

paperpress

.....N e w s l e t t e r.....

Impressum: paperpress Jugend- und kommunalpolitischer Pressedienst Berlin. Gegründet am 7.4.1976. Gründer und Herausgeber: Ed Koch. Chefredakteur: Chris Landmann (verantwortlich für den Inhalt), Fotoredaktion: Lothar Duclos. Träger / Verlag / Vertrieb / Druck: Paper Press Verein für gemeinnützige Pressearbeit in Berlin e.V., vertreten durch den Vorstand Ed Koch und Chris Landmann. Postanschrift: Paper Press, Postfach 42 40 03, 12082 Berlin. Web: www.paperpress.org (Textarchiv) / www.paperpress-newsletter.de (Newsletter-Archiv) / Telefon: (030) 705 40 14 Fax: 705 25 11 – Leserzuschriften, Be- und Abbestellung des Newsletters und der monatlichen Druckausgabe: E-Mail: post@paperprsss.org – Nachdruck honorarfrei mit Quellenangabe. Der Newsletter wird kostenlos zugestellt. Alle Newsletter-texte auch auf www.paperpress.org. Die Druckausgabe erscheint monatlich. Preis für die Zustellung: 20 Euro jährlich.

Nr. 495 Q

25. Juli 2013

38. Jahrgang

Auch die Anzeigenblätter des Springer-Verlages vom Verkauf betroffen

Die schlechten Nachrichten aus dem Hause Springer reißen nicht ab. Das Verkaufspaket des Springer-Verlages ist größer als befürchtet. Man muss nicht mehr fragen, was verkauft wird, sondern, was übrig bleibt.

Übrig bleiben BILD und BZ und DIE WELT. Alles andere geht an Funke. Das heißt, auch die Anzeigenblätter in Berlin und Hamburg sind betroffen. Die Berliner Woche wird also auch den Eigentümer wechseln. Die Betroffenheit der Beschäftigten ist groß. Alle sind heute früh von der Nachricht überrascht worden, es gab keine Vorwarnung oder Anzeichen.

Für den Deutschen Journalistenverband sind die Zeitungsverkäufe an die Funke-Gruppe eine katastrophale Nachricht. In der Tagesschau und 17 Uhr sagte Verbandssprecher **Hendrik Zörner**, dass die Funke Mediengruppe unter Beweis gestellt habe, dass sie es mit journalistischer Qualität und Sicherung der Arbeitsplätze nicht ernst meint. Bei der Westfälischen Rundschau habe man schon 120 Journalisten entlassen.

Die Berliner Woche zeichnet sich durch hohe journalistische Qualität aus. Sehr ausführlich wird in 33 Lokalausgaben über die Ereignisse in den Kiezen berichtet. Die Berliner Woche zeigt, dass es auch einem Anzeigenblatt möglich ist, für ordentlichen Journalismus zu sorgen, ohne dass das Kerngeschäft, nämlich der Verkauf von Anzeigen, den Textteil überlagert. Man kann nur hoffen, dass der Berliner Woche nicht das gleiche Schicksal wie dem Berliner Abendblatt widerfährt. Dort wurde die gesamte Redaktion entlassen. Nun kümmert sich eine Agentur um die Vermarktung der Anzeigen und den redaktionellen Teil. Das Redaktionsteam ist wesentlich kleiner als es vor dem Verkauf der Fall war. Die Folge davon ist ein kleinerer redaktioneller Teil. Die meisten Beiträge erscheinen in allen 21 Lokalausgaben. Auch in der Berliner Woche gibt es Durchläufer, die in allen 33 Ausgaben erscheinen, dennoch ist der jeweilige Lokalteil umfangreicher.