





## VORWORT

# BILDUNG IST ZUKUNFT

### Liebe Leserinnen und Leser,

sinkende Geburtenraten und steigende Lebenserwartung bedeuten für viele Industrieländer große Herausforderungen hinsichtlich der Sozialsysteme und der Deckung des Arbeitskräftebedarfs. Um mögliche negative Folgen des demographischen Wandels zu mildern, sind MigrantInnen mit ihrer relativ jungen Bevölkerungsstruktur ein wichtiges, aber aufgrund unterdurchschnittlicher Ausbildungsbeteiligung ein oft ungenutztes Potenzial. „netzwerk biz-Bildung ist Zukunft“ setzt an diesem Punkt an, indem türkischsprachige Medien als Partner der Ausbildungsförderung gewonnen werden. Das Zentrum für Türkeistudien und Integrationsforschung (ZfTI) entwickelte dieses Projekt, das vom Bundesministerium für Bildung und Forschung (BMBF) im Rahmen des Programmes „Perspektive Berufsabschluss“ gefördert wird.

Zunächst wurde im Rahmen des Projektes eine Expertise erstellt, die differenziert darlegt, wie das Thema duale Ausbildung und Nachqualifizierung in der türkischen Medienlandschaft in Deutschland bisher verankert ist und mit Hilfe welcher Strategien und Maßnahmen Ausbildung größere Beachtung in türkischen Medien finden kann. Darauf aufbauend wurde und wird eine aktive Öffentlichkeitsarbeit durchgeführt, um den Informationsstand bei jugendlichen MigrantInnen über „berufliche Bildung“ zu erhöhen.

Bisher wurden im Rahmen dieses Projektes mindestens 230 Nachrichten in Print- und Online-Medien veröffentlicht (Stand April 2012). Eine flächendeckende Beobachtung der Berichterstattung erweist

sich als schwierig, so dass diese Nachrichtenzahl als eine Mindestsumme gelten kann. Mit direkter organisatorischer Beteiligung des Projektes wurden 12 visuelle Sendeeinheiten produziert. Außerdem wurden weitere Beiträge, die sich auf Presseinformationen des Projektes stützten, in den türkischen Sendern gesendet, die aufgrund fehlender Media-Monitoring-Daten aber nicht quantifiziert erfasst werden können.

Sie lesen jetzt die fünfte Ausgabe des „journal biz“, dessen erste drei Ausgaben im klassischen Newsletterformat mit jeweils einem Titelthema (Mediennutzung der Türkeistämmigen, Türkisches Fernsehen und regionale Zeitungen) in deutscher Sprache veröffentlicht wurden. Die vierte Ausgabe wurde in türkischer Sprache in Form eines Wegweisers zum deutschen Ausbildungssystem angelegt. Sie ist nicht nur ein umfassendes Informationsheft für Eltern, Schüler, Berufsberater, Journalisten und weitere Interessierte, sondern leistet einen wichtigen Beitrag zur Vereinheitlichung der Fachbegriffe, die in dem Themenfeld „berufliche Bildung“ in türkischer Sprache erscheinen. Auf diese Weise werden Übersetzungsfehler vermieden und die Effektivität der Informationskampagnen erhöht. Die gedruckten Exemplare waren wegen der starken Nachfrage innerhalb kurzer Zeit vergriffen. Weitere Bestellungen konnten durch einen Nachdruck erfüllt werden.

Parallel wurden neue Maßnahmen entwickelt, um den Projekterfolg weiter zu forcieren. Hierzu zählen die „Aktionswoche für berufliche Bildung in den türkischen Medien“ und die Erstellung einer Projekt-



Cem Sentürk

homepage einschließlich des Web-Streams BIZ TV sowie die Nutzung von sozialen Medien (Facebook, Twitter, Youtube).

Hintergrund der Aktionswoche war, die Berichterstattung über berufliche Bildung in den türkischen Medien zu etablieren. Da diese Aktionswoche jährlich wiederholt werden soll, bietet sie auch künftig Anlass zur Berichterstattung und wird über die Projektlaufzeit hinaus durch die Netzwerkpartner weiter entwickelt. Die Aktionswoche fand zwischen dem 30. Oktober und dem 4. November 2011 parallel zu der Job- und Ausbildungsmesse JOBAKTIV statt. Erstmals arbeiteten in diesem Kontext die türkischsprachigen monatlichen Lokalzeitungen in NRW zusammen: Sieben Zeitungen veröffentlichten inhaltsähnliche „Bildung ist Zukunft“- Seiten, auf denen Ausbildungs- und Nachqualifizierungsprojekte vorgestellt, grundlegende Informationen zur Ausbildungsplatzsuche und zur Einrichtung von Ausbildungsstellen im Betrieb gegeben und häufige Fragen zur betrieblichen Ausbildung beantwortet wurden. Türkische Fernsehsender beteiligten sich ebenfalls an der Aktionswoche. Am 30. Oktober 2011 wurde auf Kanal Avrupa ein Expertengespräch zum Thema „Migranten und Berufsbildung“ live gesendet. Eine weitere Livesendung auf TGRT EU wurde am 2. November 2011 ausgestrahlt. Außerdem haben Tageszeitungen und Fernsehmedien, u. a. ATV Avrupa, Samanyolu Avrupa und TRT Türk, vor und während der Aktionstage ihre Leser und Zuschauer täglich informiert.

Unter der Webadresse [www.netzwerk-biz.de](http://www.netzwerk-biz.de) werden seit August 2011 das Netzwerk, seine Partner und Infomaterialien sowie Nachrichten von Partnerprojekten vorgestellt. BIZ TV ist der Online-Videokanal des Projektes. Videos, die im Rahmen des Projektes oder durch Partnerseher entstanden, sind auf der Projekthomepage zugänglich. Das Programm kann auch via Youtube gesehen werden. Mit Hilfe dieses Mediums kann verschiedenen Fernsehredaktionen zudem Material zur Verfügung gestellt werden.

Die von dem Projekt entwickelten Inhalte werden auf Facebook verlinkt, was zu einer weiteren Streuung beiträgt. Die Links sind innerhalb einer eigenen Gruppe (Bildung ist Zukunft-biz / biz Medya İletisim

Agi – 96 Mitglieder) zugänglich. Hierüber wurden über 20 Inhalte an ca. 100 Personen gesendet. Gleichzeitig wurden diese Inhalte in drei weiteren Gruppen, die insgesamt rund 2.500 Personen umfassen, gepostet. Die Inhalte wecken großes Interesse, was an den vielen „Likes“ abzulesen ist.

Mit dem fünften „journal biz“ in Form eines „Wegweisers über türkische Medien“ möchten wir unseren Partnern und weiteren Akteuren, die im Bereich „berufliche Bildung“ tätig sind, ein nützliches Hilfsmittel vorlegen, um den Umgang mit den türkischen Medien sowie die Kontaktaufnahme zu vereinfachen. Aufgrund der hohen Fluktuation und Vielfältigkeit wurden hier hauptsächlich Medien aufgenommen, in denen das Thema „berufliche Bildung“ bereits eine gewisse Relevanz hat. Daher hat der Wegweiser keinen Anspruch auf eine umfassende Darstellung.

Wir hoffen, dass dieses Heft Institutionen und Projekten im Bereich Förderung der beruflichen Bildung eine gute Orientierungshilfe bietet, damit sie ihre Aktivitäten durch den Einsatz türkischsprachiger Medien in der Community erfolgreich bekannt machen können. Das „netzwerk biz-Bildung ist Zukunft“ berät Sie gerne und steht Ihnen bei Ihren PR-Aktivitäten im Kontext der beruflichen Bildung gerne zur Verfügung.

Wir wünschen Ihnen viel Freude beim Lesen!

*Cem Sentürk*

Cem Sentürk  
Projektkoordinator „netzwerk biz-Bildung ist Zukunft“



## WORKSHOP

# PRESSEMITTEILUNGEN SCHREIBEN. ABER WIE?

**Pressemitteilungen sind unverzichtbare Mittel einer wirksamen Öffentlichkeitsarbeit. Durch sie können Institutionen und Unternehmen ihre Botschaften und Angebote an eine spezifische Zielgruppe effektiv vermitteln.**

Um Pressemitteilungen zu formulieren, gelten die Regeln des journalistischen Schreibens. Die Wirksamkeit und Verbreitung der Mitteilung wird dann intensiviert, wenn zielgruppenspezifische Besonderheiten in Betracht gezogen werden. Dieses gilt insbesondere für die türkischen Medien in Deutschland. Wir möchten Ihnen die wichtigsten Punkte darstellen, die bei der Erstellung einer Pressemitteilung berücksichtigt werden sollen.

### 1. Überschrift

Der wichtigste Bestandteil einer Pressemitteilung ist die Überschrift. Sie ist entscheidend für das Interesse der Redakteure. Meistens haben Redakteure wenig Zeit, um die zahlreichen täglich ankommenden Presseinformationen zu lesen. Aufgrund der niedrigeren Zahl der Redakteure in den türkischen Medien spielt eine Interesse weckende Überschrift eine besonders ausschlaggebende Rolle.

Falls es sich in Ihrem Presstext um ein besonderes Angebot für MigrantInnen handelt, teilen Sie es unbedingt in der Überschrift mit. Außerdem sind manche Themen wie „arbeitsmarktpolitische Entwicklungen/Maßnahmen“, „soziale Rechte“ und „bildungspolitische Entwicklungen/Maßnahmen“ relevante Themen für die türkischen Medien, auch wenn sie keinen direkten Bezug zu MigrantInnen haben.

Eine gute Überschrift ist kurz und prägnant. Sie spiegelt den Inhalt wider oder zeigt einen bedeutenden Teil des Inhaltes. Sie kann einen Hinweis auf eine wichtige Entwicklung bieten oder auch ein prägnantes, aussagekräftiges Zitat des Textes sein. Ohne Übertreibung kann hier auch eine Spekulation in den Raum gestellt werden, um die Mitteilung aus der Vielzahl von Texten herauszuheben. Eine besondere Anziehungskraft haben „Bezugzeilen“. In den Bezugzeilen können die Gesamtbotschaft der Mitteilung zusammengefasst oder weitere anziehende Details der Meldung präsentiert werden.

### 2. Erster Absatz (Lead)

Der erste Absatz einer Pressemitteilung (Lead) ist der zweitwichtigste Faktor, um die Redakteure zu interessieren. Der erste Absatz soll die sogenannten „sechs-journalistischen W-Fragen“ (Wer, Was, Wann, Wo, Wie, Warum) beantworten. Idealerweise fasst der erste Absatz mit bis zu 50 Wörtern (max. vier Sätze) den Inhalt zusammen. In einigen Fällen kann es schwierig oder unerwünscht sein, alle „W-Fragen“ mit vier Sätzen zu beantworten. In solchen Situationen kann es reichen, die Antworten für „wer“, „was“ und „wann“ im Lead zu formulieren, z.B.: „Die Ausbildungsmesse für Jugendliche mit Migrationshintergrund findet am 29.02.2012 in Essen statt. Die Messe wird vom Zentrum für Türkeistudien und Integrationsforschung (ZfTI) veranstaltet.“

### 3. Inhalt

Eine Pressemitteilung ist eine Geschichte. Daher soll sie mit allen wichtigen Bestandteilen erzählt werden. Erzählen Sie in jeder Mitteilung eine „Story“.

Eine klare Sprache mit kurzen Sätzen und Absätzen macht Ihren Text leserlicher. Vermeiden Sie daher komplizierte Ausdrücke und Sprachspiele, besonders, wenn der Text an MigrantInnenmedien in der Muttersprache gesendet werden soll. Auch wenn die Redakteure mit der deutschen Sprache sehr gut umgehen können, ist es nicht leicht, manche Sprachwitze und Sprichwörter in andere Sprachen zu übertragen. Fachbegriffe sind nicht für jeden eine Selbstverständlichkeit. Versuchen Sie, solche Begriffe zu vermeiden, auch wenn Sie dafür mehr Sätze schreiben müssen.

Schreiben Sie die Informationen, die Sie für sehr wichtig halten, in die ersten Absätze. Oft werden die Nachrichten für den Druck gekürzt und meistens fallen die letzten Absätze zuerst heraus.

Pressemitteilungen sind keine Werbetexte, die normalerweise kostenpflichtig gedruckt werden. Deswegen sind Pressemitteilungen anders ausformuliert. Andernfalls besteht die Gefahr, dass der Text nicht veröffentlicht wird. Erzählen Sie die Geschichte in Ihrer Mitteilung möglichst sachlich. Dies soll aber nicht bedeuten, dass Sie „trockene“ Texte schreiben müssen.

Die Geschichte im Hauptteil der Meldung soll idealerweise mit 250 bis 350 Wörtern erzählt werden. Inhalte mit mehr als 600 Wörtern sind zu lang. Wenn Sie möchten, dass Ihr Text gleich gelesen wird, schreiben Sie keine längeren Texte als zwei DIN A4-Seiten. Diese Regel gilt aber nicht nur für Pressemitteilungen.

#### In welcher Form schreibt man eine Pressemitteilung?

Das mediale Zeitalter zwingt Institutionen, sich regelmäßig in der Öffentlichkeit zu präsentieren, damit sie nicht in Vergessenheit geraten. Pressemitteilungen sind geeignete Mittel, um in der Öffentlichkeit aufzutreten. „Social Media“ und „Nachrichtenportale“ bietet Institutionen weitere Möglichkeiten, ihre Inhalte an ein breites Publikum ohne großen Aufwand zu vermitteln. Durch die hohen Speicherkapazitäten im Web können viele Nachrichten eine Chance zur Veröffentlichung finden. Traditionell wurden Pressemitteilungen für die RedakteurInnen geschrieben. Aufgrund des begrenzten Zeitbudgets von RedakteurInnen ist es effektiver, die Mitteilungen so zu verfassen, dass sie nicht mehr für den Leser umgeschrieben werden müssen.

#### Zu welchen Anlässen schreibt man eine Pressemitteilung?

Die bahnbrechenden technischen Entwicklungen im Online-Bereich haben das Kommunikationsverhalten enorm verändert. Mediennutzer können Informationen nach ihren Bedürfnissen mit sehr wenig Aufwand erreichen. Institutionen haben neue Plattformen gefunden, auf denen sie ihre Ziele und Tätigkeiten präsentieren können. Durch die hohe Kapazität des Internets können viel mehr Nachrichten veröffentlicht werden als in den Printmedien. Als Anlass für eine Pressemitteilung kann der Start eines Projektes, eines Programms, einer Veranstal-

tung, Kooperationsgespräche, Delegationsbesuche, Projekterfolge usw. dienen. Hier haben Sie kreativen Raum und hier sind Ihre erfinderischen Talente gefragt. Manche Entwicklungen fallen als interessante Anlässe nicht auf, weil sie im Alltag untergehen. Versuchen Sie die Geschichten nicht als MitarbeiterIn eines Instituts, sondern aus den Augen der RedakteurInnen und LeserInnen zu betrachten. Denken Sie aber auch gleichzeitig daran, dass Ihre Geschichte interessant sein soll, damit sie gelesen wird.

#### Wie kann eine Geschichte interessant dargeboten werden?

Die Medien beschäftigen sich mit aktuellen Geschehnissen. Daher sollte Ihre Mitteilung eine aktuelle Dimension beinhalten. Es ist meistens schwierig, Projektvorstellungen oder regelmäßige Bildungsangebote in den Medien zu platzieren. Aktuelle Erfolgszahlen oder Aufrufe, die auf bestimmte problematische Felder hinweisen und Lösungsansätze darlegen, können dafür sorgen, dass Ihre Nachricht das Interesse der RedakteurInnen und LeserInnen weckt. Zitate verstärken die Wirkung und Lesbarkeit Ihrer Nachrichten, weil sie lebendig wirken. Und ein aussagekräftiges Foto zur Mitteilung vervielfacht die Chance der Veröffentlichung.

#### Wie oft schreibt man eine Pressemitteilung?

Die Häufigkeit der Pressemitteilungen hängt von der Anzahl der wichtigen Geschehnisse und der Größe Ihrer Institution ab. Mindestens zwei Nachrichten im Monat sind optimal, um Ihre öffentliche Bekanntheit erhalten zu können. Wenn Sie mehr Meldungen veröffentlichen, dann wirkt es nur dann positiv, wenn Sie sich nicht in Wiederholungen und uninteressanten Themen verlieren.

#### Wie sende ich die Pressemitteilungen am besten?

Der gängige Weg für den Versand der Pressemitteilungen ist die E-Mail. Sie ist praktisch und schnell. Wir empfehlen Ihnen die Mitteilungen nicht nur im Textfeld, sondern auch im Anhang der Mail zu senden, damit der Redakteur den Text lesen und kopieren kann, auch wenn sein Programm nicht die gleiche „Codierung“ hat. Dies ist vor allem für türkischsprachige Texte und die Sonderbuchstaben sehr wichtig. Vermeiden Sie Bildmaterialien im E-Mail-Inhalt zu senden, hängen Sie dieses an. Die Sicherheitsprogramme blockieren häufig die Darstellung der Bilder und nicht selten werden die Mails mit Bildern in Spam-Ordner ausgefiltert. Falls Sie keinen besonderen Briefkopf für Ihre Presseabteilung haben, fügen Sie die Kontaktdaten eines Ansprechpartners für Presseanfragen hinzu.

Wir wünschen viel Spaß und Erfolg beim Schreiben der Pressemitteilungen!

## TITELTHEMA

# TÜRKISCHE MEDIEN IN DEUTSCHLAND

Für die türkeistämmigen MigrantInnen gehörten muttersprachliche Medien seit den Anfängen der Arbeitsmigration zu ihrem Leben in Deutschland. Muttersprachliche Medien stellten sicher, dass man Informationen aus der Türkei erhielt. Die Verbindung zur Heimat sollte gehalten werden, denn die meisten Arbeitsmigranten planten nach einigen Jahren zurückzukehren. Inzwischen haben sich die türkischen Medien in Deutschland nicht nur etabliert, sondern auch vervielfältigt und gewandelt.

In Deutschland gibt es heute sieben überregionale Tageszeitungen, über 50 Regionalzeitungen bzw. Periodika, 13 spezielle Fernsehsender für die türkische Bevölkerungsgruppe in Europa, ein Vollprogramm-Radiosender sowie zahlreiche Internetseiten.

Auf den folgenden Seiten werden Partner des netzwerk biz - Bildung ist Zukunft und einschlägige Medien zum Thema berufliche Bildung vorgestellt:



## Tageszeitungen



## Regionale / Thematische Periodika



## Fernsehen

## 1. TAGESZEITUNGEN

Türkischsprachige Tageszeitungen, die in der Türkei für den dortigen Markt produziert werden, sind seit Ende der 1960er Jahre in Deutschland erhältlich. Mit zunehmender Dauer des Aufenthaltes in dem europäischen Aufnahmeland stieg das Interesse der türkischen LeserInnen an migrationsspezifischen Themen deutlich. Inzwischen werden den in Deutschland aufgelegten türkischen Zeitungen spezielle Europa-Seiten beigefügt, die auf die Belange der in Europa lebenden TürklInnen und auf die politischen und gesellschaftlichen Entwicklungen in Europa eingehen.

Die türkischsprachigen Tageszeitungen haben ihren Sitz ausnahmslos in Frankfurt und Umgebung. Die Infrastruktur des internationalen Flughafens schien für die grenzüberschreitende Zeitungsproduktion vorteilhaft, so dass sich die Stadt zum Zentrum der türkischen Medien in Europa entwickelte.

### Hürriyet

Die in Deutschland meistgelesene und am längsten erhältliche Hürriyet gehört zur Dogan-Holding. Vier bis sechs von insgesamt 32 Seiten werden in Deutschland produziert. Zusätzlich bietet Hürriyet unregelmäßig Sonderseiten mit Unternehmensnachrichten aus der türkischen Ökonomie in Europa und eine Sportberichterstattung über das türkische Diaspora-Vereinswesen. Zudem gibt es unregelmäßig Sonderbeilagen zu unterschiedlichen Themen (Immobilien, Wirtschaft, Automobile usw.) und eine Samstagsbeilage sowie die deutschsprachige Hürriyet Young für Jugendliche.

### Hürriyet

Dogan Media International GmbH  
An der Brücke 20-22  
64546 Mörfelden Walldorf  
Tel: +49 (0) 6105-32 71 30  
Fax: +49 (0) 6105-32 79 99  
E-Mail: haber@hurriyet.de

**Chefredakteur:** Halit Çelikbudak

**Sabah**

Sabah Avrupa gehört zur Çalık-Holding. Die Zeitung erscheint seit Mitte der 1980er Jahre in Deutschland. Nach der großen Wirtschaftskrise 2001 in der Türkei war die Redaktion in Deutschland bis 2006 geschlossen. Danach wurde sie neu aufgebaut. Die Zeitung verfügt nun über vier Europaseiten innerhalb einer 16-seitigen täglichen Magazinbeilage. Diese Beilage wird neben der ca. 20-seitigen Hauptzeitung unter dem Titel Sabah Avrupa veröffentlicht. Weiterhin gibt es unregelmäßig Sonderbeilagen.

**Sabah**

SABAH AtV GmbH  
Waldecker Str. 6  
64546 Mörfelden  
Tel: +49 (0) 6105 - 97 50 912  
Fax: +49 (0) 6105 - 97 50 915  
E-Mail: info@sabah.de

**Geschäftsführer-Chefredakteur:** Mikdat Karaalioğlu

**Türkiye**

Türkiye gehört zur Ihlas-Mediengruppe. Die seit 1970 in der Türkei verlegte Zeitung erscheint seit 1987 in Deutschland. Türkiye war in der Türkei die erste Zeitung, die sowohl im Abonnement als auch im Kioskverkauf erhältlich war und die dieses Modell auch auf Deutschland übertrug. Türkiye wird heute, wie die vorgenannten, hauptsächlich am Kiosk verkauft, aber ein beträchtlicher Teil von MSON, vor allem Moscheevereine, bezieht sie per Abonnement. Die Zeitung enthält täglich drei bis sechs Seiten mit Nachrichten aus Europa.

**Türkiye Gazetesi**

Ihlas Media Et Trade Center GmbH,  
Starkenburgerstr. 7-9  
64546 Mörfelden-Walldorf  
Tel: +49 (0) 6105 - 9813130  
Fax: +49 (0) 6105 - 98 13 173  
E-Mail: mkoca@ihlas.de

**Geschäftsführer:** Kenan Kubilay



**Radio**



**Internet**

**Zaman**

Die Tageszeitung Zaman wurde 1986 in der Türkei gegründet und unter dem Namen Eurozaman seit 1991 in Deutschland publiziert. Sie ist eine der wichtigen Meinungsbildner unter den türkischsprachigen Printmedien in Deutschland. Sie beinhaltet vier bis sechs Seiten für Nachrichten aus Westeuropa. Im Unterschied zu den anderen größeren türkischen Tagesszeitungen in Deutschland kann sie nur über ein Abonnement bezogen werden.

**Zaman**

Zaman Media GmbH  
Sprendlinger Land Str. 107-109  
63069 Offenbach  
Tel: +49 (0) 69 - 300 34 101  
Fax: +49 (0) 69 - 300 34 103  
E-Mail: haber@eurozaman.de

**Chefredakteur:** Mahmut Çebi



## 2. REGIONALE / THEMATISCHE PERIODIKA

Die Entwicklung der ethnischen Ökonomie türkischer Prägung hat in den vergangenen 30 Jahren auch zur Herausbildung neuer Kommunikationsinfrastrukturen geführt. Die türkischsprachigen Zeitungen reagierten darauf, indem sie 14-tägig oder monatlich lokale und regionale Anzeigenblätter einführten. Die Auflagenzahl dieser Publikationen kann in spezifischen Regionen bis zu mehreren 10.000 kostenlos ausliegende Exemplare betragen. Die Abhängigkeit von der Werbung ist so groß, dass sich bei ausbleibenden Anzeigenbuchungen mitunter die Drucktermine verschieben. Die Zeitungen gelangen prinzipiell kostenlos in türkische Haushalte, indem sie in türkischen Geschäften, Banken, Arztpraxen, Friseursalons oder Moscheen zur Mitnahme ausliegen.



Tageszeitungen



Regionale / Thematische  
Periodika



Fernsehen

### Aktüel Gazete

Die 2007 gegründete Zeitung wird in Ahlen publiziert. Die Monatszeitung unter der Leitung von Ahmet Salıncaklı und Ahmet Yıldırım verteilt ihre kostenlosen Exemplare in Hamm, Bönen, Ahlen, Beckum, Neubeckum, Oelde und Warendorf.

#### Aktüel Gazete

Südstraße 28  
59227 Ahlen  
Tel.: +49 (0) 23 82 - 961 86 01  
Fax: +49 (0) 23 82 - 961 86 03  
redaktion@aktuellzeitung.com

**Verantwortlicher Redakteur:** Ahmet Yıldırım

### Birlik

Die monatliche Regionalzeitung Birlik wird von dem in Würzburg ansässigen Alp-Verlag veröffentlicht, die von dem Historiker Latif Çelik geleitet wird. Sie wird in süddeutschen Städten mit einem hohen MigrantInnenanteil kostenlos verteilt.

#### Birlik Gazetesi

Versbacher Str. 122  
97078 Würzburg  
Tel: +49 (0) 931 - 35 98 385  
Fax: +49 (0) 931 - 35 98 386

**Chefredakteur:** Latif Çelik

### Die Gaste

Die Gaste erscheint seit Mai 2008 in zweimonatigem Turnus und wird von Studierenden der Universität Duisburg-Essen (Studiengang Turkistik) in türkischer Sprache publiziert. Sie beschäftigt sich im Wesentlichen mit Themen der Migration und Bildung. Der überwiegende Teil des Periodikums wird per Post an MultiplikatorInnen verteilt. Zum LeserInnenkreis gehören insbesondere auch türkische LehrerInnen an deutschen Schulen. Die Publikation kommt durch ehrenamtliches Engagement der Studierenden ohne Werbung aus. In den 16-seitigen Ausgaben werden vorrangig Beiträge von WissenschaftlerInnen veröffentlicht.

#### Die Gaste

Postfach 103003  
40021 Düsseldorf  
E-Mail: diegaste@yahoo.com

**Chefredakteur:** Zeynel Korkmaz



**Haftalık Posta Gazetesi**

Die Zeitung wird seit 1997 in Langenfeld verlegt. Unter der Leitung von Alaattin Bayrak und Hüseyin Sahin erscheint sie monatlich. Vier Lokalausgaben für Köln, Rhein-Berg, Rhein-Ruhr und Ruhr-Westfalen werden kostenlos verteilt.

**Haftalık Posta**

Lichtenberger Straße 36  
40789 Monheim  
Tel.: +49 (0) 21 73 - 49 98 66  
Fax: +49 (0) 21 73 - 49 98 67  
E-Mail: info@haftalikposta.de

**Redakteur:** Alaattin Bayrak

**Hessen Toplum**

Die 1993 gegründete monatliche Zeitung versteht sich als deutsche Zeitung in türkischer Sprache. Die Exemplare werden hauptsächlich in Hessen verbreitet, wenngleich sie auch in einige Bahnhofsbuchhandlungen anderer Bundesländer angeboten wird.

**Hessen Toplum**

Postfach 11 33  
63201 LANGEN/H.  
Tel: +49 (0) 6103 - 52560  
Fax: +49 (0) 6103 - 92 92 25  
E-mail: toplum@toplum24.de

**Chefredakteur:** Mehmet Canbolat

**Radio****Internet****Merhaba**

Die seit 1990 in Neu-Ulm verlegte Merhaba erscheint zweiwöchentlich und wird in Süddeutschland gratis verteilt. Die Zeitung erscheint seit Oktober 2010 in zwei verschiedenen Versionen für Bayern und für Baden-Württemberg. Die Ausgaben unterscheiden sich in dem regionalen Anzeigenteil, jedoch nicht in den inhaltlichen Artikeln.

**Merhaba**

Im Starkfeld 45/B,  
89231 NEU-ULM  
Tel.: +49 (0) 731 - 84977  
Fax: +49 (0) 731 - 85394  
E-Mail: merhaba@merhaba.info

**Chefredakteur:** Hüseyin Şenol

**Merhaba Berlin**

Das türkischsprachige monatliche Stadtmagazin erscheint in der Hauptstadt. Die 60-seitige und durchgehend farbige Zeitschrift wird nach eigenen Angaben an 900 Stellen in der Stadt kostenlos verteilt. Die seit 1996 erscheinende Zeitschrift berichtet neben Kultur und Events auch über gesellschaftliche Themen und Politik. Dieses unterscheidet sie von ähnlichen Formaten.

**Merhaba Berlin**

Lankwitzerstr. 1-2  
12107 Berlin  
Tel: +49 (0) 30 - 627 33 75 16  
Fax: +49 (0) 30 - 627 33 75 19  
E-Mail: merhaba@zagli.eu

**Chefredakteur:** Mehmet Zagli

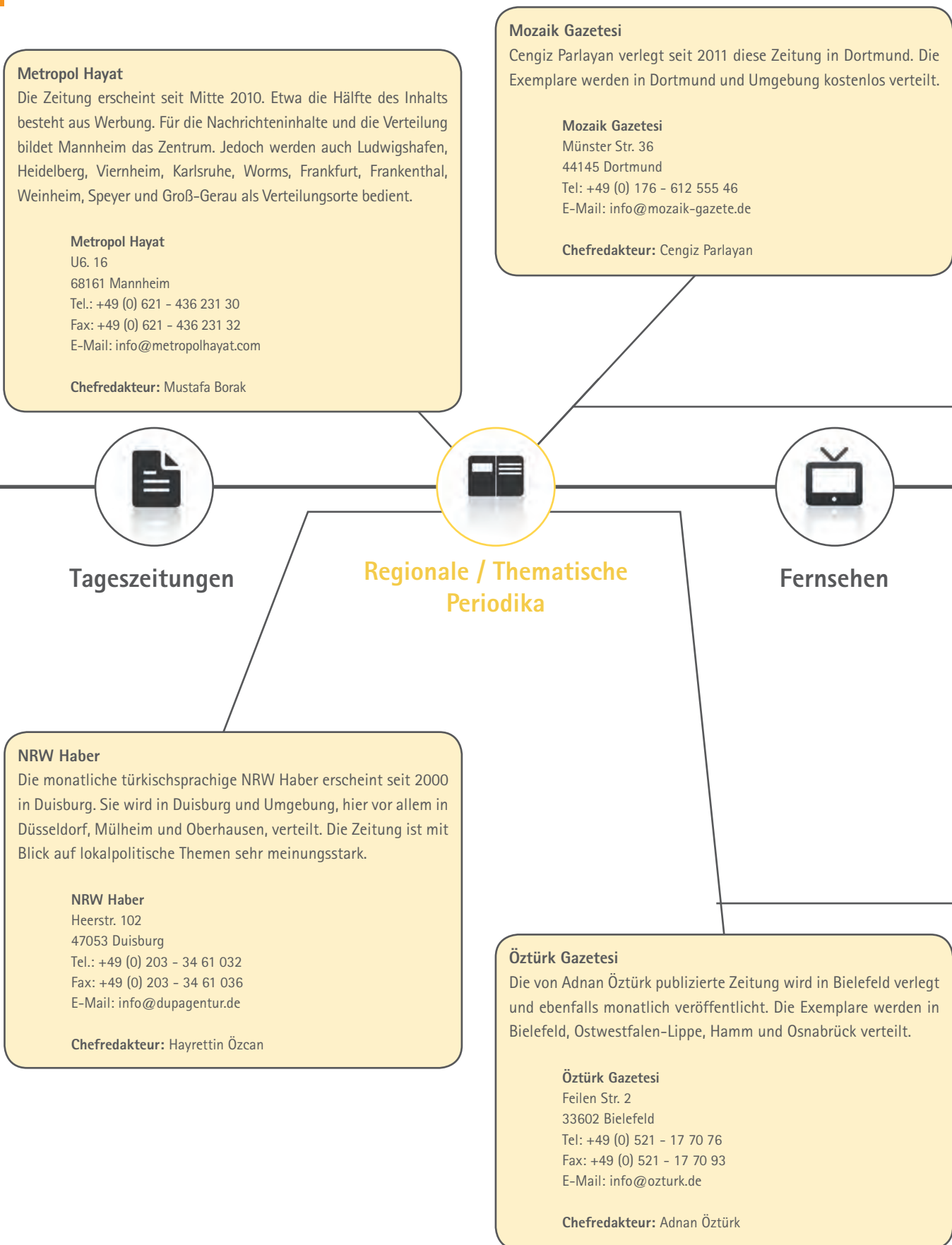
**Imaj**

Das türkischsprachige Anzeigenblatt erscheint monatlich in Hannover. In der 20-seitigen Publikation wird neben lokalen Veranstaltungen auch über bundesweite Themen berichtet, indem deutsche Zeitungsartikel ins Türkische übersetzt werden. Die größte Verbreitung finden die Exemplare in niedersächsischen Städten mit hohem türkischem MigrantInnenanteil, besonders in Hannover.

**Imaj (Regionalzeitung)**

Weidendamm 28C  
30167 Hannover  
Telefon: +49 (0) 511 - 769 70 15  
Telefax: +49 (0) 511 - 769 70 16  
E-Mail: info@imaj-online.de

**Chefredakteur:** Nafi Oğuz



**Post Gazetesi**

Die Post Gazetesi ist die größte türkischsprachige Regionalzeitung in Deutschland. Sie wird von der Ihlas-Gruppe verlegt und erscheint in sieben Regionen: Baden-Württemberg, Bayern, Berlin, Rhein-Main, Rheinland (NRW-1), Ruhrgebiet (NRW-2), Norddeutschland.

**Post Gazetesi**  
 Ihlas Media Et Trade Center GmbH  
 Starckenburgstr. 7-9  
 64546 Mörfelden-Walldorf  
 Tel: +49 (0) 6105 - 98 13 130  
 Fax: +49 (0) 6105 - 98 13 173  
 E-Mail: [haber@postgazetesi.com](mailto:haber@postgazetesi.com)

**Chefredakteur:** Nihat Furat

**Turkuaz Gazetesi**

Turkuaz Gazetesi wird seit 2007 in Düsseldorf von Abdulkadir Bakırdöven veröffentlicht. Die monatliche Zeitung wird auch bundesweit in Zeitungsverkaufsstellen angeboten.

**Turkuaz Gazetesi**  
 Niederrhein Str. 106  
 40474 Düsseldorf  
 Tel: +49 (0) 211 - 436 383 40  
[haber@turkuazgazetesi.com](mailto:haber@turkuazgazetesi.com)

**Chefredakteur:** Abdulkadir Bakırdöven



Radio



Internet



**Türkses**

Das 1991 gegründete türkischsprachige Anzeigenblatt Türkses erscheint in Norddeutschland. Es wird in Hamburg, Hannover, Bremen, Braunschweig, Kiel, Lübeck, Oldenburg und Delmenhorst kostenlos verteilt. Für drei Großräume (Hannover, Hamburg, Bremen) gibt es spezielle Ausgaben, die sich hinsichtlich der Werbung unterscheiden.

**Türkses**  
 Im Hegen 3  
 22113 Oststeinbek  
 Tel: +49 (0) 40 - 35 70 19 11  
 Fax: +49 (0) 40 - 86 69 08 54  
[e-mail:tuerkses@t-online.de](mailto:e-mail:tuerkses@t-online.de)

**Chefredakteur:** Emin Sağlık

**Yeni Posta**

Yeni Posta wird in Süddeutschland veröffentlicht und kostenlos verteilt. Sie erscheint in zweiwöchentlichem Turnus.

**Yeni Posta**  
 Einsteinstr. 59  
 89077 Ulm  
 Fon: +49 (0) 731 - 960 93 87  
 Fax: +49 (0) 731 - 960 93 89  
 E-Mail: [haber@yeniposta.de](mailto:haber@yeniposta.de)

**Chefredakteur:** Mustafa Bozdurgut

### 3. FERNSEHEN

Zu Beginn der 1990er Jahre sendete der türkische staatliche Sender TRT sein Programm via Satellit auch in Deutschland, bis er einen Ableger eigens für Auslands-TürkInnen produzierte (TRT-Int), der seit 2009 als TRT Türk über Kabel empfangen werden kann.

Eine Reihe weiterer türkischer Privatsender kamen im Laufe der vergangenen 20 Jahre hinzu, die inzwischen wie TRT über eigene Redaktionen in Deutschland verfügen und meist über Satellit, einige auch über Kabel in Deutschland empfangen werden können.

Die meisten dieser privaten Sender gehören zu großen Medienkonzernen, die überwiegend kommerziell ausgerichtet sind. Ihre Programmstruktur ist auf Unterhaltungssendungen konzentriert. Allerdings finden sich auch einige Nachrichten- und Spartensender (Sport, Musik), einige islamische Sender sowie einige kurdische und alevitische Sender. Viele türkische Sender, insbesondere Nachrichten- und Informationskanäle, produzieren inzwischen auch eigene europäische Programmteile in Europa. Hier lässt sich eine ähnliche Entwicklung wie bei den Printmedien feststellen.



Tageszeitungen



Regionale / Thematische  
Periodika



Fernsehen

#### ATV Avrupa

ATV Avrupa ist der europäische Ableger des Senders ATV. Er gehört wie die Zeitung Sabah zur Çalık-Holding, dem zweitgrößten Medienkonzern in der Türkei. ATV Avrupa sendet ausschließlich aus der Türkei und ist stark unterhaltungsorientiert. Der spezifische Informationsbedarf der in Europa lebenden TürkInnen wird durch Informationsprogramme gedeckt, die durch externe Produktionsfirmen hergestellt werden. Die 100-minütige Sendung „Avrupa'da Gündem“ (Tagesordnung) wird seit Oktober 2010 in Europa ausgestrahlt und in der Türkei produziert. Sie beschäftigt sich häufig mit der Bildungssituation von MigrantInnen sowie auch allgemein mit der Situation der TürkInnen in Europa.

#### ATV Avrupa

Barbaros Bulvarı No 153  
TR-34349 Istanbul  
Tel: +90 (0) 212 - 354 38 05  
E-Mail: suleyman.cakmak@atv.com.tr

**Generalkoordinator:** Süleyman Cakmak

#### Euro D

Euro D ist der Europaabnehmer des populären Unterhaltungssenders Kanal D. Der Sender gehört, wie die Zeitung Hürriyet, zur Doğan-Mediengruppe. Euro D wird in Istanbul produziert. Redaktionen oder Studios in Europa existieren nicht, stattdessen wird teilweise auf unabhängige Produktionsfirmen in Europa zurückgegriffen. Wie auch bei den Europaprogrammen der anderen türkischen Sender werden diese Beiträge oft durch Sponsoring finanziert. Der Sender bietet täglich einmal zehnteilige Nachrichten sowie einzelne ca. einstündige Programme, die sich zwei bis drei Mal in der Woche speziell an TürkInnen in Europa richten. Euro D ist überwiegend unterhaltungsorientiert.

#### Euro D

Doğan TV Center  
34204 Bağcılar / Istanbul  
Tel: +90 (0) 212 - 413 52 03  
Fax: +90 (0) 212 - 413 51 62  
E-Mail: cakgun@kanald.com.tr

**Geschäftsführer:** Cem Akgün

**Euro Star**

Euro Star ist der europäische Tochtersender von Star TV, dem erste Privatsender der Türkei. Der 2005 von der Doğan-Gruppe übernommene Sender wurde im November 2011 an die Doğuş-Gruppe weiterverkauft. Der unterhaltungsorientierte Sender ähnelt hinsichtlich der Programminhalte Euro D. Die Doğuş-Gruppe kündigte Änderungen in der Programmlinie an, die aber bisher keine spürbaren Auswirkungen hatten.

**Eurostar**

Doğuş Yayın Grubu  
Ahi Evran Cad. No:4  
34398 Maslak / Istanbul  
Tel: +90 (0) 212 - 335 00 00  
Fax: +90 (0) 212 - 330 00 50

**Geschäftsführer:** Cem Aydın

**Radio****Internet****Kanal Avrupa**

Der in Duisburg ansässige Sender versteht sich als Informationsplattform der TürklInnen in Europa. Er erreicht relativ wenige ZuschauerInnen im Vergleich zu den großen Sendern mit Hauptsitz in der Türkei. Jedoch gilt er als bedeutend für türkische MultiplikatorInnen, die hier Erfahrungen mit öffentlichen Auftritten sammeln und Themen im Umfeld von Migration und Integration diskutieren. Der Programminhalt besteht überwiegend aus selbstproduzierten Live-Sendungen.

**Kanal Avrupa TV**

Dr. Alfred Herrhausen Allee 61  
47228 Duisburg  
Tel: +49 (0) 2065 - 25 42 0  
Fax: +49 (0) 2065 - 25 42 10  
info@kanalavrupa.tv

**Geschäftsführer:** Ali Paşa Akbaş

**Samanyolu Avrupa**

Der Fernsehsender ist eine Tochter des in der Türkei ansässigen Samanyolu TV. Die Sender gehören zur Zaman-Gruppe. Samanyolu TV unterhält eigene Studios und einen Mitarbeiterstab in Deutschland. Dadurch kann er neben den Programmen, die vom Muttersender stammen, relativ viele für Europa produzierte Inhalte anbieten. Der Sender strahlt täglich ein halbstündiges türkischsprachiges Nachrichtenprogramm Avrupa Haber für TürklInnen in Europa aus und fünf Mal in der Woche (Di-Sa) ein 15minütiges deutschsprachiges Nachrichtenjournal. Zudem werden noch sieben weitere Formate speziell für Europa angeboten.

**Samanyolu TV**

Sprendlinger Land Str. 107-109  
63069 Offenbach  
Tel.: +49 (0) 69 - 300 34 310  
Fax: +49 (0) 69 - 300 34 300  
info@samanyolutv.eu

**Geschäftsführer:** Mustafa Altas



## Tageszeitungen



## Regionale / Thematische Periodika



## Fernsehen

### Show Türk

Show Türk ist eine Tochter des türkischen Unterhaltungssenders Show TV, der hauptsächlich Live-Shows ausstrahlt. Er gehört zu den meistgesehenen türkischen Programmen in Deutschland. Er hat keine deutsche Niederlassung und die seltenen europaspezifischen Programme werden von Produzenten hergestellt, die in Deutschland ansässig sind.

#### Show Türk

Ayazağa Mahallesi, Kemerburgaz Yolu  
Cendere Mevkii No : 29 Şişli  
ISTANBUL  
Tel: +90 (0) 212 - 331 55 55  
Fax: +90 (0) 212 - 280 11 91  
E-mail : info@showtvnet.com

Leiter der ausländischen Sendungen: Hidayet Karakuş

### TGRT Haber EU

TGRT Haber EU ist der erste und einzige Nachrichtensender für Türkinnen in Deutschland. Das Programm ist größtenteils mit dem türkischen Muttersender TGRT Haber inhaltsgleich. Zusätzlich werden täglich Europa-Nachrichten gezeigt und spezielle Programme für Türkinnen in Europa angeboten. Teilweise wird auch in deutscher Sprache gesendet. Das deutschsprachige Programm Perspektif von Hasan Aka wird im monatlichen Turnus ausgestrahlt und hatte in der Vergangenheit hochrangige deutsche PolitikerInnen wie Angela Merkel, Wolfgang Schäuble, Franz Müntefering, Claudia Roth oder Cem Özdemir zu Gast.

#### TGRT Haber

Starkenburgerstr. 7-9,  
64546 Mörfelden-Walldorf  
Tel: +49 (0) 6105 - 98 13 129  
Fax: +49 (0) 6105 - 98 13 176  
e-mail: haka@ihlas.de

Redakteur: Hasan Aka

### Türkshow

Der 2005 gegründete Sender Türkshow hat seinen Sitz in Köln. Er versteht sich als Bindeglied zwischen der deutschen und türkischen Kultur. Der selbstproduzierte Inhalt, der in der Prime Time läuft, besteht hauptsächlich aus Live-Sendungen.

#### Türkshow

Waltherstraße 49 - 51

51069 Köln

Tel: +49 (0) 221 - 492 96 0

Fax: +49 (0) 221 - 492 96 109

E-Mail: info@sonfilm.de

**Geschäftsführer:** Mehmet Coban



Radio



Internet

### TRT Türk

TRT Türk wurde 2009 gegründet und ist Nachfolger von TRT Int, der von dem staatlich-türkischen Sender TRT seit 1990 für AuslandstürkInnen produziert wurde. Der Sender kann in Deutschland u.a. über Kabel empfangen werden. TRT Türk verfügt über einen relativ großen Mitarbeiterstab in Deutschland, teilweise werden Sendungen auch in und für Deutschland produziert. Der Sender verfolgte zunächst primär das Ziel, die Verbundenheit der MigrantInnen mit der Türkei aufrechtzuerhalten und zu fördern. Heute jedoch hat sich dieses Ziel verändert und im Vordergrund steht eher, die unterschiedlichen türkischen Communities zu informieren. Das Motto des Senders lautet entsprechend „Sehen Sie die Welt auf Türkisch“.

#### TRT Berlin

Wielandstr. 5/b

10625 Berlin

Tel: +49 (0) 30 - 315 96 00

Fax +49 (0) 30 - 315 96 015

E-Mail: trtberlin@trt.net.tr

**Berlin-Vertreter:** Hasan Basri Erden



Radio



Internet

#### 4. RADIO

An Funkmedien standen den türkischen MigrantInnen bis Ende der 1980er Jahre nur die seit 1964 von den deutschen öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten produzierten muttersprachlichen Radiosendungen zur Verfügung, die damals hohe Einschaltquoten erzielten. Diese Angebote waren von den Programmgestaltern nicht als Integrationshilfe, sondern explizit als Brücke in die Heimat konzipiert. Im Radiobereich entstand Radio Metropol als einziger Vollprogrammsender in mehreren deutschen Regionen. Hinzu kommt das türkischsprachige Angebot des öffentlich-rechtlichen WDR.

##### Radyo Metropol FM

Der 1999 gegründete Radiosender bietet das einzige türkischsprachige Radiovollprogramm in Deutschland. Der Sender strahlte zunächst in Berlin aus, später kam die Regionen Rhein-Main und Südwestdeutschland hinzu. Der Sender gehört der Moira Rundfunk GmbH in Ludwigshafen. Der Programmschwerpunkt liegt auf Unterhaltung und Musik, einschließlich Nachrichten, Wetter und Verkehrsinformationen. Hier finden sich Analogien zu dem Konzept deutscher privater Lokalradios. Die Formate werden je nach der Inhalt und Gästen entweder in Türkisch oder in Deutsch angeboten.

##### Radyo Metropol FM

Markgrafenstr. 11  
D-10969 Berlin  
Tel: +49 (0) 30 - 217 97 00  
Fax: +49 (0) 30 - 217 970 20  
E-Mail: info@metropolfm.de

Geschäftsführer: Tamer Ergün







**Perspektive  
Berufsabschluss**

Ein Programm  
des Bundesministeriums  
für Bildung und Forschung

GEFÜRDERT VOM  
 Bundesministerium  
für Bildung  
und Forschung

 **ESF**  
Europäischer Sozialfonds  
für Deutschland

 **EUROPÄISCHE UNION**



Radio



Internet

## 5. ONLINE MEDIEN

Die Entwicklung der Neuen Medien und der damit zusammenhängende neue journalistische Gestaltungsspielraum haben maßgeblich zu einer transnationalen Mediennutzung der jüngeren MigrantInnen beigetragen. Speziell für die Jüngeren hat das Internet eine wichtige Informations- und Kommunikationsfunktion. Neben dem Angebot an Nachrichten und Informationen bietet es durch zahlreiche Foren und Portale eine Plattform zum Austausch mit Gleichgesinnten (z.B. [www.vaybee.de](http://www.vaybee.de), [www.turkdunya.de](http://www.turkdunya.de)), wobei solche ethnisch-kulturell orientierten Portale gegenüber weltweiten Sozialnetzwerken (Facebook, Twitter, etc.) auch angesichts der dort möglichen Formierung bestimmter Nutzergruppen an Bedeutung verlieren.

[www.ailemveben.eu](http://www.ailemveben.eu) (Themenportal zu Kindererziehung, Gesundheit und Bildung) hat sich trotz einiger Schwierigkeiten als Online-Nachrichtenportal etabliert. Das deutschsprachige Portal [www.migazin.de](http://www.migazin.de) thematisiert Nachrichten aus den Bereichen Migration und Integration.

Zu den Onlinemedien gehören auch Webauftritte der Tageszeitungen. Die Webauftritte [www.hurriyet.de](http://www.hurriyet.de) und [www.sabah.de](http://www.sabah.de) zählen hierunter zu den meistbesuchten. Die von der TD-Plattform initiierte Facebook-Gruppe „Integration durch Bildung“ hat ca. 1.200 Mitglieder, die bis zu zwanzig neue Nachrichten täglich auf der Gruppenseite posten.

Medium	Domain (www.)	Sitz	Vertreter	Telefon	Email
Ailem ve Ben	<a href="http://ailemveben.eu">ailemveben.eu</a>	Frankfurt a.M.	Zekiye Altınkır	+49 (0) 176 – 87 55 55 15	<a href="mailto:info@ailemveben.eu">info@ailemveben.eu</a>
Almanya Bülteni	<a href="http://almanyabulteni.com">almanyabulteni.com</a>	Düsseldorf	Arif Sentürk	+49 (0) 171 – 41 49 031	<a href="mailto:senturk@almanyabulteni.de">senturk@almanyabulteni.de</a>
Ay Türk	<a href="http://ayturk.de">ayturk.de</a>	Würzburg	Latif Çelik	+49 (0) 931 – 359 83 85	<a href="mailto:alp-media@arcor.de">alp-media@arcor.de</a>
Berlintürk	<a href="http://berlinturk.de">berlinturk.de</a>	Berlin	Sevim Ercan	+49 (0) 176 – 22 85 05 74	<a href="mailto:sevim.ercan@berlinturk.de">sevim.ercan@berlinturk.de</a>
Gazete Hamburg	<a href="http://gazetehamburg.us">gazetehamburg.us</a>	Hamburg	Zafer Özpolat	+49 (0) 173 – 40 95 369	<a href="mailto:Zaferozpolat@gmx.de">Zaferozpolat@gmx.de</a>
Ha-Ber.com	<a href="http://haber.com">haber.com</a>	Berlin	M. Sefa Doğanay	+49 (0) 172 – 30 03 327	<a href="mailto:sefa.doganay@gmail.com">sefa.doganay@gmail.com</a>
Magazin Avrupa	<a href="http://magazinavrupa.com">magazinavrupa.com</a>	Duisburg	Mesut Zeyrek	---	<a href="mailto:mzeyrek@magazinavrupa.com">mzeyrek@magazinavrupa.com</a>
Migazin	<a href="http://migazin.de">migazin.de</a>	Köln	Ekrem Şenol	+49 (0) 221 – 16 83 31 25	<a href="mailto:esenol@migazin.de">esenol@migazin.de</a>
Türk Dünya	<a href="http://turkdunya.de">turkdunya.de</a>	Hamburg	Bekir Eyiengin	---	<a href="mailto:info@turkdunya.de">info@turkdunya.de</a>
Türk Press	<a href="http://turkpress.de">turkpress.de</a>	Stuttgart	Işın Siegel	+49 (0) 172 –89 41 881	<a href="mailto:info@turkpress.de">info@turkpress.de</a>
Vaybee	<a href="http://vaybee.com">vaybee.com</a>	Köln	Hasim Kulmac	---	<a href="mailto:info@vaybee.com">info@vaybee.com</a>

## WEITERE MEDIEN

Medium	Art des Mediums	Zentrale in	Vertreter/in	Email
Anadolu Ajansı (A.A)	Nachrichtenagentur	Berlin	Cüneyt Karadağ	ckaradag@gmail.com
Cihan Haber Ajansı (CHA)	Nachrichtenagentur	Offenbach	---	haber@eurozaman.de
Ihlas Haber Ajansı (IHA)	Nachrichtenagentur	Mörfelden	Mustafa Özbek	mozbek@iha.eu
CNN Türk	Nachrichtensendertur	Istanbul	Erhan Merttürk (Berlin)	merttuerk@yahoo.de
NTV Avrupa	Nachrichtensendertur	Istanbul	Fulya Cansen (Köln)	fulya.cansen@yahoo.de
Funkhaus Europa	Radiosender	Köln	Serpil Eryilmaz	serpil.eryilmaz@wdr.de
Ari Dergisi	Regionale Zeitschrift	München	Esin Tekirge	info@ari-magazin.de
Sultans Magazin	Regionale Zeitschrift	München	Rahmi Turan	info@sultansmagazin.de
Avrupa Olay	Regionalzeitung	Hanau a.M.	Esra Balta	info@b-mp.de
Türk Haber	Regionalzeitung	Plettenberg	Tevfik Kara	turkhaber@t-online.de
Deutsche Welle Türkische Redaktion	Rundfunk	Bonn	Baha Güngör	turkish@dw-world.de
Milli Gazete	Tageszeitung	Frankfurt	Mehmet Şen	milligazete@t-online.de
Yol TV	TV-Sender	Köln	Ismail Köylüoğlu	info@yoltv.eu
32. gün	Zeitschrift	Köln	Yusuf Duran	info@32gun.de
Avrupa Sağlık	Zeitschrift	Langen	Şevki Demircan	info@avrupasaglik.com
Dönerci	Zeitschrift	Langen	Osman Söyler	info@donerci.eu
Eurotürk	Zeitschrift	Köln	Derya Altay	info@eurotuerk.de
Türk Ekonomi Dergisi	Zeitschrift	Berlin	---	info@tdu-berlin.de
YeniHayat (NeuesLeben)	Zweiwöchige Zeitung	Köln	Yücel Özdemir	avrupa@evrensel.de

## IMPRESSUM | JOURNAL BIZ - BILDUNG IST ZUKUNFT



**netzwerk biz – Bildung ist Zukunft**

Altendorfer Str. 3 | 45127 Essen

Tel: +49-201-3198-106 | Fax: +49-201-3198-333

biz@netzwerk-biz.de | www.netzwerk-biz.de

**Redaktion:** Cem Sentürk (Zentrum für Türkeistudien und Integrationsforschung),

**Bildnachweise:** Seite 3 – Cem Sentürk, Grafiken: upmedia, die restlichen Bilder sind urheberrechtlich geschützt (fotolia.de)

Journal biz wird im Rahmen des Projektes „netzwerk biz–Bildung ist Zukunft“ vom Zentrum für Türkeistudien und Integrationsforschung herausgegeben.

**Design/Layout:** ©upmedia – ideen gestalten, www.u-p-media.de, (Der Umwelt zuliebe wurde diese Boshüre CO<sup>2</sup> – neutral gedruckt.)

Das netzwerk biz – Bildung ist Zukunft wird im Rahmen des Programms „Perspektive Berufsabschluss“ gefördert.

Das Programm „Perspektive Berufsabschluss“ wird aus Mitteln des Bundesministeriums für Bildung und Forschung und aus dem Europäischen Sozialfonds der Europäischen Union gefördert. Durchgeführt wird das Programm vom Projektträger im Deutschen Zentrum für Luft- und Raumfahrt.

gefördert vom

