

## Editorial 1/2016 Printmedien in Österreich

*AutorInnen:* [Alessandro Barberi](#) / [Fritz Hausjell](#)

Editorial 1/2016

In den letzten 30 Jahren ist infolge der Durchsetzung des Neoliberalismus auch der qualitätsvolle Journalismus in den Printmedien in starke Bedrängnis geraten. Auch wenn inzwischen in Buchform Nachrufe auf die Zeitung publiziert werden, erleben die Printmedien in der österreichischen Gesellschaft nach wie vor eine starke Nutzung. Dies ist Anlass genug den österreichischen Printmedien eine eigene Schwerpunktausgabe der MEDIENIMPULSE zu widmen. Denn die Medienkompetenz-Vermittlung im Bildungssystem steht vor der neuen Herausforderung, angesichts des Bedeutungszuwachses von neuen Medien und Kommunikationsformen (IKT, Onlinemedien, Social Media) die Bedeutung klassischer Medien (Printmedien, Hörfunk, TV) neu zu gewichten. Darauf will diese Ausgabe der MEDIENIMPULSE Antworten anbieten. Deshalb schlugen wir im Rahmen des Calls für diese Ausgabe folgende Problemstellungen und Fragen vor:

- Welcher Wandel der Produktionsbedingungen ist angesichts der verschärften Ökonomisierung des Journalismus in den Print-Redaktionen zu vermerken?
- Welche Rolle spielen die Printmedien (noch) angesichts der postulierten "digitalen Revolution" in Gesellschaft und Schule?
- War die sogenannte Printkrise (nur) ein Effekt der neoliberalen Deregulierungen des ökonomischen Imperialismus?
- Wie verhält es sich mit der heutigen Ressourcen- und Kapitalkonzentration im Bereich der österreichischen Printmedien?
- Lässt sich angesichts von Print- und Onlinemedien ein Strukturwandel der Öffentlichkeit 2.0 ablesen?

Ganz im Sinne dieser Fragen geht [Alexander Kaimberger](#) in seinem luziden Artikel dem Begriff der Schleichwerbung nach, indem er einleitend nach dem Mediengesetz zwischen "ungekennzeichnete Werbung" und "unzureichend gekennzeichnete Werbung" unterscheidet. Dabei sucht er eine Antwort auf die Frage, was Medienunternehmen dazu verleitet, ihre gesellschaftliche Verantwortung zu unterwandern und sich auf das Spiel der Werbung einzulassen. Wird damit Information zum rein marktförmigen Gut? Kaimberger konstatiert deshalb eine bedenkliche Ökonomisierung der Printmedien, welche die sozioökonomischen, demokratiepolitischen und kulturellen Funktionen der Medien überdeckt und in den Hintergrund drängt. Insofern liegt mit diesem Artikel eine nachdrückliche Aufforderung zur Medienkritik im Sinne der Gesellschaftskritik vor. Dies betrifft die Felder der Werbung, der Public Relations und des Journalismus gleichermaßen. Insofern geht es um die Konstitution einer Medienethik als Berufsethik. Denn für die führenden Printmedien in Österreich (Kronen Zeitung, Heute und Österreich) sind die Ethikkodizes von Presserat und PR-Ethik-Rat schlicht nicht relevant. Dies untersucht Kaimberger sozial empirisch im Sinne der Aktionsforschung und erläutert eingehend die Ergebnisse seiner Untersuchung. So besteht für die Öffentlichkeit keine Möglichkeit, einen eindeutigen Nachweis über die Entgeltlichkeit von ungekennzeichneter Werbung zu erbringen. Mithin konstatiert der Autor, dass Informationen in den Printmedien in bedenklicher Art und Weise ökonomischen Imperativen unterworfen werden, was auf mehreren Ebenen die unabhängige Information in Frage stellt. Damit steht der Qualitätsjournalismus in einer gefährlichen Lage und ist auch hochgradig gefährdet. Insgesamt betont Kaimberger, dass es im Bereich der Printmedien fünf Problemzonen gibt: zunehmende Ökonomisierung, mangelnde Berufsethik, problemverwaltende Selbstkontrolle, unerfahrene und passive rechtliche Sanktionierung und völlige Intransparenz hinsichtlich der Schleichwerbung in Printmedien.

Auch [Fritz Hausjell](#) betont in seinem Beitrag, dass Medienethik im Boulevardjournalismus der Printmedien von eminenter Bedeutung ist. Dabei bespricht er eingehend die Magisterarbeit von Melanie Jakab, die Journalisten von "Kronenzeitung", "Österreich" und "Heute" zu diesem Thema befragt hat. Dabei ist es bedeutsam, dass diese drei Printmedien bei der Selbstkontrolle schlicht nicht mitmachen und sich deshalb ganz einfach nicht vor dem Presserat verteidigen. Deshalb ist es bemerkenswert, dass es Jakab gelungen ist, insgesamt sechs

BoulevardjournalistInnen hinsichtlich der Medienethik zu befragen, wobei drei von ihnen nicht einmal anonym geblieben sind. Dabei geht es in den Antworten um Achtung der Menschenwürde und des Privatbereichs, um Fairness oder auch nur um den gesunden Menschenverstand. Auf die Frage, welche Faktoren aus Sicht der BoulevardjournalistInnen mehr oder weniger moralisches Verhalten beeinflussen, antwortete etwa eine Journalistin von "Heute", dass der Chefredaktion eine positive Rolle zukomme, weil sie die Blattlinie vorgibt und als Ansprechpartner in Gewissensfragen und -konflikten agieren kann. Aber gerade in Zeiten der "Social Media" geht auch vom Publikum ein wesentlicher Einfluss auf das professionelle Handeln der JournalistInnen aus, wobei auch der ökonomische Druck, über gut zahlende Werbeträger auch positiv zu berichten, sehr hoch ist. Insgesamt betont Hausjell mit Jakab, dass die befragten JournalistInnen in den Printmedien medienethisch eben nicht auf den Presserat setzen, sondern auf ihr eigenes Fingerspitzengefühl und die Selbstkritik bzw. Selbstüberprüfung.

In diese medienethische Kerbe schlägt auch der erste Beitrag von [Thomas Kvicala](#), der hervorhebt, dass es 2015 zu einer deutlichen Zunahme der Verstöße gegen den Ehrenkodex der österreichischen Presse gekommen ist. Spitzenreiter waren dabei vor allem die Printmedien Kronen Zeitung, Österreich und Heute. Dabei hebt der Autor noch einmal die Rolle des Presserates hervor, der laut Eigendefinition die redaktionelle Qualitätssicherung und die Gewährleistung der Pressefreiheit überprüft. Dabei folgt der Presserat einem Ehrenkodex, der Regeln für ein gutes und verantwortungsvolles journalistisches Handeln vorschreibt und so eine ethische Richtschnur für Medienschaffende sein soll. Bezeichnend ist dabei, dass sich Kronen Zeitung, Österreich und Heute diesen Regeln nicht unterwerfen und parallel dazu die meisten Ethikverstöße begehen. Um dem entgegenzuwirken hat etwa die Sektion 8 der SPÖ den Vorschlag unterbreitet, dass in Printmedien, die in den vergangenen beiden Jahren mehr als drei Verurteilungen durch den Presserat erfahren haben, in der Folge keine öffentlichen Inserate mehr geschaltet werden dürfen.

In seinem zweiten Beitrag liefert [Thomas Kvicala](#) dann einen Crashkurs hinsichtlich der Hierarchien der österreichischen Medienkonzentration und diskutiert dabei vor allem die Big Player ORF, Mediaprint und Styria. Im Vergleich zum österreichischen Fernsehen zeichnet sich so die Lage der Printmedien auch auf statistischer Ebene ab, denn von der Machtkonzentration her ist die Mediaprint in Österreich nach wie vor der stärkste Träger von Printmedien, der u. a. Druck, Vertrieb und Anzeigen der Kronenzeitung, des Kurier und der Verlagsgruppe News organisiert und vor allem den ostösterreichischen Zeitungsmarkt abdeckt. Im Süden Österreichs ist die Styria Media Group der wichtigste Träger von Printmedien. Das wichtigste Medium ist die Kleine Zeitung, die in Kärnten und der Steiermark mit über 50 % Reichweite Marktführer ist. Zu Styria gehören auch die Printmedien Presse und Wirtschaftsblatt. Hinsichtlich der Medienkonzentration folgt dann diesen Printmedien Sky Österreich, eine Tochter der ProSiebenSat-1Gruppe. An vierter Stelle folgt das wohl dominanteste regionale Haus für Printmedien: Russmedia. Dieses Haus verlegt im Westen Österreichs die Vorarlberger Nachrichten und die Neue Vorarlberger Tageszeitung und erreicht damit 53,8 % Reichweite in diesem Bundesland. So zeichnet Kvicala - bei Nennung weiterer - Medienhäuser in knapper Form ein eindringliches Bild der österreichischen Medienlandschaft, das den LeserInnen der MEDIENIMPULSE einen schnellen Überblick über die Medienkonzentration in Österreich bietet.

Aber auch die anderen Ressorts dieser Ausgabe haben Einiges zu bieten: so ermöglicht es etwa die "augmented reality" im digitalen Raum, die Realität in die Virtualität hinein auszudehnen. [Thomas Damberger](#) sucht deshalb in seinem Beitrag für das Ressort Forschung eine Antwort auf die Frage, ob die (digital) erweiterte Realität die Bildung des Menschen im Sinne der (Medien-)Pädagogik verbessern kann. Denn die Welt wird durch die "augmented reality" scheinbar umfangreicher. Nun meint Bildung im Sinne von Menschenbildung ein Sich-hinein-bilden in und ein Sich-erfahren an der Welt. Inwiefern kann also ein durch die "augmented reality" eröffnetes Mehr an Welt zugleich ein Mehr an Bildung bedeuten? Kann im Zusammenhang mit der "augmented reality" gar von einem "Bildungsenhancement" gesprochen werden? Dabei unterscheidet der Autor luzide zwischen "augmented", "mixed" und "ubiquitous reality", um diese Bereiche klar abzugrenzen. Hier geht es immer auch um die Vernetzung von realen Gegenständen und virtuellen Dingen wie im Internet der Dinge angesichts von RFID-Chips. So steht der Mensch durchaus nicht mehr im Mittelpunkt, da Wirtschaft und Industrie dazu übergegangen sind diese technologischen Möglichkeiten ökonomischen Zwecken zu unterwerfen. Gerade in diesem Zusammenhang ist es aber wichtig, die Frage zu stellen, ob "augmented reality" als "Bildungsenhancement" dienen, also auch Bildungsprozesse positiv beeinflussen kann. Der Autor beantwortet diese Frage, in dem er verschiedene Pädagogen und Philosophen zu Wort kommen lässt.

Im Ressort Forschung gehen wir dann einer weiteren wichtigen medienpraktischen Frage nach: Welchen Nutzen bringt der Betrieb einer Volksschulhomepage? Die hier vorliegende qualitative Analyse von [Michael Nader](#) untersucht die Erwartungen von SchülerInnen, Erziehungsberechtigten, LehrerInnen und der regionalen Öffentlichkeit an den Webauftritt von Volksschulen im Sinne der Sozialempirie anhand von 148 Interviews mit VertreterInnen der beteiligten Interessensgruppen. Nader entwirft so ein idealtypisches Modell dafür, wie der Internetauftritt von Volksschulen so gestaltet werden kann, dass alle Beteiligten damit zufrieden sein können. Grundlegend ist dabei, dass - frei nach Paul Watzlawick - auch Volksschulen nicht nicht kommunizieren können. Es ist ihnen nicht möglich, sich der Öffentlichkeit zu entziehen. Dabei ergibt Naders Studie, dass Volksschulen auf ihren Homepages in erster Linie wichtige organisatorische Informationen (Stundenpläne, Termine, Sprechstunden, Formulare, ...) möglichst unkompliziert anbieten sollten. Eine im Kontext dieser Untersuchung wünschenswerte Volksschulhomepage bildet alle Angebote und Bereiche (Nachmittagsbetreuung, pädagogische Konzepte, ...) online ab und hinterlässt für die BesucherInnen keine Informationslücken. Weiters bietet sie Raum für eine angemessene Anzahl kommentierter Bilder und enthält auch geschützte "interne" Bereiche. Gute Portale bedienen aber auch die regionale Öffentlichkeit mit Kontaktinformationen und nehmen die Chance zur Imagebildung wahr. Insgesamt sollte die virtuelle Realität mit der schulischen Realität vergleichbar bleiben. Dabei, so Nader, sind immer auch medienethische Standards zu berücksichtigen, wie sie auch im Schwerpunkt dieser Ausgabe für Printmedien eingehend diskutiert wurden.

Ganz nah an der konkreten Unterrichtspraxis skizziert [Christoph Kaindel](#) dann im Ressort Praxis, wie das Open Source Programm Twine 2 im Rahmen des kreativen, kollaborativen Schreibens im Unterricht oder in anderen Schreibprojekten eingesetzt werden kann. Dabei handelt es sich um ein medienpädagogisch äußerst nützliches Tool zur Hypertexterstellung und -verarbeitung. Twine 2 eignet sich auch hervorragend für kollaborative Schreibprojekte etwa im Sinne gemeinsamen Verfassens interaktiver Erzählungen. Dabei gilt als wichtigste Regel, das nichts, was von anderen geschrieben wurde, geändert oder gelöscht werden darf. Und so ergeben sich bemerkenswerte Möglichkeiten der Narration im digitalen Raum: Reihengeschichten oder Schachtelgeschichten mit vielen Varianten ...

Der Beitrag von [Roland Stelzer und Peter Pollak](#) fordert ganz in diesem Sinne nachdrücklich digitale Produktion für alle. Dabei berichten die beiden Autoren vom HappyLab, dem ersten österreichischen Fab Lab ("fabrication laboratory"), mit dem digitale Projekte gut und schnell umgesetzt werden können. Mit Lasercutter, 3D Drucker, CNC-Fräse und Vinylplotter steigt dabei auch die Medienkompetenz der Lehrenden und Lernenden ganz praktisch. Deshalb sollen in Kooperation mit mehreren Schulen Möglichkeiten des Fab Lab nachhaltig in das Bildungssystem Eingang finden. Dabei ist diese offene Werkstatt ein entscheidender Teil des Projekts Fab@school, dass diese Kompetenzen in die vorschulische und schulische Ausbildung integrieren soll. Gemeinsam mit den Projektpartnern werden Workshops für PädagogInnen und SchülerInnen ausgearbeitet und in einer Pilotphase in ausgewählten Bildungseinrichtungen durchgeführt.

Und auch [Sandra Schön, Martin Ebner und Ingrid Reip](#) berichten von offenen Werkstätten in der Kinder- und Jugendarbeit. Wie eine viertägige offene digitale Werkstatt mit rund 40 Kindern gestaltet sein kann zeigt das Modellprojekt "Maker Days For Kids", das in diesem Beitrag eingehend diskutiert wird. Auch hier geht es stark um die Mediennutzung von 3D-Drucker, Schneideplotter oder auch Laser Cutter in Fab Labs, die mit der sog "Maker-Bewegung" von immer größerer Bedeutung werden. "Making" meint dabei schlicht das kreative Gestalten mit Technologien und ist mit mehreren Interessensgruppen verbunden: UnternehmerInnen, BildungspolitikerInnen und MedienpädagogInnen zeigen deutliches Interesse an einer Intensivierung der Technologienutzung und so haben sich auch in diesem Projekt, das im Haus der Jugend in Bad Reichenhall stattfand, mehrere Institutionen engagiert, um zu überprüfen, welche Making-Aktivitäten angeboten werden und wie sie angenommen werden. Die AutorInnen haben die Veranstaltung sozioempirisch untersucht und präsentieren hier ihre Ergebnisse.

Im vierten Beitrag des Ressorts Praxis beschreiben [Konstanze Edtstadler und Sonja Gabriel](#) ausgewählte Qualitätskriterien bei Rechtschreibübungen und zeigen auf, welche neuen Möglichkeiten die Medientransformation des Übungsgeschehens von Papier und Stift auf Bildschirm und Tastatur bringen kann und inwiefern diese umgesetzt werden können. Dabei geht es ganz konkret um Wortauswahl, Wortpräsentation, Feedback, Wortwiederholungen und Rechtschreibspiele. Anhand von exemplarischen Übungen trifft so die Rechtschreibdidaktik auf die Mediendidaktik. Dabei gibt es bisher überraschenderweise kaum derartige Qualitätskriterien für oder eine Diskussion über gute rechtschreibdidaktische Materialien. Die AutorInnen betonen deshalb, dass Wortübungen natürlich didaktisch wichtig sind, aber richtig geübt werden muss. Das Üben von Wörtern muss unbedingt zu kognitiven Einsichten führen, um einen Rückfall auf rein phonetische Lösungsstrategien zu vermeiden. Dabei müssen digitale Medien für die Optimierung des Übungsgeschehens unbedingt genutzt werden. Auch muss didaktisch auf ein förderliches und konstruktives Feedback geachtet werden, um Lernfortschritte zu ermöglichen, so die AutorInnen.

Im Ressort Bildung/Politik berichtet [Andreas Büsch](#) dann eingehend von der Tagung "Digital 2020: Unterwegs in die digitale Arbeitswelt", bei der diskutiert wurde, welche Anforderungen die Wirtschaft im Zeitalter der Digitalisierung an die Medienbildung stellt. Wie sieht die Arbeits- und Bildungswelt der Zukunft also aus? So stellt sich die Frage, wie wir angesichts des Erodierens der Mittelschichten mit der Polarisierung zwischen Innovationsgewinnern und -verlierern sozialpolitisch und technologisch umgehen. Die soziale Frage stellt sich in der digitalen Welt erneut. Insofern ist eine Bildungspolitik vonnöten, die der Schule jene digitalen Kompetenzen vermittelt, die in der Wissens- und Informationsgesellschaft des 21. Jahrhunderts benötigt werden. Klare Anforderungen an Schulen, die Medienkompetenz vermitteln, sind also vonnöten. Angesichts der kommunikativen Kompetenz (Habermas) geht es bei Medienkompetenz immer auch um Kommunikation und Partizipation in unterschiedlichen Medienwelten, so die AutorInnen. Auch geht es um die Frage des verantwortlichen Umgangs mit digitalen Medien in der Schule. Da es mithin auf unsere bewusste und kritisch-konstruktive Haltung zu Medien ankommt, muss auch die Frage der pädagogischen Wertevermittlung in den Mittelpunkt gerückt werden.

Das Ressort wird dann auch mit der Präsentation der im Februar 2016 erarbeiteten Dagstuhl-Erklärung zur Relevanz von Medienbildung abgerundet. [Petra Missomelius](#) präsentiert den LeserInnen der MEDIENIMPULSE alle Forderungen, auf die man sich in Dagstuhl politisch geeinigt hat, und alle UnterzeichnerInnen. Dabei geht es vor allem darum, dass Bildung in der digitalen vernetzten Welt als Digitale Bildung unbedingt technologisch, gesellschaftlich-kulturell und anwendungsbezogen betrachtet und umgesetzt wird. Sie muss als eigenständiger



Lernbereich innerhalb aller Fächer kontinuierlich über alle Schulstufen und für alle SchülerInnen durchgesetzt werden. Insofern müssen die Kompetenzen von Informatik und Medienbildung im Sinne der Medienpädagogik unbedingt zusammengebracht und in den Curricula aller Schulformen verankert werden. Auf die Phänomene, Gegenstände und Situationen der digitalen, vernetzten Welt ist mithin größte Aufmerksamkeit zu lenken.

Im Ressort Kultur/Kunst macht sich [Katrin Miglar](#) auf die Spur des Containers im Rahmen der maritimen Ökonomie des globalen Kapitalismus, den sie nicht zuletzt mit Michael Hardt und Antonio Negri zu begreifen sucht. Denn der amerikanische Dokumentarfotograf Allan Sekula (1951-2013) verstand Fotografie als radikale kulturelle und ästhetische Praxis. Die Kombination aus Fotografie und Text stellt für ihn eine neue Form der sozialen Dokumentation dar, die als kritischer Realismus bezeichnet werden kann. Seit den 1990er Jahren interessierte sich Sekula deshalb für die maritime Ökonomie, also für den Handel auf den Weltmeeren und die Containerlogistik in den Häfen weltweit und liefert uns so eine dezidiert kapitalismuskritische Form von Kunst, indem er die Rationalisierung des Transports durch die Erfindung des Containers fotografiert, der die Globalisierung der Volkswirtschaften auf den See- und Landwegen vorangetrieben hat. Der reich bebilderte Beitrag von Miglar wird dabei selbst zu einem Kunstwerk, dass den LeserInnen der MEDIENIMPULSE besonders an Herz gelegt sei.

Unter dem Titel "Wenn ich zu lang da war, träum' ich vom Wegsein" präsentieren die MEDIENIMPULSE dann ein Interview mit dem Autor und Journalisten [Wolfgang Popp, das Hanna Biller](#) geführt hat. Angesichts von Pops neuem Roman "Wüste Welt" spricht der Autor über verschwindende Figuren, eine pervers-rätselhafte Schnitzeljagd und warum er nicht mehr darauf warten muss, bis ihn die Muse küsst. So berichtet er etwa davon, dass er Orte narrativ links liegen lässt und den Reiseverlauf der Erzählung an Orten weitergehen lasse, die er nicht besucht hat. Auch erläutert er, wie die journalistische Schreibpraxis sich positiv auf seine Prosa ausgewirkt hat. Durch die Verweise auf sein Gesamtwerk entsteht so das abgerundete Bild eines herausragenden Schriftstellers.

Im Ressort Neue Medien finden sich dann wie immer einige fein geschliffene Rezensionen:

So führt uns [Johanna Lenhardt](#) in die aktuelle Diskussion zum Ökokritizismus ein, indem sie die von Gabriele Dürbeck und Urte Stobbe herausgegebene Einführung in den "Ecocriticism" bespricht. Dabei handelt es sich um eine intensive aktuelle Debatte, in der erneut das Verhältnis von Natur und Kultur, aber auch die Hinterfragung von Begriffen wie "Landschaft", "Wildnis" oder "Tier" in den Mittelpunkt rückt. Auch Fragen der Nachhaltigkeit, Umweltzerstörung und Umweltgerechtigkeit werden so eingehend thematisiert. Dabei reicht die Diskussion von der Biosemiotik über die "Cultural Animal Studies" bis hin zum "New Materialism" und schneidet dabei auch die Diskurse des Feminismus und der "Postcolonial Studies".

[Raffaella Rogy](#) präsentiert den LeserInnen der MEDIENIMPULSE des Weiteren einen bemerkenswerten Band der kulturwissenschaftlichen Zeitschrift "Navigationen", in dem die revolutionären Werke von Piere Paolo Pasolini und Michael Haneke einem eingehenden Vergleich unterzogen werden. In der Ausgabe "Pasolini-Haneke: Filmische Ordnungen von Gewalt", nehmen sich die zehn AutorInnen dieses Hefts dem filmischen Schaffen dieser beiden großen Regisseure an. Die Beiträge dieses von Marijana Ersti? und Christina Natlacen herausgegeben Bandes, die im Rahmen einer Tagung an der Universität Siegen im Oktober 2012 entstanden sind, machen sich zum Ziel die soziopolitischen Ordnungen von Gewalt sowie deren Visualisierung im Körper und anhand der Gesten der filmischen ProtagonistInnen zu analysieren.

[Raffaella Rogy](#) ist es auch, die der brillanten Habilitationsschrift von Julia Barbara Köhne eine Besprechung widmet: "Geniekult in Geisteswissenschaften und Literaturen um 1900 und seine filmischen Adaptionen". Die Kulturwissenschaftlerin Köhne geht dabei dem Wesen des Genies auf den Grund und fördert eine beachtliche, transmediale Studie zu Tage, die kulturwissenschaftliche als auch wissenschaftshistorische Theorien mit Geschlechter- sowie Religionsdiskursen verknüpft und mit filmanalytischen Ansätzen bereichert. So stellt diese Studie schlussendlich die Frage nach dem heutigen Geniedispositiv und bildet eine gewinnbringende Grundlage für weitere Forschungen angesichts von aktuellen Filmen wie "Mr. Holmes" (2015), dessen Geniethematik sich mit Krankheit und Weiblichkeit verbindet, oder "The Big Short" (2015), wo sich das Geniewesen in Anlagestrategien zeigt.

Die vierte Rezension hat diesmal [Lucia Gotz](#) übernommen: "Kriegserlebnisse eines Friedliebenden."

Aufzeichnungen aus dem Ersten Weltkrieg von Julius Deutsch". Denn in einem bisher unbekannten Typoskript beschreibt Julius Deutsch Teile seiner Fronterfahrungen. Dabei ergibt sich für die LeserInnen ein realistisches Gesamtbild, das Einblicke nicht nur in das Frontleben, sondern auch in den Kriegsalltag erlaubt. Die "Kriegserlebnisse eines Friedliebenden" sind so ein weiteres Zeugnis des Ersten Weltkrieges, das allerdings durch seine Klarsicht und realistische Ausführung aus der Masse der Kriegstagebücher und ähnlicher Publikationen heraussticht und darüber hinaus eine wertvolle Quelle zur Geschichte der Sozialdemokratie darstellt.

Und wie immer hat sich unsere mehr als verdiente Redaktionsassistentin Katharina Kaiser Müller darum bemüht, den LeserInnen der MEDIENIMPULSE eine ganze Reihe von Calls und Terminen zusammenzustellen. Haben Sie sich schon das Barcamp Medienbildung JETZT! notiert? Zücken Sie auf jeden Fall Ihren Kalender!

Im Namen der Redaktion hoffen wir sehr, dass auch diesmal Einiges für Sie dabei ist und grüßen Sie herzlich ...

Alessandro Barberi und Fritz Hausjell

Tags

-----  
Redaktion Medienimpulse

Concordiaplatz 1, Präs 7

1010 Wien

redaktion@medienimpulse.at

Offenlegung

Impressum:

Impressum gemäß "Mediengesetz mit Novelle 2005"

BGBI. Nr. 314/1981 in der Fassung BGBl I Nr. 49/2005.

Medieninhaber: Bundesministerium für Bildung und Frauen, Minoritenplatz 5, 1014 Wien, Österreich.

Hersteller: Inhalt: Bundesministerium für Bildung und Frauen

Verlagsort: Wien.

Herstellungsort: Wien.

Bundesministerium für Bildung und Frauen

Minoritenplatz 5

1014 Wien

T +43 1 53120 DW (0)

F +43 1 53120-3099 v [www.bmukk.gv.at](http://www.bmukk.gv.at)

-----