

Projektmappe für das Marketing- projekt zum Lesepatenprojekt in der MI62

von Claudia Braune, Nadine Bulut, Anne Siwakowski,
Christopher Spiegelberg, Sarah Zimmermann

Inhalt

Einleitung	S. 3
Leseförderung in Berlin	S. 4
FaMIs als Lesepaten	S. 5
Mercator Grundschule	S. 6
Thermometersiedlung	S. 6
Film	S. 6
Interviewtätigkeiten	S. 7
Weitere vorhergehende Werbemittel	S. 8
Kommunikationspolitik	S. 9
Kontrahierungspolitik	S. 9
Distributionspolitik	S. 9
Produkts- und Sortimentspolitik	S. 9
Sponsoring	S. 10
Quellen	S. 11

Einleitung

130.000 Berliner sind Analphabeten, diese Zahl ist erschreckend und für viele Menschen unverständlich und nicht vorstellbar.

Sprache ist für die meisten Menschen der Schlüssel zur Bildung. Und wie weitreichend bekannt ist besteht eine Beziehung zwischen Bildung und Gewalt. Wer keine Sprache hat um sich auszudrücken, wird versuchen mit anderen Mittel sich Gehör zu verschaffen um Anerkennung in unserer heutigen Erfolgs- und Leistungsgesellschaft zu bekommen. Um dieser Entwicklung entgegen zu wirken, gibt es viele Menschen in Organisationen und Projekten, die sich für Bildung und Sprache engagieren. Ein erster Schritt der schon im frühesten Kindesalter getan werden kann ist die Unterstützung durch Leseförderung.

Leseförderung in Berlin

Die Unterstützung durch Leseförderung existiert natürlich nicht erst seit unserem eigenen Lesepatenprojekt der FaMI-Klassen des Oberstufenzentrums für Bürowirtschaft und Verwaltung in Berlin-Lichterfelde Süd. In Berlin bietet der Verein Lesewelt e.V. bietet seit 2000 mit der Unterstützung von ehrenamtlichen Vorlesern Veranstaltungen für Kinder und Jugendliche in Schulen, Kindergärten, Kirchengemeinden oder Bibliotheken an. Wer Mitglied werden oder mehr erfahren will, findet nähere Informationen unter <http://www.lesewelt.org>. Die Seite befindet sich allerdings zum Teil noch im Aufbau.

Seit Februar 2005 engagiert sich das ‚Bürgernetzwerk Bildung‘ des Vereins Berliner Kaufleute und Industrieller für die Förderung von Lesefähigkeit, insbesondere bei Grundschulern. Das Bürgernetzwerk betreut insgesamt mehr als 70 Grundschulen in sozialen Brennpunkten und hat bis heute über 950 Lesepaten vermitteln können. Darüber hinaus werden Weiterbildungen für Lesepaten angeboten und deren Einsätze koordiniert. Wer selbst Lesepate werden oder mehr über die Angebote des Bürgernetzwerkes erfahren möchte, kann sich auf der Webseite des Vereins <http://www.vbki.de> unter dem Punkt „06 Bürgernetzwerk“ weiter informieren.

Als Letztes sei in der Liste der wichtigsten Leseförderer noch der Berliner Leseratten e.V. erwähnt. Dieser hat sich zum Ziel gesetzt, Lehrkräfte bei der Verankerung von Büchern im schulischen Alltag zu unterstützen. Dazu werden nicht nur Lese- und Literaturgruppen angeboten, sondern auch Bücherlisten für bestimmte Altersgruppen zusammengestellt, Projektstage organisiert oder Kontakte zu Theatern, Autoren, Buchhandlungen oder ähnlichem vermittelt. Aktuelle Veranstaltungen oder Kontaktdaten lassen sich auf der Vereins-Homepage www.berliner-leseratten.de nachlesen.

FaMIs als Lesepaten

Man nehme lesebegeisterte Menschen, führe sie mit noch Leseschwachen zusammen und schon hat man ein Lesepatenprojekt!

Lesepaten jeden Alters erklären sich bereit, beispielweise mit Grundschulern oder Kindern mit Migrationshintergrund zu lesen. Dabei soll die Leseleistung gesteigert und vor Allem Freude am Lesen geweckt und entdeckt werden.

Unser Lesepatenprojekt hat seinen Ursprung am Oberstufenzentrum für Bürowirtschaft und Verwaltung in Berlin-Lichterfelde Süd. Hier werden Fachangestellte für Medien und Informationsdienste (FaMIs) ausgebildet. Im Rahmen des Unterrichtsfaches Medien und Informationsdienste besuchen die Schülerinnen und Schüler eine Grundschulklasse in der Mercatorschule. Jedes Kind hat seinen eigenen Lesepaten. Zusammen werden Geschichten gelesen, erzählt und zur Auflockerung auch mal gemalt oder gespielt.

Den Anfang fand das Projekt im Jahr 2004 mit einer FaMI-Klasse im Rahmen eines Marketing-Projekts. Es wurden erste Entwürfe entwickelt und sich über Möglichkeiten informiert, ein solches Projekt zu gestalten.

Unter der Leitung von Frau Kleinschmitt startete das Projekt im August 2005. Es wurde zunächst für einen Zeitraum von drei Jahren angesetzt. Die Lesepaten nahmen an einer Fortbildung bei LesArt teil und starteten im Jahr 2006 ein Schreibprojekt mit ihren Kindern. Im Rahmen des bundesweiten Förderprogramms „Demokratisch Handeln“ wurde das Lesepatenprojekt in Hamburg ausgezeichnet. Am 20. März 2007 wurde das Projekt von den FaMIs auf dem Bibliothekskongress in Leipzig präsentiert. Des Weiteren wurden zahlreiche Events organisiert, wie z.B. eine Rallye zum Tag des Buches, ein Lesetag in der Grundschule und ein schulinterner Lesewettbewerb, den eines der Lesepatenkinder gewann.

Ein Jahr später nahmen Lesepaten an einer durch die Bürgerstiftung Berlin finanziell unterstützten Fortbildung teil, die unter dem Thema „Spannend und gut vorlesen – wie geht das?“ in der Kinder- und Jugendbibliothek in Berlin-Spandau stattfand.

Mit einer Abschluss-Rallye mit Zungenbrechern, Wortgittern und Gedichten, sowie einem Abschiedsfest mit einer Rätselrallye unter dem Motto „Harry Potter“ am 10. Juli 2008 gingen die angesetzten drei Jahre des Lesepatenprojektes zu Ende.

Die große Begeisterung, die gute Zusammenarbeit und der Erfolg führten allerdings schon vorher zu dem Beschluss, das Lesepatenprojekt mit einer neuen Klasse an der Mercator-Grundschule weiterzuführen. Und wie laut ausgesprochen, so auch eingetroffen läuft das Projekt jetzt mit großem Erfolg im bereits vierten Jahr weiter.

Unser Anliegen ist es, das Lesepatenprojekt an die Öffentlichkeit zu tragen und viele andere Menschen zu begeistern, selbst als Lesepate tätig zu werden bzw. zu sagen: „Einen Lesepaten hätte ich auch gern!“

Mercator Grundschule

Die Mercator Grundschule im Mercatorweg 8–10 in Berlin-Lichterfelde Süd wurde im Jahr 1970 gebaut. In der sogenannten „Thermometersiedlung“ ist sie die einzige Möglichkeit für Kinder zwischen 5 und 12 Jahren in der direkten Nähe ihres Wohnortes zur Schule zu gehen. Der Lehrauftrag zur Ausbildung von Grundschulkindern wird hier sehr ernst genommen. An der Schule gibt es Schülerinnen und Schüler aus ca. 15 verschiedenen Nationen und ebenso werden behinderte und nichtbehinderte Kinder gemeinsam unterrichtet. Seit dem Jahre 1999 wurden auch jahrgangsgemischte Gruppen gebildet und somit lernen Kinder der 1., 2. und 3. Klasse zusammen. Ein Jahr später begann die Ausbildung von Schülerinnen und Schülern der 5. und 6. Klasse zu „Konfliktlotsen“. Die Schule schloss im Jahr 2006 sogar eine Kooperationsvereinbarung zur Gewalt- und Krisenintervention mit dem Jugendamt des Bezirkes, dem zuständigen Polizeiabschnitt und dem Schulpsychologischen Dienst. Nicht zu vergessen ist der Aufbau des Fördervereins „Freunde der Mercator-Grundschule e. V.“.

„Thermometersiedlung“

Ganz im Süden von Berlin-Steglitz existiert diese große Neubausiedlung. Der Name „Thermometersiedlung“ stammt von den Begründern der Temperaturmessung Celsius, Fahrenheit und Raumur, nach denen hier einige Straßen benannt wurden. Die Siedlung entstand zu Beginn der siebziger Jahre im Zuge Stadtrandbebauung um mehr Wohnraum zu schaffen. Die Wohnungen waren warm, trocken, gut geschnitten und trotzdem preiswert.

Doch Mitte der 90er Jahre im Laufe zogen viele Besserverdienende aufgrund der Erhöhung der Fehlbelegungsabgabe auf Sozialwohnungen weg, so dass die ca. 4500 lebenden Menschen meist Sozialhilfeempfänger sind und oder aus ausländischen Familien stammen (75% nichtdeutscher Herkunft). Somit steht die „Thermometersiedlung“ im Kontrast zu den luxuriösen gartenumsäumten Villensiedlungen in der Gegend. Laut des Steglitzer Baustadtrates Norbert Kopp ist die Integration schwierig und die Probleme sind nicht zu übersehen, denn durch die hohe Arbeitslosigkeit den hohen Ausländeranteil und zu wenigen Angeboten für junge Erwachsene ist.

Film

Der beigefügte Film wurde von uns (Claudia Braune, Nadine Bulut, Anne Siwakowski, Christopher Spiegelberg und Sarah Zimmermann) erstellt. Bearbeitet wurde das Videomaterial mit Pinnacle Studio 11. Die Tonaufnahmen wurden mit Hilfe eines Headsets und dem frei erhältlichen Audio-Bearbeitungsprogramm Audacity aufgenommen. Der Film wurde für die Präsentation im Internet erstellt, aber er kann auch auf das Fernsehen übertragen werden. Zum Brennen der CD wurde Pinnacle Studio 11 genutzt. Wir haben uns für das Format Mini-DVD entschieden, da dieses Format auf fast allen DVD-Playern und auf jedem Personal Computer mit CD-Rom-Laufwerk und DVD-Abspielsoftware anschaulich ist.

Er stellt einen weiteren Versuch dar, die Popularität des Lesepatensprojekts zu steigern.

Interviewtätigkeiten

Unsere Gruppe hat geplant, größtenteils Interviews in den Film über das Lesepatenprojekt einzubringen. Als Interviewpartner entschieden wir uns für eine Klassenlehrerin deren Kindern von MI-Klassen vorgelesen wird, Frau Klee, für eine Lesepatin aus der Klasse MI 63 und Kindern, denen es leicht fällt, vor der Kamera zu sprechen. Durch die verschiedenen Interviewpartner soll das Projekt aus möglichst vielen Perspektiven dargestellt werden.

Neben den inhaltlichen Aspekten ist es wichtig, auch auf eine günstige Kulisse und gute Lichtverhältnisse zu achten. Außerdem muss die Digitalkamera vor jedem Gespräch auf ausreichende Batterieverorgung und genug freien Speicher zum Aufzeichnen überprüft werden.

Mit dem Interview von Frau Klee möchten wir eine pädagogische Sicht des Projektes ermöglichen und den Nutzen für Kinder und Lehrerin sowie eventuelle Veränderungen beleuchten, z.B. hinsichtlich der Leseleistung der Klasse. Da Frau Klee für einen längeren Zeitraum erkrankt ist, schickten wir ihr folgende Fragen per Email:

1. Wie lange sind Sie schon Lehrerin und in welchen Klassenstufen unterrichten Sie?
2. Wie sind Sie zum Lesepatenprojekt gekommen?
3. Wie finden Sie es?
4. Gibt es evtl. positive Veränderungen in der Klasse, z.B. hinsichtlich der Leseleistung?
5. Was gefällt/gefiel Ihnen bis jetzt besonders gut?
6. Würden Sie das Projekt anderen Schulen/Klassen weiterempfehlen?

In den Interviews mit der Lesepatin und den Kindern sollen hauptsächlich ihre persönlichen Erfahrungen und ihre Einstellung zum Projekt dargestellt werden. Den entscheidenden Punkt bei der Auswahl der Interviewpartner spielte ihre Fähigkeit, vor der Kamera sprechen zu können. Folgende Fragen stellten wir den Lesepaten:

1. Wie gefällt dir das Projekt und warum?
2. Wie ist der Umgang mit den Kindern?
3. Wie ist das Verhältnis zu dem Kind/den Kindern, dem/denen du vorliest?
4. Würdest du das Projekt anderen potenziellen Lesepaten weiterempfehlen?

Folgende Fragen stellten wir den Kindern, denen vorgelesen wird:

1. Wie gefällt dir das Lesepatenprojekt?
2. Was macht dir am meisten Spaß?
3. Wie findest du deinen Lesepaten?
4. Liest du gerne?
5. Was liest du am liebsten?

Weitere vorhergehende Werbemittel

Informationsflyer für das Lesepatenprojekt

Der beigefügte Flyer wurde von zwei Schülerinnen der MI62 (Maria Karschunke und Anja Brauer) erstellt. Gestaltet wurde er mit Macromedia FreeHand MX. Zum Einsatz kam der Flyer dann auf der Leipziger Buchmesse.

Er stellte einen ersten Versuch dar, die Popularität des Lesepatenprojekts zu steigern.

Seitens der Messebesucher bestand zwar Interesse an dem Projekt, Rückmeldungen, Sponsoren oder Bücherspenden blieben jedoch weitestgehend aus.

Lesepatenprojekt

Leseprojekt-Bücherwurm

Wir befinden uns in einer Ausbildung zum Fachangestellten für Medien- und Informationsdienste - Fachrichtung Bibliothek am Oberstufenzentrum Bürowirtschaft und Verwaltung in Berlin-Lichterfelde, an dem vor geraumer Zeit ein Lesepatenprojekt ins Leben gerufen wurde.

Unser Motto : „Leselust der Schüler fördern und Interesse an Büchern wecken“ !!!

Wir möchten Sie und viele andere dafür gewinnen!

Unterstützen Sie uns durch:

- ❖ Bücherspenden (7.-12. Lebensjahr)
- ❖ Sponsoring
- ❖ Fortbildungskurse
- ❖ Informationsmaterialien, Adressen
- ❖ Gratisanzeigen

Interesse geweckt?

lesepatenMI62@web.de



Lesepatenblog

Der Lesepaten-Blog ist ein Weblog, der von der Klasse MI 63 im Rahmen des Projektes „Herstellen und Gestalten“ entstanden ist. Das Lesepatenprojekt wird hier vorgestellt, es gibt Anregungen, Tipps und Links. Des Weiteren findet man Aktuelles zum Projekt, einen Bericht von einem Kind, dem vorgelesen wird, eine Literaturliste für Ratgeber, Spiele und Rätsel u.a. Einige Seiten sehen einladend für Ergänzungen aus, die den Eindruck vermitteln, dass es sich hierbei um einen Blog handelt, an dem sich alle Lesepaten dieser Gruppe beteiligen sollen.

Kommunikationspolitik

Unter der Kommunikationspolitik versteht man die Verkaufsförderung, Werbung und Öffentlichkeitsarbeit. In unserem Marketingprojekt wird das Produkt „Lesepatenprojekt“ in Form eines kurzen Filmes, welcher als Bericht gedacht ist, beworben. Daher kann man diese Art der Werbung als Öffentlichkeitsarbeit kategorisieren und der Kommunikationspolitik zuordnen.

Das Ziel des erstellten Berichtes ist, Sponsoren und zukünftige Lesepaten zur Unterstützung des Projektes zu gewinnen. Unsere Zielgruppe sind dabei Pädagogen, zukünftige Lesepaten jeden Alters, Sponsoren, Interessierte und Eltern.

Kontrahierungspolitik

Die Kontrahierungspolitik bezieht sich auf Preis- und Konditionenpolitik, wie beispielsweise Rabatte, Liefer- und Zahlungsbedingungen.

Da das Lesepatenprojekt genauso wie unser Film keine kommerziellen Hintergründe verfolgt, lässt sich die Kontrahierungspolitik auf beides nicht anwenden. Preise, Rabatte, Lieferbedingungen u. ä. spielen keine Rolle.

Der Film dient lediglich der Steigerung des Bekanntheitsgrades des Lesepatenprojektes, das Projekt selbst dient der Förderung von Kindern. Eine „käufliche Ware“ in diesem Zusammenhang gibt es nicht.

Distributionspolitik

Die Distributionspolitik befasst sich mit der Organisationsform, mit der ein Produkt abgesetzt wird, z.B. über den Einzelhandel oder Handelsvertreter.

Wieder ist sie nicht auf das Lesepatenprojekt an sich, jedoch auf das Werbemittel Film anwendbar. Um den Film den verschiedenen Zielgruppen zugänglich zu machen, planen wir seine Veröffentlichung im Internet in Portalen für (Grundschul-)Lehrer und für Auszubildende zum Beruf des FaMIs.

Außerdem wird der von uns produzierte Werbefilm von einer anderen Projektgruppe einer MI-Klasse auf der diesjährigen Leipziger Buchmesse im Rahmen einer Präsentation des Lesepatenprojektes vorgestellt und somit u.a. interessierten (Kinderbuch-)Verlagen nahe gebracht werden.

Produkt- und Sortimentspolitik

Die Produkt- und Sortimentspolitik bezieht sich auf den Umfang des Sortiments, die Gestaltung des einzelnen Produktes und Zusatzleistungen wie Service, Garantie u.a. Aus diesem Grund ist sie auf das „Produkt“ Lesepatenprojekt nicht anwendbar, da es sich hierbei nicht um ein zu verkaufendes Produkt, sondern um eine ehrenamtliche Dienstleistung handelt.

Jedoch kann sie auf das Werbemittel Film angewendet werden, indem man den Werbefilm an die unterschiedlichen Zielgruppen anpasst, um eine größtmögliche Wirkung zu erzielen. In diesem Falle wäre das der Gewinn von interessierten Eltern und Lehrern, von potenziellen Lesepaten und von Sponsoren bzw. Zuwendungen in Form von Geld- oder Bücherspenden. Dies soll v.a. durch eine positive Hervorhebung des sozialen, „wohltätigen“ und bildungstechnisch relevanten Aspektes des Projektes erreicht werden.

Sponsoring

Unter Sponsoring versteht man die Förderung von Einzelpersonen, einer Gruppe von Menschen, Organisationen oder Veranstaltungen durch eine Einzelperson, eine Organisation oder ein Unternehmen in Form von Geld-, Sach- oder Dienstleistungen. Hierbei erwartet der Sponsor eine Gegenleistung, die seinen eigenen Marketingzielen entspricht. Sponsoring wird somit zum Zweck des Marketings und der Kommunikationspolitik betrieben. Neben der Förderung des Empfängers steht v.a. die Absicht im Vordergrund, auf das eigene Unternehmen aufmerksam zu machen. Es ist deshalb Teil der Öffentlichkeitsarbeit und Werbung.

Folgende Vorteile ergeben sich u.a. für die Sponsoren: Sie werden befähigt, den Kontakt zu einer Zielgruppe auch in nicht kommerziellen Situationen zu pflegen sowie Zielgruppen anzusprechen, die nicht über die klassische Werbung erreicht werden. Des Weiteren besteht die Möglichkeit, das Image des Gesponserten auf den Sponsor zu übertragen, wobei idealerweise positive Assoziationen gegenüber dem Sponsor hervorgerufen werden. Außerdem kann durch Sponsoring der Bekanntheitsgrad und die Aktualität des Sponsors gesteigert werden.

In unserem Falle handelt es sich um das Kunst- und Kultursponsoring, das in unserer Gesellschaft immer mehr an Bedeutung gewinnt.

Es gibt bereits einen Sponsor für das Lesepatenprojekt des Oberstufenzentrums Bürowirtschaft und Verwaltung: die Bürgerstiftung Berlin. Sie ist eine von Parteien und Verbänden unabhängige Stiftung mit 300 ehrenamtlichen Mitgliedern. Die Bürgerstiftung Berlin setzt sich vorrangig für Kinder und Jugendliche aus zahlreichen Nationen ein, arbeitet mit Menschen vieler Kulturen, Sprach- und Lebenskreise und kooperiert mit Schulen und Ehrenamtlichen. Darüber hinaus sucht sie neue Wege des Miteinander-Arbeitens, -Lernens und -Lebens, um das Potenzial dieser Stadt besser zu nutzen und aktiv das Zusammenleben mitzugestalten. Sie unterstützt das Lesepatenprojekt mit Geldzuwendungen, die u.a. für Fortbildungen verwendet werden könnten. Weitere Informationen zur Bürgerstiftung findet man unter www.buergerstiftung-berlin.de.

Ziel unseres Filmes über das Lesepatenprojekt ist u.a., weitere Sponsoren für das Projekt zu gewinnen, die es mit Zuwendungen in Form von Geld- oder Sachleistungen unterstützen könnten. Hierbei denken wir vorrangig an (Kinderbuch-)Verlage, die die Kinder regelmäßig mit neuem "Lesestoff" versorgen könnten.

Quellen

1. BerlinOnline Stadtportal: BerlinOnline (Stand: wird täglich aktualisiert)
Online im Internet: URL: <http://www.berlinonline.de/berliner-zeitung/archiv/.bin/dump.fcgi/1999/0724/none/0041/index.html>
(Abrufdatum: 12.02.2009)
2. Berliner Leseratten e.V.: Berliner Leseratten (Stand: 2009)
Online im Internet. URL: <http://www.berliner-leseratten.de>
(Abrufdatum: 13.02.2009)
3. Blangy, Gérard: Europschool (Stand: wird fortlaufend aktualisiert)
Online im Internet: http://www.europschool.net/test_allemand/pdf/tic/urheberrecht.pdf
(Abrufdatum: 12.02.2009)
4. Bürgerstiftung Berlin: Bürgerstiftung Berlin (Stand: wird fortlaufend aktualisiert)
Online im Internet: URL: <http://www.buergerstiftung-berlin.de>
(Abrufdatum: 12.02.2009)
5. Bundesministerium der Justiz: juris (Stand: wird fortlaufend aktualisiert)
Online im Internet: URL: <http://bundesrecht.juris.de/>
(Abrufdatum: 12.02.2009)
6. Deutsches Institut für Internationale Pädagogische Forschung: Lesen in Deutschland : Projekte und Initiativen zur Leseförderung (Stand: wird täglich aktualisiert)
Online im Internet: URL: <http://www.lesen-in-deutschland.de>
(Abrufdatum: 17.02.2009)
7. Dittberner, Karl-Heinz: khd-research (Stand: 12.02.2009)
Online im Internet: URL: <http://www.khd-research.net/ThS/Thermometer-Siedlung.html>
(Abrufdatum: 13.02.2009)
8. Hermanns, Arnold: Kultursponsoring [PPP] (Stand: 22.04.2005)
Online im Internet: URL: <http://www.unibw.de/wow4/marketing/science-de/marketing/science-de/downloadvortraege/kultursponsoring>
(Abrufdatum: 13.02.2009)
9. Lesewelt e.V.: Lesewelt e..V. (Stand: Juli 2008)
Online im Internet: <http://www.lesewelt.org>
(Abrufdatum: 13.02.2009)
10. Mercator: Grundschule: Mercator-Grundschule (Stand: 05.01.2009)
Online im Internet: URL: <http://mercator-gs.de/>
(Abrufdatum: 13.02.2009)
11. Sophie Bachmann, Sophie ; Heise, Vanessa ; Köllner, Michael: Der Lesepaten-Blog (Stand: 22.01.2009)
Online im Internet: URL: <http://derlesepatenblog.wordpress.com/>
(Abrufdatum: 13.02.2009)
12. Tomorrow Focus Portal: Focus Online (Stand: wird täglich aktualisiert)
Online im Internet: URL: http://www.focus.de/politik/deutschland/bildungssenator-zoellner-1300-000-berliner-sind-analphabeten_aid_335995.html

(Abrufdatum: 13.02.2009)

13. Universität Bielefeld: Universität Bielefeld (Stand: 09.10.2008)

Online im Internet: URL: [http://www.uni-](http://www.uni-bielefeld.de/Universitaet/Serviceangebot/Dokumente/sponsoring.html)

[bielefeld.de/Universitaet/Serviceangebot/Dokumente/sponsoring.html](http://www.uni-bielefeld.de/Universitaet/Serviceangebot/Dokumente/sponsoring.html)

(Abrufdatum: 13.02.2009)

14. Verein Berliner Kaufleute und Industrieller e.V.: VBKI (Stand: keine Angabe)

Online im Internet: <http://www.vbki.de/>

(Abrufdatum: 13.02.2009)

15. Verlag Der Tagesspiegel: Tagesspiegel Online (Stand: wird täglich aktualisiert)

Online im Internet: URL: <http://www.tagesspiegel.de/berlin/art270,1959041>

(Abrufdatum: 17.02.2006)

Anlage: 1 CD