

Tatatataa: der ABZV-Datawrapper!: Ab sofort bietet die ABZV ein kostenloses Tool, mit dem sich Zahlen schnell und einfach in Grafiken verwandeln lassen: den ► [Datawrapper](#). Die Betaversion ist seit wenigen Tagen online. Wer mag, kann sich ► [kostenlos registrieren](#) und die Visualisierungsmaschine sofort nutzen. Journalisten, Blogger und Verlage können die Applikation herunterladen und auf einem eigenen Server installieren. Das Design der Charts, die der Datawrapper erzeugt, lässt sich an das jeweilige Markenbild anpassen. Die Software ist kinderleicht zu bedienen. Ein Tutorial zeigt, wie das geht.

Erfunden haben den Datawrapper der Informations-Architekt ► [Mirko Lorenz](#) und der Datenjournalismus-Pionier ► [Nicolas Kayser-Bril](#). „Wir wollen den Datenjournalismus fördern. Wir glauben, dass eine tiefe Kenntnis der Zahlen, Strukturen und Einflussfaktoren sehr wichtig ist, damit Journalismus glaubwürdig bleibt und neue Perspektiven entstehen“, schreiben die beiden auf ► [abzv-datawrapper.de](#).

Kostenloses Einführungsangebot: Die ersten drei Zeitungen, die sich bei info@abzv.de melden, erhalten kostenlos ein eigenes Layout für mit dem Datawrapper erzeugte Charts (mit Logo, Farben, etc.). Dazu müssen sie den Datawrapper nicht downloaden und auch nicht installieren. Der Zugang zu dem Layout wird über die E-Mail-Endung (@zeitung xyz) gesteuert. Das bedeutet: Andere können das Layout nicht missbrauchen. Die drei Redaktionen aber, die sich am schnellsten melden, können die Funktionen des ABZV-Datawrappers ganz in Ruhe erproben. Senden Sie uns einfach eine Mail mit dem Titel/Inhalt: „Datawrapper Testlayout – ja bitte.“

Die Betaversion startet mit fünf relativ einfachen Basis-Charts. Nach und nach sollen diese um aufwändigere Möglichkeiten der Visualisierung ergänzt werden. Softwareentwickler mit Interesse am Journalismus können sich daran beteiligen. Wer mithelfen möchte, den Datawrapper auszubauen, meldet sich per E-Mail an info@datastory.de.

Plattform für mehr Pressefreiheit: ► [20zwoelf](#) heißt ein neues Portal, das sich dem Zustand der Pressefreiheit in Deutschland widmet. Die Initiatoren, 20 junge Journalisten der ► [Axel Springer Akademie](#), dokumentieren dort, wie Politiker, PR-Leute, Prominente und andere immer wieder versuchen, auf die journalistische Berichterstattung einzuwirken. Die Macher von 20zwoelf stellen Fragen wie diese: Warum landet Deutschland aktuell nur auf Platz 17 des weltweiten Rankings der Pressefreiheit? Fällt Satire immer unter den Schutz der Meinungsfreiheit? Wie weit darf die nachträgliche Korrektur von Interviews gehen? Die Antworten sind häufig ebenso informativ wie unterhaltsam. Zum Beispiel lassen die Nachwuchsjournalisten Chefredakteure in einer ► [Bildergalerie](#) erklären, warum sie manche Schlagzeile getextet, aber dann doch nicht gedruckt haben. In einem ► [Quiz](#), können die Besucher des Portals ihr Wissen zum Thema Pressefreiheit testen und erweitern. Der designierte Bundespräsident Joachim Gauck erklärt in einem ► [Video](#) auf 20zwoelf, aufgezeichnet am 16. Dezember 2011, warum die Pressefreiheit für die Demokratie unabdingbar ist – und unter welchen Umständen sie nur eingeschränkt gilt. Ein spannendes Portal zu einem wichtigen Thema.

► [weiter](#) oder ► [Inhalt](#)

Inhalt, nur einen Klick entfernt

ABZV News

- [Der ABZV-Datawrapper](#)
- [Plattform für mehr Pressefreiheit](#)
- [Tipp: Blick hinter Mauern](#)
- [Fälle vor dem Presserat](#)

Marotte des Monats

- [Rettet den Nebensatz!](#)

Werkzeugkasten

- [Drei Ratschläge für Ratschläge](#)

ABZV Comic

- [Neulich in der Redaktion](#)

Überleben im Büro

- [Gelassen durch das Tal der Tränen](#)

Kampf dem Chaos

- [Multimedia-Studio immer dabei](#)

Richtig rechtschreiben

- [Zahlen und Geldbeträge](#)

Regularien

- [Abo-Service + Archiv](#)
- [Seminartipps](#)
- [Leser-Echo](#)
- [Impressum](#)

Impressum

ABZV – Akademie Berufliche Bildung der deutschen Zeitungsverlage e. V.
Beate Füth, V. i. S. d. P.,
Geschäftsführung und fachliche Leitung
Hildegard Schwarz,
Assistentin der Geschäftsführung
Steffen Sommer, Text
Andy Artmann, Gestaltung

In der Wehrhecke 1
D-53125 Bonn
T 02 28 – 20 77 66 22
F 02 28 – 20 77 66 23
newsletter@abzv.de
► www.abzv.de

Haftungshinweis: Trotz sorgfältiger inhaltlicher Kontrolle übernehmen wir keine Haftung für die Inhalte externer Links. Für den Inhalt der verlinkten Seiten sind ausschließlich deren Betreiber verantwortlich.

Thementipp: Blick hinter Mauern. Menschen, die eine Straftat begangen haben, aufgrund einer psychischen Störung oder Suchterkrankung aber als schuldunfähig gelten, werden in einer geschlossenen, forensischen Psychiatrie untergebracht. Das jährlich stattfindende Treffen des Fachkreises Forensik war im Mannheimer Morgen der Anlass, näher über diese Einrichtungen zu berichten. Einen Tag lang ließ sich eine Redakteurin das Gelände der größten forensischen Klinik Baden-Württembergs zeigen. Einer der Patienten wurde ihr als Gesprächspartner vermittelt. Etwa zwei Stunden dauerte das Interview, in dem die Redakteurin den Patienten nach seiner Kindheit, nach der Tat, die zur Einlieferung führte, aber auch nach seinen Zukunftsplänen befragte. Mehr dazu unter ► www.drehscheibe.org

Fälle vor dem Presserat: Diskriminierungen. Eine Regionalzeitung veröffentlicht mehrere Berichte und einen Kommentar, in denen es um Jugendliche geht, die mit Enten Fußball gespielt haben. In den Beiträgen wird eine Zeugin zitiert, die aussagt, es handele sich bei den Tätern um Osteuropäer – dies habe sie „an den Gesichtszügen erkannt“. Die Zeitung schreibt, die Täter seien nach ihren Informationen Russlanddeutsche. Am nächsten Tag heißt es in einer Meldung: „Laut einer aktuellen wissenschaftlichen Untersuchung des kriminologischen Forschungsinstituts Niedersachsen sind junge Russlanddeutsche doppelt so oft gewalttätig wie ihre einheimischen Altersgenossen.“ Im gleichen Kontext erscheint ein Interview mit dem Kriminologen Christian Pfeiffer unter der Überschrift „Russlanddeutsche häufiger gewalttätig“.

Der Beschwerdeführer erkennt einen Verstoß gegen die ► [Richtlinie 12.1 des Pressekodex](#). Er sieht keinen begründbaren Sachbezug für die Nennung der Ethnie. Zwar habe die Zeugin bei der Polizei angegeben, dass es sich um Osteuropäer handele. Osteuropäer unterscheiden sich nach seiner Auffassung in den Gesichtszügen jedoch grundsätzlich kaum von Deutschen.

Der Chefredakteur sowie zwei Autoren der Beiträge antworten, der Hinweis auf die Nationalität stamme von der Polizei. Die erfolgreiche Fahndung nach den Tätern habe ergeben, dass die Gruppe tatsächlich, bis auf ein Mitglied, aus russlanddeutschen Jugendlichen bestehe. Die Einschätzung in dem Kommentar, wonach ein Teil der hierzulande lebenden Osteuropäer ein problematisches Verhältnis zur Gewalt habe, werde durch eine Einschätzung des renommierten Kriminologen in einem Interview gestützt.

Wie würden Sie entscheiden? Lesen Sie ► [hier](#), wie der Presserat reagiert hat.

► [Inhalt](#)

Marotte des Monats

Diesmal: Rettet den Nebensatz!

Schon als ich meine älteste Tochter noch im Kinderwagen spazieren schob, hat Bastian Sick das Sterben der Nebensätze beklagt. In seiner ► [Zwiebelfischkolumne](#) konstatierte er damals: „Statt hinter ‚weil‘, ‚obwohl‘ und ‚wobei‘ einen Nebensatz zu bilden, fangen viele einfach einen neuen Hauptsatz an.“ Zum Beispiel die Wetterfrau im Radio: „Ziehen Sie sich warm an, weil heute wird es noch kälter.“

Inzwischen besucht meine Tochter die Grundschule, aber wir sind keinen Schritt weiter. Gestern verkündete sie beim Mittagessen: „Den Nico lade ich nicht zum Geburtstag ein, weil der hat mir mein Pausenbrot weggefressen.“ Ich legte all meine Autorität in meine Stimme und warf ein: „Schatz, es heißt ‚essen‘ und in einem ordentlich konstruierten Nebensatz steht das Prädikat am Ende.“ Meine Tochter zuckte mit den Schultern und entgegnete: „O.k., Paps. Aber der Nico soll nicht kommen, weil der ist doof.“ Meine Güte, sie wird sieben, ich habe ihr verziehen!

Viel schwerer fällt es mir, gelassen zu bleiben, wenn ausgerechnet Journalisten die Verarmung der Sprache vorantreiben. Etwa jener Medien-Redakteur der „taz“, der am 16. Februar Stummelsätze wie diese ins Netz tippte: „Aber das war mir egal, weil: ich hatte ja jetzt das Ding. (...) Den iPad habe ich dann erst mal im Rucksack gelassen, weil es war Wochenende.“ Vermutlich hatte der Autor dieser Zeilen nichts weniger im Sinn, als der Verkümmern seiner Muttersprache Vorschub zu leisten. Wahrscheinlich ging es ihm nur darum, der Sprache des Alltags möglichst nahe zu kommen. Doch er schreibt aus der Ich-Perspektive, in drei Teufels Namen! Wo kommen wir hin, wenn sich so die Alltagssprache von Medien-Redakteuren anhört!

Liebe Leserinnen und Leser, stoßen auch Sie immer wieder auf die gleichen sprachlichen Marotten? Welche nervt oder erheitert Sie besonders? Schicken Sie uns Beispiele! ► newsletter@abzv.de ► [Inhalt](#)

Werkzeugkasten

Drei Ratschläge für Ratschläge

Journalisten informieren. Journalisten kommentieren. Aber Journalisten sagen ihren Lesern auf gar keinen Fall, was sie zu tun oder zu lassen haben. Falsch! Nutzwertjournalisten tun genau das. Sie geben ihren Rezipienten Ratschläge, Tipps und konkrete Handlungsanweisungen.

Viele Zeitungen haben den Nutzwert für sich entdeckt, weil Beiträge, die im Alltag weiterhelfen, viele Leser finden. Im Internet suchen die User neben Nachrichten vor allem eines: Tipps und Lösungen für alle möglichen Probleme. Doch oft scheitern nutzwertige Beiträge am Selbstverständnis ihrer Autoren. Journalisten haben zu informieren und mit ihren Kommentaren die öffentliche Meinungsbildung zu unterstützen. Eines dürfen sie unter keinen Umständen: manipulieren, dem Leser sagen, was er tun soll. So haben wir es gelernt. Und so muss es auch sein – so lange wir in unseren Beiträgen den öffentlichen Raum und seine Akteure beleuchten.

Für den Nutzwertjournalismus aber gilt genau das Gegenteil: Er hilft, die Probleme des Alltags zu bewältigen. Und das kann er nur, wenn er klipp und klar sagt, was zu tun ist: „

Nutzwertjournalismus löst Probleme

Ausgangspunkt für jeden nutzwertigen Beitrag ist ein Problem, mit dem möglichst viele Rezipienten kämpfen. Das journalistische Ziel besteht darin, ihnen zu zeigen, wie sie dieses Problem in den Griff kriegen. Nutzwertige Beiträge erschöpfen sich also nicht in der Beschreibung des Problems. Sie gehen den entscheidenden Schritt weiter und bieten immer eine Lösung – und zwar eine, die jeder Rezipient möglichst schnell in die Tat umsetzen kann. Mit anderen Worten: Nutzwertjournalisten sind Ratgeber. Davor dürfen Sie sich keinesfalls drücken!

Jeder Rat ist ein Rechercheergebnis

Persönliche Neigungen und Vorlieben des Autors haben in einem Ratgeber-Beitrag nichts verloren. Auch Nutzwertjournalisten recherchieren unvoreingenommen. Sie fragen Betroffene und Experten und wägen alle relevanten Fakten ab, um daraus möglichst allgemeingültige Tipps und Handlungsanweisungen für ihre Zielgruppe zu destillieren. Insofern sind nutzwertige Beiträge höchst objektiv – und sehr rechercheaufwändig. Dafür haben sie eine relativ lange Halbwertszeit und wecken das Interesse vieler Leser.

Ratgeber müssen besonders leicht verständlich sein

Das Qualitätskriterium der Verständlichkeit gilt für nutzwertige Beiträge in besonderem Maße. Denn mit seinen Tipps greift der Autor unmittelbar in das Leben jedes Rezipienten ein, der versucht, sich daran zu halten. Kryptische oder gar falsche Ratschläge lassen den Leser frustriert zurück. Und nichts nervt mehr als Tipps, die sich im Fließtext verstecken. Deshalb keine Scheu vor Aufzählungszeichen und Zwischenüberschriften: „1. Machst du das, lieber Leser. 2. Tust du jenes. 3. Solltest du...“

Weitere Tipps aus dem Werkzeugkasten finden Sie in den bisher erschienenen Newslettern im [Archiv](#) [Inhalt](#)

ABZV Comic

NEULICH IN DER REDAKTION



© Zeichnung: Philipp Schäfer / Plot: Beate Füh

[Inhalt](#)

das besondere Seminar

»Nein, liebe Zuschauer, das ist keine Zeitlupe, der läuft wirklich so langsam«

Werner Hansch, Sportreporter (Recklinghausen, 1938)

Sportjournalismus crossmedial

Das Ergebnis eines Fußballspiels rauscht nach dem Schlusspfiff in Lichtgeschwindigkeit online um die Welt. Was bleibt da noch für die Zeitung am nächsten Tag? Und wie lässt sich eine „ausgeruhte Geschichte“ entwickeln, die die Leser der Wochenendausgabe fesselt? Die Zeitung, die iPad-Ausgabe, den hauseigenen Online-Dienst, soziale Netzwerke, vielleicht noch ein Magazin, dazu Radio und Lokal-TV – all diese Kanäle können und müssen Sportjournalisten heute bespielen und mit immer neuen Inhalten füllen.

Das Seminar will zeigen, wie Sportjournalisten ihre besonderen Fähigkeiten zur Geltung bringen können: Schnelligkeit, Stressfestigkeit und Teamgeist. Und vor allem: ein Konzept. Schlüssel zum Erfolg sind gute Planung und Kreativität.

Termin und Ort: 2. und 3. Mai 2012, Bonn

Mehr Informationen und Online-Anmeldung auf der [► Seminarseite im Web](#)

T 02 28 – 20 77 66 22 oder info@abzv.de

[► Inhalt](#)

Seminare für Schnellbucher: nur noch wenige Plätze frei!

19. und 20. April 2012, Bonn: Das große Interview

[► Infos](#)

26. und 27. April 2012, Bonn: Die große Kunst der kleinen Texte

[► Infos](#)

02. und 03. Mai 2012, Bonn: Videojournalismus für Zeitungsmacher

[► Infos](#)

09. bis 11. Mai 2012, Bonn: Infografik: Von Zeitung bis App

[► Infos](#)

10. und 11. Mai 2012, Bonn: Moderationstraining für Print und Online

[► Infos](#)

15. und 16. Mai 2012, Bonn: Crossmediales Denken und Arbeiten für Einsteiger

[► Infos](#)

16. Mai 2012, Stuttgart: Internetrecht für Medien

[► Infos](#)

22. bis 24. Mai 2012, Hannover: Qualitätsmanagement in Printredaktionen

[► Infos](#)

23. Mai 2012, Stuttgart: Schreiben für Kinder

[► Infos](#)

04. Juni 2012, Bonn: Selbstorganisation

[► Infos](#)

T 02 28 – 20 77 66 22 oder info@abzv.de

[► Inhalt](#)

Seminar-Tipps für die nächsten Monate

Motivation in Zeiten der Veränderung: 04. bis 06. Juni 2012, Bonn

[► Infos](#)

Führungskräfte-Qualifizierung für Redaktionen - Basisseminar: 05. und 06. Juni 2012

[► Infos](#)

Fragetechniken für den journalistischen Alltag: 11. und 12. Juni 2012

[► Infos](#)

Führungskräfte-Qualifizierung für Redaktionen - Modul 2: 13. Juni 2012

[► Infos](#)

Reportage und Feature: 14. und 15. Juni 2012

[► Infos](#)

Workshop Fotografie: 18. bis 20. Juni 2012

[► Infos](#)

Bildbearbeitung: 21. und 22. Juni 2012

[► Infos](#)

T 02 28 – 20 77 66 22 oder E-Mail info@abzv.de

[► Inhalt](#)

Abo-Service + Archiv

Sie haben eine Kollegin und einen Kollegen, denen Sie den Newsletter [ABZV aktuell](#) empfehlen möchten? Ihre Mail-Adresse hat sich geändert? Schicken Sie einfach eine Mail an newsletter@abzv.de. Wenn Sie im Archiv von [ABZV aktuell](#) nachlesen wollen, können sie [► hier](#) blättern.

Wenn Sie diesen Newsletter künftig nicht mehr beziehen möchten, können Sie ihn [► hier](#) abbestellen.

Sie konnten die Links im Newsletter [ABZV aktuell](#) nicht nutzen? Die neueste Version des Adobe Readers Acrobat können Sie [► hier](#) herunterladen.

[► Inhalt](#)

Überleben im Büro

Gelassen durch das Tal der Tränen

Egal, ob Ihr Verleger Sie mit einem neuen Redaktionssystem beglückt, oder Sie plötzlich in einen Newsroom umziehen sollen – solche Neuerungen verheißen selten die reine Freude. Doch wer die Krise als notwendigen Teil des Wandels akzeptiert, hat sie schon so gut wie gemeistert.

Veränderungen im Arbeitsalltag – neudeutsch Changeprozesse – verlaufen fast immer nach dem gleichen Muster: In der Theorie scheinen die Vorteile des neuen Redaktionssystems auf der Hand zu liegen. Doch spätestens wenn wir zum ersten Mal versuchen, damit zu arbeiten, verfliegt die Lust am Neuen meist ziemlich schnell. Unsere Bereitschaft, den Wandel mitzutragen, sinkt auf einen Tiefpunkt. Das ändert sich erst, wenn wir die ersten positiven Erfahrungen mit der neuen Situation machen. Langsam lernen wir dazu, beheben Fehler und werden immer sicherer – am Ende beherrschen wir das neue Redaktionssystem und profitieren von seinen Vorteilen. Wer akzeptiert, dass vor jedem Ziel ein Tal der Tränen liegt, wird es so schnell wie möglich durchschreiten anstatt zu jammern und zu bremsen. Diese fünf Phasen durchläuft fast jeder, der an einem Veränderungsprozess beteiligt ist:

1. Der Euphorieschub

Eine neue Aufgabe, ein neues Redaktionssystem oder der Umzug in einen Newsroom versprechen zunächst einmal eines: Jetzt wird alles besser. Diese Hoffnung ist durchaus begründet. Denn schließlich haben wir uns den neuen Job gesucht, weil wir mit dem alten unzufrieden waren. Das alte Redaktionssystem hatte so seine Macken, und in einem Newsroom können Print- und Onlinekollegen tatsächlich effizienter zusammenarbeiten.

2. Der Realitätsschock

Auf die erste Euphorie folgt fast immer die Ernüchterung: Das neue Redaktionssystem bietet vielleicht in der Theorie mehr Möglichkeiten als das alte. Aber praktisch erschwert es uns die Arbeit, weil wir (noch) nicht gelernt haben, es zu bedienen. Womöglich enthält es auch (noch) Programmierfehler.

3. Das Tal der Tränen

Solche Negativerfahrungen mit dem Neuen lassen die Motivation bei vielen in den Keller rauschen. Manche sagen jetzt: „Ich hab von Anfang an gesagt, das wird nichts.“ „Früher war alles besser.“ „Das lerne ich nie.“ Andere sehen diese Phase als das, was sie ist: eine notwendige Begleiterscheinung des Wandels. Sie sagen: „Was müssen wir tun, um dieses Jammertal schnell hinter uns zu bringen?“ und schreiben sich eine Todo-Liste.

4. Die Lernphase

Früher oder später erleben wir die ersten kleinen Erfolge: Routine-Arbeiten im neuen System gehen jetzt leicht von der Hand. Man muss nicht mehr vor jedem Mausklick die Kollegen von der IT-Hotline anrufen...

5. Die Leistungsphase

Am Ende des Veränderungsprozesses steht die Belohnung: Jetzt beherrschen wir die neue Software. Wir bauen nicht nur schönere Seiten, sondern brauchen dafür auch weniger Zeit. Der Newsroom kann seine Wirkung voll entfalten, weil jetzt klar ist, wer wofür verantwortlich ist, und nach welchen Kriterien wer wann entscheidet. ► [Inhalt](#)

Kampf dem Chaos

So haben Sie Ihr Multimedia-Studio immer dabei

Videos drehen und schneiden, Fotos schießen und bearbeiten, professionelle Tonaufnahmen erzeugen und das alles egal von wo sofort ins Internet stellen. Das geht!

Alles, was der mobile Reporter der Gegenwart braucht, ist ein Smartphone. In diesem trägt er ein komplettes und ziemlich professionelles Multi-Media-Studio in der Hosentasche. Das zeigt jetzt einmal mehr der freie Journalist, Trainer und Multimedia-Experte ► [Marcus Bösch](#). In seinem neuen kostenlosen ► [iBook](#) „Mobile Reporting“ (► [PDF-Download](#)) erklärt er, wie man das iPhone als Reporter nutzt, um professionelle Videos, Audios, Fotos und andere multimedialen Produkte zu produzieren. Einfach und pragmatisch zeigt Bösch, dass ein Smartphone tatsächlich genügt, um professionelle journalistische Multi-Media-Beiträge zu erstellen und zu veröffentlichen. Auch Lesern, die kein Smartphone der Marke Apple besitzen, verspricht er interessante Anregungen. Skeptikern sei ein Blick auf den Kinofilm ► ["Olive"](#) empfohlen. Er wurde komplett mit einem Smartphone gedreht. Wetten, Sie bemerken keinen Unterschied zu konventionell hergestellten Filmen? ► [Inhalt](#)

richtig rechtschreiben

Zur Angabe von Zahlen und Geldbeträgen

- 1 Zahlen mit **mehr als drei Stellen** links oder rechts des Kommas werden
 - in Satz- und modernen Textverarbeitungssystemen mithilfe eines kleinen Zwischenraums (**Festabstand**),
 - nach **DIN 5008** mithilfe eines ganzen **Leerschritts** – vom Komma ausgehend – in **dreistellige Gruppen** gegliedert,zum Beispiel: 7 654 321,08 CHF oder 0,373 18 g
- 2 Bei **vierstelligen Zahlen** ist neben der Schreibung **mit einem kleinen Zwischenraum** bzw. einem ganzen Leerschritt **auch** die **ohne** möglich, zum Beispiel: 5 340 oder 5340
- 3 Bei **Geldbeträgen** können aus Sicherheitsgründen auch **Punkte zur Gliederung** verwendet werden, zum Beispiel: 7 893 423 EUR oder 7.893.432 EUR
- 4 **Währungseinheiten** werden mit einem ganzen **Leerschritt hinter der Ziffer** geschrieben, zum Beispiel 5 340 €
Wählt man bei der Währungseinheit die ausgeschriebene Form, kann die Zahl in Ziffern oder in Buchstaben geschrieben werden, zum Beispiel: 2 Euro oder zwei Euro (**nicht: zwei €**)
- 5 Es gibt **drei Möglichkeiten, glatte Währungsbeträge wiederzugeben**:
25,- EUR oder 25,00 EUR oder 25 EUR

Lisa Walgenbach, Sprachwissenschaftlerin, Worms

► [Inhalt](#)

Und so hat der Presserat entschieden

Der Beschwerdeausschuss ist der Auffassung, die Zuspitzung der Berichte auf den ethnischen Hintergrund der Täter könne wie eine Kampagne wirken. Die Tatsache, dass die Zeitung die Aussage der Zeugin, die die russlanddeutschen Jugendlichen an den „Gesichtszügen“ erkannt haben will, zum Ausgangspunkt einer ganzen Reihe von Berichten gemacht hat, wirke disproportional. Dass der Hinweis auf die Nationalität von der Polizei stamme, kann nach Auffassung des Presserats nicht ausschlaggebend dafür sein, diese Information automatisch zu nutzen.

► [Richtlinie 12.1 des Pressekodex](#) bestimmt, dass eine Berichterstattung über Straftaten die Zugehörigkeit der Verdächtigen oder Täter zu religiösen, ethnischen oder anderen Minderheiten nur dann erwähnt, wenn es für das Verständnis des berichteten Vorgangs einen begründbaren Sachbezug gibt. Diesen begründbaren Sachbezug haben die Mitglieder des Ausschusses im vorliegenden Fall nicht erkannt. Tierquälerei sei kein typisches Kennzeichen russlanddeutscher Menschen. Dass sich alle vorliegenden Artikel mit der Kriminalität von Russlanddeutschen befassen, hält der Beschwerdeausschuss für einen Verstoß gegen diese Richtlinie und spricht einen Hinweis aus..

► [zurück zur Fallbeschreibung auf Seite 2](#)

► [Inhalt](#)

Leser-Echo

Haben Sie als Leser von [ABZV aktuell](#) Anregungen, Wünsche? Möchten Sie andere Leser von [ABZV aktuell](#) etwas wissen lassen? Schreiben Sie an newsletter@abzv.de. Ihre Mail wird hier veröffentlicht. Kürzungen behalten wir uns vor.

► [Inhalt](#)