Zeiten, in der das rationale Kalkül jede Form der emotionalen Hingabe zumindest überlagert. Vertrauen ist eine Form der emotionalen Hingabe. Unter Konkurrenzbedingungen kann das Vertrauen nicht handlungsleitend sein, weil es nicht zweckmäßig ist.“

Weniger grundsätzlich sieht es **Klaus Hurrelmann**, Professor of Public Health and Education an der Hertie School of Governance. Hurrelmann, der schon viele fortlaufende nationale Studien zur Entwicklung von Familien, Kindern, Jugendlichen und jungen Erwachsenen betreut hat, findet, dass Jugendliche in erster Linie ein ungeduldiges Publikum sind. „Sie sind frustriert von der Komplexität von politischen Entscheidungen und scheinbar endlosen Debatten im Vorfeld. Es leuchtet ihnen nicht ein, warum das alles so lange dauert. Sie haben wenig Gelegenheit gehabt zu lernen, Kompromisse auszuhandeln und bei Mehrheitsentscheidungen zurück zu stecken.“ Andererseits habe die große Distanz zwischen Jugend und – vor allem – den Parteien auch handfeste demografische Gründe. Das Durchschnittsalter der Mitglieder der etablierten Parteien liege heute bei 60 Jahren. Nur 8 Prozent der Mitglieder der Parteien sind unter 30 Jahre alt. „Wer also als junger Mann oder als junge Frau in eine Partei eintritt, der sieht sich generationenbezogen in einer absoluten Minderheit.“ Unter diesen Umständen sei es nach Einschätzung des Forschers

nicht verwunderlich, dass so wenige junge Leute in Parteien eintreten möchten. „Es ist auch nicht wirklich spürbar, dass sich die Parteien aktiv darum bemühen. Ein wirklicher Anreiz, junge Leute aufzunehmen, ist für die Parteien heute nicht gegeben. Die alt gewordenen Mitglieder und die Funktionäre haben sich arrangiert, da können die unberechenbaren jungen Leute nur Störenfriede sein.“

Auch **Marco Tullner**, Bildungsminister des Landes Sachsen-Anhalt, will nicht leugnen, dass viele Jugendliche die persönliche Erfahrung machen, „dass ihnen Politik zu wenig transparent und zu wenig nachvollziehbar in ihren Entscheidungen und Abläufen begegnet“. Tullner hält es für gefährlich, das zu relativieren oder beiseite zu legen. Vielmehr sei der Befund „ein klarer Handlungsauftrag zu Veränderung für Politik und Medien! Wir müssen mehr Anstrengungen aufbringen, politische Prozesse und Entscheidungen zu erklären. Gleichzeitig darf es uns nicht an Mut fehlen, Probleme zu benennen. Nicht jedes Problem lässt sich sofort lösen aber die Bevölkerung hat ein Recht auf eine ehrliche Analyse“. Nach Einschätzung Tullners sind junge Menschen, die sich angesprochen und mitgenommen fühlen, zu sehr viel Engagement bereit.

Spätestens die nächste Studie wird zeigen, ob dieser Optimismus angebracht ist, oder ob die Stimmen recht behalten, die unseren bisherigen gesellschaftlichen Eliten keine Chance mehr geben.



Kurz und knapp

Nachrichten aus dem Medienland Sachsen-Anhalt



Mitteldeutsche Radios räumen Preise ab Landesmedienanstalten von Sachsen, Sachsen-Anhalt und Thüringen vergeben Hörfunkpreise

Unter Federführung der Thüringer Landesmedienanstalt (TLM) wurde Ende August in Erfurt der Rundfunkpreis Mitteldeutschland 2017 – Hörfunk von der Arbeitsgemeinschaft der mitteldeutschen Landesmedienanstalten (AML) an die besten privaten Radiomacher aus Sachsen, Sachsen-Anhalt und Thüringen verliehen. Barbara Klabunde und Sina Peschke von radio SAW aus Sachsen-Anhalt durften sich über den 1. Preis in der Kategorie „Beste Moderation“ freuen. Der Rundfunkpreis Mitteldeutschland wird seit 2005 jährlich von den Landesmedienanstalten in Sachsen, Sachsen-Anhalt und Thüringen in den Sparten Fernsehen, Hörfunk und Bürgermedien verliehen. Weitere Preise gingen unter anderem an Radio Dresden und an ANTENNE THÜRINGEN.



Netzwerken für die Medienkompetenz Onlineanmeldung für 4. Netzwerktagung Medienkompetenz Sachsen-Anhalt gestartet

Ab sofort ist die Online-Anmeldung für die 4. Netzwerktagung Medienkompetenz Sachsen-Anhalt unter medienkompetenz-netzwerk.de freigeschaltet. Die Fachtagung findet vom 18. bis 19. Oktober 2017 in der Leopoldina in Halle (Saale) statt. Die 4. Netzwerktagung Medienkompetenz Sachsen-Anhalt regt einen aktiven Austausch zwischen allen Akteuren an. In 17 Panels diskutieren mehr als 80 Experten aus Medienwirtschaft, -pädagogik, Politik und Gesellschaft über den gemeinsamen Weg zur digitalen Bildungsgesellschaft. Erstmals wird das Rote Sofa als Rahmenprogramm auf der 4. Netzwerktagung stattfinden. Hier präsentieren sich Sachsen-Anhalts Netzwerkakteure im Dialog mit dem Publikum. Die Fachtagung wird von der Medienanstalt Sachsen-Anhalt in Kooperation

mit dem Netzwerk Medienkompetenz Sachsen-Anhalt veranstaltet. Begleitet wird die Fachtagung auch in diesem Jahr von zwei wissenschaftlichen Beiräten. Hierfür konnten Prof. Dr. Stefan Iske (Fakultät für Humanwissenschaften Bereich Erziehungswissenschaft (EW) / Otto-von-Guericke-Universität Magdeburg) und Prof. Joachim von Gottberg (Vertretungsprofessor Medien- und Kommunikationswissenschaften / Martin-Luther-Universität Halle-Wittenberg) gewonnen werden.



Medienarbeit mit Europagedanken

Europa.Medien.Preis Sachsen-Anhalt 2017 ausgelobt Staatskanzlei und Ministerium für Kultur, die Medienanstalt Sachsen-Anhalt und die Landeszentrale für politische Bildung loben erneut gemeinsam den Europa.Medien.Preis Sachsen-Anhalt aus. Die Teilnehmenden am Europa.Medien.Preis Sachsen-Anhalt können sich wieder auf attraktive Geldpreise freuen und haben die Möglichkeit, im Rahmen des Wettbewerbs an einem Medienworkshop in Magdeburg und an einer mehrtägigen Studienfahrt nach Brüssel teilzunehmen, um die Medienarbeit mit der europäischen Komponente zu verbinden. Auf diese Weise soll nicht nur der Europagedanke, sondern auch die Medienkompetenz im Land gestärkt werden. Der Europa.Medien.Preis Sachsen-Anhalt richtet sich an Einzelpersonen, Projektgruppen, Vereine, Organisationen und auch an Studierende der medienorientierten Studiengänge an den Hochschulen Sachsen-Anhalts. Die Teilnahme ist altersunabhängig und nicht an die Mitgliedschaft in einem Offenen Kanal oder einem nichtkommerziellen Lokalradio gebunden. Einzige Voraussetzung ist, dass die Teilnehmenden aus Sachsen-Anhalt kommen, hier wohnen, lernen oder studieren. Die Preisverleihung findet voraussichtlich Anfang Dezember 2017 statt.

Neues aus der Versammlung

SAW und Radio Brocken behalten Frequenzen

Auf der Versammlungssitzung der Medienanstalt Sachsen-Anhalt hat die Aufsichtsbehörde am 16. August beschlossen, die zugewiesenen Übertragungskapazitäten für die Programme SAW und Radio Brocken über UKW und DAB+ nicht öffentlich auszuschreiben. Der Beschluss war nötig geworden, da nach Ablauf der Zulassungs- bzw. Zuweisungszeit über die Übertragungskapazitäten neu entschieden werden musste.

Radio Rockland rockt weitere 10 Jahre

Radio Rockland kann sein digitales 24-Stunden-Vollprogramm um weitere 10 Jahre in Sachsen-Anhalt ausstrahlen. „Die der Verlags- und Mediengesellschaft mbH & Co. KG mit Bescheid vom 03.04.2009 erteilte Erlaubnis für die Veranstaltung eines digitalen 24-stündigen Hörfunk-Vollprogrammes im Land Sachsen-Anhalt und die damit verbundene Zuweisung einer Übertragungskapazität von maximal 140 CU auf dem Kanal 12 C wird um weitere 10 Jahre verlängert.“

Grünes Licht für 89.0 RTL mit Auflagen

Zukunftssicher geht es auch für das Funkhaus Halle weiter. „Der Veranstalterin Funkhaus Halle GmbH & Co. KG mit Bescheid vom 26.04.1999 erteilte Erlaubnis für die Veranstaltung eines digitalen Hörfunk-Vollprogrammes im Land Sachsen-Anhalt "89,0 RTL" und die damit verbundene Zuweisung einer Übertragungskapazität von maximal 140 CU auf dem Kanal 11 C wird unter der Bedingung der Wiederherstellung der lizenzrechtlich erforderlichen Mehrheit sachsen-anhaltischer Gesellschafter im Arbeitsausschuss der Veranstalterin um weitere 10 Jahre verlängert.“

Bald neues DAB+ Programm?

Die Versammlung der Medienanstalt Sachsen-Anhalt hat auf ihrer Augustsitzung die öffentliche Bekanntmachung freier Kapazitäten für ein landesweites Hörfunkprogramm im VHF Kanal 11C im Ministerialblatt des Landes Sachsen-Anhalt beschlossen.

BLK TV über DVB-T

Genehmigt wurden die gesellschaftsrechtliche Änderungen der BLK TV UG, Hohenmölsen und weist der UG zur Verbreitung des von ihr veranstalteten Programms "BLK regional TV" im zugelassenen Verbreitungsgebiet die VHF-Übertragungskapazität "TV Sender Weißenfels Kanal 36 (max. 5 kW ERP)" zur medienrechtlichen Nutzung im Standard DVB-T/DVB-T2 zu."



Verena Schneider
Bereichsleiterin
Recht



Volker Jecht
Bereichsleiter
Technik



Jana Ertel
Assistentin des
Direktors

30 Stichworte aus 25 Jahren Öffentlicher Dienst

Recht, Mediengesetze, Justitiarin, Lizenzen, Aufsicht, Förderung, Internet, Pilotprojekte, Regulierung, Paragraph, Technik, Rundfunk, Kabelnetze, Lokalfernsehen, Breitband, Bürgermedien, Digitalradio, DVB-T/DVB-T2, Pilotprojekte, Umstieg analog-digital, Assistentin, Direktor, Gremienarbeit, Telefon, Word, Excel, Termine, Korrespondenz, Web, Medienkompetenz

Herzlichen Glückwunsch Verena Schneider, Volker Jecht und Jana Ertel! Die drei verdienstvollen Mitarbeiter der Medienanstalt Sachsen-Anhalt feiern dieses Jahr ihr 25jähriges Dienstjubiläum. Verena Schneider ist seit dem 1. Juli 1992 Bereichsleiterin Recht bei der Medienanstalt Sachsen-Anhalt und damit die verantwortliche Justiziarin der Medienanstalt Sachsen-Anhalt. Volker Jecht ist seit dem 2. Juni 1992 Bereichsleiter Technik der Medienanstalt Sachsen-Anhalt. Jana Ertel hält als Assistentin des Direktors und gute Seele des Hauses seit dem 15. November 1992 alle Fäden zusammen.

20 Jahre RBW Fernsehen: Zwischen Technologie- wandel und Hate Speech

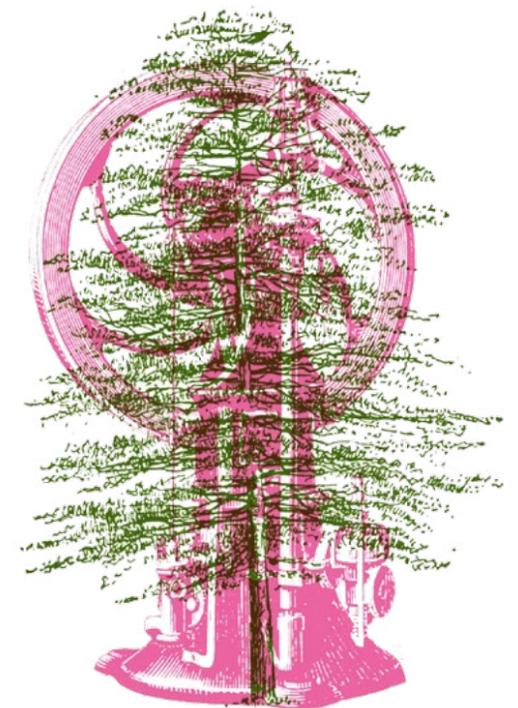
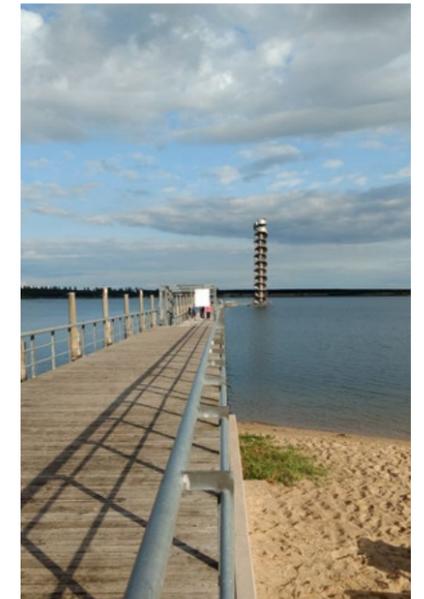
Eine Reportage aus Bitterfeld-Wolfen vom größten Fernsehsender Sachsens-Anhalts

Irgendwo im Niemandsland auf der Parsevalstraße, zwischen dutzenden von Rangiergleisen und riesigen Fabriken geht es rechts in die Straße der Wissenschaft. Mittendrin der moderne Zweigeschossiger mit der Hausnummer 1. Hier hat Lutz Hawel, seit 1997 als Gründer und heute einer von zwei Geschäftsführern der RBW Fernsehgesellschaft mbH, das Sagen. Die Umgebung lässt erahnen, dass hier seit jeher hart gearbeitet wird. Zu DDR-Zeiten galt Bitterfeld als schmutzigste Stadt Deutschlands, ja sogar Europas. Der triste Ort war ein Chemie-Moloch. Heute sind die Stadt und die Region nicht wiederzuerkennen. Entstanden ist hier einer der modernsten Chemieparks weltweit. Große Pharma-

konzerne stellen hier beispielsweise Medikamente her. Genauso werden die modernsten Glasfaserkabel der Welt in Bitterfeld-Wolfen gefertigt, ohne die kein Smartphone funktionieren würde. Und gleich nebenan, nur wenige Kilometer von alldem entfernt, erstreckt sich der gigantische Goitzsche-See. Ein gefluteter Tagebau, der für 300 Millionen Euro saniert und zu einem großartigen Naherholungsgebiet ausgebaut wurde. Entstanden sind Feriendörfer, schwimmende Hausboot-siedlungen, zahlreiche gastronomische Einrichtungen und ein Aussichtsturm mitten im Wasser, von dem man einen spektakulären Blick auf Natur und Industrie hat.



Zwei Welten:
Naturschönheiten
und Industriekultur
in Bitterfeld-Wolfen





Dr. Lutz Hawel, Geschäftsführer von RBW Fernsehen

Quereinsteiger mit Visionen

Zu verdanken ist der Wandel in der Region in erster Linie den Menschen von hier, die an die neue Zeit und neue Chancen geglaubt haben. Einer von ihnen ist der Fernsehmacher Lutz Hawel, der wie so viele Menschen nach der Wende „umgesattelt“ hat. Hawel ist ein klassischer Quereinsteiger im Fernsehgeschäft. Bis 1993 arbeitete der promovierte Lebensmittelverfahrenstechniker an der Hochschule Köthen, wo er eine Professur anstrebte. Doch es kam anders und der passionierte Hobbyfotograf, der bereits ein eigenes Studio zu Hause hatte, orientierte sich neu. Hawel gründete ein Video-produktionsunternehmen und nutzte die zahlreichen Möglichkeiten, die sich nach dem Umbruch 1989/90 ergaben. Er produzierte Industriefilme und Firmen-portraits und auch der nahe Messestandort in Leipzig war dabei durchaus von Vorteil. Die Überlegung, ein eigenes Fernsehprogramm zu gestalten, war bereits vorhanden. Aber anders als im benachbarten Sachsen war dies in Sachsen-Anhalt zunächst medienrechtlich noch nicht möglich.



Redaktionsalltag beim Lokalfernsehen



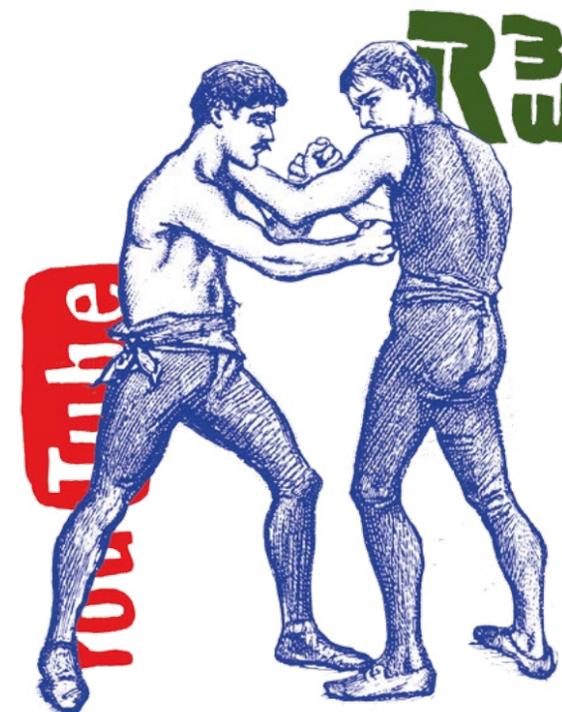
Straße der Wissenschaft 1: Firmensitz von RBW

Sendestart vor 20 Jahren

Vor ziemlich genau 20 Jahren, am 1. Oktober 1997 ging das Regionalfernsehen Bitterfeld-Wolfen erstmals auf Sendung. „Wir sind von Beginn an unserer Verpflichtung nachgekommen, jede Woche eine halbe Stunde neues Programm zu zeigen. Allerdings wurde in der Anfangszeit unterschiedlich oft aktualisiert, weil wir noch kein so verlässliches Programmschema wie heute einhalten konnten“, erinnert sich Lutz Hawel. Insbesondere die ständige Erneuerung der Technik stellte die Lokalfernsehpioniere vor eine echte Herausforderung. „Die Bandgeräte waren nach einem Vierteljahr verschlissen und mussten wieder ausgetauscht werden. Obwohl es noch gar nicht so lange her ist, lebten wir damals noch im Zeitalter der VHS-Kassette“, ruft Hawel ins Gedächtnis. Neben der Einspeisung des Programms in viele Kabelnetze der Region wurde im Jahr 2004 ein eigener terrestrischer Sender in Betrieb genommen.

Tagesaktuelles Programm

Hawels Fernsehreich erstreckt sich mit zwei weiteren Studios in Köthen und Wittenberg weit nach Westen hin in den Salzlandkreis und nach Süden bis in den Saalekreis und das benachbarte Nordsachsen. Empfangen kann man das Programm von RBW auch in Dessau und im weitläufigen Landkreis Wittenberg. Heute werden mehr als 250.000 Haushalte mit Informationen aus diesen Regionen versorgt. Jeden Tag wird die Sendung „RBW Aktuell“ um 18 Uhr mit Beiträgen aus dem Salzlandkreis, Anhalt-Bitterfeld, Wittenberg und dem östlichen Saalekreis bestückt. „Wir legen Wert darauf, nicht nur tagesaktuell zu berichten, sondern unser großes Sendegebiet möglichst gleichberechtigt darzustellen. Dafür sind unsere Redaktionen vernetzt und können auf dem Bildschirm sehen, wer welche Termine wahrnimmt oder was für Themen bearbeitet werden. So vermeiden wir Dopplungen, was dem Programm zu Gute kommt“, erläutert RBW-Geschäftsführer Lutz Hawel den Redaktionsalltag. Dieser ist in den letzten Jahren für den erfahrenen Fernsehmann und sein Team immer schwieriger geworden. „Ein Drittel des Personals musste in den letzten Jahren aufgrund des größer werdenden wirtschaftlichen Drucks abgebaut werden“, bedauert Hawel. Mit heute 20 Mitarbeitern ist RBW aber noch immer der größte Regionalfernseh-anbieter in Sachsen-Anhalt.



Studioimpressionen aus dem RBW Fernsehen

DVB-T2 ist interessante Entwicklung

RBW ist heute über Antenne per DVB-T Kanal im Kanal 30, über Satellit im LOKAL-TV-Portal über HbbTV, im Livestream und per Kabel zu empfangen. Interessant findet Hawel auch die aktuelle Entwicklung von DVB-T2. „Ich könnte mir durchaus vorstellen, dass wir irgendwann auch auf die neue Technik umstellen, zumal unsere Kamertechnik bereits HD-tauglich ist. Ende August wurde bereits die neue Antenne gesetzt, die auch für den neuen DVB-T2-Standard geeignet ist. Vielleicht schon im Oktober können wir unsere IT- umstellen, wenn die neuen Glasfasernetze bei uns anliegen. Schwieriger als die technische Entwicklung ist der Wandel auf dem Medienmarkt. Denn Hate Speech und Fake-News-Krise sind auch bei den regionalen Medienmachern angekommen. „Genauso, wie den großen Sendern machen uns auch die Intermediären, wie Facebook und YouTube zu schaffen“, so der Fernsehmacher. Wegbrechende Werbeeinnahmen, die heute eher ins Internet fließen und der fehlende Mittelstand in der Region verkleinern heute den Spielraum für Hawel, echtes Qualitätsfernsehen zu produzieren. Und die Politik? „Sie wünscht sich professionelle Regionalsender, schafft es aber nicht, wirtschaftliche Rahmenbedingungen zu schaffen, obwohl tragfähige Modelle in anderen Regionen Deutschlands schon seit vielen Jahren existieren.“ Dessen ungeachtet will Hawel auch künftig professionell an seine tägliche Arbeit gehen. Das ist er den Menschen in der Region einfach schuldig.

Lesekino holt Medienkompetenzpreis

Begehrte Auszeichnung geht an den Offenen Kanal Magdeburg

Für das Projekt „Lesekino - von der Geschichte zum Film“ wurde der Offene Kanal Magdeburg im MDR Landesfunkhaus Magdeburg mit dem „Medienkompetenzpreis Mitteldeutschland“ in der Kategorie „Bestes medienpädagogisches Projekt in der Kategorie Kinder bis 12 Jahre“ ausgezeichnet. Die jeweils mit 2.000 Euro dotierten Auszeichnungen in insgesamt fünf Kategorien werden alle zwei Jahre vom Mitteldeutschen Rundfunk gemeinsam mit den mitteldeutschen Medienanstalten verliehen. Die Medienanstalt Sachsen-Anhalt, die Thüringer Landesmedienanstalt, die Sächsische Landesanstalt für privaten Rundfunk und neue Medien sowie der Mitteldeutsche Rundfunk richten im Rahmen einer bundesweit einmaligen Zusammenarbeit den Medienkompetenzpreis Mitteldeutschland aus und prämiieren dabei herausragende Projekte aus Mitteldeutschland.

Das Projekt des Offenen Kanals Magdeburg „Lesekino – Von der Geschichte zum Film“, fand im vergangenen Jahr in Kooperation mit der Stadtbibliothek Magdeburg, dem Deutschen Familienverband Sachsen-Anhalt sowie dem Stadtteiltreff Oase an insgesamt drei Orten – Hort Evangelisches Schulkinderhaus, Grundschule Am Umfassungsweg und Grundschule An der Klosterwuhne – statt. Ziel war es, Kindern im Alter von 8 bis 10 Jahren die Möglichkeit zu geben, innerhalb einer Woche einen

eigenen Film zu drehen, dabei einen reflektierten Medienumgang zu erlangen und sie gleichzeitig spielerisch ans Lesen heranzuführen. Unter Leitung der Medien- und Theaterpädagoginnen Katharina Remiorz und Sandy Gärtner besuchten die rund 100 teilnehmenden Kinder während der einzelnen Projekt-tage zunächst die Stadtbibliothek Magdeburg, in der sie sich eine Geschichte aussuchten, die sie mit ihren eigenen Ideen und Wünschen erweiterten und modifizierten. Zwei Tage lang lernten sie anschließend Schauspiel- und Filmtechniken kennen, um dann an drei Tagen ihre Geschichte filmisch umzusetzen. Gefilmt wurde mit Tablets, die der Offene Kanal für das Projekt anschaffen konnte und die von den Kindern nach kurzer Zeit virtuos genutzt wurden.

Die sechs entstandenen Kurzfilme wurden im September 2016 auf großer Leinwand im Moritzhof-Kino aufgeführt. Neben dem Projekt des Offenen Kanals Magdeburg waren Projekte der Offenen Kanäle Wernigerode und Merseburg-Querfurt sowie von Radio Corax für einen der Preise nominiert. Mit dem Projekt „HistoryCraft“ der Evangelischen-Akademie wurde ein weiterer Beitrag aus Sachsen-Anhalt ausgezeichnet, bei dem sich Jugendliche mithilfe des Computerspiels Minecraft mit den Verbrechen des Nationalsozialismus auseinandersetzten.



Hier werden herausragende Projekte aus Mitteldeutschland prämiert





8 Fragen an:

Hans-Jörg Schuster, Präsident Gesamtverband Handwerk Sachsen-Anhalt e.V., Landespolitiker der FDP, Mitglied der Versammlung

Herr Schuster, man sagt Handwerk hat goldenen Boden. Stimmen Sie zu?

Bedingt. Die Ursprünge dieser Redewendung stammen aus dem Mittelalter. Vor der Industrialisierung hat das Handwerk die Wirtschaft dominiert. Dann wurde es aus vielen Bereichen verdrängt, musste sich Nischen suchen, in den Dienstleistungssektor ausweichen und zum Partner der Industrie werden. Auch heute drohen Handwerke auszusterben, denken wir an Schuhmacher, Kürschner oder Schneider. Fragen Sie einen Bäckermeister, bei dem im Viertel gerade eine Supermarktkette einen Backstore eingerichtet hat, lieber nicht nach dem goldenen Boden.

Sie sind Präsident des Gesamtverbandes Handwerk Sachsen-Anhalt e.V. Wie geht es dem Handwerk in Sachsen-Anhalt?

Zurzeit geht es dem Handwerk in Sachsen-Anhalt recht gut. Aber auch hier ist zu differenzieren, die Palette der Handwerke ist zu breit, um ein einheitliches Bild zu zeichnen. Das aktuell größte Problem im Handwerk ist der fehlende Nachwuchs.

Seit wann gehören Sie der Versammlung der Medienanstalt Sachsen-Anhalt an und erinnern Sie sich noch an Ihre erste Sitzung?

Im Laufe der 3. Amtsperiode bin ich 2006 in die Versammlung nachgerückt. Ich wurde dem Haushaltsausschuss zugeteilt, mehr ist mir von der 1. Sitzung nicht erinnerlich.

Sie sind langjähriges FDP-Mitglied. Braucht Sachsen-Anhalt starke Liberale gerade in unserer Gesellschafts- und Medienkrise?

Mich hat das Handwerk in die Medienanstalt Sachsen-Anhalt entsandt. Das ich auch für FDP-Politik stehe ist ein praktischer Nebeneffekt. Mit Ihrer Frage zielen Sie sicher auf die Flüchtlingskrise ab. Die wird man nur mit den Mitteln des Rechtsstaates bewältigen können. Den Staat zu stärken und endlich ein Einwanderungsgesetz zu schaffen, dafür steht die FDP und darum fehlt sie zurzeit am schmerzhaftesten auf der großen politischen Bühne.

Welche drei Orte in Sachsen-Anhalt muss ein „auswärtiger Gast“ unbedingt besuchen?

Das hängt wohl von der Interessenlage des Gastes ab. Als Bau-Ingenieur und Chef eines Denkmalpflegebetriebes empfehle ich gern die Dome in Magdeburg, Halberstadt und Quedlinburg.

Was ist für Sie Heimat?

Mein zu Hause.

Sie leben in Sachsen-Anhalt, weil...

... ich hier her gehöre. Ich bin schon aus der DDR nicht abgehauen.

Was sagt man Ihnen nach?

Ich komme immer zu spät nach Hause, sagt meine Frau.

Impressum

Medienanstalt Sachsen-Anhalt

Reichardtstr. 9
06114 Halle (Saale)
Telefon: +49 345 525 50
Fax: +49 345 525 51 21
E-Mail: info@medienanstalt-sachsen-anhalt.de
www.medienanstalt-sachsen-anhalt.de

Texte

Alexander Hiller

Redaktion / Lektorat

Nikola Marquardt (Dipl.-Journ.)

V.i.S.d.P.

René Händel, Bereichsleiter
Verwaltung/Öffentlichkeitsarbeit

Design, Satz und Layout, Illustrationen

buerohallo.de

Druck

Grafisches Centrum Cuno
GmbH & Co. KG
Gewerbering West 27
39240 Calbe (Saale)

Redaktionsschluss

28. August 2017

Bildnachweis

Seite 5: ZDF / Laurence Chaperon;
Wolfgang Herles / privat
Seite 8: Ministerium für Justiz und Gleichstellung des Landes Sachsen-Anhalt / Fotoatelier Mentzel
Seite 10: OK Magdeburg
Seite 11: Volksstimme Magdeburg; Mitteldeutsche Zeitung/Andreas Stedtler
Seite 12: Funkhaus Halle
Seite 13: Radio SAW
Seite 16: SLM; TLM
Seite 20: Tobias Koch
Seite 13: Junge Union / Laurence Chaperon;
Seite 15: Foto Wilke 1010 WEN; Andreas Lander; Hertie School of Governance
Seite 25: TLM
Seite 26: GOEUROPE!
Seite 29: Beate Sasse; Alexander Hiller
Seiten 30/31: RBW
Seite 34: Gesamtverband Handwerk Sachsen-Anhalt e.V.

Alle weiteren Fotos:
Medienanstalt Sachsen-Anhalt

Einblicke

Das Magazin der Medienanstalt Sachsen-Anhalt

Medienanstalt
Sachsen-Anhalt

Medienanstalt Sachsen-Anhalt
(Anstalt öffentlichen Rechts)
Reichardtstraße 9
06114 Halle (Saale)

Telefon: +49 345 525 50
www.medienanstalt-sachsen-anhalt.de

