

Junge Journalisten auf der Suche nach neuen Geschäftsmodellen

DAS KAS-MEDIENPROGRAMM SÜDOSTEUROPA VERANSTALTET ZUM FÜNFTEN MAL DEN WORKSHOP „ENTREPRENEURIAL JOURNALISM“ – DIESMAL IN DER UKRAINE

In vielen Ländern Südosteuropas bedienen Medien die politischen Interessen ihrer Eigentümer. Eine Folge davon ist Selbstzensur unter den Journalisten. Die Selbstständigkeit im Internet ist für viele Medienschaffende eine Chance, unabhängig von großen Medienhäusern zu berichten und gleichzeitig ihren Lebensunterhalt zu verdienen. Hierzu bietet das KAS-Medienprogramm jungen Journalisten aus Südosteuropa ein Training in „Entrepreneurial Journalism“ an.

Der Workshop fand vom 19. bis 22. Februar 2018 zum ersten Mal in Kiew statt. Am Seminar haben 16 junge Journalisten aus Bulgarien, Moldau, Montenegro, Rumänien, Serbien und der Ukraine teilgenommen. Die Trainer **Marko Nedeljković** von der Universität Belgrad, **Miloš Petrović** von der Online-Agentur MWEB und der freiberufliche Coach **Veroljub Zmijanac** hatten das innovative Training 2013 zusammen mit dem KAS-Medienprogramm Südosteuropa entwickelt. Daraus entstand auch das Handbuch „[Entrepreneurial Journalism](#)“ in englischer und serbischer Sprache. Wegen dem großen Interesse wurde bereits eine dritte Auflage des Buches herausgegeben.

Christian Spahr, Leiter des KAS-Medienprogramms Südosteuropa, erläuterte die Rolle von Kiew als Veranstaltungsort: „Die Ukraine ist ein Land mit einer lebendigen Medienlandschaft und vielen neuen Medienprojekten, die sich parallel zu den Euromaidan-Protesten als Alternativen zu traditionellen Medien entwickelt haben.“

Spahr sagte gleichzeitig, dass eine große Zahl an Medien nicht automatisch eine hohe Meinungsvielfalt bewirke. Unabhängige und kritische Stimmen benötigten mehr Resonanz. Auch aus diesem Grund leiste das KAS-Medienprogramm Südosteuropa Hilfe bei der Medienentwicklung und somit einen Beitrag zur Demokratieförderung.

In interaktiven Übungen werden neue Internet-Tools ausprobiert

Seminarleiter Marko Nedeljković stellte die Grundlagen des Entrepreneurial Journalism vor. Er erklärte die drei wichtigsten Elemente dieses Konzepts: Online-Journalismus, Unternehmensgründung und Produktion von Webseiten. Zum Start des Trainings wurden die Teilnehmer in vier Teams aufgeteilt. Jede Gruppe sollte zu einem bestimmten Thema ihr Projekt entwickeln und am letzten Seminartag präsentieren. In interaktiven Übungen konnten die Teilnehmer das Gelernte sofort implementieren. Speziell für das Training wurde von den Trainern eine Website entwickelt, auf der jede Gruppe ihre Aufgaben durchführte.

Nedeljković erklärte die Besonderheiten des Schreibens für das Internet. Das Augenmerk wurde dabei auf die Nutzung von Schlüsselwörtern und Metadaten gerichtet, die für die Sichtbarkeit der Online-Beiträge von Bedeutung seien. Anschließend analysierten die Teilnehmer in praktischen Übungen ihre eigenen Artikel im Internet. Nedeljković stellte ein neues Tool zur Überprüfung von Schlüsselwörtern und

Konrad-Adenauer-Stiftung e.V.

MEDIENPROGRAMM

SÜDOSTEUROPA

MANUELA ZLATEVA

Februar 2018

www.kas.de/medien-europa

Metadaten vor. Damit konnten die Teilnehmer ihre Ergebnisse bewerten und optimieren.

Miloš Petrović referierte zum Thema Unternehmensgründung. Er vermittelte Grundwissen für die Vermarktung von Online-Angeboten sowie für die Analyse erfolgreicher Paid-Content-Strategien. Um erfolgreich zu sein, genüge es nicht, nur das journalistische Handwerkszeug zu beherrschen. Man müsse auch die richtigen Mitarbeiter finden. Zudem unterstrich er, dass es wichtig sei, eine gute Strategie für die Monetarisierung des Projekts zu definieren.

Diskussion zu zivilgesellschaftlichen Bewegungen und alternativen Medien

Am ersten Seminartag fand auch eine Expertendiskussion zur Mediengründung unter schwierigen wirtschaftlichen und politischen Bedingungen statt. Das Gespräch wurde von Christian Spahr moderiert. **Ostap Protsyk**, Leiter der ukrainischen NGO „Lviv Media Forum“, stellte die Medienlage in der Ukraine vor. Er sagte, dass die Medien unter starkem politischen Einfluss leiden. Eine Herausforderung sei die Ausbildung der Journalisten. Es gebe wenige gute Journalistenschulen und viele fingen erst in den Redaktionen an, das journalistische Handwerk zu lernen.

Nataliya Gumenyuk sprach während der Diskussion über die Gründung von Hromadske TV, welches sie leitet. Das Projekt startete 2013 und fand eine große Resonanz während der Euromaidan-Protteste. Gumenyuk erklärte, dass solch ein unabhängiges Medium nur mit internationaler Förderung funktionieren könne.

Zur Diskussion trug auch **Natalia Kurdyukova** bei, Leiterin und Mitgründerin von Nakipelo TV in Kharkiv. Dieses Medienprojekt startete ebenfalls 2013 und wurde von einer Gruppe von Aktivisten initiiert. Sie fingen damit an, Meinungen von Bürgern auszustrahlen. Kurdyukova erklärte, dass es ein Problem sei, für ein regionales Projekt ein passendes

Finanzierungsmodell zu finden. Momentan versuche Nakipelo TV, mit Crowdfunding-Kampagnen seine Existenz zu sichern.

Violeta Jovanov Pestanac, Chefredakteurin der serbischen Website „Pančevo moj kraj“ und ehemalige Teilnehmerin des Seminars, sprach über ihre Erfahrungen bei der Gründung der eigenen Redaktion und die Herausforderungen für Journalisten in Serbien. Ihrer Meinung nach sei das größte Problem das fehlende Kapital zum Start eines Projekts. „Öffentliche Gelder für Medien werden auf intransparente Art und Weise verteilt“, so Pestanac.

Am letzten Seminartag erläuterte Veroljub Zmijanac strategische Aspekte der Website-Entwicklung. Er sagte, dass es wichtig sei, ein Nischenthema zu finden und den Fokus darauf zu setzen. Zudem stellte er die Prozessschritte von der Zielsetzung über die Definition der Stakeholder bis hin zur Erstellung von Prototypen für Websites vor.

Von den ersten Ideen bis zum fertigen Konzept und Geschäftsmodell

Aufgeteilt in vier Teams, erarbeiteten die jungen Medienunternehmer ihre eigenen Online-Projekte. Das erste Konzept befasste sich mit dem Thema Fake News. Es sollte eine satirische Website entwickelt werden, die dazu dient, die Öffentlichkeit über die Verbreitung von Falschinformationen zu sensibilisieren. Die zweite Gruppe entwickelte ein Konzept für ein Online-Magazin über digitale Themen und neue Medientrends. Finanziert würde das Projekt durch Sponsoring und Crowdfunding. Der dritte Projektvorschlag beschäftigte sich mit einem Online-Portal, das Kindern in Kriegsgebieten helfen sollte. Zudem wurde eine Webseite mit journalistischen Inhalten über Südosteuropa vorgestellt, die neue Perspektiven über die Region zeigt.

In einer Feedback-Runde sagten die Teilnehmer, dass sie während des Seminars viel fachlichen Input bekommen haben. Nach dem positiven Feedback plant das KAS-Medienprogramm Südosteuropa, den Workshop auch 2019 zu veranstalten.



Konrad
Adenauer
Stiftung

Impressum

Konrad-Adenauer-Stiftung e.V.
Medienprogramm Südosteuropa

Bul. Yanko Sakazov 19
Et. 1, Ap. 2
1504 Sofia
Bulgarien

Telefon
+359 2 942 49-71
Telefax
+359 2 942 49-79

E-Mail
media.europe@kas.de

Web
www.kas.de/medien-europa