

message

14,00 € – www.message-online.com



Dialog der Kulturen unter Stress

Was Journalisten zur Beruhigung beitragen können

Russland: Korrespondenten reiten die Anti-Putin-Welle S. 26
Piratenpartei: Amateure des Dialogs mit der Presse S. 56

Skandale oder Fakten – wie erreichen Journalisten heute ihr Publikum?

Podiumsdiskussion mit:

Bernhard Pörksen, *Medienwissenschaftler*

Ole Reißmann, *Spiegel Online*

Angela Böhm, *Münchner Abendzeitung*

Monika Hohlmeier, *CSU-Europapolitikerin*

Jens-Peter Marquardt, *NDR Info*

Moderation: Andrea Kister, *B5 aktuell und Nachrichten*

Donnerstag, 25. Oktober 2012, Beginn 14.00 Uhr

Medientage München, Panel 3.3

Eintritt frei

Am 3. November 2012, 22.30 Uhr, im Rahmen der „Denkzeit“ in BR-alpha

Am 4. November 2012, von 11.05 Uhr bis 12.00 Uhr, in „Sonntags um 11“ auf B5 aktuell

Liebe Leserinnen, liebe Leser,



Michael Haller

anstelle der brennenden Ausgabe des Nachrichtenmagazins *Newsweek* könnten viele westliche Medien in die Fotomontage auf unserem Titelblatt eingefügt werden. Pars pro toto steht der amerikanische Titel für die gefährliche Ambivalenz von notwendiger Information und vermeintlicher Invektive. Wir meinen, in der emotional aufgeheizten Atmosphäre um das Mohammed-Video und die Islam-Cartoons fehlt es auch auf journalistischer Seite oft an verantwortungsvoller Orientierung. Darüber ließe sich trefflich lamentieren. Doch will *Message* einen Schritt weitergehen und wissen, wie Journalisten zum Dialog zwischen den Kulturen beitragen können.



Volker Lilienthal

Mit welchen journalistischen Standards Al Jazeera versucht, sensibel und gradlinig Kulturbrücken zu bauen, dazu haben wir den Nachrichtenchef des Senders, Ibrahim Helal, interviewt (Seite 12-18). Seine jahrzehntelange Erfahrung als Auslandskorrespondent resümiert Willi Germund ab Seite 19. Sein Fazit: Die Rolle als »Dolmetscher zwischen den Kulturen« kann nur ausfüllen, wer Fachwissen über sein Berichtsgebiet und Einfühlungsvermögen verbindet. In diesem Zusammenhang lohnt auch der Blick nach Lateinamerika. Nicht ohne Widerstände entwickelt sich dort der transnationale Fernsehkanal Telesur, konzipiert als Gegenpol zu CNN. Das Senderporträt von Leticia Hillenbrand lesen Sie ab Seite 30.



Lutz Mücke

Darüber hinaus bietet Ihnen auch die aktuelle *Message*-Ausgabe wieder viel Hintergründiges zu Recherchefragen: So hat Mária Huber Missionseifer, Faulheit und Naivität beobachtet, sobald manche westliche Journalisten über USAID, Putin und Pussy Riot berichten (Seite 26-29). Kate Willson beschreibt, wie sie ihre monatelange, grenzüberschreitende Recherche über den illegalen Handel mit menschlichem Gewebe zum Erfolg führte (Seite 82-85). Und Manfred Redelfs erklärt, warum beharrliche Recherchen zu Olympia die immer noch großen Schwächen des deutschen Informationsfreiheitsgesetzes offenlegten (Seite 102-103).

Dass Sie das aktuelle Heft mit Gewinn lesen und dass Sie die Lektüre darin bestärkt, sich für Qualität im Journalismus starkzumachen, das wünschen sich

L. Haller

L. Mücke

Volker Lilienthal



Al Jazeera: Nachrichtenchef Ibrahim Helal erklärt im *Message*-Interview, welche Rolle der arabische Sender in der aufgeheizten Stimmung zwischen Orient und Okzident spielt und wie Journalisten zum interkulturellen Dialog beitragen können.

34 »Jede Recherche mit Zweifeln«: Die investigative Journalistin Ana Lilia Pérez spricht im *Message*-Interview über Ideale, Abkommen zwischen der mexikanischen Regierung und den Medien sowie darüber, was es bedeutet, in ihrer Heimat Journalistin zu sein.



46 Im Reich der Oligarchen: Wegen des Filzes aus Politik, Oligarchen und Medien lässt sich die Berichterstattung in Serbien kaum mehr als objektiv bezeichnen. Der WAZ-Konzern wollte mitmischen und scheiterte.

74 Der Ausverkauf des Jahrhunderts: In einem 400 Seiten starken Buch hat Dirk Laabs die Geschichte der Treuhand aufgeschrieben. Darin schildert er, wie stark Korruption die Wendezeit prägte. In *Message* rekonstruiert er seine jahrelangen Recherchen.



8 Auftakt
Mohammed-Video und wütende Muslime: *Message* fragte ausländische Journalisten, wie sie mit kulturellen Unterschieden umgehen

**TITELTHEMA:
ZWISCHEN DEN KULTUREN**

- 10 Übersicht**
- 12 Stimme der Vernunft**
Der Nachrichtenchef von Al Jazeera, Ibrahim Helal, erklärt, bei welchen Themen Rücksicht auf die Zuschauer geboten ist und bei welchen nicht
von Lutz Mücke und Malte Werner
- 14 ■ Auf Expansionskurs**
Mit Al Jazeera Balkans ging im vergangenen Jahr der erste lokalsprachige Nachrichtensender Südosteuropas an den Start
von Hubert Beyerle
- 19 In der Fremde**
Auslandskorrespondenten brauchen ein Auge für exzellente Geschichten und ein Gespür für fremde Kulturen
von Willi Germund
- 22 Propaganda am Hindukusch**
Afghanische Journalisten können nicht unabhängig arbeiten. Ausländische Geldgeber machen ihren Einfluss geltend
von Merjam Wakili und Kefa Hamidi

RUSSLAND

- 26 »Bequem auf der Welle reiten«**
Die Politikwissenschaftlerin Mária Huber kritisiert im Interview den Putin-kritischen Missionseifer vieler Journalisten
von Lutz Mücke

LATEINAMERIKA

- 30 Sender für ganz Lateinamerika**
Telesur wurde als Gegenpol zu CNN gegründet und wird seitdem misstrauisch beobachtet. Ein Senderporträt
von Leticia Hillenbrand
- 34 Mexiko: »Jede Recherche mit Zweifeln«**
Die investigative Journalistin Ana Lilia Pérez spricht im *Message*-Interview über die Ursachen der Kriminalität in ihrem Heimatland
von Laura Schneider und Eva Boller

EXILMEDIEN

- 40 Kritische Stimmen aus der Diaspora**
Exilmedien erreichen ihr Publikum via Internet und Satellit. Doch die Grenzen zwischen Journalismus und Aktivismus sind oft fließend
von Gemma Pörzgen

ZEITUNGSKRISE USA

- 44 **Neue Strategie**
Amerikanische Verlage verabschieden sich in der Krise vom Rhythmus täglichen Erscheinens
von Rem Rieder

SÜDOSTEUROPA

- 46 **Im Reich der Oligarchen**
Wie die Ambitionen des WAZ-Konzerns im serbischen Sumpf aus Korruption scheiterten
von Hubert Beyerle
- 49 **■ Pioniere in Osteuropa**
In Osteuropa entstanden zuletzt zahlreiche durch Spenden finanzierte Zentren für investigativen Journalismus
von Guia Baggi
- 50 **Alte Geschäftsmodelle**
Besonders im Wahlkampf bieten bulgarische Zeitungen ihren Lesern häufig fast nur Polit-PR statt Journalismus
von Vesselin Dimitrov

PIRATENPARTEI

- 56 **Distanzlos?**
Politikjournalisten müssen sich bei Recherchen über die Piratenpartei auf ungewohnte Umgangsformen einstellen. Die Kommunikation über Twitter und Co. gefällt nicht jedem
von Matthias Winkelmann
- 60 **»Unerfahrene Amateure«**
Der Chefkorrespondent der *Leipziger Volkszeitung*, Dieter Wonka, erklärt im Interview, warum er die Kommunikation mit den Piraten für ermüdend hält
von Lutz Mücke

RECHERCHE

- 74 **Der Ausverkauf des Jahrhunderts**
Die Treuhand sollte nach der Wende die Reste der DDR-Wirtschaft gewinnbringend veräußern. Dirk Laabs deckte in jahrelangen Recherchen auf, dass stattdessen die Korruption blühte
von Dirk Laabs
- 80 **Allah und ich**
In einer Arabisch-Sprachschule in Ägypten ließen sich westliche Islam-Konvertiten radikalisieren. Unser Autor recherchierte dort undercover
von Fritz Schaap
- 82 **Das Gewerbe mit dem Gewebe**
Monatelange grenzüberschreitende Recherchen führten zur Aufdeckung eines teilweise kriminellen Handels mit menschlichem Gewebe
von Kate Willson

FORSCHUNG

- 86 **»Arabellion« im Abendland**
Eine Studie zeigt, wie sich die Islamberichterstattung im Arabischen Frühling versachlichte
von Janis Brinkmann
- 90 **Der Psycho von Seite 1**
Vorurteile gegenüber psychisch Kranken werden medial noch verstärkt. Das entdeckte eine Studie
von Saskia Aleythe und Anna Maria Priebe

NORMEN

- 92 **Mangelnde Distanz**
Journalisten des Springer-Verlags machen in ihren Artikeln unverblümt Werbung. Einsicht: Mangelware
von Marvin Oppong
- 96 **Deutscher Presserat**
Wie viele Details über Selbsttötungen sollten in der Presse stehen? Der Presserat über den »Werther-Effekt«
von Horst Schilling
- 100 **Schweizer Presserat**
War die Enthüllung privater Devisengeschäfte des Schweizer Notenbankchefs ethisch in Ordnung?
von Max Trossmann

RUBRIKEN

- 6 **Feedback**
- 54 **Wolf sieht fern**
Schauen und Staunen und die Kunst des Denkens
von Fritz Wolf
- 73 **Vorbilder**
Volker Lilienthal erinnert an seinen ersten Lokalchef
- 102 **Aus dem Netzwerk Recherche**
Beharrliche Recherchen zu Olympia decken die großen Schwächen des Informationsfreiheitsgesetzes auf
von Manfred Redelfs
- 104 **Die Top-Ten des Buchjournalismus**
- 106 **Buchbesprechungen**
- 108 **Highlight**
100 Jahre Columbia Journalism School: Wie Joseph Pulitzer die universitäre Journalistenausbildung erfand
von Thomas Schuler
- 110 **Holger's Cartoon Corner**
Impressum

MESSAGE – PODIUM

**Weiche Währung, Werteschwund
Mitten in der Finanzkrise: die Formschwäche
des Wirtschaftsjournalismus S. 63-71**

Titelbild-Quellen: FreedomHouse/flickr.de, Newsweek (24.09.2012)



AUSGABE 3/2012

message 3/2012
»Die letzten 60 Jahre ohne Bild«

Auf den Leim gegangen

Sicher, ohne *Bild* wäre die Republik wohl eine etwas andere. Vielleicht hätte die *Süddeutsche* eine etwas höhere Auflage. Vielleicht hätte auch das *Hamburger Fremdenblatt* 1954 eine Chance gehabt, wenn *Bild* nicht schon auf dem Markt gewesen wäre. Aber dass das Fernsehen nicht auf Massengeschmack ausgehen würde, wenn es die Schwarz-Weiß-Malerei des gedruckten Bilder-Mediums nicht gäbe, ist Illusion. Seit dem Kalten Krieg »wurden die Feinde nach Bedarf ausgewechselt: Studenten, Kommunisten, Moslems, Griechen, Schweizer, egal. Das Prinzip Feindschaft jedoch ist unersetzlich, es ist so binär wie das Weltbild der Bush-Ära«. So kritisieren Arlt/Storz *Bild* zu Recht.

Dann gehen sie dem binären Prinzip aber selbst auf den Leim. Denn dass das Massenblatt sich als Stimme des Volks inszeniert, um Auflage und gute Geschäfte zu machen, hat für die Öffentlichkeit auch produktive Effekte, weil nicht alle Informationen, die beim großen Publikum ankommen, falsch oder irrelevant sein müssen. Es waren zuerst die Schlagzeilen von *Bild*, die uns nach Tschernobyl davor gewarnt haben, Kinder in die Sandkiste zu lassen oder Milch zu trinken. Der öffentlich-rechtliche Wetterbericht hat uns da im entscheidenden Moment die Windrichtung vorenthalten und die seriöse Presse hat die Beruhigungsspillen der Bonner Politiker verteilt.

Zu einem freiheitlichen, die Möglichkeit optimaler Transparenz garantierenden Mediensystem gehören auch konsequent kommerzielle Blätter und Programme. Wie gut wir es damit in Deutschland haben, zeigt Österreich. Im Vergleich zur *Krone* mit ihren ethnozentrischen Exzessen und ihrer absoluten Humorlosigkeit ist *Bild* ein Ausbund an Überraschung, Differenziertheit und Witz. In Erinnerung geblieben ist z. B. ein Titelblatt, auf dem man Joschka Fischer, Merkel und Westerwelle im Rasta-Look bewundern konnte, als über eine Jamaika-Koalition spekuliert wurde. In der etwas anderen Republik gäbe es vermutlich noch mehr früde politische Korrektheit.

Dass *Bild* uns geholfen hat, unsere bildungsbürgerliche Tradition zu relativieren, ist ein Effekt des Blatts, den der binäre Code des Artikels zum 60. nicht zulässt.

Horst Pöttker ist Professor für Theorie und Praxis des Journalismus an der TU Dortmund.

message 3/2012
Finanzierung: »Das Mäzenaten-Modell«

Ausnahmeerscheinung

Basel ist eine unvergleichliche Stadt. Unvergleichlich sind auch Geschichte und Modell der stiftungsfinanzierten Lokalzeitung *TagesWoche*. Philipp Cueni schildert die bisherige Erfolgsgeschichte der Schweizer Wochenzeitung, die seit dem 28. Oktober 2011 immer freitags erscheint und täglich online berichtet.

Jedes private Finanzierungsmodell – auch das der *TagesWoche* – pocht auf die Unabhängigkeit der Redaktion, oder, wie es Hans Kleinstaub formuliert: »Der Leser soll wissen, wer der Geldgeber ist.« Gerade das Spiel mit der Eigentümer-Intransparenz hatte 2010 die Leserschaft der angestammten, seit 1977 erscheinenden *Basler Zeitung* (Auflage derzeit 77.000) beunruhigt und wohl Anlass für die *TagesWoche*-Gründung gegeben.

Die Konstruktion der *TagesWoche* hat einige Besonderheiten, die mitgedacht werden müssen, wenn es um die Frage geht, ob dies tatsächlich ein vorbildhaftes journalistisches Mäzenaten-Modell sein kann. Die *Neue Zürcher Zeitung* nannte die Roche-Erbin Beatrice Oeri »Basels alternative Milliardärin« (*NZZ*, 24.04.2011). In Intensität und Entschiedenheit ihrer Engagements ist Oeri, die »Mäzenin mit integrierter Absicht« (*TagesWoche*), sicher eine Ausnahmeerscheinung. Die doppelte Stiftungsstruktur, die sie geschaffen hat, um die *TagesWoche* zu ermöglichen, lässt die finanzielle Dimension offen. Insider sprechen von nicht unerheblichen fünf Millionen CHF pro Jahr.

Basel ist in der Schweiz mit über 900 Stiftungen und einem Vermögen von rund 15 Mrd. CHF die Hauptstadt der Stifter – auch dies ein Bedingungsfaktor für mäzenatisches Wirken, der anderswo so kaum anzutreffen ist.

Inwieweit es dem *TagesWoche*-Projekt gelingt, den ansonsten marktlich getriebenen Lokaljournalismus durch aufregend-anspruchsvolle Konkurrenz zu beleben und positiv zu verändern, wird die Zukunft zeigen.

Frauke Hamann ist Bereichsleiterin Kommunikation und Programmleiterin Journalistische Projekte bei der ZEIT-Stiftung Ebelin und Gerd Bucerius in Hamburg; sie schreibt für verschiedene Medien, darunter auch die NZZ.

message 3/2012

Hell's Angels: »Missbrauchte Rechercheure«

Das letzte Aufgebot

Auf fünf Seiten rechnet Kuno Kruse mit den lieben Kollegen ab: Die meisten Journalisten würden »die Tendenz der Strafverfolgungsbehörden unreflektiert übernehmen, die Verdächtigen kriminalisieren und zu Schuldigen machen«, um »Großrazzien und Verhaftungen zu rechtfertigen«. Die Medien als willige Handlanger der Bullen?

Ich habe mich im vergangenen Jahr in jenen abgeschotteten Zirkeln bewegt, zwischen Ex-Knackis und jovialen Bordellbetreibern. Die muskulösen Herren beherrschen fürwahr die Drohgebärde, ihr Schweigen ist Programm, ihre Gefolgschaft bedingungslos. Interviews werden beaufsichtigt.

Man kann bezweifeln, ob jeder Anti-Rocker-Einsatz mit GSG9 und Sondereinsatzkommandos, mit Maschinengewehr und Motorsäge angemessen sind. Andererseits: 2010 wurde ein SEK-Beamter im Westerwald von einem Angel erschossen – durch die geschlossene Haustür. Der BGH sprach den Schützen letztes Jahr frei: »Putativnotwehr«.

Das Verhältnis von Ordnungshütern und Hell's Angels ist komplizierter: In mancher Stadt sympathisierte die Polizei lange mit der Rocker-Ordnungsmacht. Die hielt das Rotlichtviertel ruhig. Recherchierende JournalistInnen haben diese Zusammenhänge offengelegt. Beispiel: Hannover.

Ich saß in Gerichtssälen, wo die Gang-Brutalität verhandelt wurde. Mühsame Prozesse, weil Täter wie Zeugen meist schweigen – wegen der Rockerehre oder aus Angst. Ich traf kundige Kripo-Beamte, die wissen, was sie tun, die Geschäftsinteressen hinter den Testosteron-Ritualen und Territorialkämpfen sehen. Und Gang-Schlachten wie in Kanada oder Dänemark verhindern wollen, wo die Märkte für Drogen und Prostitution mit Panzerabwehrraketen ausgefochten wurden.

Die Outlaws pflegen das Klischee. Es ist eine Masche. Eine prima Projektionsfläche für Träume vom finalen Kampf der echten Kerle (Kruse: »das letzte Aufgebot der großen Rebellion gegen das Spießbürgertum«). Doch das sind nur hübsche Bilder. Der Rest ist Geschäft.

Tom Schimmeck ist freier Journalist und recherchierte für das Feature »Höllengel« bei den Hell's Angels.

message 3/2012

Finanzierung: »Konzertierte Aktion für Public Value«

Deutsches ProPublica

Es ist die Eine-Million-Euro-Frage: Wie finanziert man künftig Qualitätsjournalismus?

Volker Lilienthal bringt das Stiftungsmodell ins Spiel. Bereits »80 Stiftungen unterhalten kleinere oder größere Programme für Journalistenförderung«. Aber Lilienthal ist das nicht genug, er fordert »ein millionenschweres Generalprojekt für das mediale Gemeinwohl«. Ein Vorbild existiert bereits in den USA, das investigative Onlineportal ProPublica. Für seine Aufsehen erregenden Recherchen wurde ProPublica mehrfach mit dem Pulitzer-Preis ausgezeichnet.

Aber es gibt auch Kritiker. Auf der Jahrestagung 2009 von netzwerk recherche äußerten sich Teilnehmer des hochkarätig besetzten Panels »Angst um Jobs und Inhalte – die Medien in der Krise« (die Anzeigmärkte waren damals um 30 bis 50 Prozent eingebrochen) noch sehr skeptisch zu dem Vorschlag, Qualitätsjournalismus künftig über Stiftungsmodelle zu finanzieren. Dieses Modell würde ähnlich wie die Staatsförderung »die Medien an den Tropf führen«. Die Abhängigkeit von Stiftern und Mäzenen wurde geradezu verteufelt.

Heute, drei Jahre später, hat sich der Anzeigenmarkt nach wie vor keineswegs beruhigt. Die Frage nach Finanzierungsmodellen für Qualitätsjournalismus ist drängender als jemals zuvor. Und den Kritikern des Stiftungsmodells möchte man die Frage stellen: Was ist problematischer? Die Abhängigkeit von Anzeigenkunden oder die Abhängigkeit von Mäzenen?

Das netzwerk recherche hat sich entschieden, eine Stiftung gründen zu wollen, um so die Unabhängigkeit und Existenz des Vereins langfristig zu sichern. Aber das allein wird vermutlich nicht reichen. Volker Lilienthal hat ja recht, wir brauchen ein »millionenschweres Generalprojekt«. Oder konkret ausgedrückt: Wir brauchen ein deutsches ProPublica.

Oliver Schröm ist seit November 2011 erster Vorsitzender von netzwerk recherche. Beim Stern leitet er das Ressort Investigative Recherche, das er im Juni 2010 gründete. Er ist unter anderem Träger des Axel-Springer-Preises.

An dieser Stelle äußern sich Publizisten zu den Themen des vergangenen Heftes. Sie erreichen uns ...

*... per Post:
Redaktion Message
Universität Hamburg
Sedanstraße 19
20146 Hamburg*

*... per Fax:
040 42 838-9333*

*... oder per E-Mail:
redaktion@message-online.com*

Kulturelle Rücksichtnahme?



Viele pakistanische Medien haben sich in Bezug auf das Mohammed-Video schuldig gemacht: Anstatt aufzuklären und damit für Ruhe unter der Bevölkerung zu sorgen, haben sie selbst extremistisch berichtet. Sie spielen die religiöse Karte allerdings nicht aus Liebe zur Religion, sondern um die Auflage zu erhöhen, um

ihren Profit zu maximieren und die Konkurrenz zu überbieten. Dabei mag auch die eingeschränkte Bildung vieler Nachrichtenredakteure eine Rolle spielen, die diese Geschichte aufgrund ihrer dörflichen Sozialisation gar nicht anders wahrnehmen können. Hinzu kommt, dass etliche politische Führer das Thema hochgespielt haben, um etwas gegen ihre

sinkende Beliebtheit zu tun. An sich haben die Unruhen in Pakistan keinen religiösen Grund. Eine unfähige Regierung trägt eine Mitschuld.

Sie hat zu den Unruhen beigetragen, indem sie das Video zu einem Tabu erklärte und Google und Youtube davon abhielt, das Video in Pakistan zugänglich zu machen. Daher konnten sich auch gebildete Leute das Video nicht ansehen und entsprechend kommentieren. Meiner Meinung nach hätte das Video online bleiben müssen.

Viele pakistanische Medien sind sehr unverantwortlich mit diesem Thema umgegangen. Eine Stimmung des Zorns wurde insbesondere durch Nachrichtenmoderatoren und geladene Gesprächsgäste erzeugt. Hier hinein spielt auch eine ungute Nähe zwischen Regierung und Medien in Pakistan.

Rizwan Zamir ist Chefredakteur und Herausgeber des KAWAIF Magazins in Lahore/ Pakistan.



Die gewalttätigen Reaktionen auf das Mohammed-Video sind in den norwegischen Medien intensiv verfolgt und kommentiert worden. Die einhellige Meinung, die in den Artikeln und Kommentaren zum Ausdruck kam, war, dass die Meinungsfreiheit höher zu bewerten sei als das Recht, nicht beleidigt zu werden. Der Film mag vulgär

und kränkend sein, doch er ist rechtmäßig und muss deshalb in einer freien Gesellschaft toleriert werden. Führende Muslime in Norwegen sprachen sich in den Medien für einen offenen Dialog aus. Die Teilnahme von Oslos Bürgermeister Fabian

Stang an einer Demonstration gegen das Video wurde hingegen medial kritisiert. Er habe die »falsche Seite in dieser kulturellen Auseinandersetzung gewählt«. Ist also die Berichterstattung über fremde Kulturen geprägt von fehlendem Respekt? In gewisser Hinsicht schon. Die moderne Gesellschaft Norwegens ist hochgradig säkularisiert. Die Mainstreammedien und die Meinungsführer verfügen meiner Ansicht nach lediglich über ein vages Wissen über und Verständnis von Religion sowie deren Einfluss auf bestimmte Bevölkerungsgruppen. Während die rechtliche Freiheit, eine Religion kritisieren zu dürfen, unantastbar ist, gibt es ethische Gesichtspunkte in der Berichterstattung über Religionen, die nicht hinlänglich berücksichtigt wurden.

Svein Brurås ist Dozent und Autor eines norwegischen Standardwerks zur Journalismusethik.

Wie geht man als Journalist mit Provokationen wie dem Film »The Innocence of Muslims« um und wie mit den Protesten dagegen? Message fragte ausländische Journalisten und Wissenschaftler zum Umgang mit kulturellen Unterschieden.



Ich denke nicht, dass die Nationalität eines Journalisten etwas damit zu tun hat, wie er oder sie über fremde Kulturen denkt. Von daher glaube ich nicht, dass wir Amerikaner weniger rücksichtsvoll gegenüber anderen Kulturen sind als andere.

Es kommt vielmehr darauf an, inwieweit Journalisten fremde Kulturen auf Reisen oder bei dienstlichen Einsätzen kennengelernt haben, ihre Kenntnis der jeweiligen Sprache oder die Fähigkeit, einfach mal still zu sein und Anderen zuzuhören. Ich gebe Ihnen zwei Beispiele: der *New York Times*-Reporter Anthony Shadid, der in diesem Jahr in Syrien gestorben ist, als er über die Kämpfe berichtete, und der Kolumnist Nicholas Kristof. Beide haben wahrscheinlich mehr Zeit in Malaria-verseuchten Dörfern Südostasiens oder kriegsgebeutelten Staaten im Nahen Osten verbracht als in irgendeiner amerikanischen Redaktion.

Man muss sich von seinen eigenen Wertvorstellungen verabschieden, um Ereignisse durch die Augen Anderer sehen zu können.

Das ist es, was sie von den »Parachutes« unterscheidet, die viel stärker ihre Vorurteile und ihre US-zentrierte Sichtweise in die Berichterstattung einfließen lassen. Besser als der ehemalige AP-Korrespondent Mort Rosenblum in seinem Buch »Little Bunch of Madmen« kann man es nicht zusammenfassen. Darin fordert er, Reporter, die über internationale Themen schreiben, sollten andauernd kulturelle Grenzen überschreiten. »Das ist eine fundamentale Fähigkeit. Sie setzt voraus, dass man sich von seinen eigenen Sichtweisen und Wertvorstellungen verabschiedet, um Ereignisse überhaupt erst durch die Augen von Anderen sehen zu können.«

Wir vom International Consortium of Investigative Journalists glauben, dass der beste Journalismus von einheimischen Reportern geleistet wird. Unser Netzwerk besteht aus 160 Reportern in 60 Ländern. Sie zeichnet das Wissen über die Region, der Zugang zu Quellen und das kulturelle Bewusstsein aus, von dem Auslandskorrespondenten nur träumen können.

Marina Walker Guevara ist stellvertretende Direktorin des International Consortium of Investigative Journalists.



Zwischen den Kulturen

Der teils gewalttätig ausgetragene Streit um das Mohammed-Video demonstriert, dass »interkulturelle Kommunikation« in diesen Zeiten eher eine Sache des Scheiterns ist. Ohne die Wut-Ausbrüche Ende September zu diskutieren, beleuchtet *Message* den hintergründigen Konflikt aus ganz unterschiedlichen Perspektiven. Die drei Beiträge unseres Titel-Schwerpunkts folgen der Leitfrage: Wie kann der journalistische Dialog zwischen den Kulturen gelingen?

- ▶ Beispiel Al Jazeera: Der Sender mit Sitz in Doha/Katar berichtet für ein muslimisches Publikum und will gleichzeitig westliche Journalismus-Standards hochhalten. Kann dieser Spagat vor dem Hintergrund der jüngsten Eskalation durchgehalten werden? Ibrahim Helal, Nachrichtenchef von Al Jazeera, erklärt, warum sein Sender in der aufgeheizten Stimmung auf Zurückhaltung setzt und sich um Deeskalation bemüht. **S. 12**
- ▶ Die Brennpunkte interkultureller Missverständnisse kennt auch Willi Germund. Seit Jahrzehnten bereist er die Welt als Auslandskorrespondent. Sein optimistisches Fazit: Wer die Etikette kennt und hintergründig über die Kulturen seines Berichtsgebiets Bescheid weiß, kann fast alle Grenzen überwinden. **S. 19**
- ▶ Problemfall Afghanistan: Merjam Wakili und Kefa Hamidi schildern, wie afghanische Medienmacher die Einmischung des Westens inzwischen als unerträglich erleben. In Ansätzen, so unsere Autoren, formiere sich ein eigener afghanischer Journalismus, der auch Missstände aufzeigt. **S. 22**

»Bloß kein Öl ins

Der Nachrichtenchef von Al Jazeera, Ibrahim Helal, spricht im Message-Interview über die Rolle des arabischen Senders in der aufgeheizten Stimmung zwischen Orient und Okzident.

Herr Helal, der amerikanische Film über den Propheten Mohammed und die Karikaturen im französischen Magazin Charlie Hebdo bringen die Emotionen in Teilen der arabischen Welt derzeit zum Kochen. Wie geht Al Jazeera mit dem Thema um?

Ibrahim Helal: Wir berichten über Demonstrationen gegen den Film in der arabischen Welt und die angespannte Lage wegen der Karikaturen. Dabei legen wir großen Wert darauf, bloß kein Öl ins Feuer zu gießen. Unser Redaktionsstatut sagt eindeutig, dass wir in jeder Situation ausgewogen berichten. Wir bleiben stets auf Distanz zu beiden Seiten und erlauben uns als Sender keine Wertungen – wir kri-

tisieren niemanden. Deshalb haben wir in einem aktuellen Beitrag auch die Aussage eines Redakteurs des französischen Magazins in die Berichterstattung über den Aufschrei im muslimischen Teil der Gesellschaft Frankreichs eingebaut.

Natürlich berichten Sie über die Demonstrationen, den Aufruhr und die brennenden Botschaften. Aber wagt sich Al Jazeera über die reine Nachricht hinaus? Erklären Sie Hintergründe?

Da sind wir vorsichtig. Wegen des großen Einflusses von Al Jazeera in der arabischen Welt haben wir im aktuellen Fall nicht die Liste ähnlicher Vorfäl-



Die Berichterstattung über das Pulverfass Nahost ist für Al Jazeera oft eine Gratwanderung.

Quelle: Bilal Randeree/flickr.de

Feuer gießen!«

le aus der Vergangenheit ausgegraben. Wir haben uns ausdrücklich dagegen entschieden, unser Publikum an die dänischen Karikaturen zu erinnern. Denn sobald die Zuschauer merken, dass es sich nicht um einen Einzelfall handelt, könnten sie das als gezielte Provokation des Westens verstehen.

Dann haben Sie den gesamten Hintergrund dieser Auseinandersetzung einfach totgeschwiegen?

Nein! In unseren Talkshows sind einige der Gesprächspartner darauf eingegangen. Für unser zum größten Teil muslimisches Publikum von rund 57 Millionen Zuschauern war es wichtig zu erfahren, dass nicht das Christentum für die erneute Provokation verantwortlich gemacht werden kann, sondern es sich um das Werk von Ideologen handelt, die ihre Meinungsfreiheit ausleben. Um das deutlich zu machen, hatten wir auch den Berater von US-Präsident Barack Obama für religiöse Angelegenheiten zu Gast, der erklärt hat, seine Regierung habe nichts mit dem Film und dessen Entstehung zu tun.

Inwiefern unterscheidet sich ihre Herangehensweise an die brisante Thematik von der anderer Sender?

Wegen unseres bereits angesprochenen Einflusses fühlen wir uns dazu verpflichtet, noch vorsichtiger und verantwortungsbewusster zu sein. Westliche Medien wie CNN oder die BBC können sehr viel freier über solche Themen berichten, ohne Gefahr zu laufen, gleich einen Sturm der Empörung auszulösen. Wenn wir auch nur eine Sekunde über eine solche Aktion berichten, gibt es definitiv Aufregung unter unseren Zuschauern.

Wie versucht Al Jazeera zwischen den Kulturen zu vermitteln? Erklären Sie in Ihrem Programm beispielsweise das westliche Verständnis von Pressefreiheit?

Natürlich. Wir müssen unseren Zuschauern erklären, dass, selbst wenn im Westen die Veröffentlichung eines solchen Films gebilligt wird, dies nicht automatisch als Angriff gegen Muslime oder den Islam verstanden werden darf. Auf der ganzen Welt gibt es Tausende, die Korane und Bibeln verbrennen.

Aber wir dürfen einen solchen Akt nicht künstlich aufbauschen nur um der Nachricht willen. Außerdem würden wir mit der erzeugten Aufmerksamkeit den Drahtziehern dieser sündhaften Taten nur in die Karten spielen.

Wie sieht diese Vermittlerrolle im aktuellen Redaktionsalltag aus?

Wir haben etwa den Besuch von Papst Benedikt XVI. im Libanon genutzt, um zu erklären, wie das Christentum im Nahen Osten wahrgenommen wird. Wir wollten damit die historische Verbindung zwischen Moslems und Christen in dieser Region hervorheben und deutlich machen, dass Christen immer ein integrierter Teil der arabischen Gesellschaft dort sein werden.

Gehen wir noch einmal zurück zu den dänischen Karikaturen und dem provokanten Film des Niederländers Theo van Gogh, der später deswegen umgebracht wurde. Hat sich die Art und Weise, wie Al Jazeera mit solch heißen Themen umgeht, verändert?

Unser journalistisches Verständnis war es immer, erst dann über diese Aktionen zu berichten, wenn sie Reaktionen verursachen. Im Fall des niederländischen Films haben wir uns ausdrücklich dagegen entschieden, über die Veröffentlichung zu berichten, weil es keine öffentliche Vorführung gab. Ähnlich war es bei der Geschichte einer britischen Lehrerin im Sudan. Die Ärmste hat ohne böse Absicht einem Teddybären im Klassenzimmer den Namen Mohammed, also des Propheten, gegeben. Im Sudan war danach die Hölle los. Ich habe mich dennoch gegen einen Bericht entschieden, weil



Ibrahim Helal

Der Ägypter Ibrahim Helal ist Nachrichtenchef von Al Jazeera mit Sitz in Doha, Katar. Zuvor war er als stellvertretender geschäftsführender Nachrichtenchef und Programmdirektor von Al Jazeera English tätig. Der 41-Jährige war bereits Chefredakteur des arabischsprachigen Nachrichtensenders, ehe er vorübergehend als Projektleiter beim BBC World Service Trust und später in London für den arabischen Dienst der BBC arbeitete.

AUF EXPANSIONSKURS: AL JAZEERA BALKANS

Während sich derzeit westliche Medien aus dem Balkan zurückziehen und ihre Programme zusammenstreichen, macht der arabische Nachrichtensender Al Jazeera genau das Gegenteil. Seit November 2011 ist mit Al Jazeera Balkans der erste lokalsprachige Nachrichtensender Südosteuropas on air. Er sendet über Kabel und Satellit in rund ein halbes Dutzend Länder von Slowenien bis Mazedonien. Sein potenzielles Publikum umfasst 25 Millionen Menschen – so viele sprechen oder verstehen die drei sehr ähnlichen Sprachen des Senders: Bosnisch, Serbisch und Kroatisch.

Rund 15 Millionen Euro hat der Eigentümer von Al Jazeera, der Scheich von Katar, dafür investiert, das ist nur ein Bruchteil seines Jahresbudgets. Geschäftsführer Tarik Djordjic hat inzwischen über 100 Mitarbeiter eingestellt: Die meisten am Hauptsitz im bosnischen Sarajevo, in den Büros in Belgrad, Zagreb und Skopje sowie die Korrespondenten in Banja Luka, Priština, Podgorica, Ljubljana, Washington und Brüssel. Das Team setzt sich zusammen aus allen Nationalitäten der Region. »Unsere Vielfalt ist unser Kapital, sie zeichnet uns gegenüber anderen Sendern aus«, so Djordjic. Noch immer ist die übrige Medienlandschaft auf dem Balkan so zersplittert wie die Staaten selbst.

Die große Chance von Al Jazeera Balkans ist, dieses Muster zu durchbrechen. So hebt sich der Sender ab von seiner lokalen Konkurrenz – meist staatliche Sender mit politischer Agenda oder knapp finanziertes privates Boulevard-TV. »Unser Ansatz ist, ein politisches, wirtschaftliches oder soziales Problem über die konkrete Erfahrung einzelner Individuen oder Familien zu beschreiben«, sagt Chefredakteur Goran Milić. Er nennt es den »Es-könnte-auch-Dich-treffen-Ansatz«. Also keine Personality-Geschichten wie sonst auf vielen Kanälen der Region, die

über nichts ausführlicher berichten als über Marke und Preis der neuen Limousine des Ministers, immer verbrämt mit einem kritisch-empörten Unterton.

Dass Medien Nationalismus, Chauvinismus und Hass auf dem Balkan erzeugt und so Kriege möglich gemacht hätten, hält Milić für übertrieben. Sie seien vielmehr Instrumente von politischen und militärischen Gruppen geworden. Allerdings diskutiert er ihren oft negativen Einfluss auch nicht weg. »Auch heute tragen sie manchmal zu den steigenden ethnischen Spannungen bei.« Milić hält daher politisch unabhängige Medien für wünschenswert. Und auch in die Hände von Banken oder lokalen Oligarchen gehörten sie nicht. Doch unabhängige Medien gibt es auf dem Balkan kaum.

Welches Interesse den Scheich von Katar wirklich zu seiner Investition bewogen hat, weiß nur er selber. Klar ist, dass der Regionalsender in Südosteuropa Teil einer globalen Wachstumsstrategie von Al Jazeera im Wettbewerb mit CNN und BBC ist. Weitere Regionalsender auf Türkisch und Kiswaheli sind im Aufbau, da dürften die Balkan-Erfahrungen hilfreich sein. Die Leute um Goran Milić haben das Privileg, dass sie nicht unter dem Druck stehen, schon bald profitabel sein zu müssen. Dafür werden sie von vielen Kollegen beneidet, denn die Geldknappheit der meisten Medien auf dem Balkan ist notorisch.

Sicher ließ der Scheich von Katar Al Jazeera Balkans auch aufbauen, weil in Bosnien viele Muslime leben. Doch in anderen Teilen der Region, etwa in Serbien, gibt es erhebliches Misstrauen gegen alles aus dem arabischen Raum. Milić kennt das Problem und weiß, dass sein Nachrichtensender nur Erfolg haben kann, wenn das Publikum ihn für glaubwürdig hält. »Als Nachrichtensender ist es unsere Aufgabe, Fakten zu berichten«, so Milić. »Die Glaubwürdigkeit des Senders ist Priorität Nummer eins.« Das ist eine riesige Herausforderung in Gesellschaften, in denen es auch über die Grundlagen der eigenen Geschichte noch immer keinen Konsens gibt.

Milićs Erfolgsrezept klingt einfach: »Für die Bewertung der Fakten interviewen wir Experten von außen. Wenn diese als parteiisch angesehen werden, präsentieren wir das nächste Mal die Gegenseite. Nicht immer am gleichen Tag, aber wir achten auf Ausgewogenheit«, sagt Milić und fügt an: »Wir sind unparteiisch – aber nicht neutral.« Und schon das ist in der Region die absolute Ausnahme.

von Hubert Beyerle



Goran Milić ist Chefredakteur des neuen Ablegers Al Jazeera Balkans.

Quelle: Al Jazeera Balkans

ich abwarten wollte, ob ein Gericht die Frau offiziell anklagt. Glücklicherweise ist das nie passiert. Meine Befürchtung war, dass Teile unserer muslimischen Zuschauer sich im Zorn gegen britische Bürger oder Einrichtungen wenden, weil wir ihnen die nötigen Details gar nicht alle klarmachen können.

Al Jazeera ist längst mehr als ein einzelner Sender. Mit dem internationalen Kanal Al Jazeera English und dem jüngsten Projekt auf dem Balkan (s. Kasten) sprechen sie ein sehr heterogenes Publikum an. Gehen die Sender die brisanten Themen unterschiedlich an?

Bei Al Jazeera Balkans muss die Redaktion ein besonderes Gespür für die kulturellen und religiösen Besonderheiten beweisen. Ich war Teil des redaktionellen Teams, das Al Jazeera Balkans auf den Weg gebracht hat. Wir können stolz sein, dass in unserem Newsroom in Sarajevo Menschen zusammenarbeiten, die sich vor 15 Jahren noch bekämpft und getötet haben. Zwar ist der Sitz des Senders Sarajevo, doch der Großteil unserer Mitarbeiter kommt nicht aus Bosnien. Unser Nachrichtenchef ist ein Kroat, der zuvor in Serbien Karriere gemacht hat. Genau das ist das Prinzip unseres Senders: Wir gehören niemandem – also gehören wir allen. Die Vielfalt an Nationalitäten, Religionen und Kulturen, die Al Jazeera seit nunmehr 16 Jahren prägt, zeigt sich auch bei Al Jazeera English. Es ist keine Seltenheit, dass 40 Nationalitäten in unserer Redaktion zusammenarbeiten.

Ihr Sender berichtet für ein sehr religiöses Publikum. Gleichzeitig haben Sie sich den westlichen Standards eines unabhängigen und kritischen Journalismus verschrieben. Führt das nicht zu Konflikten?

Lassen Sie mich vorwegschicken: Wir halten uns an internationale journalistische Standards. Der Westen hat darauf keinen Alleinanspruch mehr. Nun zur Frage: Bis heute erreichen uns Einwände von Seiten des Publikums, obwohl wir unseren Zuschauern mittlerweile größtenteils klarmachen konnten: Wir sind, wie wir sind. Kommt damit klar! Ein gutes Beispiel ist Israel. Wir sagen Israel und eben nicht »besetztes Palästina«. Warum? Wir erkennen das internationale Recht an, und selbst die Palästinenser haben eingesehen, dass sie sich mit Israel auseinandersetzen müssen. Ich denke, unser Publikum hat mittlerweile akzeptiert, dass unser Verständnis von Journalismus nicht jeden glücklich macht.

Wem ihr Programm nicht gefällt, soll also lieber einen anderen Sender schauen?

Klar. Es ist unser Selbstverständnis vom ersten Tag an, dass wir uns in unserer Berichterstattung nicht nach dem Geschmack unseres Publikums richten. Als ich Nachrichtenchef unseres arabischsprachigen Dienstes war, erreichten uns nach den Anschlägen vom 11. September die ersten Bekennervideos von Al Qaida. Wir erhielten die Videos genau in der Zeit, als die israelische Armee ein Massaker in Jenin verübte. Als wir dann über die Videobotschaften von Al Qaida berichteten, warfen uns palästinensische Zuschauer vor, dies als Vorwand zu nutzen, um von dem israelischen Angriff abzulenken. Dabei sind wir nicht verantwortlich für die Nachrichten. Die passieren ohne uns. Wir machen uns in dem Moment angreifbar, in dem wir Nachrichten verschweigen. Aber ich gebe zu, es war eine schwierige Situation für uns.

Seit dem 11. September 2001 wird immer wieder der Kampf der Kulturen zwischen dem Westen und der arabischen Welt propagiert. Ihr Sender muss sich gegen Vorwürfe wehren, diesen Konflikt zu schüren.

Ich behaupte das Gegenteil. Während des israelischen Angriffs auf Gaza 2008 hatte Al Jazeera ein 40-minütiges Live-Interview mit der israelischen Außenministerin Tzipi Livni im Programm. Millionen von Zuschauern und selbst Teile unserer Belegschaft waren der Meinung, es sei nicht der richtige Zeitpunkt für ein Interview mit israelischen Offiziellen. Uns wurde vorgeworfen, dem Aggressor eine Plattform zu geben. Aber wir sehen die Dinge anders. Wir denken nicht in den Kategorien Täter und Opfer. Es hat ein wenig gedauert, bis unsere Zuschauer verstanden haben: Selbst wenn wir jemanden wie Livni im Programm haben, sind wir die Einzigen, die kritische Fragen stellen. Wir fragen die Mächtigen das, was Millionen von Zuschauern gerne fragen würden. Das ist das ungeschriebene Gesetz zwischen unseren Zuschauern und uns. Sie mögen vielleicht nicht alles, was wir machen, aber von uns bekommen sie Informationen, die sonst keiner liefert.

In unserem Newsroom in Sarajevo arbeiten Menschen zusammen, die sich vor 15 Jahren noch bekämpft und getötet haben.

Sie sprechen es an: Journalisten von Al Jazeera schaffen es immer wieder, Zugang zu den Taliban oder Al Shabab Milizen zu bekommen. Westlichen Journalisten gelingt das nur selten. Wie erklären Sie sich das?

Ich denke, jeder Journalist, der es ernsthaft versucht, bekommt diese Zugänge. Al Jazeera hat natürlich den Vorteil, dass es vorrangig von arabischen Zuschauern gesehen wird. Und dieses Publikum ist für alle Seiten enorm wichtig, die an diesem Konflikt beteiligt sind. Kürzlich war der britische Verteidigungsminister Philip Hammond in Katar. Er wollte unbedingt Al Jazeera ein Interview geben, nicht Al Jazeera English wohlgemerkt. Die britische Regierung wollte ganz einfach das arabische Publikum erreichen, und das geht am besten durch Al Jazeera. Das sehen Al Qaida, die Taliban oder Al Shabab ähnlich.

Woran liegt das?

Wir lassen Menschen aus der Gesellschaft über die Gesellschaft berichten. Ein Blick auf die Liste unserer Korrespondenten zeigt, dass ein Somali für

Wenn man sein Personal nur aus einem Kulturkreis rekrutiert, kann es problematisch werden, sobald es um andere Kulturen geht.

uns aus Somalia berichtet und ein Afghane aus Afghanistan. Das ist ein Privileg, das die westlichen Medien

leider nicht haben. Wenn man sein Personal nur aus einem Kulturkreis rekrutiert, kann es problematisch werden, sobald es um andere Kulturen geht.

Ist es denn die Aufgabe von Journalisten, den interkulturellen Dialog zu fördern?

Natürlich. Nachdem wir unser internationales Programm gestartet hatten, merkten die anderen Nachrichtensender, dass die Herkunft unserer Korrespondenten das Alleinstellungsmerkmal von Al Jazeera war. CNN und BBC haben nachgezogen. Einige unserer Mitarbeiter wurden sogar gezielt von westlichen Medien abgeworben. Einer unserer Besten, Ayman Mohyeldin, war unser Mann in Gaza, bis ihn NBC zum Leiter ihres Büros im Nahen Osten machte. Er ist halb Ägypter, halb Amerikaner und hat deshalb aus Sicht des US-Publikums keinen fremden Akzent. Gleichzeitig versteht er die Vorgänge vor Ort besser als jeder amerikanische Korrespondent.

Hat sich Al Jazeera nicht zu sehr auf die Seite der arabischen Welt und des Islams geschlagen? Wie soll so ein wirklicher Dialog zwischen den Kulturen entstehen?

Als Al Jazeera den Sendebetrieb aufgenommen hat, waren die einzelnen arabischen Medien praktisch isoliert. Keiner sprach mit niemandem. Wir haben den interkulturellen Austausch in der arabischen Welt überhaupt erst möglich gemacht. Als wir dann merkten, dass unser Einfluss sich nicht nur auf die arabische Welt beschränkt, haben wir die Idee eines internationalen Programms entwickelt. Es war eine Reaktion auf sich häufende Anrufe und Mails, in denen wir gefragt wurden: »Was passiert da bei euch eigentlich? Wir wollen verstehen, wie ihr tickt!«. Denn wenn jemand versteht, was sich in Afghanistan, Palästina und Israel abspielt, dann sind wir es. Nicht weil wir klüger sind und auch nicht, weil wir bessere Journalisten sind. Sondern vor allem, weil wir hier leben.

Seit Al Jazeera vor 16 Jahren gegründet wurde, hat der Sender Stück für Stück die Dominanz der westlichen Medienunternehmen auf dem internationalen Nachrichtenmarkt gebrochen – zumindest in der arabischen Welt. Der Westen reagierte zunächst wütend: US-Streitkräfte bombardierten Büros des Senders in Kabul und Bagdad, es folgten Hacker-Angriffe oder der Ausschluss von der New Yorker Börse. Wie beurteilen Sie dieses Vorgehen heute? Hatte der Westen schlicht Angst?

Glücklicherweise ist das vorbei. Die Zeit hat gezeigt, dass wir Konflikte weder suchen noch schüren. Nachdem unser Büro in Kabul bombardiert worden war, musste ich mir im Januar 2002 auf einer Tagung in New York doch tatsächlich anhören, wie ein Vertreter der US-Regierung diesen Angriff auch noch verteidigte. Aber die Zeiten haben sich geändert. Heute bricht sogar US-Außenministerin Hillary Clinton eine Lanze für Al Jazeera. Von ihr stammt sinngemäß der Satz: Wenn du die wahren Nachrichten wissen willst, dann findest du sie auf Al Jazeera.

Wie kam es zu diesem Stimmungswechsel?

Wir haben Vertrauen aufgebaut. Ich erinnere mich an viele Treffen mit westlichen Offiziellen seit dem 11. September. Es war eine Hassliebe, die für das beidseitige Verständnis letztlich gut war. Alles drehte sich um die Art und Weise, wie wir mit

Nachrichten umgingen und was sie davon hielten. Denn sie sahen in uns zunächst nur einen weiteren arabischen, voreingenommenen Fernsehsender. Sie hatten also ein völlig falsches Bild von uns. Denn so ticken wir nicht. Wir mussten jahrelang Überzeugungsarbeit leisten, aber es hat sich gelohnt. Heute haben die Regierungen der USA oder Großbritanniens ihre Scheuklappen abgelegt und bieten uns Interviews an.

Trotzdem wird Al Jazeera immer wieder von Journalisten und Politikern im Westen vorgeworfen, radikale Bewegungen im Irak, in Afghanistan oder in den Palästinensergebieten zu unterstützen ...

Das Problem in den genannten Konflikten ist die sehr vorurteilsbeladene Sichtweise eines großen Teils der westlichen Medien. Dort werden die Konfliktparteien einfach in die Guten und die Bösen unterteilt. Aber die Realität ist leider nicht so simpel. Als wir anfangen, die »Bösen Jungs« genauso zu Wort kommen zu lassen, hieß es plötzlich, wir seien parteiisch. Dabei war meist das Gegenteil der Fall. Wer sich die Länge der Beiträge oder die Zahl der Interviews ansieht, merkt schnell, dass wir den westlichen Konfliktparteien sogar mehr Aufmerksamkeit schenken. Allerdings kann ich viele Kritiker verstehen. Wenn mein Land angegriffen würde und ich keine Ahnung vom Nahen Osten hätte, käme es mir auch komisch

vor, wenn Al Jazeera dem Feind Sendezeit einräumen würde. Aber Verhältnisse ändern sich. Ich habe einmal an einer Konferenz in Washington teilgenommen, auf der darüber diskutiert wurde, ob man mit den Taliban verhandeln könne. Ich trat vehement dafür ein und erntete harsche Kritik. Ein Jahr später gingen die Verhandlungen los.

Interessanterweise wurde Al Jazeera für seine Rolle im Arabischen Frühling fast ausnahmslos vom Westen gelobt. Woher kommt der Stimmungswandel?

Im Arabischen Frühling waren wir der einzige Sender, dem es möglich war, die Ereignisse live auf den Straßen und Plätzen zu begleiten. Wir halfen dabei, Brücken zu bauen zwischen Menschen und Völkern. Die Leute schauten ihresgleichen, ihren Kollegen und Landsleuten, beim Demonstrieren zu. Tunesier sahen Ägypter, Ägypter sahen Tunesier – und das mit Hilfe von Al Jazeera. Diese Menschen waren stinksauer und bereit für den Umsturz, aber ohne die Medien wäre es für sie nicht leicht gewesen einzuschätzen, was sich jenseits der eigenen Landesgrenze gerade abspielt.

Aber warum hat Al Jazeera in dieser Phase so eindeutig die Oppositionsbewegung unterstützt?

Das haben wir nicht. Selbst in den Wochen vor dem Sturz von Tunesiens Diktator Ben Ali oder dem



Quelle: Osama Saesed/flickr.de

Alles im Blick:
Bilderflut im Regieraum
von Al Jazeera English.

ägyptischen Präsidenten Hosni Mubarak haben wir immer beiden Seiten die Möglichkeit gegeben, sich zu erklären. Ich bin ohnehin der Meinung, dass sich eine gute Sache auch so durchsetzt. Wenn man in einer Sendung die Argumente der Mubarak-Gegner und die seiner Unterstützer gegenüberstellt, werden seine Gegner davon profitieren. Das Publikum wird den Unterschied erkennen.

War das Ende der Regime nicht doch zumindest eine kleine Genugtuung für Sie und Ihre Mannschaft?

Wir haben viele Jahre lang über die Verbrechen der Diktatoren und ihrer Regime berichtet. Und auch wir haben unter ihnen gelitten. Viele Korrespondenten wurden verhaftet, zahlreiche Büros geschlossen.

Medien sind zum interkulturellen Sprachrohr zwischen den Völkern geworden und stehen deshalb in einer besonderen Verantwortung.

Wir wurden bedroht. Wenn ich als Ägypter zu Zeiten Mubaraks nach Ägypten reisen wollte, kam es nicht selten vor,

dass ich von der Polizei zum Verhör geladen wurde, nur weil ich für Al Jazeera arbeite. Aber obwohl wir einen hohen Preis zahlen mussten, haben wir an unseren Prinzipien festgehalten und stets objektiv berichtet, was vorgefallen ist.

Sie haben die Schwierigkeiten zu Zeiten der autoritären Regime erwähnt. Welche Probleme gab es während der Revolten?

Unser Büro in Tunesien war während der gesamten Revolution praktisch nicht existent. Dank sozialer Netzwerke und einigen Bürgern konnten wir dennoch von dort berichten. Wir konnten auch auf eine zu dem Zeitpunkt noch geheime Quelle zurückgreifen, die uns über das Internet mit Videos und Nachrichten versorgte. Heute ist Loutfi Hajji unser offizieller Korrespondent im Land. Nach der Invasion im Irak wurde unser Büro in Bagdad vorübergehend geschlossen. Atwaar Bahjat, eine ehemalige Korrespondentin, wurde später sogar von Rebellen getötet, weil sie für Al Jazeera gearbeitet hatte. Auch unser Büro in Ramallah wurde schon von den Behörden dichtgemacht. Und während der Revolution in Ägypten wurden wir gewaltsam an der Arbeit gehindert. Nach dem Sturz Mubaraks haben wir aber einfach ohne Erlaubnis weitergemacht.

Die Fragen stellen Message-Herausgeber Lutz Mücke und Redakteur Malte Werner.

Kritiker aus der arabischen Welt werfen dem Sender vor, von der CIA gesteuert zu sein...

Die Vorwürfe gegen Al Jazeera reichen vom zionistischen und pro-westlichen CIA-Kanal bis zum islamistischen Al Qaida und Saddam Husseinfreundlichen Sender. Ich liebe das, weil es bedeutet, dass wir in Wirklichkeit niemandem gehören. Wir sind in der glücklichen Situation, von einem reichen Staat finanziert zu werden, der keinerlei Einfluss nimmt und uns nicht unter Druck setzt. Denn eines ist klar: Mit einem objektiven und unparteiischen Al Jazeera kann ein Staat wie Katar deutlich besser punkten, als wenn er den Sender für sich vereinbaren würde.

Dennoch gibt es gerade in der arabischen Welt nicht nur Fans ihres Senders. Al Jazeera konnte in Saudi Arabien nie ein Büro eröffnen. Das Büro in Marokko musste schließen, weil die Behörden ihre Berichte missbilligten. Und die Arabische Liga hat auf Initiative von Ägypten und Saudi Arabien einen Beschluss gefasst, der Sanktionen gegen Sender ermöglicht, die Staatsoberhäupter beleidigen oder die öffentliche Ordnung gefährden ...

Stimmt, aber mittlerweile können wir aus Saudi Arabien berichten. Wir haben dort zwar kein Büro, aber wir haben Akkreditierungen für Jiddah und Riad und können jederzeit einen Korrespondenten entsenden.

Sie, Herr Helal, sind ein alter Hase im Nachrichtengeschäft und in verschiedenen Kulturen zu Hause. Wie hoch schätzen Sie persönlich die Chance ein, dass Journalisten den Dialog zwischen Kulturen fördern können und das gegenseitige Verstehen erleichtern?

Wie gesagt, wir können kulturelle Unterschiede erklären und so sehr leicht zu einem besseren Verständnis zwischen den Völkern beitragen. Denn die Medien sind zum interkulturellen Sprachrohr zwischen Milliarden von Menschen geworden und stehen deshalb in einer besonderen Verantwortung. Aber es lauern auch Gefahren. Das gilt besonders für den Bereich der Nachrichten. Wenn wir heute eine Falschmeldung veröffentlichen, ist sie kaum noch einzufangen und in ihrer Wirkung nicht mehr kontrollierbar. Jeder kleine Fehler kann in Minutenschnelle zu einem großen Problem werden. ■

Islamisch pinkeln?

Journalisten im Ausland brauchen nicht nur ein Gespür für exzellente Geschichten, sondern auch ein gutes interkulturelles Feintuning. Beides hat Willi GERMUND als Asien-Reporter in 30 Jahren erworben.

VON WILLI GERMUND

Auf den Gängen der Sportarena in der japanischen Hauptstadt Tokio blieb nur noch ein schmaler Pfad frei – gerade breit genug, damit zwei Personen nebeneinander durch das Menschengewirr passten. Links und rechts kampierten Tausende von Familien mit den wenigen Habseligkeiten, die ihnen geblieben waren, oder die sie von den Behörden bekommen hatten: Packen dicker Wolldecken, Pappkartons voller Lebensmittel in Büchsen, ein paar Kleider, ein paar Kissen und dünne Matratzen. Viele der Evakuierten hatten nicht einmal ihre persönlichen Papiere dabei, weil sie nach der Blitzflucht vor dem Tsunami im Jahr 2011 nicht mehr in ihre Heimatorte im Schatten des havarierten Atomkraftwerks Fukushima zurückkehren durften. Statt Häusern und Wohnungen nannten sie plötzlich sorgfältig abgesteckte Flächen ihr Zuhause, dem ein paar hüfthohe Wände aus zerrissenen Pappkartons die Illusion von Privatsphäre verliehen.

Eine eindrucksvolle Szene, die sich als gefühlsbeladenes Symbol über die Folgen der Dreifachkatastrophe von Erdbeben, Tsunami und Atomnotstand für Journalisten geradezu anbot. Viele der Evakuierten, die nun auf den Gängen hausierten und in eine ungewisse Zukunft schauten, waren vor Jahren in die Gegend von Fukushima gezogen, um dort von dem Wirtschaftsboom zu profitieren, mit dem der Kraftwerksbetreiber Tepco sie in die Region nördlich von Tokio gelockt hatte.

Atomvertriebene in ihrer Not nicht stören

Ich wollte erfahren, was ihnen durch den Kopf ging – aber der Übersetzer machte nicht mehr mit. Ein paar alte Leute hatten abgewunken. Sie wollen nicht mit dem ausländischen Reporter sprechen, und der Über-

setzer war zu der Überzeugung gekommen, dass die Atomvertriebenen in ihrer Not nicht gestört werden wollten. »Es ist besser, draußen vor der Sporthalle Leute anzusprechen«, empfahl er, vollzog eine Kehrtwende und marschierte vor die Tore der Halle in die Richtung der Raucherecke der Evakuierten.

Eine junge Japanerin, die glücklicherweise aus Neugierde mit von der Partie war, erwies sich da als weitaus hartnäckiger und weniger schüchtern. Sie scheute sich nicht, so lange weiter zu fragen, bis uns schließlich eine Familie, die mehrere Generationen umfasste, bereitwillig Rede und Antwort stand.

Reden hilft gegen die Traumata

Es war einer der Momente, an dem die üblichen Stereotype über Nationen ihre Wirkung verloren. Ganze Berichte waren im Umfeld der Katastrophe über die japanische Selbstdisziplin und Verschlossenheit bei Fragen der Privatsphäre geschrieben worden. Doch nach der dreifachen Tragödie erwiesen sich in Wirklichkeit die meisten von ihnen als überaus offen und mitteilbar. Da war der Koch in der Küstenstadt, der um ein Haar von der Flutwelle erwischt worden wäre und nun auf die Angehörigen seines ums Leben gekommenen Arbeitgebers wartete. Da war die junge Mutter von zwei Kindern in Tokio, die in ihrer schmackhaften Zwei-Zimmer-Wohnung bereitwillig über ihre neuen Ängste vor radioaktiven Strahlen redete. Da war die Familie in der Sporthalle, die jahrelang ökonomisch vom Atomkraftwerk in Fukushima profi-

Der Übersetzer riet, die Opfer von Fukushima in ihrer Not besser nicht zu stören. Doch die meisten wollten lieber offen sprechen.

Autor Germund bei einem Treffen mit afghanischen Bauern in einem Mohnanbaugebiet bei Jalalabad, in der Nähe der pakistanischen Grenze.



tiert hatte und nun fürchtete, so als Ausgestoßene zu enden, wie einst die Überlebenden der Atombombe von Hiroshima.

Im Fall Fukushimas gab es sie also nicht, die von vielen befürchteten Verständigungsprobleme der Kategorie »interkulturelle Kommunikation«, bei denen der Reporter forscht nach privaten Details fragt und die Betroffenen sich vor einer Antwort winden. Stattdessen überraschte die unverhoffte Bereitschaft zu reden. Je fremder der Besucher, so schien es, umso unkomplizierter öffneten die Japaner ihre Herzen und Türen. Hat man öfters mit ihnen zu tun, scheint das kaum verwunderlich: Schließlich fragen Japaner deutsche Besucher bereits bei einem ersten Treffen gerne nach dem finanziellen Einkommen.

Journalistisches Handwerk zählt am meisten

Die Mitteilsamkeit der Japaner nach dem Tsunami war keine Ausnahme, sie findet sich auch im Rest der Welt. Und solche Offenheit gilt nicht nur bei Desastern. Auch bei der journalistischen Alltagsarbeit im Ausland erweist sich die Frage nach »interkultureller Kommunikation« mehr als akademisches Phänomen denn als praktisches Problem. Denn wer das journalistische Handwerk beherrscht, kommt meist überall zurecht.

»Eine gute Geschichte ist überall eine gute Geschichte«, meint Marwaan Macan-Markar, der aus Sri Lanka stammt und für die Presseagentur Inter Press Service (IPS) in Thailand stationiert ist, »egal, ob sie in Europa oder Asien, im Nahen Osten oder in Lateinamerika angesiedelt ist. Eine Geschich-

te ist immer dann gut, wenn sie Neues enthält, gut geschrieben und recherchiert ist.«

Zusammenarbeit mit lokalen Kollegen

Macan-Markar gehört zur islamischen Minderheit in Sri Lanka und arbeitete in seinem Heimatland lange für lokale Zeitungen, bevor er von IPS nach Mexiko und später Thailand entsandt wurde. Für Macan-Markar sieht in interkulturellen Verschiedenheiten kein Hindernis für gute journalistische Arbeit. »Der einzige Unterschied besteht darin, wie beispielsweise der lokale Journalist in Laos mit dem Stoff umgeht und was der ausländische Kollege aus dem gleichen Material macht.« Als er während des Bürgerkriegs mit den »Befreiungstigern Tamil Eelam« (LTTE) noch für eine lokale Zeitung in Sri Lanka berichtete, machte Macan-Markar sich häufig mit ausländischen Kollegen auf den Weg in die Provinzen des Landes. Die Kombination bewährte sich, weil seine lokalen Kenntnisse hilfreich waren und seine ausländischen Kollegen oft über die finanziellen Mittel verfügten, die solche Recherchetrips erst möglich machten. »Es war eine ideale Ergänzung, weil wir uns gegenseitig keine Konkurrenz machten«, sagt Macan-Markar, »und uns mit unseren Fragen ergänzten.«

Während sich Journalisten rund um den Globus zumindest in ihren Recherchepraktiken ähneln, müssen sie beim Texten eines Beitrags ihre jeweilige journalistische Kultur und Leserschaft im Kopf haben. Da gibt es deutliche Unterschiede, und die bringen überaus unterschiedliche Umgangsformen mit dem Stoff

einer Geschichte hervor. Als beispielsweise in Thailand vor einigen Wochen ein 18-jähriges Mädchen zu einer Geldstrafe und Haft auf Bewährung verurteilt wurde, mochte die thailändische Tageszeitung *The Nation* lediglich vom Spross einer »Elitefamilie« sprechen. Die junge Frau war ohne Führerschein mit ihrem Wagen in einen vollbesetzten Minibus geknallt, viele der Insassen starben. Der Fall erlangte Berühmtheit, weil im Internet ein Foto der Frau kursierte, auf dem sie nach der Kollision seelenruhig telefonierte. Der Respekt vor der Oberschicht sitzt tief im Bewusstsein der Presse des südostasiatischen Königreichs.

Tabu aus Höflichkeit und Rücksichtnahme

Schon im benachbarten Südasien wären Journalisten völlig anders mit dem Thema umgegangen: Sie hätten den Namen der Frau veröffentlicht. Doch auch in Indien und Pakistan muss die Presse gelegentlich Rücksicht nehmen. So blüht in Pakistan zwar eine kritische Berichterstattung. Aber die Nuklearrüstung des Landes ist tabu. Ein Mittel, mit dem die »vaterländische Treue« bewahrt wird: Journalisten in Pakistan werden nicht besteuert und können vom Staat verbilligtes Bauland kaufen. Häufig genügt auch ein Anruf der Sicherheitskräfte in der Chefredaktion, um Berichte zu verhindern oder zu lancieren.

Die Treue oder auch der Respekt vor den Wünschen lokaler Behörden ist für ausländische Reporter und ihre Heimatredaktionen häufig schwer nachzuvollziehen. Ausländische Journalisten haben freilich einen großen Vorteil: Sie reisen wieder ab und müssen nicht wie die lokalen Kollegen für die Konsequenzen ihrer Berichte in dem jeweiligen Land geradestehen. Man muss sich als ausländischer Reporter solcher Umstände bewusst sein, wenn man gemeinsam mit lokalen Kollegen arbeitet oder spricht. Hilfreich ist ein gutes Einfühlungsvermögen und vor allem, die jeweiligen Eigenheiten des Landes zu kennen. Das trägt nicht nur zu einer gelungenen Recherche bei, solche Kenntnisse schützen auch vor unrealistischen Hoffnungen.

»Warum nicht!« lautet etwa eine bei den Paschunen in Pakistan übliche Redewendung, und die Antwort gibt es auch dann, wenn man auf unmöglich umzusetzende Ideen gekommen ist. »Warum nicht« bedeutet einfach, dass der Gesprächspartner ein klares »Nein« vermeiden will; es besitzt keinerlei Bedeutung für die Frage, ob ein Projekt ernsthaft angegangen wird. Ein Journalist sollte im Hinterkopf

behalten, dass nur in wenigen Ländern weltweit ein »Nein« so offen formuliert wird wie hierzulande.

In Südostasien wiederum gilt Höflichkeit als oberstes Gebot. Deshalb vermeiden Gesprächspartner auch dort mit Vorliebe das klare »Nein« und weichen lieber aus. Stattdessen gibt es Antworten wie: »Ich konnte niemanden erreichen!« Oder: »Ich habe dann keine Zeit.«

Sehr beliebt ist auch der Umweg über die Visitenkarte. »Rufen Sie mich morgen an«, heißt es

dann. Am nächsten Tag kommt man bei dem Anruf nie über die Sekretärin hinaus. Mit solchen Ausweichmanövern wird man zwar auch schon mal in der Heimat konfrontiert. Doch es hilft in Asien, wenn man sich bewusst ist, dass sie im Grunde gesichtswahrend für ein »Nein« stehen.

Ein Foto mit den Taliban

Eine gewisse Kenntnis der lokalen Sitten und Gebräuche hilft zudem, Probleme und Widerstände zu vermeiden, und Verhandlungsmöglichkeiten zu schaffen. Unvergessen ist die Gruppe von Taliban-Kommandeuren, die im Jahr 1996 in dem Ort Maidanshah wenige Kilometer vor Kabul die Frontkämpfer befehligten. Damals mussten sie noch nicht fürchten, in einem Gefängnis wie Guantánamo zu landen. Zudem hatten sie Entführungen noch nicht als Finanzierungsquelle entdeckt. Bereitwillig standen die Kommandeure denn auch dem westlichen Reporter Rede und Antwort. Doch bei der Frage nach einem Foto von einem Gesprächspartner entspannte sich eine ausführliche Diskussion. Die Taliban-Kommandeure lehnten ab, der Reporter argumentierte, ohne Foto keinen Beweis für das Interview zu haben. Am Ende wurde das Foto erlaubt, der Reporter musste im Gegenzug versprechen, über seine Konversion zum Islam nachzudenken.

Nicht immer gibt es ein solches Geben und Nehmen. Ein paar Jahre später beispielsweise erregte sich ein Talibankämpfer an einer Straßensperre über einen westlichen Besucher, der stehend sein menschliches Bedürfnis erledigen wollte. »Hinhocken«, befahl der junge Taliban und schwenkte seine Kalaschnikow, »das wird hier auf islamische Art erledigt.« ■

Im Gegenzug für ein Foto mit den Taliban versprach der Reporter, über seine Konversion zum Islam nachzudenken.

Willi Germund berichtet seit mehr als 30 Jahren aus Asien. Er hat mehrere Bücher zu Konflikten weltweit veröffentlicht.



Propagandaschlacht

Afghanische Journalisten sind weit davon entfernt, unabhängig arbeiten zu können. Ihre Etats kommen aus dem Westen, aus Pakistan oder Iran. Die Kritik daran wächst.

VON MERJAM WAKILI UND KEFA HAMIDI

Wes Brot ich ess, des Lied ich sing. Man könnte meinen, dass dieses Sprichwort im besonderen Maße für afghanische Journalisten und Medien gilt, da sie ohne die Hilfe ausländischer Geldgeber nicht überleben können. Doch die Zusammenhänge und Medienstrukturen in Afghanistan lassen sich bei weitem nicht auf diese Formel reduzieren. Zwar zählt die Entwicklung der Medien in Afghanistan

In vielen Redaktionen sitzen ausländische Berater, Producer oder Redakteure, sogar in leitenden Positionen.

zu den wenigen Erfolgsgeschichten des Landes, denn die Medienlandschaft ließ sich mit viel ausländischem Geld schneller aufbauen als andere Bereiche. Nach nun bald elf Jahren des internationalen Engagements am Hindukusch bietet Afghanistan ein Medienspektrum, das als das liberalste in der Region gilt. Aber von einem unabhängigen Journalismus zu sprechen, fällt nach wie vor schwer.

Journalisten weiter in der Schusslinie

Mit politischen Talkshows wie *Kankash*, *Daud Sultanzoy* (beide Tolo) oder *Kabul Debate* (Channel Yak) bieten TV-Sender zwar auch Foren für vertiefende Diskussionen jenseits des Nachrichtenalltags. Auffällig ist dennoch: Afghanische Journalisten und Medienmacher begreifen sich eher als Stichwortgeber und Plattform. Kritik und Kontrolle üben sie selten aus. Investigativ zu recherchieren ist in Afghanistan hochriskant – und teuer. Monatelang einer Fährte zu folgen und anschließend seine Rechercheergebnisse zu veröffentlichen, erfordert einen starken instituti-

onellen Rückhalt. Diesen haben afghanische Journalisten trotz der neuen Medienhäuser, Finanziere und Journalistenvereinigungen bislang nicht. Zu groß ist die Gefahr, in eine der zahlreichen Schusslinien zu geraten. Dies gilt auch für Kritik an westlichen Akteuren. Folglich bleibt ihnen häufig nur die Rolle des mahnenden Essayisten in den Zeitungen oder des kritischen Fragestellers in den Talkrunden – gefährlich genug.

Um nachvollziehen zu können, wie afghanische Journalisten über den Westen berichten und diskutieren, muss man vor allem die organisatorischen und finanziellen Strukturen verstehen, in denen sie arbeiten.

Dramaturgie und Studioästhetik der kritischeren Talkshows erinnern beispielsweise stark an europäische oder amerikanische Formate. So assoziiert der westliche Zuschauer die Sendung *Daud Sultanzoy* leicht mit CNNs *Larry King Live* oder *Kabul Debate* mit den Talkrunden bei Günther Jauch (ARD). Die Programme tragen eine Handschrift, die von westlichen Medienberatern stammt, die in den afghanischen Redaktionen nicht zu übersehen sind. Dieser Zustand kollidiert teilweise auch mit den Gesetzen Afghanistans.

Skepsis gegenüber Beratern

Dem afghanischen Mediengesetz zufolge dürfen ausländische Nichtregierungsorganisationen zwar Medienunternehmen gründen, doch muss dies unter der Aufsicht des Informationsministeriums geschehen. Zudem ist im afghanischen Mediengesetz fest verankert, dass nur Afghanen die redaktionelle Federführung übernehmen dürfen. In vielen Redaktionen sitzen jedoch ausländische Berater, Producer oder Redakteure, sogar in leitenden Posi-

am Hindukusch



Quelle: Screenshot von youtube.com



Foto: Dominic Medley/Internews Network

Quelle: Bamaf

tionen. »Anstatt verstärkt afghanische Journalisten und Manager auszubilden, werden seit elf Jahren immer mehr ausländische Experten ins Land geholt«, beklagt Ayub Farhat, freier Printjournalist aus Jalalabad in Ostafghanistan.

Nicht selten ist es ökonomisches Kalkül, wenn sich Redaktionen für westliche Berater entscheiden – auch wenn es zunächst bedeutet, dass sie ihnen sehr hohe Gehälter zahlen müssen. Aber diese Investition ist wohlgedacht, denn durch den Einsatz westlicher Berater und dem vermuteten Prestigegewinn erhoffen sich die Medien mehr Geld vom Westen.

Meistens geht die Rechnung auf, allerdings zum Leidwesen der Journalisten in den Redaktionen, die sich keine ausländischen Berater leisten können oder

wollen. »Ausländer gelten für die Geldgeber als Aushängeschild und Garant für Professionalität«, sagt der Journalist Ziaurahman Hasrat, der für den Radiosender Voice of America arbeitet. »Viel wichtiger ist es doch, dass sich unsere afghanischen Kollegen professionalisieren.« Was anfänglich noch notwendig erschien, um die Redaktionen aufzubauen und Arbeitsabläufe zu verbessern, ist deshalb jetzt vielen afghanischen Journalisten ein Dorn im Auge. »Die meisten kennen unser Land und seine Kultur nicht gut genug. Sie bringen Programme ins Fernsehen, die der Gesellschaft nicht guttun«, meint Abdul Muhid Hashimi. Er arbeitet für Pajhwok, die größte unabhängige Nachrichtenagentur Afghanistans, die 2005 mit USAID-Geld aufgebaut wurde. Hashimi

Bild links oben: Politische Talkshow Kankash des Fernsehsenders Tolo.
Bild links unten: Afghanen hören einen Lokalsender
Bild rechts: Hasht-e-Subh (9. Februar 2011): »Karzai: Wir reden mit Amerika über die langfristigen militärischen Stützpunkte«

MEDIENWUNDER AFGHANISTAN?

Die Organisation »Reporter ohne Grenzen« platziert Afghanistan in ihrer jährlich veröffentlichten Rangliste der Pressefreiheit seit 2002 regelmäßig vor den Nachbarländern Iran und Pakistan. Im Jahr 2011 belegte Afghanistan Rang 150, Pakistan 151 und Iran 175. Über 75 Fernsehsender, 175 Radiostationen und rund 800 Printmedien liefern Informationen und Unterhaltung für die afghanische Bevölkerung. Der Medienbereich boomt.

Neben den staatlichen Medien, die eine rund 140-jährige Geschichte in Afghanistan haben, etablierten sich seit 2002 kontinuierlich privatkommerzielle und Partei-Medien. Gedruckte Medien erreichen wegen der schlechten Infrastruktur und der hohen Analphabetenrate von etwa 70 Prozent nur einen kleinen Teil der afghanischen Bevölkerung. Deutlich stärker verbreitet sind hingegen die elektronischen Medien: 47 Prozent der Afghanen besitzen ein Fernsehgerät und 68 Prozent ein Radio (Altai 2010).

So viele Fernseh- und Hörfunksender konkurrierten noch nie zuvor um die Gunst des afghanischen Publikums. Die Medienlandschaft des Landes war indes in keiner Epoche frei von Restriktionen und musste sich stets dem Staatsmonopol unterwerfen. Nur kurz, zwischen 1963 und 1973, dem sogenannten Jahrzehnt der Demokratie, hatte Afghanistan eine Verfassung mit Passagen zur Pressefreiheit. Eine Tradition unabhängiger Medien konnte sich hier kaum entwickeln. Erst seit 2002 können die mit internationaler Hilfe neu entstandenen Medien überhaupt die Mehrheit der afghanischen Bevölkerung erreichen.

Wer gehört zu den Hauptakteuren der Medienhilfe in Afghanistan? Das meiste Geld investiert die US-

amerikanische Regierungsorganisation USAID (2010 22 Millionen US-Dollar), gefolgt von der EU-Kommission. Darüber hinaus geben zahlreiche Stiftungen und Hilfsorganisationen Geld. Während die Europäer bis vor einigen Jahren die Umwandlung des Staatssenders Radio Television Afghanistan (RTA) in einen öffentlichen Sender förderten, richteten die USA ihren Fokus auf den privatwirtschaftlichen Medienmarkt. Im Jahr 2003 investierte USAID knapp 230.000 US-Dollar in den ersten privaten Radiosender des Landes Arman FM, der ein junges, urbanes Publikum ansprechen und vor allem unterhalten sollte. Ein Jahr später unterstützte USAID den Aufbau des privaten Fernsehsenders Tolo mit 2,5 Millionen US-Dollar (Altai 2010) – die erste Konkurrenz für den staatlichen Monopolisten RTA. Tolo schaffte es, mit attraktiven Unterhaltungsprogrammen und innovativen Formaten zu einem der beliebtesten Sender des Landes zu werden. Ihm werden 45 Prozent Zuschaueranteil zugerechnet (Altai 2010).

Rasch folgten weitere private Medienunternehmen. Mit Unterhaltungssendungen erhoffen sich die Privatsender hohe Zuschaueranteile und somit mehr Werbekunden. Ihr Nachmittags- und Abendprogramm wird geprägt durch afghanische Musikclips, indische oder türkische Seifenopern, durch westliche Quizformate wie *Wer wird Millionär?* oder *Deal or No Deal* sowie durch Castingshows wie *Afghan Star*.

Viele Medienformate und Printerzeugnisse werden zudem von ausländischen Truppen quersubventioniert. Insgesamt gesehen ist kritischer Journalismus eher Mangelware.

Merjam Wakili/Kefa Hamidi

sieht den Einsatz ausländischer Experten mit Sorge: »Es gibt Medien, die ausländische Berater einsetzen und dann ganz eindeutig der politischen Linie des jeweiligen Landes folgen.« Seine Nachrichtenagentur ist für ihr weites Korrespondentennetz und ihre Schnelligkeit bekannt.

Viele afghanische Journalisten beobachten wie Hashimi den ausländischen Einfluss mit gemischten Gefühlen. Sie fühlen sich als Zaungäste einer komplexen Gemengelage, in der nicht nur der zahlungskräftige Westen eine Rolle spielt. Der massenmediale Kampf um Einfluss am Hindukusch ist in vollem Gange.

Den direkten Nachbarländern Iran und Pakistan wird ebenfalls vorgeworfen, afghanische Medien für eigene politische Zwecke zu benutzen. Der Sprecher des afghanischen Geheimdienstes Lutfullah Mashal kritisierte im Frühjahr dieses Jahres in einer Pressekonferenz die »Nachbarn Afghanistans«, von denen sich einige als »Feinde« herausgestellt hätten. So beschäftigte der Fernsehsender Shamshad sowohl einen Programmdirektor als auch einen Finanzchef aus Pakistan, ohne dass die afghanischen Behörden über deren Visa und Arbeitserlaubnis informiert worden seien. Ein großer Teil der Programminhalte würden von Pakistan bestimmt. Der Sender streitet die Vorwürfe ab.

Noch größer sei der iranische Einfluss in den afghanischen Medien. Afghanische Medienverantwortliche berichten, dass fast ein Drittel der Medien vom Iran gestützt werde, entweder finanziell oder durch Inhalte. »Seit 2011 versucht der Iran verstärkt, seine Sichtweise der Dinge in die afghanischen Medien einzupumpfen«, sagte Abdul Mujeed Khalvatgar jüngst im Interview mit der kanadischen Zeitung *The Globe and Mail* (25. Mai 2012). Khalvatgar ist Geschäftsführer der afghanischen Medienorganisation Nai. Vor allem gefalle es Iran nicht, dass Afghanistan mit den USA ein strategisches Abkommen für die Zeit nach dem Abzug der Nato-Truppen unterzeichnete.

Der afghanische Geheimdienst hatte bereits mehrfach auf die starke Einflussnahme Irans reagiert und ließ jüngst einen mutmaßlichen iranischen Spion verhaften, einen Journalisten der Presseagentur Fars News Agency.

Vor allem die Wochenzeitung *Ensaf* und die beiden Fernsehsender Tamaddon und Noor erhielten erhebliche finanzielle Hilfe aus Iran und zielen laut afghanischem Geheimdienst darauf ab, die öffentliche Meinung der afghanischen Leser und Zuschauer auf eine pro-iranische, anti-amerikanische Linie zu bringen.

Kritik dennoch möglich

Hemad Stanikzai, der für die Nachrichtenagentur Pajhwok in der südlichen Provinz Helmand arbeitet, bringt das Dilemma auf den Punkt: »Alle Medien in Afghanistan sind vom Ausland abhängig. Kein Unternehmen kann ohne ausländisches Geld überleben.« Aber wie sehr schlägt sich dieses Abhängigkeitsverhältnis in der Berichterstattung nieder? Wie stark ist der Einfluss ihrer ausländischen Geldgeber? Kann ein afghanischer Fernsehsender kritisch über die Nato berichten, obwohl sein Budget von Nato-Ländern stammt?

»Ja, er kann, und er tut es auch«, meint Shakila Ibrahimkhel. Die Fernsehjournalistin arbeitet für Tolo und seinen Nachrichtenabnehmer Tolo News. »Die nationalen Interessen Afghanistans stehen im Einklang mit dem Nato-Einsatz, aus diesem Grund berichten wir positiv über den Einsatz«, berichtet Ibrahimkhel. Sie fügt allerdings hinzu, auch kritische Fragen würden aufgegriffen, darunter Themen wie zivile Opfer bei Nato-Operationen, die Vor- und Nachteile des Nato-Abzugs oder der stockende Wiederaufbauprozess.

Insgesamt geben afghanische Medien ein differenziertes Bild vom Westen ab. Während Rahin Frachmand in der Zeitung *Afghanistan* befürchtet: »Ein vorschneller Abzug der Nato würde einen weiteren endlosen Bürgerkrieg bedeuten« (16. Mai 2012), sieht Wahid Moshda in der Tageszeitung *Cheragh Daily* die dauerhafte Präsenz der Nato als »die Fortsetzung des Krieges in Afghanistan« (24. Mai 2012).

Selbst Themen, die in Europa eher vernachlässigt werden, greifen afghanische Medien mit Vorliebe auf: Beispielsweise finden sich zahlreiche Berichte zum Thema Korruption – und das sind nicht nur Beiträge über die afghanische Regierung, sondern beispielsweise auch über das Treiben ausländischer Hilfsorganisationen. So konnte sich der Vorsitzende der afghanischen Handelskammer Khan Jan Alekozay in der Talksendung *Kabul Debate* kaum zurückhalten: »Die Korruption hat ihren Höhepunkt mit der Präsenz der internationalen Akteure erreicht. Sie erteilen die Verträge nur bestimmten afghanischen Firmen, weil sie sichergehen können, dass ein Teil des Geldes zurück in ihre eigenen Taschen fließt. Fast 50 Prozent der Hilfsgelder geht ins Ausland zurück.« (10. Februar 2012).

Derlei Kritik äußerte auch der afghanische Wirtschaftsminister Abdul Hadi Arghandiwal in einer Pressekonferenz in Kabul: »Von den 57 Milliarden US-Dollar internationaler Gelder an Afghanistan sind nur acht Milliarden über die Regierung abgewickelt worden. Den Rest haben internationale Organisationen am Staat vorbei ausgegeben, ohne je Rechenschaft abgelegt zu haben.« (*Tolo News*, 23. Mai 2012).

Ziel: Eigenständigkeit

Afghanistans Medienlandschaft wird noch viele Jahre brauchen, um sich von ausländischen Geldgebern unabhängig zu machen. Schenkte man den afghanischen Journalisten mehr Gehör, könnte die Hilfe zur Selbsthilfe fruchten. Ausländische Experten, die die Redaktionen bevölkern, können ihnen allerdings heute nur noch bedingt helfen. Und letztlich kann das Vertrauen afghanischer Journalisten in die zaghaft blühende Meinungsfreiheit nur wachsen, wenn sie die Möglichkeit haben, differenziert zu berichten – ohne dabei das Gefühl zu haben, den Ast abzusägen, auf dem sie sitzen. ■

▶ Altai-Consulting (2010): Afghan Media in 2010. Unter: <http://www.altaiconsulting.com>

Merjam Wakili ist Diplom-Journalistin und promoviert derzeit an der TU Dortmund zur Transformation des afghanischen Staatsrundfunks.

Kefa Hamidi ist Kommunikationswissenschaftler (M.A.) und promoviert an der Universität Leipzig zum Journalismus in Afghanistan.



»Bequem auf der

Um Russland tobt ein Machtkampf. Auch medial. Die Politikwissenschaftlerin Mária Huber kritisiert den Missionseifer vieler Journalisten und nennt Hintergründe zu USAID, Pussy Riot und US-Interessen.

Frau Huber, Russland hat Ende September nach zwanzig Jahren die amerikanische Auslandshilfeorganisation USAID aus dem Land geworfen. Wie beurteilen Sie als Osteuropa-Expertin die westliche Berichterstattung über diesen Akt?

Mária Huber: Schauen Sie sich die Schlagzeilen an. Diese lauten vielerorts so, als ob Russland mit dieser Aktion Amerika provoziere. Tatsächlich ist es seit Jahren genau andersherum. Die wirklichen Hintergründe werden selbst von Moskau-Korrespondenten nicht ausgeleuchtet. Die Berichte über die USAID-Ausweisung zitieren beschwichtigende Stellungnahmen der amerikanischen Regierung und die Klagen oppositioneller Gruppen. Im Grunde läuft es fast immer auf eine simple Gut-Böse-Dichotomie hinaus – vereinfacht gesagt: Die böse russische Regierung weist die um Demokratie und Menschenrechte bemühte Hilfsorganisation USAID aus.

Putin hat erst in diesem Sommer ein viel kritisier-tes »Agentengesetz« gegen vom Ausland finanzierte politische NGOs erlassen. Finden Sie es in Ordnung, dass die russische Opposition von der Unterstützung aus dem Westen abgeschnitten wird?

In diesem Fall ganz klar: Ja. Denn kein souveräner Staat lässt reaktionslos Einmischungen in innere Angelegenheiten zu, die so konkret auf einen Regierungswechsel hinarbeiten. Ich kann nicht nachvollziehen, warum die westlichen Medien USAID während langer Zeit als Agentur für Demokratie und Menschenrechte beschrieben haben. Offenbar ist das Teil eines Gesamtbildes, das seit ein paar Jahren im Westen von der russischen Opposition gezeichnet wird. Die außenpolitischen Interessen der USA in Russland haben in diesem Bild keinen Platz.

Zehntausende Oppositionelle demonstrierten für Presse- und Meinungsfreiheit, gegen Korruption, Wahlmanipulationen, selbstherrliches Regieren. Diese Anliegen sind doch nicht allesamt von den USA ferngesteuert.

Ich übersehe diese Bewegungen keineswegs. Aber ich gehöre zu den wenigen recherchierenden Analytikern, denen es nicht entgehen kann, dass US-amerikanische Akteure seit Jahren systematisch versuchen, russische Oppositionsgruppen im Sinne der US-Außenpolitik zu instrumentalisieren. Sie haben zur Stärkung des oppositionellen Potenzials im ganzen Land hunderte NGOs finanziert und viele sogar extra zu diesem Zweck gegründet. USAID spielte dabei eine tra-

Prof. Dr. Mária Huber

geboren in Ungarn, promovierte an der Universität Konstanz über Entwicklungstheorien und -strategien. Sie arbeitete von 1973 bis 1983 als wissenschaftliche Assistentin an der Universität Tübingen und habilitierte dort im Fach Politikwissenschaft mit einer Arbeit über Partizipation der Arbeiter in sowjetischen Industriebetrieben. Als Stipendiatin der Deutschen Forschungsgemeinschaft absolvierte sie mehrere Studienaufenthalte in Moskau und Leningrad und lebte von 1988 bis 1994 in Moskau, wo sie unter anderem für *Die Zeit* über die UdSSR und die GUS berichtete. 1994 folgte sie einem Ruf an die Universität Leipzig, wo sie bis zu ihrer Emeritierung 2008 Professorin für Internationale Beziehungen mit dem Schwerpunkt Osteuropa war.



Quelle: Gerd Krebs

Welle reiten«

gende Rolle. In deutschen Redaktionen wird dieser Zusammenhang ignoriert. Stattdessen wird jedes kleine Projekt, jeder kleine Protest aufgegriffen und so dargestellt, als gehörte alles zu einer großen Volksbewegung gegen Putin. Pussy Riot beispielsweise füllte das ganze Sommerloch.

Was kritisieren Sie an der Berichterstattung über Pussy Riot?

Auch hier bin ich erstaunt, wie einseitig berichtet wurde. Es gab diesen Gerichtsprozess, klar, und dass die drei für eine so skurrile Aktion ins Gefängnis müssen, ist für unser Verständnis von Meinungsfreiheit inakzeptabel. Aber selbst über Pussy Riot wird so berichtet, als sei Putin persönlich dafür verantwortlich. Im Übrigen wurde kaum irgendwo darauf hingewiesen, dass ihre Auftritte auch nach deutschem Recht strafbar wären.

Sie vertreten demnach die These, dass sich russische Oppositionelle vor den Karren der US-Außenpolitik spannen lassen und die Moskau-Korrespondenten dies nicht durchschauen.

Ja, beides trifft zu. Die USA fördern ein riesiges Netzwerk an Organisationen, Stiftungen und Nichtregierungsorganisationen. Die Programme von USAID hängen mit dem Ressourcenreichtum Russlands zusammen. Seitdem Boris Jelzin von der Bühne abgetreten ist, suchen die USA nach einem neuen verlässlichen Partner in Moskau, der ihnen Zugang zu Russlands Märkten, Unternehmen und Ressourcen öffnet. Putin ist dieser Mann bestimmt nicht. Das hat er nicht zuletzt mit dem Chodorowsky-Prozess deutlich gezeigt. Und deshalb wird jetzt versucht, die Schwachstellen des Putin-Systems zu nutzen und eine Protest-Atmosphäre zu schaffen. Prominente US-Politiker betonen immer wieder, dass Demokratieförderung einer der billigsten und effizientesten Wege sei, diese Interessen durchzusetzen. Michael McFaul, seit Anfang des Jahres US-Botschafter in Moskau, formuliert es so: »Es gibt eine genuine Korrelation zwischen den demokratischen Normen weltweit und dem Machtzuwachs der USA.«

Dass die USA mit ihrer Außenpolitik nationale Interessen verfolgen, ist nichts Neues und zudem legitim.

Aber warum sollten dann Russlands Interessen nicht legitim sein, sich gegen solche Einflussnahmen zu wehren und fremd-finanzierte Interessengruppen, Institute und Organisationen als »Agenten« unter besondere Beobachtung zu stellen? Beispielsweise wird das Juri Lewada Analytical Centre, das in der westlichen Presse gern als unabhängiges sozialwissenschaftliches Institut zitiert wird, von National Endowment for Democracy (NED) mitfinanziert. So wird über Umfragen und Forschungen Agenda Setting betrieben.

US-amerikanische Akteure versuchen seit Jahren systematisch, russische Oppositionsgruppen zu instrumentalisieren.

Warum sollten unsere Korrespondenten solche Einflussnahmen nicht recherchieren wollen?

Darüber kann ich nur spekulieren. Vielleicht meinen sie, es sei ehrenwert, mit einseitigen Berichten die Protestbewegungen zu unterstützen.

Sind diese Protestbewegungen denn keine ehrenwerte Sache?

Für unser bürgerschaftliches Engagement in Deutschland ist diese Einstellung sicher grundlegend. In der amerikanischen Außenpolitik ist Demokratieförderung aber kein Selbstzweck, sondern dient geopolitischen Interessen. USAID betreibt ein knallhart kalkuliertes Programm. Und Journalismus sollte gerade bei diesen Themen Unabhängigkeit wahren und sich nicht missionarisch mit einer Seite identifizieren.

Können Sie etwas genauer die Aktivitäten beschreiben, die von den USA in Russland finanziert und von den Korrespondenten übersehen oder gar verschwiegen werden?

In einem USAID-Bericht von Dezember 2010 wird ganz offen und detailliert beschrieben, wie die Bevölkerung gegen Putin mobilisiert werden solle. Das geschah sehr geschickt zum Beispiel über Programme zur Par-

So gingen deutsche Medien im September 2012 mit dem Thema USAID um.



Quelle: tagesschau.de

tization an der Kommunalpolitik. Offiziell heißt es, Interesse bestehe daran, das Verhältnis der Bürger zur Politik zu ändern. Auch durch Schulungen, Projektschreibungen und Anreize wie Stipendien in den USA, Jobs in NGOs oder Seminare für junge russische Führungskräfte. Ein riesiges Netzwerk an amerikanischen und russischen Partnerorganisationen erhielt und ver-

USAID betreibt ein knallhart kalkuliertes Programm. Journalismus sollte gerade bei diesen Themen Unabhängigkeit wahren.

teilte Millionen Dollar für zielführende Projekte, juristische Beratung der Beteiligten und für ausführliche Medienarbeit.

Strategisch ist alles darauf ausgerichtet, in den Provinzen Protest gegen Putin entstehen zu lassen. Verstehen Sie mich nicht falsch, ich halte viele Proteste der Opposition für legitim, aber ich erwarte, dass sich Journalisten nicht nur freuen, wenn Putins Macht auch in den Provinzen bröckelt, sondern dass sie erklären, was alles dahintersteckt.

Ganz so unterbelichtet ist dieses Thema nicht. Schon 2005 im Zuge der orangenen Revolution in der Ukraine erschienen allein in Deutschland sehr gut recherchierte Berichte über die finanziellen und organisatorischen Hintergründe von Oppositionsbewegungen, die in Serbien, Georgien und der Ukraine autoritär regierende Präsidenten gestürzt haben. Der Spiegel veröffentlichte zwei lange Artikel über »Die Revolutions-GmbH«. Sie selbst schrieben über diese Hintergründe in der Zeit.

Die Motive der ausländischen Akteure wurden keineswegs beleuchtet, sehr wohl aber das internationale

Personal der Revolutions-Aktivisten gefeiert. Die mit großem Aufwand recherchierten Beiträge beschreiben immerhin die aufwendigen Trainingsprogramme für oppositionelle Jugendgruppen. Allerdings erst Monate nach dem großen Jubel. Gerade die *Spiegel*-Beiträge strotzten vor Revolutionslyrik. Ich bin verblüfft, dass viele Journalisten trotz der mittlerweile angehäuften Erkenntnisse über die farbigen Revolutionen in Osteuropa sich nicht verpflichtet fühlen, die Rolle ausländischer Akteure wie USAID auch in Russland kritisch zu hinterfragen. Ich beobachte, wie die meisten Moskau-Korrespondenten auf einer Welle der politisch wohlfeilen Kritik gegen das autoritäre Putin-Regime reiten.



Quelle: abendblatt.de



Die russischen Oppositionsbewegungen sind doch viel zu verschieden, um sie pauschal zur Fünften Kolonne Washingtons und der US-Geheimdienste zu degradieren.

Bei den Protesten in Russland mischen viele Gruppen mit – Nationalisten, Anarchisten, radikale Marktliberale, Betonkommunisten und korrupte Oligarchen. Sie alle eint die Gegnerschaft zu Putin, nicht die Liebe zur Demokratie oder gar eine Vorstellung davon, wie Russland ein Rechtsstaat werden könnte. Viele auf Rechtsstaatlichkeit ausgerichtete NGOs, wie zum Beispiel Golos und Memorial, sind wiederum ausländischen Geldgebern verpflichtet. Oder nehmen wir das Institute for Urban Economics: Das wurde von USAID aufgebaut, um auf die Fiskal- und Bodenpolitik Einfluss zu nehmen. Es muss seine Vorhaben jedes Jahr mit USAID abstimmen. Solche Zusammenhänge sucht man in den Medien vergebens.

Unterstellt, es ist so, wie Sie es beschreiben: Was sind die tieferen Gründe? Ist es mangelnde Professionalität, zum Beispiel Naivität?

Zum einen beobachte ich bei fest angestellten Korrespondenten den Hang, Politik machen zu wollen. Zum andern scheint mir, dass viele der freien und Teilzeit-Korrespondenten in dem fremdfinanzierten NGO-System engagiert sind.

Ihnen fehlt die Unabhängigkeit, um wirklich aufzuklären. Keine glaubwürdige Redaktion würde akzeptieren, wenn ein Händler der Automarke X über das neue Modell des Konkurrenten Y einen Testbericht anböte. Hier in der Welt der NGOs aber ist es so. Darum wäre es notwendig, gerade hier auf die Trennung von Polit-PR und Journalismus zu achten.

Wie viel Aufwand müsste ein Korrespondent betreiben, um die von Ihnen skizzierten Hintergründe zu recherchieren?

Das ist nicht aufwendig. Anhand von Finanzflüssen werden viele Zusammenhänge deutlich. Will man zum Beispiel wissen, welche Menschenrechtsorganisationen in Russland Geld aus den USA erhalten, muss man sich nur die Mühe machen, Jahresberichte von Partnerorganisationen von USAID wie NED oder Freedom House auszuwerten. Außerdem gibt es Strategiepapiere, Factsheets und Evaluierungen, in denen manches deutlich wird. Zudem gibt es Experten aus der Wissenschaft.

Doch die meisten Journalisten scheinen von ihrer tagesaktuellen Arbeit so vereinnahmt, dass sie wissenschaftliche Publikationen wie die Habilitationsschrift von Bernd Stöver nicht wahrnehmen. Das Buch, bereits vor zehn Jahren abgeliefert, ist noch immer aktuell. Es durchleuchtet die amerikanische »Liberation Policy« im Kalten Krieg. Ziel dieser Strategie war der Sturz unerwünschter Regierungen mit einer Mischung aus verdeckten und offenen Operationen, Propaganda und Mobilisierung von Dissidenten, Exilgruppen und innerer Opposition. Nichts anderes läuft derzeit meiner Einschätzung nach in Russland, wenn man berücksichtigt, dass anstelle der CIA Organisationen wie USAID, NED und private Stiftungen als Hauptakteure agieren. ■

Weiterführende Literatur:

- ▶ Flottau, Renate et al.: Die Revolutions-GmbH. In: Der Spiegel, 46/2002, S. 178-199.
- ▶ Huber, Mária: Demokratieexport nach Osteuropa: US-Strategien in der Ukraine. In: Blätter für deutsche und internationale Politik, 12/2005, S. 1463-1472.
- ▶ Huber, Mária: Orange Ukraine in der Krise. In: Europäische Rundschau 1/2010, S. 29-41.
- ▶ Stöver, Bernd (2002): Die Befreiung vom Kommunismus. Amerikanische 'Liberation Policy' im Kalten Krieg 1947-1991
- ▶ USAID (2010): Impact Evaluation of Local and Regional Governance Projects in Russia.

Die Fragen stellte Message-Herausgeber Lutz Mücke.

Sender für ganz



Quelle: telesurtv.net

Quelle: jornalismob.files.wordpress.com

Lateinamerika

Beim Start von Telesur vor sieben Jahren erwogen die US-Behörden den Einsatz von Störsignalen. Groß war die Angst vor dem Einfluss dieses Kanals. Ein Senderporträt.

VON LETICIA HILLENBRAND

Es war eine Idee von Fidel Castro. Ausgerechnet der Mann, unter dessen Herrschaft Kuba in Sachen Pressefreiheit nicht gerade unter den oberen Plätzen zu finden ist, hatte die Idee eines panlateinamerikanischen Nachrichtensenders. Im Jahr 2000 regte der frühere Staatspräsident auf einer Konferenz der Federación Latinoamericana de Periodistas Felap (lateinamerikanischer Journalistenverband) in Havanna die Gründung eines Gegenpols zum verhassten US-amerikanischen CNN an.

Fünf Jahre später, pünktlich zum Geburtstag des venezolanischen Nationalhelden Simón Bolívar am 24. Juni, nahm der Fernsehkanal Telesur den Sendebetrieb auf. Umgesetzt hatte das Projekt aber nicht Castro, sondern eine kleine Gruppe von unabhängigen, lateinamerikanischen Journalisten. Seither weht ein frischer Wind durch die lateinamerikanische Medienlandschaft. An dem grenzüberschreitenden Projekt beteiligen sich neben Kuba Venezuela, Ecuador, Bolivien, Brasilien, Argentinien, Nicaragua, Paraguay und Uruguay. Sie teilen sich die Zuständigkeiten in Sachen Gestaltung, Organisation und Finanzierung des Fernsehkanals.

Enorme Medienkonzentrationen

Das Ziel, eine Alternative zu CNN sein zu wollen, war ehrgeizig gesteckt. Denn der Anspruch, eine objektive Berichterstattung aus und über Lateinamerika zu gewährleisten und sich in der bis dato homogenen und monopolistischen Medienlandschaft Lateinamerikas zu behaupten, stellte eine große Herausforderung dar.

Seit der Einführung des Fernsehens in den meisten lateinamerikanischen Staaten in den 1960er Jahren – nur in Argentinien und Brasilien wurden bereits 1951 die ersten Fernsehsendungen ausge-

strahlt – hatten sich innerhalb kurzer Zeit monopolistische Konzentrationen auf dem Medienmarkt gebildet. Private Investoren und Unternehmer, die genügend Kapital und Einfluss hatten, kamen günstig und unproblematisch an Sendelizenzen. Denn die entsprechenden Telekommunikationsbehörden hatten ein Interesse daran, die Bestrebungen der politischen Führung medial in Szene zu setzen.

Daher konnten heutige Großkonzerne wie GloboTV, Grupo Cisneros, Televisa und Grupo Clarín bereits in den 1950er und 1960er Jahren die Grundsteine für ihre zukünftige marktbeherrschende Stellung legen. Laut eines Berichts des Internetportals Noticias nacionales de la Provincia de Tierra del Fuego (Nationale Nachrichten aus der Provinz Tierra del Fuego) aus Argentinien kontrollieren diese Konzerne fast zwei Drittel des Medienmarkts (Fernsehen und Print) in ihren Verbreitungsgebieten.

So beherrscht die Gruppe Clarín etwa ein Drittel der argentinischen Printmedien. In Brasilien besitzt GloboTV 16 Prozent der Printmedien, mehr als die Hälfte der frei empfangbaren Fernsehsender und 44 Prozent der Pay-TV-Sender. Das Duopol von Televisa und TVAzteca in Mexiko kontrolliert 98 Prozent des dortigen Fernsehmarktes. In Chile, Uruguay und Paraguay sind es vier Konzerne, die zwischen 80 und 90 Prozent der Medien kontrollieren.

Gegenwind durch neue Mediengesetze

Um der einseitigen Medienkonzentration Einhalt zu

Typisch für Telesur ist der Fokus auf Gemeinsamkeiten der unterschiedlichen Regionen Lateinamerikas.



Die Sendung *El Mundo Hoy* (Die aktuelle Welt), ein kulturelles Potpourri-Programm aus Lateinamerika.

gebieten, haben einige der aktuellen Regierungen in Südamerika liberalere Mediengesetze auf den Weg gebracht. In Venezuela wurde ein Rundfunkgesetz, in Ecuador ein Telekommunikationsgesetz etabliert. Argentinien hat das Mediengesetz, das während der Militärdiktatur verabschiedet wurde, durch ein Gesetz für audiovisuelle Medien ersetzt.

Begünstigt wurde die Monopolbildung auf dem Medienmarkt auch dadurch, dass das Rundfunksystem in Lateinamerika, anders als in Deutschland, nicht auf einem Rundfunkstaatsvertrag beruht. Es gibt kein Gesetz, das die Medienkonzentration regelt oder einen möglichst objektiven, überparteilichen Status der Berichterstattung und der Programmgestaltung gewährleistet. Ein Gebührensystem zur Finanzierung der Kanäle wie in Deutschland gibt es in ganz Lateinamerika nicht.

Die Programmplanung

Auch wenn die Idee von Telesur vorsah, ein Gegenstück zu CNN darstellen zu wollen, orientierte sich der Sender zunächst sehr stark am Cable News Network aus Atlanta, sodass anfänglich überwiegend Nachrichtensendungen das Programm prägten. Doch Telesur hat seit seiner Gründung das Programm, die Gestaltung und das Team kontinuierlich verändert. Heute erwarten die Zuschauer eine Mischung aus Nachrichten und diversen Formaten aus den Bereichen Politik, Kultur, Wissenschaft, Bildung und Sport.

Politiksendungen wie Dossier oder Mesa Redonda (Runder Tisch) beschäftigen sich mit nationalen und internationalen Themen, vom Krieg in Afghanistan über die Finanzkrise bis zu den Machtwechseln in Honduras und Paraguay. Der ehemalige

Jorge Gestoso führte im August ein exklusiv-Interview mit Julian Assange.

CNN-Journalist Jorge Gestoso hat eine nach ihm benannte Interviewsendung, in der er im August etwa ein Interview mit Wikileaks-Gründer Julian Assange brachte. Hinzu kommen die großen Nachrichtensendungen *Telesur Noticias* (TelesurNachrichten), *Temas del Día* (Tagesthemen) und *Edición Central* (Hauptedition), die mehrmals am Tag über aktuelle Ereignisse berichten. Einmal am Tag werden die Nachrichten auf Portugiesisch verlesen, ansonsten beherrscht Spanisch das Programm.

Lateinamerika und seine Nachbarn

Der vielerorts mit Argwohn beäugte Nachbar im Norden, die USA, haben seit kurzem einen eigenen Platz im Programm. In der Sendung *USA de verdad* (Die wirklichen USA), berichten Korrespondenten über Themen wie den Präsidentschaftswahlkampf oder die Occupy Wall Street Bewegung. Darüber hinaus gibt es ein Format für investigativen Journalismus, in dem Themen wie Drogenhandel oder Paramilitarismus behandelt werden.

Die Mitarbeiter kommen hauptsächlich aus Südamerika (Kolumbien, Venezuela, Argentinien, Brasilien) und Kuba. Mit einem Team von knapp 40 Korrespondenten in Lateinamerika und den USA berichtet Telesur über das, was in Lateinamerika und außerhalb des Kontinents passiert. Die Sendungen werden über die staatlichen Fernsehkanäle eines jeden Mitgliedlandes übertragen und sind per Satellit auch weltweit empfangbar.

Telesur hat Kooperationen mit Al Jazeera und der US-amerikanischen APTN. Auch außerhalb von Lateinamerika gewinnt Telesur an Bedeutung, wie der Fall um die Freilassung von Ingrid Betancourt



2008 zeigt, über den in Telesur exklusiv berichtet wurde, oder bei der Entmachtung des damaligen Präsidenten von Honduras, Manuel Zelaya, wovon Telesur live berichtete. Die Zuschauerzahlen liegen zwischen zwei und sieben Millionen, obwohl es schwer ist, dazu genaue Angaben zu erhalten.

Besonders charakteristisch für Telesur ist der Fokus auf Gemeinsamkeiten der unterschiedlichen Regionen des lateinamerikanischen Kontinents: seien es Sprachen, indigene Kulturen oder traditionelle Musik. Themen wie Folklore, Gebräuche, Esskultur und Lebensarten widmet Telesur sogar eigene Sendungen wie *Vidas* (Leben) und *El mundo Hoy* (Die aktuelle Welt).

Eine lateinamerikanische Kultur

Die vielen Gemeinsamkeiten haben ihre historische Referenz in der Figur des Simón Bolívar, dem Anführer der Unabhängigkeitsbewegung gegen die spanische Kolonialherrschaft. Seine politischen Leitlinien konzentrierten sich auf die Bildung einer Confederación der südamerikanischen Staaten und auf der Bildung von Gran Colombia (Großkolumbien) zwischen Venezuela, Kolumbien, Ecuador und Peru. Er war der Erste, der von einer lateinamerikanischen Identität sprach.

Viele der linksorientierten Regierungen Südamerikas beziehen sich auf diese Identität und die von Simón Bolívar (1783-1830) propagierten Werte. Obwohl dessen politisches Ziel, ein Großkolumbien zu errichten, nicht umgesetzt wurde, haben seine Ideen die Südamerikaner stark geprägt. Sein politischer Einfluss ist heute mehr denn je spürbar.

Venezuelas Präsident Hugo Chávez vertritt den sogenannten Bolívarismo, das Gegenmodell zu den bisher erlebten – meist negativen – Erfahrungen der politischen Fremdbestimmung und des neo-liberalen Wirtschaftens. Im Gründungsjahr von Telesur wurde aus dieser Überzeugung heraus die Alianza Bolivariana para los Pueblos de nuestra América ins Leben gerufen. Im Zentrum dieses Bündnisses steht die Bildung eines gemeinsamen Wirtschaftsraums mit Handelsabkommen, die eine wirtschaftliche Unabhängigkeit von den USA ermöglichen soll. Telesur spielt in diesem Zusammenhang eine wichtige Rolle. In der polarisierten Medienlandschaft Lateinamerikas mit dominanten privaten Anbietern ist Telesur mit seiner differenzierten Berichterstattung ein Novum in der Mediengeschichte des Kontinents.

Propaganda-Vorwürfe

Allerdings begleitet den Sender seit seiner Gründung auch ein hohes Maß an Skepsis. Vor allem die privaten Medien stempeln Telesur als Propaganda-Apparat von Hugo Chávez ab. Sie bezeichneten ihn daher auch spöttisch als »TeleChavez«.

Vor dem Start des Senders befürchteten die USA eine tendenziell anti-US-amerikanische Berichterstattung durch Telesur. Daher erwog man sogar die Ausstrahlung eines Gegenprogramms und den möglichen Einsatz von Störsignalen. Worauf man dann jedoch verzichtete. Nach dem Abschluss eines Kooperationsabkommens mit Al Jazeera erklärte Connie Mack, Abgeordneter im US-Repräsentantenhaus, das Abkommen diene der Schaffung eines »weltweiten Fernsehsenders für Terroristen«.

Eine Kopie von CNN?

Im Februar 2012 wurde durch Twitter bekannt, dass der Nahost-Korrespondent von Telesur, Hisham Wannous, parallel zu seiner Arbeit als Journalist auch als offizieller Dolmetscher für den syrischen Staatspräsidenten Bashar al-Assad arbeiten soll. Dies warf ernste Fragen zur journalistischen Professionalität des Senders auf.

Andere hingegen bemängeln, Telesur orientiere sich zu sehr an CNN. Für den amerikanischen Sender ist das Spanisch sprechende Publikum ein wichtiger Markt. Seit 1997 sendet CNN auch in Spanisch. Telesur hat die CNN-Programmgestaltung zum Teil einfach kopiert. Auch CNN-Mitarbeiter wechselten zur lateinamerikanischen Konkurrenz. Der oben bereits erwähnte Jorge Gestoso ist einer der Prominentesten. Seine CNN-Sendung führt er jetzt auf Telesur formal fast unverändert fort – nur mit anderen Gästen und aus einer anderen Perspektive auf die Welt. ■

Weiterführende Literatur:

- ▶ Leimig, Kathrin Marisa Leimig (2011): *telesUR - Anspruch und Wirklichkeit*. Grin Verlag
- ▶ Painter, James (2008): *Counter Hegemonic News. A case-Study of Al-Jazeera English and Telesur*. Oxford University Press

Vor allem die privaten Medien stempeln Telesur als Propaganda-Apparat von Hugo Chávez ab und nennen ihn auch TeleChávez.

Leticia Hillenbrand arbeitet als freie Journalistin in Hamburg und promoviert zum Themenbereich Medienpolitik in Lateinamerika.



»Jede Recherche

Die investigative Journalistin und Buchautorin Ana Lilia Pérez deckt die Korruption in ihrem Land auf. Dafür setzt sie ihr Leben aufs Spiel. Als Heldin sieht sie sich dennoch nicht.

Die 36-jährige Ana Lilia Pérez wirkt entspannt in ihrer neuen Umgebung. Wenn sie spricht, spielt sie nachdenklich mit ihrer Kette. Dann wieder redet sie leidenschaftlich von ihrer Mission. Die Hamburger Stiftung für politisch Verfolgte hat sie für ein Jahr nach Deutschland geholt. Sie kommt zur Ruhe, gibt Interviews und versucht, über die Lage mexikanischer Journalisten zu informieren. Mexiko ist zurzeit eines der gefährlichsten Länder der Welt für Journalisten. Mindestens 80 ihrer Kollegen sind in den letzten zwölf Jahren ermordet worden, weitere 14 werden vermisst.

Ihr letztes Buch »El Cártel Negro« dreht sich um die illegalen Geschäfte des staatlichen Mineralölkonzerns »Petróleos Mexicanos«. In die sind Politiker, Unternehmer und Drogenkartelle verwickelt. Ein wichtiges Buch, mit dem man sich viele Feinde macht. Hatten sie Angst vor der Veröffentlichung?

Ana Lilia Pérez: Traurigerweise ja. Normalerweise freut man sich ja sehr auf das Erscheinen seines Buches und ist ganz stolz. Aber ich hatte Angst. Ich wusste, dass mein Buch ziemlich einschlagen würde. Ich hatte so viele kompromittierende Dokumente darin zitiert, dass ich lange gezögert habe, es zu ver-



Ana Lilia Pérez (rechts) fordert die Medien in Mexiko auf, endlich wieder ihre Aufgabe zu erfüllen und über die Hintergründe von Kriminalität zu berichten.

Quelle: Message

mit Zweifeln«

öffentlichen. Ich hatte daran sieben Jahre gearbeitet. Aber manchmal ist es gefährlicher, nicht zu publizieren, anstatt zu publizieren. Denn wenn man recherchiert und gefährliche Leute das bemerken, dann wissen sie nicht genau, was Du tatsächlich herausgefunden hast. Absurderweise entschied ich mich daher aus Sicherheitsgründen dazu, es zu veröffentlichen. Letztendlich weiß ich aber nicht, was tatsächlich gefährlicher ist.

Warum bleiben Sie trotz Morddrohungen Journalistin?

Mexiko macht gerade eine schwere Zeit durch, gerade jetzt sind die Menschen auf die Medien angewiesen. Ich war mein ganzes Leben lang Journalistin, ich habe schlichtweg auch nichts Anderes gelernt. Bereits in der Schule habe ich Reportagen geschrieben, dann ging ich auf die Journalistenschule und seit 15 Jahren schreibe ich. Es ist natürlich eine sehr persönliche Entscheidung, unter diesen Umständen in Mexiko weiter als Journalistin zu arbeiten. Doch dieser Beruf bedeutet eben auch eine spezielle Art zu leben. Nicht mehr als Journalistin arbeiten zu können, würde für mich den Tod bedeuten. Und ich will nicht sterben. Ich will leben und meine Aufgabe erfüllen.

Haben Sie wirklich nie darüber nachgedacht, hinzuschmeißen?

Natürlich habe ich das. Die erste Morddrohung ändert dein Leben für immer. Ich versuche mich so gut es geht zu schützen, und natürlich macht man sich danach viel mehr Gedanken, bevor man die eine oder andere Information veröffentlicht. Du weißt dann ja, dass sie dich dafür vielleicht umbringen werden. Aber wenn ich recherchiere, denke ich auch immer an die Bedeutung meiner Arbeit. Man muss sich selbst davon überzeugen, dass das, was man tut, wichtig und sinnvoll ist. Aber ich gebe ehrlich zu, die Zweifel bleiben. Und jede neue Recherche stürzt mich wieder neu in diese Zweifel, da ich Angst habe.

In welcher Situation würden Sie aufhören?

Ich habe Angst davor, in diese Situation zu kommen. Risiko gehört zu meiner Arbeit. Ich arbeite hart am Limit. Und eigentlich möchte ich über Ihre

Frage nicht weiter nachdenken. Viele meiner Kollegen hätten längst aufgehört, wenn sie in meiner Situation wären: Ich musste das Land verlassen und habe immer ein GPS dabei, damit man mich im Falle einer Entführung finden kann beziehungsweise wenigstens meine Leiche.

Ich hatte in Mexiko rund um die Uhr Leibwächter bei mir. Die Polizei hatte mich festgenommen, ich wurde verhört und wie eine Kriminelle behandelt. Ich glaube, jeder Journalist hat seine persönlichen Grenzen. Aber ich möchte nicht an etwas so Schlimmes denken, das dafür sorgen könnte, dass ich aufhöre...

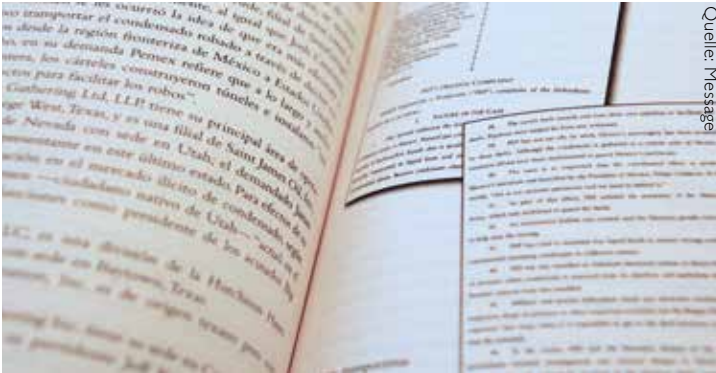
Wie stehen Ihre Freunde und Ihre Familie zu Ihrer Arbeit?

Ich habe das Glück, dass mich meine Familie und meine Freunde unterstützen. Dieser Rückhalt ist sehr wichtig. Meine Freunde haben ebenfalls ein starkes Sozialbewusstsein. Ihre Berufe sind für sie auch Passion. Das gleiche gilt für meine Familie. Bei uns versucht jeder auf seinem Gebiet etwas zu tun, damit sich Mexiko verbessert. Die psychologische Unterstützung durch Freunde und Familie ist sehr wichtig für mich. Aber ich mache mir natürlich auch Sorgen um sie, da ich sie in Gefahr bringe. Aus Sicherheitsgründen will ich darüber aber nicht weiter sprechen.

Dann lassen Sie uns weiter über Ihre Arbeit reden. Die Gewalt gegen Journalisten scheint in Mexiko an der Tagesordnung...

Ja. Und sie ist massiv gestiegen. Die Hauptaggressoren sind jedoch nicht die Drogendealer, also die Narcos, sondern öffentliche Funktionäre, Staatsbeamte und Mitglieder aus verschiedenen Regierungsabteilungen. Eines der größten Probleme mexikanischer Journalisten ist, dass es kein Gremium gibt, das Druck auf die Regierung ausüben könnte, damit die etwas unternimmt, die

In Mexiko ist es keine Schlagzeile wert, wenn ein Journalist angegriffen oder sogar ermordet wird. Jeder kämpft nur für sich.



Pérez Bücher sind voll mit Belegen für Ihre Recherche-Ergebnisse. Dadurch konnte sie bereits einige Klagen abwenden.

permanenten Angriffe auf Journalisten zu stoppen. In anderen Ländern ist es eine große Schlagzeile, wenn ein Journalist angegriffen oder sogar ermordet wird. In Mexiko kämpft jeder für sich allein. Es gibt kein Gemeinschaftsgefühl unter Journalisten. Die Medien in Mexiko sind uneins, zersplittert. Es gibt große Medien-Konsortien wie Televisa, die von der Regierung bevorteilt und finanziell unterstützt werden. Und dann gibt es die nichtprivilegierten Medienunternehmen.

Diese Ungleichheit spaltet auch uns Journalisten und macht uns uneins. So ist es ziemlich einfach, einzelne Journalisten anzugreifen. Manche ins Visier der Kriminellen geratenen Medienhäuser kündigten sogar öffentlich an, dass sie über heikle Themen nicht mehr berichten werden. Diese ganze Situation hat also eine immense Selbstzensur zur Folge.

Was hat es mit dem Abkommen der Journalisten mit der Regierung Calderón auf sich, »staatstreu« zu berichten?

Die Regierung Calderón hat umgerechnet zweitausend Millionen Dollar in Staats-PR investiert. Dieses Geld erhielten jene Medien, die ein Abkommen mit der Regierung eingingen. Das sieht vor,

Diese Regierung hat sich das Schweigen der Medien erkaufte. Dieser Pakt spricht gegen alle Ideale des Journalismus.

nicht mehr über »schlechte Dinge« zu berichten. Im Klartext: Kriminalität soll mehr oder weniger nicht mehr thematisiert werden. Fast 90 Prozent aller mexikanischen Medien haben sich an dem Pakt beteiligt. Unglücklicherweise betrifft es genau die Medien, die in Mexiko den größten Einfluss

haben, das Fernsehen, das Radio und auch einige Pressepublikationen.

Diese Regierung hat sich das Schweigen der Medien erkaufte. Dieser Pakt spricht gegen alle journalistischen Ideale! Unsere Aufgabe ist es zu informieren und nicht Informationen zu vertuschen! Es ist schrecklich, dass die Mexikaner in dieser schwierigen Zeit ihren Medien nicht vertrauen können.

Da die Redaktionen oft nicht mehr berichten, haben einfache Bürger angefangen, die Informationen über Ermordungen und Kriminalfälle im Internet zu verbreiten, via Twitter und Blogs. Das ist besonders häufig der Fall in den Regionen wie Chihuahua, Veracruz oder Guerrero, in denen es sehr viel Gewalt gibt.

Ein Argument für den Pakt war, dass die Drogenbanden die Medien für ihre Öffentlichkeitsarbeit missbrauchen und dadurch Angst schüren.

Aber unter diesem Pakt kann man die simpelsten journalistischen Standards nicht mehr einhalten. Was man vielleicht kritisieren kann, ist, dass Journalisten vor dem Pakt zu stark auf die Berichterstattung über Gewalt fokussiert waren. Die schlechte Arbeit der Regierung hingegen und die Hintergründe der Gewalt wurden auch vor dem Pakt viel zu selten thematisiert. Dieser Teil der Realität wurde von den Medien ignoriert. Nach dem Pakt ist die Kritik an der Regierung noch schwieriger geworden.

Ab dem 1. Dezember 2012 wird Mexiko eine neue Regierung unter Enrique Peña Nieto haben. Besteht die Chance, dass sich dadurch etwas zum Besseren ändert?

Ich glaube nicht. Peña Nieto hat einen Sicherheitsberater, der denkt, dass Gewalt durch bewaffnete Gruppen bekämpft werden sollte. Und Nieto wurde bereits während der Wahl insbesondere vom TV-Konsortium Televisa gefördert. Seine Beziehung zur Presse ist gestört. Seine Partei, die PRI, die Mexiko 71 Jahre lang regierte, ist dafür bekannt, dass sie die Medien steuert. Die Pressefreiheit ist durch diese neue Regierung also stark gefährdet.

Sie erwähnten bereits das Internet. Welche Rolle spielen neue Medien in Mexiko?

Ich glaube, die Menschen in Mexiko sehnen sich nach Informationen. Daher gewinnen die neuen Medien an Einfluss, wie etwa die Studenteninitiative »Yo soy 132«, die im Wahlkampf im Internet den jetzigen Präsidenten Enrique Peña Nieto heftig ange-

gangen ist. Aber diese Plattformen werden ja nicht von Journalisten geführt. Die mexikanischen Medien müssen sich die Frage stellen, ob sie so weitermachen wollen mit einem derartigen Abkommen! Denn sie werden von der Gesellschaft einfach überrannt.

Bei »Yo soy 132« war es so: Erst haben sich die Medien geweigert, über die landesweiten Demonstrationen gegen den Kandidaten Peña Nieto zu berichten. Erst als schließlich Tausende Demonstranten vor den TV-Studios standen und sehr direkt Berichterstattung einforderten, gaben die Sender letztlich nach, um nicht die Wut der Demonstranten auf sich zu ziehen. Es spricht für sich und ist symbolisch: Bei vielen Demonstrationen gegen die Gewalt in Mexiko wird vor den Gebäuden der TV-Konsortien demonstriert.

Gibt es auch Versuche, Blogger mit Morddrohungen einzuschüchtern? Blogger dürften ja noch weniger geschützt sein als Journalisten, die ja wenigstens eine Redaktion hinter sich haben.

Auch Blogger wurden schon ermordet. Auf ihren Körpern fand man Nachrichten, dass man sie wegen ihrer Veröffentlichungen umgebracht habe. Aber mittlerweile spielt es in Mexiko keine Rolle mehr, wen man umbringt, egal ob Blogger oder Journalist. Früher dachte man, vor allem Journalisten kleinerer Zeitungen und Freie seien gefährdet, aber heute spielt es keine Rolle mehr, wo man arbeitet. Mittlerweile werden auch prominente Journalisten umgebracht, wie z.B. Regina Martínez, und berühmte Redaktionen angegriffen, wie bei der Zeitung *Reforma*.

Werden Journalisten in Mexiko in der Ausbildung auf die Situation im Land vorbereitet?

Nein, überhaupt nicht. Als ich an der Journalistenschule studierte, existierte noch nicht so viel Gewalt gegenüber Journalisten. In den 1980er Jahren gab es mal den Fall von Manuel Buendia. Er wurde getötet, weil er als Journalist seine Arbeit gemacht hatte und galt als Held, der für die Pressefreiheit gestorben ist. Heutzutage werden so viele Journalisten umgebracht, dass kaum jemand überhaupt mitbekommt, wie viele es sind. Die NGOs sind die Einzigen, die Buch führen. Heutzutage ist die Lebensbedrohung zu einer Art Berufsrisiko geworden.

Wie schützen sich Journalisten in so einem Umfeld?

Jeder Journalist, der bedroht wird, hat seine eigenen Sicherheitsmethoden. Ich führe Buch über alles Unge-



Quelle: Message

Am 8. Oktober 2012 erhielt die investigative Journalistin Ana Lilia Pérez den »Preis für die Freiheit und Zukunft der Medien«, der von der Medienstiftung der Sparkasse Leipzig vergeben wird.

wöhnliche, was mir passiert, etwa ob ich fotografiert werde oder verfolgt. Ich informiere andere Personen über meinen Tagesablauf und trage eine kugelsichere Weste. Von dem GPS und den Leibwächtern, die mich rund um die Uhr bewachen, habe ich schon erzählt.

Denen kann man übrigens auch nicht hundertprozentig vertrauen. Außerdem ist es sehr kompliziert, ein Interview mit

potenziellen Informanten zu führen, wenn dich Leibwächter überallhin begleiten. Der Interviewte fühlt sich dadurch natürlich gehemmt. Und ich selbst fühle mich manchmal wie verhaftet. Mein Privatleben ist praktisch nicht mehr existent.

Sie haben bisher vier Bücher veröffentlicht. Gibt es denn einen Markt dafür?

Die genauen Verkaufszahlen für mein letztes Buch stehen noch nicht fest, aber es wurde sehr gut angenommen. In den ersten zwei Monaten gab es vier Nachdrucke. Auf der Straße haben sie bereits Raubkopien davon verkauft und bald kommt es als E-Book

Manchmal ist es gefährlicher, nicht zu publizieren, statt zu publizieren. Denn sie wissen nicht, was du tatsächlich herausgefunden hast.

Ihre Bücher und Recherchen brachten Lilia Pérez internationale Aufmerksamkeit, Morddrohungen und mächtige Feinde im eigenen Land.



raus. In den letzten fünf Jahren gab es einen richtigen Boom für journalistische Bücher. Das ist besonders ungewöhnlich, da Mexikaner im Allgemeinen nicht viel lesen, im Durchschnitt ein halbes Buch pro Kopf pro Jahr. Es gibt jedoch ein Publikum, das an solchen Geschichten interessiert ist.

Was muss passieren, damit sich die Situation in Mexiko verbessert?

Die Chefs der Medien müssen sich besser um ihre Mitarbeiter kümmern. Es braucht auch eine stärkere journalistische Gewerkschaft. Die gibt es beispielsweise in Kolumbien oder Peru. Dort haben sich die Jour-

nalisten zusammengetan, um sich vor den Kartellangriffen zu schützen. Es hilft auch, wenn ausländische Medien

über die Situation in Mexiko berichten. Das setzt die Regierung unter internationalen Druck. Auch dadurch kann eine Veränderung bewirkt werden.

Es hilft, wenn ausländische Medien über die Situation in Mexiko berichten. Das setzt die Regierung unter Druck.

Die Fragen stellten die Journalistin Laura Schneider und Message-Redakteurin Eva Boller

Nächstes Jahr werden Sie nach Mexiko zurückkehren. Haben sie Angst davor?

Ich will zurück, denn es ist mein Land. Gerade will ich aber nicht so viel darüber nachdenken, wie es sein wird, wenn ich wieder da bin. Ich mache ja diese Pause, um Abstand zu gewinnen, auch von den Morddrohungen. Seitdem ich hier bin, bemerke

ich, wie ganz alltägliche Sachen für mich zu etwas Besonderem geworden sind: Allein einen Kaffee holen gehen oder einfach nur eine Straße entlanglaufen. Ich lerne die kleinen Dinge des Lebens schätzen, die mir die ganze Zeit verwehrt waren. Diese Momente der Stille sind unbezahlbar. Gut einschlafen zu können, das ist großartig.

Ich begreife erst jetzt, was mit meinem Leben passiert ist. In Mexiko war ich nur noch damit beschäftigt zu überleben. Ich hoffe, dass ich etwas von dem Frieden, den ich hier erfahre, mit nach Mexiko nehmen kann.

Dass was Sie und ihre Kollegen in Mexiko tun, wirkt heldenhaft...

Nein, Helden sind wir wirklich nicht. Mexiko macht gerade eine schlimme Zeit durch. Wenn es in Deutschland so wäre, würden viele Journalisten ja auch ihre Arbeit weitermachen. Und die deutsche Geschichte war ja auch kein Zuckerschlecken für Journalisten.

Ich glaube, die mexikanischen Journalisten, die Morddrohungen ausgesetzt sind, machen einfach ihren Job. Es ist schlichtweg ihre Aufgabe als Journalisten, die Menschen über Hintergründe zu informieren. Wenn es meinem Land und meinen Leuten schlecht geht, kann ich doch nicht schweigen. Im Gegenteil: Da ist es doch umso wichtiger zu berichten. Journalisten müssen sich gegen Zensur, Korruption und Regierungseinflüsse wehren. Und sie sind in vielen Ländern nicht still, trotz Druck und Bedrohung. Klar, das kann lebensgefährlich sein. Aber man lebt wenigstens für ein Ideal. ■



Bottom-up oder Top-down?

Politische Beteiligungsmöglichkeiten im Internet

Eine Akademiekonferenz im Rahmen des »Forums Junge Wissenschaft«

Sonnabend, den 1. Dezember 2012, von 10 bis 18 Uhr

Universität Hamburg, Flügelbau Ost,
Edmund-Siemers-Allee 1, 20146 Hamburg



www.wiso.uni-hamburg.de/internet2012

Veranstalter: Dr. Kathrin Voss, Arbeitsstelle Medien und Politik
im Research Center for Media and Communication, Universität Hamburg

AKADEMIE DER
WISSENSCHAFTEN
IN HAMBURG

Arbeitsstelle
Medien & Politik
RC
MC Research Center for
Media & Communication

U+H
Universität Hamburg
DER FORSCHUNG | DER LEHRE | DER BILDUNG

Kritische Stimmen

Exilmedien kommt eine neue Rolle zu: Via Internet und Satellit erreichen sie ihr Publikum in Burma, Usbekistan oder Sri Lanka. Die Grenzen zwischen Journalismus und Aktivismus sind oft fließend.

VON GEMMA PÖRZGEN

Es waren Bilder, die man nicht sehen sollte. Ein burmesischer Soldat schießt einem japanischen Journalisten aus nächster Nähe in den Rücken. Ein Tod vor laufender Kamera. Demonstrierende buddhistische Mönche, die sich an die Spitze der Protestbewegung gesetzt haben. Diese verdeckt gefilmten wackeligen Aufnahmen von den Demonstrationen der buddhistischen Mönche aus dem abgeschotteten Burma gingen 2007 um die Welt. Sie durchbrachen die strenge Zensur und bescherten dem Exil-Sender »Democratic Voice of Burma« (DVB) mit einem Schlag internationale Aufmerksamkeit. Unter großen persönlichen Risiken hatten Korrespondenten trotz der Informationsblockade der Militärjunta den Aufstand gegen das Regime gefilmt.

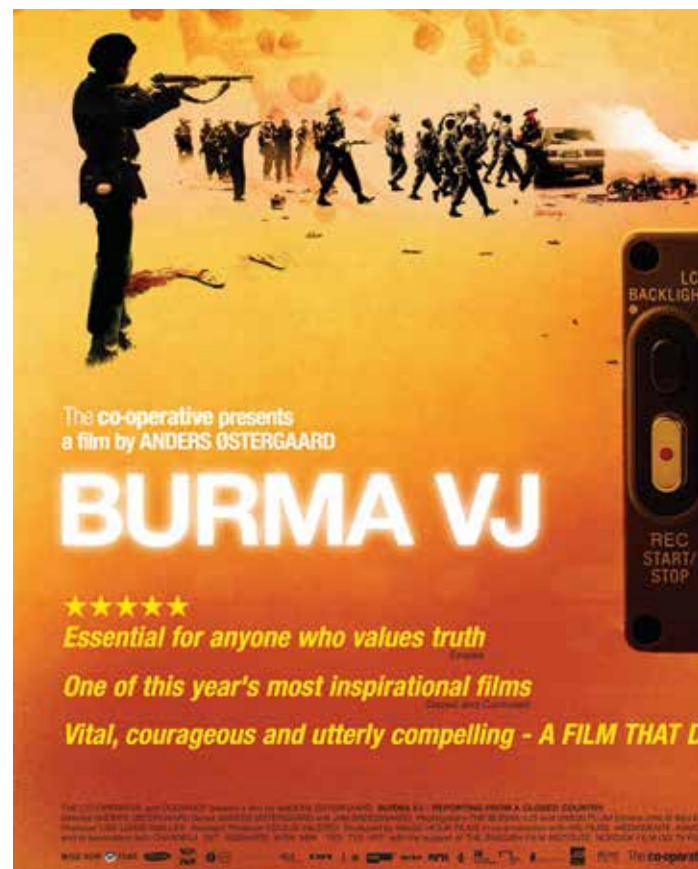
Als die Aufnahmen der Safran-Revolution in der Redaktion in Oslo landeten, reichten die Exiljournalisten sie an die internationalen Medien weiter. Weltweit sorgten diese Bilder aus dem geschlossenen Burma für Schlagzeilen. Sie liefen auf CNN, in der BBC und in der *Tagesschau*.

Plötzlich wurde sichtbar, dass es im norwegischen Oslo ein wichtiges burmesisches Exilmedium gab, das über die Jahre still und leise ein bemerkenswertes Korrespondentennetz im Land aufrecht erhielt und regelmäßig berichtete. Der norwegische Filmemacher Andreas Ostergaards widmete dieser mutigen Arbeit einen Dokumentarfilm »Burma VJ«, der 2009 sogar für den Oskar nominiert wurde.

Der Beruf Exiljournalist

Der Manager des Senders DVB, Khin Maung Win, lebt seit 24 Jahren im Exil in Norwegen. Als er als junger Mann nach der Zerschlagung der Studentenproteste aus Burma floh, dachte er noch, sein Auf-

enthalt würde nur wenige Monate dauern. Doch Oslo wurde zur neuen Heimat. Seine Kinder sind in Norwegen geboren und gehen dort zur Schule. Die Heimat des Vaters ist ihnen fremd. Khin hat sie nie losgelassen. Er wurde Journalist, um aus dem Exil heraus zu versuchen, auf die Demokratisierung seines Landes Einfluss zu nehmen. »Die Menschen bekamen keine echten, unabhängigen Nachrichten



aus der Diaspora

von den staatskontrollierten Medien«, beschreibt Khin seine Motivation.

Zusammen mit burmesischen Kollegen baute Khin zunächst einen Radio-Kurzwellensender auf. 2005 kam das Fernsehen dazu. Sie sendeten zunächst eine Stunde TV in der Woche über Satellit nach Burma hinein. Heute ist der Sender vier Stunden täglich auf Sendung. »Die moderne Technik spielt eine entscheidende Rolle für unser Projekt«, sagt Khin. »Wir sind 9.000 Kilometer von unserer Heimat entfernt, aber immer auf dem Laufenden.« Das Filmmaterial stammt aus Burma und wird in Oslo redaktionell bearbeitet. In Burma erreicht das Exilmedium ein breites Publikum und ist populär. Viele Menschen sehen das Programm in größeren Gruppen in den verbreiteten Teestuben an.

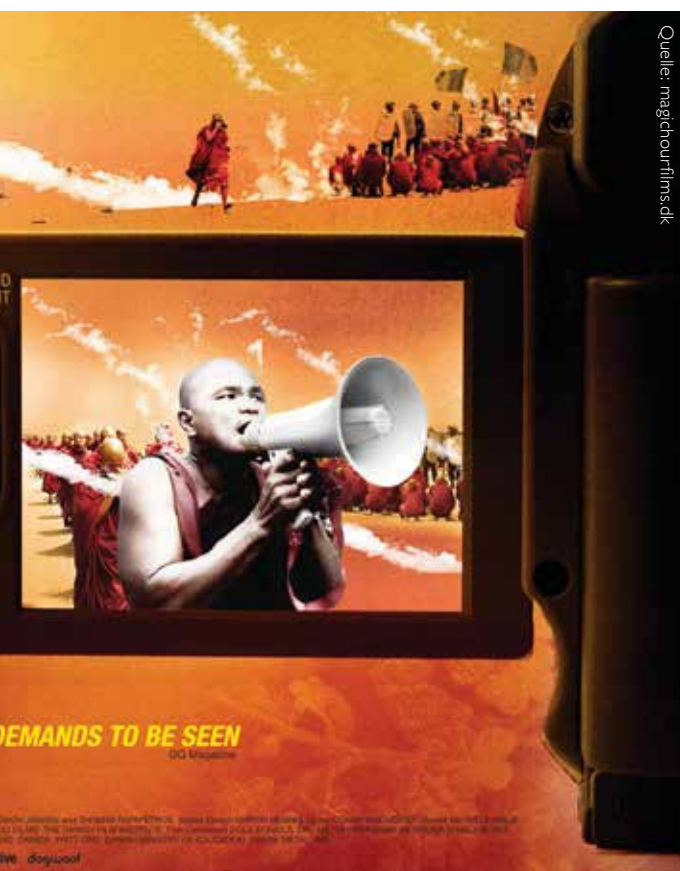
DVB gehört zu den prominentesten Exilmedien und verfügt über einen Millionen-Etat, der von internationalen Geberorganisationen finanziert wird. Schätzungen, wie viele solcher Medien weltweit agieren, sind schwierig. Die Exilmedien sind zu verstreut, um sie zu zählen. Da leben Journalisten aus Zimbabwe in London, tibetische Kollegen in Indien oder Belarussen in Warschau. Der US-Journalist und Medientrainer Bill Ristow hat für die US-Geberorganisation National Endowment for Democracy eine der wenigen Studien über das Thema verfasst, in der er die Zahl der professionell arbeiteten Exilmedien auf 50 schätzt. Seit 2009 gibt es ein Netzwerk von rund 30 Exilmedien aus 18 verschiedenen Ländern, die sich jährlich treffen und ihre Erfahrungen austauschen. Unterstützt werden diese Treffen vom Open Society Institut in London und dem schwedischen Institut für Journalistenfortbildung Fojo, die eng mit Exilmedien zusammenarbeiten. Sie setzen auf eine stärkere Professionalisierung dieser sehr spezifischen Mediengruppe und bieten ihnen Schulungen und umfassende Beratung an. Ein wichtiges Thema solcher Treffen ist die Frage des eigenen Selbstverständnisses. Wie können Exil-Medien unter den schwierigen Bedingungen ihrer Länder eigentlich journalistische Standards einhalten?

Die Situation in Usbekistan

Die Chefredakteurin der Nachrichtenseite www.uznews.net über Usbekistan, Galima Bukharbaeva, versteht sich vor allem als Journalistin. Das beschert ihr immer wieder erbitterte Debatten mit Vertretern der usbekischen Opposition. Seit sie 2005 als Augenzeugin des Massakers von Andijan ihre Heimat verlassen musste, gilt die prominente Journalistin in Usbekistan als »Staatsfeindin«. Deshalb erwarten auch Menschenrechtsaktivisten der Opposition, dass sie auf ihrer Seite steht. Sie reagieren überrascht und gekränkt, wenn »uznews.net« auch der zerstrittenen usbekischen Opposition kritische Berichte widmet.

Eine Umfrage auf einer der Konferenzen, von der die Studie von Bill Ristow berichtet, zeigte 2010, dass nur vier von 33 Teilnehmern sich als politische Aktivisten verstanden. Acht Journalisten gaben

Der Film BURMA VJ zeigt das Filmmaterial von Korrespondenten des Exilsenders Democratic Voice of Burma.



an, vor allem professionelle Journalisten zu sein. Die restlichen 21 Kollegen sagten, sie seien beides. Solche Antworten sind vor allem der Lage in den Heimatländern geschuldet. Exilmedien spielen vor allem dort eine Rolle, wo Diktaturen der Arbeit von Journalisten und unabhängigen Medien keinerlei Spielraum mehr lassen.

So spiegelt das Netzwerk der 30 Exilmedien die Länder wider, die auf der Rangliste der Pressefreiheit von Reporter ohne Grenzen die unteren Plätze ein-

Die meisten Journalisten im Exil verbindet der Wunsch, eines Tages in die Heimat zurückkehren zu können und dort zu arbeiten.

nehmen. Journalisten, die für Exilmedien im Land tätig sind, arbeiten meist anonym im Untergrund und gehen ein

großes Risiko ein. Da landen auch Kollegen wie der usbekische Korrespondent von »uznews«, Salijon Abdurakmanov, wegen ihrer kritischen Berichterstattung im Gefängnis und verbüßen lange Haftstrafen. Aus dem Ausland setzen sich die Redaktionen dann für die Freilassung inhaftierter Kollegen ein.

»Wenn wir von Exil-Medien sprechen, meinen wir Medien, die gezwungen sind, außerhalb ihrer Länder zu arbeiten«, sagt der Direktor des schwedischen Fojo-Medieninstituts, Johan Romare. Sie seien ein wichtiger Teil der Medien-Community mit einer eigenen Identität. »Exilmedien können ein Motor für die demokratische Entwicklung sein, aber es gibt auch parteiische, unprofessionelle Exilmedien, die inkorrekte Informationen verbreiten«, ist seine Erfahrung.

Fojo bietet deshalb im Auftrag der schwedischen Entwicklungsagentur SIDA spezifische Schulungen für Exilmedien an. Die Programme zielen darauf ab, die journalistische Professionalität zu stärken, aber auch frühzeitig ein Bewusstsein dafür zu entwickeln, dass Medien funktionierende Geschäftsmodelle brauchen.

In ihren Aufenthaltsländern bleiben Journalisten im Exil häufig unauffällig. Sie arbeiten meist vereinzelt in ihren Wohnungen oder kleinen Büros. Hinzu kommt, dass viele Auswanderer auch im Exil vorsichtig bleiben und das Licht der Öffentlichkeit scheuen, um Verwandte in der Heimat ebenso wenig zu gefährden wie die dortigen Kollegen, mit denen sie täglich virtuell vernetzt sind und eng zusammenarbeiten.

Die meisten Kollegen leiden unter dem Trauma ihres

Exils und tun sich schwer, in der neuen Welt, die sie umgibt, Fuß zu fassen. Der enge Kontakt zur Heimat lässt sich heute Mittels Skype und E-Mail leicht fortsetzen, sodass die Medien in zwei Richtungen wirken können, in die Heimat hinein, aber auch Informationen aus der Heimat in die Welt tragen. Viele der Nachrichtenseiten sind deshalb in der jeweiligen Landessprache und auf Englisch verfasst.

Gräueltaten im Heimatland aufdecken

Der Journalist Bashana Abeywardane betreibt von Deutschland aus seine Webseite »Journalists for Democracy in Sri Lanka« (JDS). Nach seiner Ankunft 2006 agierte er weiter wie aus dem Untergrund und legte großen Wert auf Anonymität. Aus Berlin zog Bashana in die Provinz, weil ihm die Nähe zur Botschaft seines Landes als zu gefährlich erschien. Kontakte gab es vor allem zu Organisationen, die ihn unterstützten, zu PEN, der Böll-Stiftung und Reporter ohne Grenzen.

Erst seitdem der 40-Jährige als politischer Flüchtling in Deutschland anerkannt wurde, macht er in Interviews seinen Namen öffentlich. Heute bekennt sich Bashana dazu, Koordinator eines Blogs zu sein, für den rund 60 Journalisten aus Sri Lanka schreiben, die weltweit im Exil verstreut sind. Aus Sri Lanka senden Kollegen Informationen, die Bashana auf der Website veröffentlichen kann.

Als ihn Videoaufnahmen von Gräueltaten aus den letzten Monaten des Bürgerkrieges in Sri Lanka erreichten, entschied sich der Journalist für die Zusammenarbeit mit der BBC. Der Sender zeigte die Aufnahmen, die ein Soldat mit seinem Handy gemacht hatte. Sie dokumentierten, dass Regierungstruppen nackte, blutig geschlagene Tamilen erschossen. Aus aller Welt erreichten Bashana damals die Anrufe, nur aus seinem Gastland nicht. »Wir haben gerätselt, warum keine einzige deutsche Redaktion sich gemeldet hat«, sagt er. Auch als der Journalist gezielt den Kontakt in die Redaktionen suchte, traf er vor allem auf Vorbehalte und Desinteresse.

Kaum Interesse in deutschen Redaktionen

Die Rolle von Exilmedien wird in deutschen Medienkreisen anders als in Skandinavien oder in den USA bislang unterschätzt. Im deutschen Kollegenkreis gelten Exil-Journalisten häufig als suspekt, weil ihr Auftreten im Vergleich zu den deutschen Gepflogenheiten schnell als zu radikal empfunden wird. Sie werden

gerne undifferenziert mit der Opposition ihres Landes gleichgesetzt. Da ihre Arbeit in Deutschland wenig sichtbar wird, hält sich das Interesse an ihnen in sehr engen Grenzen.

Bei einer Veranstaltung von Reporter ohne Grenzen im Juni 2011 beim Global Media Forum zum Thema »Stimmen aus dem Exil« verirrten sich gerade mal fünf Zuhörer zu dem Gespräch mit Bashana und dem sambischen Journalisten Lloyd Himaambo. Dieser betreibt aus dem Exil das Nachrichtenportal »Zambia Watchdog« und zählt zu den wichtigsten Journalisten seines Landes.

Wenn Partner gefährlich werden

Auch in den Medienprogrammen der politischen Stiftungen bleiben Exilmedien praktisch unberücksichtigt. »Das ergibt sich aus der Aufgabenstellung in den Ländern«, sagt der Pressesprecher der Konrad-Adenauer-Stiftung (KAS), Matthias Barner. Der Schwerpunkt liege bei der Zusammenarbeit mit Medien vor Ort. »Von Vorbehalten ist aber keine Rede«, sagt er und verweist auf einzelne Berührungspunkte. So habe bei einem Radioseminar zu Zimbabwe auch ein Exilmedium aus London teilgenommen und auch in Mexiko gebe es Kontakte zu kubanischen Exilmedien.

Rolf Paasch, Medien-Koordinator für die Internationale Entwicklungszusammenarbeit (IEZ) in der Friedrich-Ebert-Stiftung, räumt ein, dass bei den Stiftungen gegenüber Exilmedien eine gewisse Vorsicht vorherrscht. »In autoritären Staaten kann eine Zusammenarbeit mit Exilmedien unsere Arbeit vor Ort erschweren und für unsere Partner gefährlich werden.« Die Stiftungen müssten gewisse Kompromisse eingehen, um in solchen Ländern arbeiten zu können. »Diese Präsenz wollen wir nicht leichtfertig aufgeben, auch wenn wir nicht um jeden Preis in diesen Ländern bleiben«, schildert er die schwierige Gratwanderung der Stiftungsarbeit.

Die deutsche Entwicklungszusammenarbeit setzt in ihrer Medienförderung traditionell vor allem auf Fort- und Weiterbildungsangebote. Dabei geht es vor allem darum, Institutionen und Medienhäuser in den Partnerländern zu unterstützen sowie Ausbildungsangebote zu machen. Eine solche Haltung führt aber vielerorts dazu, dass man lieber Medienprogramme mit regierungsnahen Medien auflegt, deren Rolle in Ländern wie beispielsweise Usbekistan eher fragwürdig ist. Übersehen wird dabei auch, dass gerade

Exilmedien in den schlimmsten Diktaturen einen unabhängigen Journalismus im Untergrund bewahren, der in den Ländern legal nicht existiert.

Der Traum von der Rückkehr

Politischer Wandel kann zudem eine überraschende Rückkehr möglich machen. Die meisten Journalisten im Exil verbindet der Wunsch, eines Tages in die Heimat zurückkehren zu können und dort weiter zu arbeiten. Für Khin und den burmesischen Sender DVB könnte dieser Traum Wirklichkeit werden. Nach der überraschenden Öffnung seines Landes erreichte die Osloer Redaktion Anfang des Jahres überraschend eine Einladung nach Rangun.

Im März reiste Khin nach 24 Jahren im Exil erstmals zurück in die Heimat und wurde vom Informationsminister empfangen. »Sie schlugen uns vor, unsere Arbeit im Land zu legalisieren«, sagt Khin. »Dabei ist es gar nicht lange her, dass sie uns als Staatsfeinde beschimpft haben.« Doch der Sender ist jetzt hochattraktiv, weil er über moderne technische Ausrüstung und westliches Know-how verfügt, das in dem verarmten Land völlig fehlt.

Dank des neuen Reformkurses des Regimes steht dort eine Veränderung der Medienlandschaft an, in der auch DVB eine Rolle spielen soll. »Ich bin sehr glücklich über diese Entwicklung«, sagt Khin. Sehr bewegend sei auch die Erfahrung gewesen, dass jedermann DVB zu kennen schien. »Jahrelang habe ich meine Identität verborgen«, sagt Khin. Obwohl er nur selten auf dem Bildschirm auftaucht, hätten ihn viele Landsleute erkannt und angesprochen. »Wir waren richtige Celebrities.«

Trotz dieser freudigen Erfahrungen stellt die Rückkehr die Exilmedien vor neue Herausforderungen. DVB muss sehr genau abwägen, inwieweit dem Wandel in der Heimat zu trauen ist. Eine Rundfunklizenz wollen sie bislang nicht beantragen, um sich nicht in Abhängigkeit zu begeben. »Es gibt immer noch drakonische Mediengesetze, denen wir uns nicht unterwerfen wollen«, sagt Khin. Bis sie abgeschafft werden, wird es dauern. Die Medienleute wollen ihre journalistische Unabhängigkeit wahren, indem sie ihre Basis in Oslo weiter beibehalten. Aber die Geber machen Druck, dass DVB möglichst schnell im Land tätig wird. Khin sieht das bislang optimistisch: »Wir müssen jetzt lernen, von eigenen Einnahmen zu leben und unsere neue Rolle auf dem Medienmarkt finden.« ■

Gemma Pörzgen ist freie Journalistin, Medienberaterin für die »Uzbekistan Press Freedom Group«, die die Seite www.uznews.de herausgibt, und Vorstandsmitglied von Reporter ohne Grenzen.



Notausgang?

In den Vereinigten Staaten setzen einige Tageszeitungen auf eine neue Krisen-Strategie: Sie erscheinen nicht mehr täglich. Nur unüberlegter Aktionismus? Oder ein Modell für die Zukunft?

VON REM RIEDER

Zeitungsleser in New Orleans und dem amerikanischen Bundesstaat Alabama staunten im Mai dieses Jahres nicht schlecht. Die Advance Publications Mediengruppe der Familie Newhouse hatte die Entscheidung getroffen, ihre Zeitungen dort ab September nicht mehr täglich erscheinen zu lassen. Der Medienanalyst Ken Doctor nennt das den »Anfang vom Ende der 7-Tage-Zeitung«. Der Autor des Buches »Newsonomics: Twelve New Trends That Will Shape the News You Get« sieht in dem Vorhaben den Beginn einer neuen Entwicklung auf dem Zeitungsmarkt.

Bis 2015, meint Doctor, werden viele weitere Zeitungen ähnliche Schritte unternehmen. »Zeitungsverlage neigen zum Herdenverhalten«, sagt er und verweist darauf, dass viele Zeitungen anfangen, Geld für digitale Inhalte zu verlangen, nachdem die *New York Times* im letzten Jahr einen solchen Beschluss gefasst hatte. Ab Januar 2013 sollen zwei weitere Titel aus dem Hause Advance in Pennsylvania und New York folgen und ebenfalls nur noch an drei Tagen pro Woche erscheinen.

Zufluchtsort für nachdenkliche Formate

Wenn man die schmerzlichen Auswirkungen der digitalen Ära auf die einst so erfolgreichen Zeitungen bedenkt, kann es kaum überraschen, dass Veränderungen in der Luft liegen. Einst waren Zeitungen anzeigenträchtige Melkkühe mit schwindelerregend hohen Gewinnspannen, doch seit Anbruch des Internetzeitalters haben sie massiv an Werbekunden verloren. Und obwohl viele von ihnen mit ihren Websites und mobilen Angeboten jetzt ein viel größeres Publikum erreichen, ist das Online-Anzeigengeschäft weit davon entfernt, die Differenz auszugleichen. Die durchlässigen Paywalls, die viele um ihre digitalen

Inhalte errichtet haben, sind zwar vielversprechend, scheinen aber für die meisten Nachrichtenmedien nicht den gewünschten Umschwung zu bringen.

Warum es attraktiv ist, das Erscheinen zu reduzieren, ist offensichtlich. Das Anzeigengeschäft ist an einigen Tagen stärker als an anderen. Wenn die Druckerei an den übrigen Tagen geschlossen bleibt, kann die Zeitung erheblich an Produktionskosten sparen.

Zufluchtsort für nachdenkliche Formate

Vielleicht könnte eine nicht täglich erscheinende Zeitung auch eine willkommene Abwechslung im hektischen Mediengeschäft sein. Während Nachrichtenwebsites jeder News hinterherjagen, könnten die selten erscheinenden Printausgaben zum Zufluchtsort für die nachdenklicheren Formate des Journalismus werden. So sieht es auch der frühere Zeitungsgeschäftsführer und Journalismusausbilder Philip Meyer: »Die Zeitungen, die überleben, werden das wahrscheinlich mit einer Form von Hybrid-Inhalten tun: Analyse, Interpretation und investigative Berichterstattung in einem nicht täglich erscheinenden Printprodukt, kombiniert mit ständiger Aktualisierung und Leserinteraktion im Netz.«

Advance betont, mit der Umstrukturierung der eigenen Blätter einen Digital-First-Ansatz zu verfolgen. Wenn die niedrigere Erscheinungsfrequenz der *Times-Picayune* in New Orleans zum Oktober in Kraft tritt, hat das Unternehmen versprochen, sein »Online-Nachrichtenangebot deutlich zu erweitern, rund um die Uhr an sieben Tagen in der Woche.«

Doch das Unternehmen, dem 34 Zeitungen in elf Staaten sowie der mächtige Zeitschriftenverlag Condé Nast mit Titeln wie *The New Yorker* und *Vanity Fair* gehören, hat allein in New Orleans 200 Mitarbeiter entlassen (84 davon im Newsroom) und

weitere 400 bei seinen Zeitungen in Alabama. Kritiker fragen, wie die verkleinerten Redaktionen das digitale Nachrichtenangebot ausbauen sollen.

Buffet hält Modell für »nicht machbar«

Des Weiteren bemängeln Kritiker, in Zeiten sinkender Auflagen nicht auch noch die Lesegewohnheiten derjenigen in Frage zu stellen, die noch eine Tageszeitung abonniert haben. Einer der prominentesten Gegner der neuen Strategie ist Warren Buffet, der milliardenschwere US-Investor. Im vergangenen Jahr kaufte er die Zeitung seiner Heimatstadt, den *Omaha World Herald* in Nebraska. Im Mai dieses Jahres kaufte er noch einmal 63 zumeist kleine und mittelgroße Tages- und Wochenzeitungen von Media General und hat zu verstehen gegeben, dass seine Einkaufstour damit nicht beendet ist.

Mit dem Dreimal-wöchentlich-Konzept kann Buffet nichts anfangen. »Mir scheint, drei Tage die Woche, das ist über längere Zeit einfach nicht machbar«, sagt Buffet. Er könne nicht verstehen, warum die Erscheinungsfrequenz der *Times-Picayune* verringert werden solle. Die Zeitung sei für einen hohen Prozentsatz der Haushalte in New Orleans fester Bestandteil des Alltags.

Eines der ersten Experimente in Richtung »weniger als täglich« begann im Dezember 2008, als die *Detroit Free Press* und die *Detroit News* die Hauszustellung auf drei Tage die Woche reduzierten. An den anderen Tagen ist eine abgespeckte Version an Zeitungskiosken und Münzautomaten erhältlich.

Aus nach 174 Jahren

Ein halbes Jahr später folgte Advance im nicht weit entfernten Ann Arbor, dem Sitz der angesehenen Universität von Michigan. Die 174 Jahre alte *Ann Arbor News* wurde eingestellt und durch die Internetseite *AnnArbor.com* sowie eine zweimal wöchentlich erscheinende Printausgabe ersetzt. Bewohner von Ann Arbor beklagen, die aktuelle Inkarnation sei nicht annähernd so gehaltvoll wie die Vorgängerin.

Das Konzept von Advance mag seine Vorzüge haben – doch seine Einführung in New Orleans wurde für das Unternehmen ohne Zweifel zu einem PR-Albtraum. Anders als im Bundesstaat Alabama regte sich in New Orleans heftiger Widerstand gegen die Pläne. Es gab öffentliche Protestkundgebungen gegen die geplante Neuausrichtung. Ein-

wohner trugen T-Shirts mit Aufschriften wie »The Some-Times-Picayune« und eine frühere Reporterin der Zeitung sammelte Geld für entlassene Mitarbeiter. Die Bewohner der vom Hurrikan Katrina so hart getroffenen Stadt drängten Advance, die Zeitung zu verkaufen – an Warren Buffet oder einen anderen »Weißen Ritter«.

Denn für die Stadt und ihre traumatisierte Bevölkerung spielt die *Times-Picayune* eine besondere Rolle. Eine unerschrockene Truppe von Reportern der Zeitung war während der schlimmsten Phase des Sturms in der Stadt geblieben und lieferte Berichte. In weiten Kreisen schreibt man der Zeitung eine große Bedeutung für den

Erholungsprozess der Stadt zu, deren Wiederaufbau noch immer nicht abgeschlossen

ist. Hinzu kommt, dass New Orleans beim Zugang zu schnellen Internetverbindungen erheblich unter dem landesweiten Durchschnitt liegt.

Rückkehr des Montags

Advance Publications sagt, es habe keine Verkaufspläne und werde sich angesichts des Aufruhrs nicht zurückziehen. Randy Siegel, Vorstand für lokale digitale Strategien im Unternehmen, erklärt: »Wir wussten, dass Stillstand keine Option für uns war. Sich nicht zu entwickeln, kann keine erfolgreiche Strategie sein. Und wir haben auf all unseren Märkten sehr genau beobachtet, wie unsere Leser und Anzeigenkunden digitale Produkte nutzen, um ihre Nachrichten und Informationen zu bekommen. Für uns geht es nicht um Print gegen Digital, sondern um Print und Digital, und das ist ein großer Unterschied.«

Aber während einige Zeitungen ihre Veröffentlichungsfrequenz reduzieren, geht die *Frederick News Post* in Maryland bereits wieder einen anderen Weg. 2009 gab die Zeitung im Besitz eines Familienunternehmens ihre Montagsausgabe auf, um Geld zu sparen. Doch im Frühjahr wurde sie auf allgemeinen Wunsch hin wieder eingeführt. *News-Post*-Vorstand Myron W. Randall Jr. sagt: »Unsere Abonnenten haben uns sehr deutlich wissen lassen, dass sie den Montag zurückhaben wollten.« ■

Für die vom Hurrikan Katrina traumatisierte Bevölkerung von New Orleans spielt die Times-Picayune eine besondere Rolle.

Rem Rieder ist Herausgeber und Senior Vice President der Vierteljahreszeitschrift American Journalism Review. Übersetzung: Ingrid Lorbach



Im Oligarchen-Reich

Wegen des Filzes aus Politik, Oligarchen und Medien lässt sich die Berichterstattung in Serbien kaum mehr als objektiv bezeichnen. Der WAZ-Konzern wollte mitmischen und scheiterte.

VON HUBERT BEYERLE

Blic, die größte Boulevardzeitung Serbiens, schrieb am 31. August 2012: »Blic war zu keiner Zeit eine Parteizeitung – weder zu Milosevics Zeit noch unter Djindjic, Kostunica und Tadic. Sie wird es auch künftig nicht sein, wenn Serbien von der Fortschrittspartei regiert wird.« Wenn eine Zeitung sich in der Pflicht sieht, eine solche Erklärung über die eigene Unabhängigkeit abzugeben, muss sie dazu wohl provoziert worden sein.

In diesem Fall kam die Provokation von der seit Juli 2012 regierenden Fortschrittspartei des neuen Präsidenten Tomislav Nikolic. Sie ließ Ende August per Pressemitteilung verlauten, die Partei des Vorgängerpräsidenten Boris Tadic kontrolliere bestimmte Medien, darunter auch Blic, und solche Medien trügen mit ihren »täglichen Lügen und brutalen Erfindungen« Mitschuld an der gesellschaftlichen Krise, die die Vorgängerregierung verursacht habe. Eine so raue Tonlage war allerdings selbst für Serbien nicht unbedingt üblich.

Dunkle Hintermänner

Wer hinter welcher Zeitung steckt, ist in Serbien immer wieder Gegenstand beliebter Spekulation und endloser Verschwörungsgeschichten. Dass darüber spekuliert wird, zeigt, wie wenig insgesamt über die Besitzstrukturen bei den Zeitungen bekannt ist. Um mehr Transparenz zu schaffen, versuchte sich der Anti-Korruptionsrat daran, die Eigentümer der 30 größten Medieneinrichtungen zu bestimmen – und scheiterte in fast der Hälfte der Fälle. Nur 18 Eigentümer ließen sich klar identifizieren.

In einem solchen Umfeld spielen ausländische Investoren fast automatisch russisches Roulette. Warum der eine scheitert und der andere Erfolg hat, ist nicht offensichtlich, denn in Serbien ist unternehmerischer Erfolg nur bedingt planbar.

WAZ-Gruppe zieht sich zurück aus Serbien

Die deutsche WAZ-Gruppe scheiterte an Serbien, sie musste sich im Sommer 2012 nach fast zehn Jahren aus Serbien weitgehend verabschieden. Ihr Serbien-Engagement war kontrovers, zog einen Imageschaden nach sich und wohl auch Verluste, aber dazu schweigt der Verlag.

Ganz im Gegensatz dazu steht das Joint Venture von Axel Springer und dem Schweizer Verlag Ringier. Es beherrscht den serbischen Boulevardmarkt, gibt dazu einige Special-Interest-Titel heraus und behauptet, profitabel zu sein. Was kann Ringier Axel Springer, was die WAZ nicht kann?

Der Abzug der WAZ aus Serbien war begleitet von einer Schlammschlacht, in der der damalige Wirtschaftsminister Mladan Dinkic 2010 über den Medienkonzern erklärte: »Für die WAZ ist in Serbien kein Platz.« Ihr Scheitern lag nur teils in der leichtsinnigen Bereitschaft des WAZ-Geschäftsführers Bodo Hombach begründet, sich mit einigen dubiosen Geschäftsleuten, nach russischem Vorbild »Oligarchen« genannt, einzulassen.

Deutlich schwerer wogen hingegen die Spezifika der Medienlandschaft in Serbien. Während Ringier Axel Springer sich im Wesentlichen auf den Boulevard konzentriert, versuchte sich die WAZ an den beiden Qualitätszeitungen für die serbische Bildungsschicht. Der Verlag stieg 2002 mit zunächst 50 Prozent in *Politika* ein, die älteste Tageszeitung auf dem Balkan. Im Jahr 1904 gegründet, war *Politika* über Jahrzehnte mit ihrem weltweiten Korrespondentennetz auch über die Grenzen des Landes hinaus angesehen. In den 1990er Jahren unterstützte sie den nationalistisch-sozialistischen Kurs von Slobodan Milosevic.

Wirklich regierungskritisch war sie bis heute nie, was leicht zu erklären ist, denn 50 Prozent der

Politika-Aktien sind noch immer in staatlicher Hand. Entsprechend spiegelt sich die jeweilige Regierung in der redaktionellen Ausrichtung wider. So gab es 2005 einen Rechtsruck und 2008, nach dem Wahlsieg der westlich orientierten Demokratischen Partei, einen erneuten Wechsel.

Der Einstieg der Deutschen bei *Politika* stieß von Anfang an auf Widerstand. »Der Verkauf der *Politika* an einen deutschen Kapitalisten bezeichnet symbolisch die geistige Kapitulation Serbiens«, tönte ein bekannter nationalistischer Schriftsteller. Als die *WAZ* eine weitere Zeitung kaufen wollte, kam es zur Eskalation. *Vecernje Novosti* ist mit einer Auflage von über 100.000 noch etwas größer als *Politika*. Das Problem dabei: Die *WAZ* kaufte den Zeitungsverlag nicht direkt, sondern über die Mittelsmänner Milan Beko und Stanko Subotic. Diese sind jedoch seit den Milosevic-Jahren als einflussreiche Strippenzieher in Serbien ein Begriff. Heute ist klar: Die *WAZ* ist betrogen worden.

Obwohl sich die *WAZ* in den inhaltlichen Kurs erklärtermaßen nie einmischte, sank die verkaufte Auflage immer weiter. Von den knapp 300.000 Exemplaren in den 1960er Jahren sind heute kaum mehr über 70.000 geblieben.

Im Juli 2012 jagte dann die Meldung durch die serbischen Medien, dass die *WAZ* ihren Teil an der *Politika* an eine bis dato unbekannte, in Moskau registrierte Firma namens East Media verkauft habe.

Die neue Regierung gab Mitte September als Ergebnis langer Prüfungen bekannt, dass sich hinter dem Deal der Geschäftsmann Miroslav Bogicevic verberge, der Eigentümer einer vielfältigen Firmen-gruppe, zu der bislang allerdings kein Medienbesitz gehörte. Er habe unter dem Einfluss der damals regierenden Demokratischen Partei von Boris Tadic gestanden, und das Geschäft sei mit Hilfe von Krediten staatlich kontrollierter Banken geschehen.

Noch im Juli hatte Bogicevic das bestritten – den Besitz von Medien gibt man eben nicht zu.

Kioske als wichtiges Distributionsnetz

Tatsächlich ist das Oligarchenwesen ein Charakteristikum der serbischen Wirtschaft überhaupt. Welche der rund ein Dutzend wichtigsten Unternehmer-Größen mit welchem Politiker welche Abmachungen getroffen haben, ist immer wieder Gegenstand der serbischen Spekulationsküche.

Eine Schlüsselrolle spielt in dieser Branche das Vertriebsnetz der Kioske – nicht zuletzt wegen der

Zigaretten. Eines hat die *WAZ* 2008 gekauft – das Netz Štampa Sistem mit 550 Kiosken. Das andere, Futura plus, mit 1.000 Kiosken, gehörte Subotic. Nach einer Insolvenz verfügt heute der russische Oligarch Oleg Deripaska darüber. Subotic wurde unterdessen im vergangenen Herbst von einem Belgrader Sondergericht wegen Beteiligung an Zigaretten-schmuggel in den 1990er Jahren in Abwesenheit zu sechs Jahren Haft verurteilt.

Doch es war nicht nur die kriminelle Energie der Geschäftspartner, die das *WAZ*-Engagement scheitern ließ, sondern es regte sich auch politisch begründeter Widerstand. So sagte etwa der Chefredakteur der *Vecernje Novosti* später, er habe den »illegalen« *WAZ*-Kauf »aus nationalem Interesse verhindern« wollen. Dieses »nationale Interesse« ist zwar in Serbien immer sehr wichtig, worin es allerdings besteht, wird in der Regel nicht hinterfragt. »Die serbischen Oligarchen haben bei ihren Privatisierungsgeschäften immer das sogenannte nationale Interesse bemüht, und sie haben die Offenheit der serbischen Bevölkerung für dieses Argument rigoros ausgenutzt«, erklärt Wolfgang Klotz, bis August 2012 für die Heinrich-Böll-Stiftung in Belgrad. »Das war aber immer eine Farce, mit der die Öffentlichkeit hinters Licht geführt wurde.«

Klotz wirft der *WAZ* vor allem vor, dass sie in den fast zehn Jahren nie erkennbar versucht habe, auf die Redaktionspolitik zugunsten demokratischer Grundsätze Einfluss zu nehmen. Sie habe damit die Möglichkeiten, die sie als Investor aus dem Westen eigentlich gehabt hätte, nicht genutzt und sei ihrer Verantwortung als Medien-Investor nicht gerecht geworden.

So gehören die beiden wichtigsten serbischen Qualitätstageszeitungen nun den Oligarchen Milan Beko und Miroslav Miskovic, dem ehemaligen serbischen Einzelhandelskönig. Beide sind reich geworden, nachdem sie unter Slobodan Milosevic Regierungsämter innehatten, die sie in der damals anlau-fenden Privatisierung für eigene Zwecke nutzen konnten. Ein Teil dieser Privatisierungen wird nun neu aufgerollt, auch auf Druck der EU-Kommission.

In Serbien spielen Investoren russisches Roulette. Unternehmerischer Erfolg ist nur bedingt planbar, er folgt keiner offensichtlichen Regel.

Ringier Axel Springer erfolgreich

In ruhigeren Bahnen hingegen verläuft das Geschäft von Ringier Axel Springer in Serbien. Ihm gehören nicht nur die Boulevardzeitungen *Blic*, *24 Sata* und *Alo*, sondern auch das Wochenmagazin *NIN* und einige Frauen- und Autozeitschriften sowie ein Druckhaus. Zudem ist Ringier Axel Springer im Internet erfolgreich mit Seiten wie NonStopShop. Das Unternehmen bezeichnet sich als führendes Verlagshaus in Serbien.

Was *Blic* für die aktuell regierende Fortschrittspartei ist, war *Alo* für die Vorgängerregierung, nämlich ein Dorn im Auge: »Leider kümmern sich einige Investoren im Mediensektor nicht genug um die politischen und sozialen Konsequenzen ihrer Tätigkeit. Allein der Profit interessiert sie«, sagte der damalige Präsident Boris Tadic vergangenes Jahr in einem *FAZ*-Interview, angesprochen auf den aggressiven Stil des Magazins *Alo*: Medien, die sich im Besitz von Investoren aus Deutschland und der Schweiz befänden, würden so »zu Trägern des antieuropäischen Geistes in Serbien. Das ist völlig paradox.« (*FAZ*, 3. Juni 2011)

Insgesamt gibt es somit drei Gruppen von Investoren im Mediensektor in Serbien: Auslandsinvestoren, Oligarchen und den Staat. Der Staat wird dabei von Politikern vertreten, die ihre Behörden oder Staatsunternehmen als Instrumente nutzen, um Einfluss zu nehmen – vor allem durch deren große Anzeigenbudgets.

Ihre Ambitionen stehen oft in direktem Konflikt mit den journalistischen Zielen der Redaktion, und entsprechender Einfluss wird ausgeübt. Dagegen greifen Unternehmer-Eigentümer allenfalls sporadisch ein, wenn ihre privaten Interessen bedroht sind. »Nur wenige Journalisten beklagten sich über die Intervention von Eigentümern aus der Privatwirtschaft. Tatsächlich ist das auch kaum nötig, weil die Journalisten – vor allem in den Lokalzeitungen – sehr genau wissen, wer die Eigentümer und großen Anzeigenkunden sind«, so ein Bericht des Anti-Korruptionsrates aus dem Jahr 2011.

Latente Zensur

Druck kommt vor allem von den politischen Parteien und den jeweiligen staatlichen Behörden, die sich gerade unter der Kontrolle eines Politikers befinden. 47 Prozent der Journalisten beklagten sich über Einflussnahme von regierenden Parteien und nur 16 Prozent von privaten Unternehmen. Dennoch: In Serbien

herrsche eine »latente Zensur«, weil Medien und Journalisten um das nackte Überleben kämpften, sagt der Medienanalyst Zoran Gavrilovic. Sie halten sich zurück aus Angst davor, ihren Job zu verlieren.

Politische und wirtschaftliche Macht ist in Serbien auf sehr wenige Personen konzentriert, deren Macht kaum durch Gegenkräfte beschränkt ist. So stützte der im Mai 2012 überraschend abgewählte Staatspräsident Boris Tadic seinen Einfluss auch auf die beiden wichtigsten Werbeagenturen, bei denen die Aufträge für die Schaltung von Anzeigen zusammenlaufen. Beide Agenturen gehören prominenten Mitgliedern von Tadic's Demokratischer Partei, darunter der Belgrader Bürgermeister Dragan Djilas.

Dieses »Geflecht von Politik, Medien und Investoren hat in den vergangenen Jahren einen fatalen Einfluss auf die Medien und die öffentliche Diskussion ausgeübt«, so der Bericht des Anti-Korruptionsrates. Die Statistik zeige, dass diejenigen Politiker, die Behörden oder Staatsunternehmen kontrollieren, am häufigsten mit Erfolgsmeldungen erwähnt wurden, genauso wie die, die die meisten Anzeigen schalten.

Fernsehen ebenfalls abhängig

Diese hohe Abhängigkeit von Politik und Unternehmergrößen gilt auch für den Fernsehmarkt. Das serbische Staatsfernsehen RTS dominiert hier, der RTS-Generaldirektor Aleksandar Tijanic war unter Milosevic eine Zeitlang Informationsminister. Über den Sender RTS schreibt der Anti-Korruptionsrat, er sei »statt ein öffentlicher Dienstleister ein Instrument der politischen Parteien und jeweils regierenden Eliten«.

Dagegen können kleinere Sender, wie der einstige Oppositionssender B92, oder Boulevard-TV-Stationen, wie etwa TV Pink des ehemaligen Rockmusikers Zeljko Mitrovic, wenig ausrichten – wenn sie es überhaupt wollten. Oft sind die Eigentümer von Zeitungen und Fernsehsendern zudem »off-shore« angesiedelt: in Zypern, Österreich oder Russland. Diese agieren dann zum Teil als Mittelsmänner für Akteure in Serbien selbst. Der Grund für diese Ausweichmanöver dürfte vor allem darin liegen, dass das strenge – und eigentlich vorbildliche – Kartellrecht Staatsbesitz und Monopole verbietet oder stark einschränkt.

Das bedenkliche Fazit des Reports des Antikorruptionsrates: »Wegen des starken Einflusses von politischen Kreisen gibt es in Serbien kein Medium mehr, von dem die Öffentlichkeit komplette und objektive Informationen erhalten könnte.« ■

Hubert Beyerle war bis 2011 Redakteur der Financial Times Deutschland und berichtet jetzt als freier Journalist aus Bosnien, Serbien und Kroatien.



PIONIERE DER NONPROFIT-RECHERCHE IN OSTEUROPA

Der Nonprofit-Journalismus nahm seinen Anfang in den USA. Doch gibt es inzwischen auch in Osteuropa eine vitale Szene von teils gut organisierten Büros, die für ihre aufwendigen Recherchen Spender und Stifter gewinnen und so kritischen Journalismus in den jeweiligen postkommunistischen Ländern möglich machen. Im Vergleich dazu ist das reiche Westeuropa unterentwickelt.

Zu nennen sind das Baltic Center for Investigative Journalism (Riga, gegründet 2011), zwei Zentren in der Ukraine (Rivne 2006 und Crimea), Átlátszó in Ungarn (2011), ein neu gegründetes Zentrum in Slowenien, das Center for Investigative Reporting (CIN) in Bosnien-Herzegowina (2004), das Center for Investigative Reporting (CINS) in Serbien (2008) und das mazedonische Center for Investigative Journalism (2009). Wenn wir weiter Richtung Osten schauen, finden wir weitere Zentren in Bulgarien, Rumänien, Moldavien, Russland, Aserbaidschan sowie Armenien.

Die meisten dieser Organisationen entstanden in der Regel spontan, weil einige Journalisten es für notwendig hielten, mit möglichst großer Unabhängigkeit gegenüber den nationalen Medien zu arbeiten – und in Zusammenarbeit mit ausländischen Kollegen und Medien. Aber auch die Existenz internationaler Hilfsprogramme und Fonds, bei denen Finanzierungen beantragt werden können, haben die Entwicklung begünstigt.

Pionier des investigativen Nonprofit-Journalismus im Europa der 27 EU-Staaten ist das Romanian Center for Investigative Journalism (CRJI), das 2001 von vier Journalisten gegründet wurde, die für die rumänische Tageszeitung *Evenimentul Zilei* arbeiteten. Die Gründer des CRJI wurden inspiriert durch Organisationen wie Investigative Reporters and Editors (IRE), das International Consortium of Investigative Journalists und das Philippine Center for Investigative Journalism. Das rumänische Zentrum entstand in einer Phase des Aufschwungs für investigativen Journalismus auf internationaler Ebene. Im gleichen Jahr gab es die erste Global Investigative Journalism Conference, die zwei Jahre später die Bildung des Global Investigative Journalism Network zur Folge hatte. Das CRJI gehört zu den Gründungsmitgliedern des Netzwerks.

Diese Verbindungen haben es dem CRJI erlaubt, mit ausländischen Journalisten und Medien zu arbeiten. Die Gruppe von Journalisten ist seither bemüht, sich gegenüber dem Ausland als Hort der Glaubwürdigkeit im rumänischen Journalismus zu positionieren. Denn aus Sicht der CRJI-Mitglieder ist die Medienwelt und der Journalismus in Rumänien sehr korrupt. Das ist auch ein Grund, warum sie penibel auf jegliche Finanzierung aus rumänischen Fonds verzichten. Weil die Suche nach Geldgebern nicht einfach ist, ist das Zentrum gezwungen, für jedes einzelne Projekt nach Finanzierungs-

möglichkeiten zu suchen. Stefan Candea, der derzeitige Präsident des CRJI, erklärt: »Anfangs waren die Spender Organisationen wie USAID oder OSI.« Danach seien es die lokalen Entwicklungsprogramme der Botschaften der USA, des Vereinigten Königreichs, Frankreichs oder Deutschlands gewesen, von denen viele kleine Projekte des Zentrums profitiert hätten.

Seitdem Rumänien Teil der EU ist, sind die zur Verfügung stehenden Finanzierungen allerdings zurückgegangen. So untermauert der vorherige Präsident des CRJI, Sorin Ozon: »Wenn wir am Anfang auch nicht vorhatten, ein Business-Modell zu entwickeln, so denken wir jetzt immer mehr daran.« Aber wie genau das aussehen soll, weiß man beim CRJI – wie in der gesamten Branche – nicht so genau, wie Stefan Candea einräumt: »Überall versucht man zu schauen, welches Business-Modell tragfähig ist, um einen Journalismus außerhalb der traditionellen Medien zu machen.«

Ganz im Westen Europas, im Vereinigten Königreich, wird derzeit ein mögliches Finanzierungsmodell für solche Journalismus-Organisationen erprobt. Dort hat Ende 2009 das Center for Investigative Journalism (CIJ) aus London zusammen mit ein paar Philanthropen eine dem investigativen Journalismus verschriebene Nonprofit-Organisation ins Leben gerufen, das Bureau of Investigative Journalism (BIJ), basierend auf dem Modell ProPublica.

Im Unterschied zum CRJI hat das BIJ mit einem beträchtlichen Startkapital begonnen, aber auch mit einer wesentlich teureren Kostenstruktur. Außerdem ist die Finanzierung an einen langfristigen Zeitplan gekoppelt. In fünf Jahren stellt die Potter Foundation dem BIJ zwei Millionen Pfund zur Verfügung. Über diese Gelder hinaus wirbt das BIJ weitere Subventionen von Medien und von anderen Wohltätern ein.

Die finanziellen Perspektiven, die ihr Managing Editor Iain Overton anvisiert, sehen wie folgt aus: »Eine Kombination aus Mitteln, die aus eigenen Publikationen stammen, durch Kooperationen und andere Personen, die in die Projekte des Büros investieren, sowie durch Spenden von Philanthropen.« Overton hofft, dass eine Kombination dieser drei Punkte das BIJ wenigstens für die nächsten vier Jahre am Leben hält. »Am Ende werden wir dann sehen, welche die besten Finanzierungsmodelle sind.«

Von derartigen Finanzspritzen können die rumänischen Journalisten des CRJI derzeit nur träumen.

Die Italienerin Guia Baggi hat in ihrer an der Universität Hamburg entstandenen Master-Thesis europäische Nonprofit-Initiativen für investigativen Journalismus untersucht.

Übersetzung: Christoph Gloth

Bulgariens alte



Quellen: Iskra (14.10.11), Yantra Dnes (17.10.11), Spernik (18.10.11)



Quellen: Bryag (19.10.11), Utro (19.10.11)

Wahlkampf und Werbung auf den Titelseiten bulgarischer Regionalzeitungen.

Geschäftsmodelle

In bulgarischen Zeitungen herrscht während eines Wahlkampfes rege Geschäftigkeit: Redaktionelle Berichterstattung wird an Polit-PR verhökert. Ein Zustandsbericht.

VON VESSELIN DIMITROV

Maria Borissova, eine junge Redakteurin der Zeitung *Konkurent* aus Wraza, kam an einem Donnerstag »sehr enttäuscht und verärgert« nach Hause. Mit objektivem Journalismus hatte ihr Arbeitstag nichts zu tun. Sie kam zwar zurecht mit der Tatsache, dass sie die ganze Zeit bezahlte politische PR-Texte in journalistische Artikel umschreiben musste – in den letzten zwei Wochen gehörte das zur Normalität. Doch kurz vor Redaktionsschluss änderte der Herausgeber nun auch noch eigenmächtig die Titelstory der Zeitung.

»Ich konnte es nicht glauben – er hat die Titelgeschichte verkauft«, sagt Borissova, die ihren richtigen Namen nicht veröffentlicht wissen will, weil sie nach wie vor für *Konkurent* arbeitet.

Es war der 27. Oktober 2011. Vier Tage später stand in der mittelgroßen Stadt im Nordwesten Bulgariens die Stichwahl auf kommunaler Ebene an. Gesucht wurde der neue Bürgermeister von Wraza. Der parteilose Nikolay Ivanov trat gegen die Kandidatin der regierenden Partei GERB, Petya Awramova, an.

Korrumpierte Meinungsbildung

Wie Umfragen zeigten, hatten beide Bewerber eine etwa gleich große Chance auf das Amt. Da am Samstag vor den Wahlen sämtliche Wahlwerbung verboten ist, lastete auf der Freitagsausgabe von *Konkurent* eine große Verantwortung. Denn ihre Themenauswahl konnte die Meinungsbildung der Leser zur Wahl stark beeinflussen. Genau das nutzte Zeitungsbesitzer Daniel Busov aus – er ließ die Titelgeschichte ändern.

»Nikolay Ivanov drückt sich vor einer Debatte«, stand nun mit großen schwarzen Buchstaben auf der Seite 1. Redakteurin Borissova meint, »die Zentrale des anderen Kandidaten hat viel Geld bezahlt, damit

dieser Artikel erscheint; die angegriffene Seite hatte keine Chance, auf diesen Vorwurf zu reagieren«. Borissova hielt dieses Vorgehen für falsch, doch sie schwieg. Denn »die Wirtschaft hat hier den entscheidenden Einfluss«.

Ein etabliertes Geschäftsmodell

Mit der bulgarischen Regionalpresse kam ich vor etwa einem Jahr das erste Mal in Berührung. Als Referent hielt ich auf dem jährlichen Kongress der 218 Lokalzeitungen des Landes einen Vortrag zum Thema »Neue Geschäftsmodelle in der westeuropäischen Presse«. Darin schlug ich eine stärkere Präsenz im Internet vor, iPhone-Apps und die Kooperation unterschiedlicher Medien bei Korrespondentenartikeln und Fotoreportagen. Doch meine Worte stießen auf wenig Begeisterung. Als mein Vortrag zu Ende war, brüllte sogar ein Teilnehmer: »Du hast keine Ahnung«.

Im Saal wollte man lieber über das etablierte, alte Geschäftsmodell diskutieren. »Was für ein Glück, dass es im Herbst Wahlen und Wahlwerbung gibt«, war der Tenor der versammelten Pressevertreter, darunter auch des Herausgebers von *Konkurent*.

Wie wenig Ahnung ich hatte, zeigte meine spätere Interview-Reise durch Bulgarien, bei der ich Lokalredakteure anonym befragte. Das Ergebnis war erschütternd, es machte die allgegenwärtigen Verflechtungen und Abhängigkeiten zwischen Politik, Wirtschaft und Medien deutlich. Jüngstes Beispiel dafür ist die einflussreiche Mediengruppe Nova Balgarska Medijna

Die Zentrale des anderen Kandidaten hat viel Geld bezahlt, damit dieser Artikel im Konkurent erscheint.

Grupa Holding. Sie gibt die auflagenstärksten überregionalen Tageszeitungen und die größte Wochenzeitung Bulgariens heraus und erwarb erst im Sommer drei regionale Zeitungen. Der bulgarische Zeitungsverlegerverband legte kürzlich eine Beschwerde in Brüssel gegen die Gruppe ein, denn sie, so hieß es, wurde mithilfe von staatlichem Kapital gegründet.

Kein Wunder also, dass Bulgarien in den Rankings für Pressefreiheit von Jahr zu Jahr immer weiter abrutscht. Während das Land 2004 auf dem 36. Platz des »Reporter ohne Grenzen«-Rankings zu finden war, wird es heute auf Platz 80 gelistet.

Bulgarien hat acht Millionen Einwohner. Das große Balkanland ist nach wie vor das ärmste Mitglied der EU – das Durchschnittseinkommen je Haushalt lag 2011 laut Statistik bei 4.950 Euro im Jahr. Zum Vergleich: In Deutschland sind es allein 2.700 Euro im Monat (Quellen: nsi.bg, statista.de).

Vor allem in der bulgarischen Provinz ist die Konjunktur schwach. Die nordwestliche Region des Landes, in der auch Wraza liegt, ist sogar die ärmste

Es scheint so, als ob vor den Wahlen kritischer Journalismus in der bulgarischen Regionalpresse eine kurze Auszeit nimmt.

in der EU. Das durchschnittliche Jahresgehalt dort liegt bei umgerechnet 839 Euro pro Einwohner.

In kleineren Städten wie Wraza bilden Politiker und Geschäftsmänner Machtzirkel und regieren wie moderne Feudalherren. Mittendrin in diesem Spiel: Medien und Journalisten.

Für seine Größe hat Wraza eine beeindruckend große Medienszene. Allein sechs Regionalzeitungen erscheinen dort, zwei davon täglich. Maria Borissova hat keine Ahnung, wie genau sich diese Zeitungen und der Lokalrundfunk finanzieren. Sie weiß aber, dass Lidl täglich eine Seite in ihrer Zeitung mit den aktuellen Angeboten inseriert. Das bedeutet für die Redakteurin: keine kritischen Artikel über diese Supermarktkette.

Das neue Leben?

Das ist nicht nur in Wraza so. In Kardzhali – eine Stadt mit 45.000 Einwohnern unweit der türkischen Grenze – traf ich den Chefredakteur der alteingesessenen lokalen Zeitung *Novijat Zhivot* (*Das neue Leben*). Die Zeitung erscheint seit 64 Jahren. Die Redaktion ist mietfrei in einem alten Gebäude untergebracht, das

zu einer der größten Fabriken der Region gehört. »Aus Wohlwollen schreiben wir ab und zu nette Geschichten über das Unternehmen«, sagt der Chefredakteur. Als sich vor den Wahlen im letzten Jahr deren Geschäftsführer für das lokale Parlament bewarb, wurden seitenlange Interviews mit ihm veröffentlicht. »Er zahlt dafür, natürlich«, so der Chefredakteur.

Das löchrige Wahlgesetz öffnet Tür und Tor für Manipulationen. Zwar sind die Parteizentralen verpflichtet, alle Kampagnenkosten zu deklarieren, das gilt aber nur für die direkte Werbung in den Medien. Oft werden Interviews oder Berichte gedruckt, die als journalistische Artikel getarnt sind, für die aber unter der Hand Gelder fließen.

Überhaupt scheint es so, als ob vor den Wahlen kritischer Journalismus in der bulgarischen Regionalpresse eine Auszeit nimmt. »Es ist widerlich«, sagt auch eine stellvertretende Chefredakteurin aus Veliko Tarnovo, wo 69.000 Einwohner leben. »Der ganze Inhalt kommt von den politischen Zentralen, auf direkten politischen Befehl. Alles ist bezahlt«. Und der Chefredakteur aus Kardzhali fügt hinzu: »Ich mache keine Zeitung, das ist nichts anderes als Agittablo«.

»Agittablo« ist ein Begriff aus der Ära des sozialistischen Systems. In Fabriken oder Betrieben wurden damals die wichtigsten Mitteilungen der Partei auf Wandzeitungen veröffentlicht. 23 Jahre nach der Wende und fünf Jahre nach dem Eintritt Bulgariens in die EU scheinen viele Medien nicht viel mehr als solche »Agittablos« zu sein.

Hier und da die Augen zumachen

Doch gerade in der Provinz sind Zeitungen nach wie vor eine wichtige Informationsquelle. »Wraza ist eine Stadt mit vielen älteren Einwohnern, die sich über die klassischen Kanäle informieren«, sagt Angel Spassov. Der 26-jährige Politikwissenschaftler wurde von einer PR-Agentur nach Wraza geschickt, um die Kampagne von Bürgermeisterkandidat Nikolay Ivanov zu führen.

Spassov bezeichnet die Berichterstattung über die Wahlen als »reine Propaganda«, in den vergangenen 25 Jahren habe sich daran nichts geändert. Dies funktioniere so gut, weil die Leser immer noch an alles glaubten, was in der Zeitung steht.

Angel Spassov bezeichnet sich trotzdem erstaunlicherweise als »Idealist«. Er habe lange über Nikolay Ivanov recherchiert, bevor er anfang, für ihn im Wahlkampf zu arbeiten. Spassov war überzeugt, dass

Ivanov ein guter Politiker sei. Doch das täuschte, die Wahrheit war weit davon entfernt.

Obwohl sich Ivanov als unabhängiger Kandidat bezeichnete, war die ganze Wahlkampagne »verdorben«, aber wenn »man hier und da ein Auge zudrückte«, konnte Spassov damit problemlos umgehen. »Der Job war eine große Herausforderung und dabei gut bezahlt, besser als das Arbeitsamt.«

Spassov blieb zwei Monate in Wraza. Dort koordinierte er die Vorwahl-Events sowie sämtliche Journalisten, die über die Kampagne berichteten. Zu den Wahlkampfveranstaltungen schickten alle sechs Zeitungen einen zuständigen Reporter, die Artikel darüber schrieben. »Eigentlich war das nicht einmal PR, das waren schlichtweg bezahlte Nachrichten.«

Die Auflage aufkaufen

Als Angel Spassov schließlich auf die Ereignisse vor der Stichwahl zu sprechen kommt, wird er wütend. »Ich habe die ganze Nacht nicht geschlafen«, sagt er.

Sein Wahlkampf-Team hatte am Abend gefeiert. »Da am Freitag und Samstag normalerweise sowieso nichts passierte, mussten wir nur noch auf die Wahlen warten«, so Spassov. Kurz nach Mitternacht kam er nach Hause und schaute kurz ins Internet. Doch schon in der Nacht zum Freitag stand auf der *Konkurent*-Webseite der »Schlag unter die Gürtellinie«, wie er den Artikel gegen seinen damaligen Chef nennt.

Allerdings hatten der *Konkurent*-Geschäftsführer und seine Auftraggeber einen groben Fehler begangen. »Sie schrieben, dass Ivanov sich vor einer Debatte im privaten nationalen Fernsehsender TV7 am Freitagmorgen gedrückt hat. Dieses Fernsehduell hätte aber erst mehr als 12 Stunden nach Redaktionsschluss stattfinden sollen. Kannte die Zeitung die Zukunft?«

Laut Spassov war der Plan leicht zu durchschauen. TV7 hat eine enge Beziehung zur Regierungspartei GERB (der Berlusconi-ähnliche Premierminister Boyko Borissov war beispielsweise Trauzeuge bei der Hochzeit des bekanntesten Moderators des Senders) – »Sie haben sich selbst blamiert«, so Spassov.

Der junge Kampagnenmanager bereitete die ganze Nacht einen Einspruch für die Wahlkommission vor. Daraufhin wurde der Artikel bereits am nächsten Morgen von der Webseite der Zeitung entfernt. Dann leitete Spassov eine beispiellose Aktion ein. »Am Freitagmorgen stand das gesamte Wahlkampf-Team sehr früh auf. Wir sind durch die



Quelle: Vesselin Dimitrov

Stadt gelaufen und haben die gesamte *Konkurent*-Auflage aufgekauft.«

Parallel gab es ein Interview mit der GERB-Kandidatin Awramowa bei TV7. »Leider konnten wir Nikolay Ivanov nicht erreichen«, erklärte der Moderator. »Wir hatten nie eine Interviewanfrage bekommen«, entgegnet hingegen Spassov.

Die verschwundene Zeitung

Im Nachhinein sieht es so aus, als ob die besagte Ausgabe des *Konkurent* vom 28. Oktober 2011 nie erschienen wäre. Nicht nur die bezahlte Titelseite, sondern gleich die gesamte Ausgabe ist aus dem Online-Archiv der Zeitung verschwunden. Gedruckte Exemplare – 30 Cent das Stück, 16 Farbseiten – sind nur noch in der Wahlzentrale von Nikolay Ivanov zu finden. Wie viele Zeitungen er hat aufkaufen lassen, weiß Spassov nicht mehr genau, denn es gibt keine zugängliche Statistik zur Auflagenhöhe bulgarischer Printmedien. Eine Regionalzeitung druckt durchschnittlich 1.800 Exemplare, laut Statistischem Amt.

Am Ende konnte Angel Spassov seine Aufgabe bravourös erfüllen – der Bürgermeisterkandidat Ivanov gewann die Wahlen mit 53 Prozent. Weiterer beruflicher Erfolg blieb allerdings aus, mit einem Freund gründete er ein Projekt für konzeptionelles Kochen.

Für Maria Borissova, die junge *Konkurent*-Redakteurin, hat sich nach den Wahlen nicht viel verändert. Nach wie vor entscheidet der Herausgeber nach Gutscherrenart, was in der Zeitung erscheinen darf, und was nicht. Doch Borissova liebt den Journalismus. Außerdem ist sie froh, bei der 17-prozentigen Arbeitslosenquote in Wraza überhaupt einen Job zu haben. ■

Wahlkampfmanager Spassov verließ die PR-Branche und gründete ein Projekt für konzeptionelles Kochen.

Vesselin Dimitrov ist stellvertretender Chefredakteur von *Forbes Bulgarien* und Medienberater.





FRITZ WOLF IST FREIER
JOURNALIST IN DÜSSELDORF.

Die Kunst des Denkens soll nun im Fernsehen Einzug halten. Der Philosoph Richard David Precht soll dafür sorgen. Aber auch der Sport kommt nicht zu kurz, hier herrscht die Devise »Gänsehaut pur«. Das Sommerloch wurde gefüllt mit Emotionen und Politiker-Interviews.

Schauen

Im ZDF hat die Kunst des Denkens einen festen Sendeplatz«, erzählt die Pressestelle des Senders. Ein Satz wie gemeißelt. Darauf würde man zunächst gar nicht so kommen. Eigentlich zeigt die vorherrschende Fernseh-Erfahrung, dass man nur die Wahl hat zwischen Fußball und Quiz, dazwischen höchstens noch einer Kochshow zum Entspannen vom Entspannen. Demnächst werden ARD und/oder ZDF zur Primetime noch eine Trainingseinheit des 1. FC Bayern direkt übertragen.

Aber, und das soll die gute Nachricht sein: Sechs Mal im Jahr darf mit »Precht« im ZDF auf festem Sendeplatz auch gedacht werden. Das gewöhnliche Fernsehen hat in diesem Sommer und Herbst eine andere Kunst inthronisiert: das Erzeugen von »Gänsehaut«, in der Steigerungsform als »Gänsehaut pur«. Das ist der Zustand, in dem die Fernsehmacher ihre Zuschauer am liebsten sehen. Solche Gemütszustände herzustellen, daran arbeiten die Fernsehmacher mit Eifer. Sport eignet sich besonders dafür und davon hatten wir jetzt grade genug. Fußball-EM, Olympiade, Paralympics, Champions League, Fußball-Bundesliga.

Schauen und staunen« war das Motto, unter dem die Kommentatoren ihren Zuschauern die TV-Großinszenierungen von Olympiade und Paralympics interpretierten. Sich überwältigen lassen, eintauchen ins Geschehen, bis einem vor lauter Schauen das Denken vergeht. Zur Abschlussfeier der Olympiade wurden Videos der toten Rockstars John Lennon und Freddy Mercury auf riesigen Bildschirmen ins Stadion eingespielt, und man konnte sehen, dass es nur noch ein kleiner Schritt ist bis zu ihrer vollständigen Show-Inkorporation in riesigen Laserhologrammen. »Gänsehaut pur« dürfte dann nicht mehr reichen. Natürlich leisteten die Inszenierungen auch Bemerkenswertes. Durch die Eröffnungsfeier der Paralympics führte der Physiker Stephen Hawking aus dem Rollstuhl, sprach von Wissenschaft, Vernunft, Aufklärung und den Higgs-Teilchen. Aber dann ließ er sich mit zwei albernem Leuchten am Kopf der Show einverleiben und wurde selbst zum Teilchen für die Abteilung »Schauen und Staunen«.

Widerspricht nicht der Gedanke der Aufklärung, möchte man fragen, diesen Massenchoreografien, die jedes Individuum dem Schaulust unterordnen, es arrangieren, hin

und staunen

und her und manchmal durch die Lüfte schicken? Nur selten geht es auch anders, anarchistischer und gegen den Mainstream. Wie in einem kurzen Interview des österreichischen Fernsehens mit Alfred Tatar, dem Trainer des unterklassigen Vereins Vienna. Der Reporter befand, der Verein habe es »von der Spielweise« wohl nicht »auf den Schönheitspreis angelegt«. Darauf bekam er mit ernster Miene die Antwort: »Ganz genau. Das wollen wir auch nicht. Wir wollen eine ganz moderne Variante des Brechstangenfußballs ausarbeiten und sind sozusagen die Antithese von Barcelona«. Da konnte auch der fragende Journalist nur noch schauen, staunen – und lachen.

Weder zum Lachen noch zum Staunen und eigentlich auch nicht zum Schauen dagegen sind die TV-Sommer-Interviews, die jahreszeitspezifische Gattung der unterhaltenden Nachrichten-Autoproduktion. Mit ihnen hält sich der Politik-Medien-Betrieb in der Ferienzeit am Laufen, will wenigstens so aussehen. Produziert werden Statements, die Journalisten in Zitate verwandeln, auf die dann weitere Statements folgen, die abgelöst werden durch Zitate dritten Grades. Politiker geben sich in diesen Interviews gerne etwas hemdsärmeliger, sitzen in Biergärten, vorm See oder hinterm Berg. Die Kanzlerin allerdings blieb förmlicher und trat zum Gespräch am ARD-Studio in Berlin an. Doch was hat die Kanzlerin eigentlich gesagt?

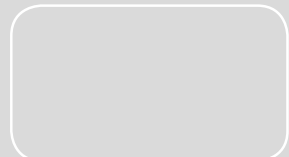
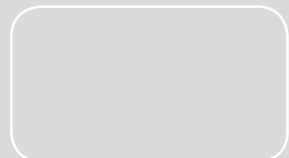
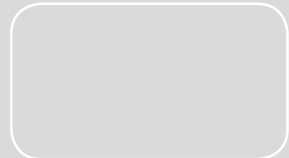
Ein besonderes Sommerinterview freilich gehört ins Archiv der Fernsehgeschichte, zu besichtigen in der ORF-Nachrichtensendung »ZiB2«. Im Studio Frank Stronach, ein austro-kanadischer Milliardär, der in Deutschland bekannt wurde, als seine Firma Magna Opel von General Motors übernehmen wollte. Stronach sponsert Fußballvereine und Kunst und will jetzt eine politische Partei in Österreich gründen. In der ORF-Nachrichtensendung ignorierte er minutenlang jede Frage, sprach direkt in die Kamera ans Publikum und herrschte die Moderatorin an, ob sie mit ihm streiten wolle. Er betrachtete die Nach-

richtensendung als sein Propagandainstrument und die Journalistin im Studio als Beiwerk zu seinem Auftritt. Das war so konsequent wie komisch, freilich lässt das intellektuelle Niveau dieser Politiker-selbstdarstellung für die österreichische Politik das Schlimmste befürchten: Gänsehaut pur (das Interview ist auf Youtube für die Ewigkeit konserviert).

Den Sommer-Interviews beigegeben sind die Sommerskandale, die kurz aufglühen und wieder verschwinden. Wallraff war so ein Erregungsfall, nicht ganz neu, alle Jahre wieder. Gertrud Höhler bekam kurzzeitig mediale Unterstützung, damit sich ihr Anti-Merkel-Buch besser verkauft. Dafür ist der Talk von Günther Jauch grade gut genug, dem man immer deutlicher ansieht, dass er Unterhalter und doch kein Journalist ist.

Auf das Sommertheater folgt der Ernst des Programmherbstes, und schon wieder kommt ein Firmencheck nach dem Nächsten. Kein Unternehmen bleibt mehr sicher vor den tapferen Enthüllern in der ARD, die mit kleinen Selbstversuchen und schnellen Befragungen eilig und kostengünstig zur Stelle sind. Aber hat irgendjemand über die Information gestaunt, dass Burger ein wenig nahrhaftes Nahrungsmittel sind? Nahrhafter als ein Burger ist dieser Dienstleistungs-Journalismus auch nicht.

Und was ist jetzt mit der Kunst des Denkens? Die Sender blasen laut die Posaune. Precht titelt in der ersten Sendung »Macht die Schule dumm?« und Jauch am gleichen Abend: »Macht das Internet dumm?«. Wir erlauben uns die Frage, ob Fernsehen dumm macht, dieses Fernsehen jedenfalls. Von Philosophie bei »Precht« keine Spur, anstelle eines Gesprächs gab es die Simulation eines Gesprächs, die geforderte Kreativität fand in der Sendung nicht statt und von Philosophie war nur die mediale Performance von Philosophie zu sehen. Denkerprofile und Denkerstirnen in Großaufnahme. Und Precht beschwor als Nothelfer die schöne zeitgenössische Figur des »Potenzialentfaltungskoachs«. Wenn die Kunst des Denkens schon so weit ist – dann kann man nur sagen: gruselig. Gänsehaut pur. ■



Distanz und Nähe:



Quelle: 8zebra/flickr.de

Die Piraten mischen den Politikbetrieb auf. Das Interesse der Medien war anfangs enorm: Die ehemalige Bundesgeschäftsführerin Marina Weisband auf dem Bundesparteitag im April.

Update nötig

Die Medien haben den Aufstieg der Piratenpartei intensiv begleitet. Journalisten mussten sich dabei auf neue Umgangsformen im Politikbetrieb einstellen. Nicht jedem gefällt das.

VON MATTHIAS WINKELMANN

Die noch junge Partei der Piraten ist in den vergangenen Monaten medial exzessiv beleuchtet worden. Es gab kaum Themen, die in der deutschen Medienlandschaft seit dem Einzug der Piraten in das Berliner Abgeordnetenhaus im September 2011 und in weitere Landesparlamente 2012 ähnlich konstant diskutiert und begleitet worden sind. Ab der zweiten Ausgabe im März dieses Jahres behandelte das Nachrichtenmagazin *Der Spiegel* die Partei in zehn aufeinanderfolgenden Heften.

Gekrönt wurde diese Berichterstattung von der Titelgeschichte »Avanti Dilettanti« vom 23. April. Darin schrieb das Magazin, durch das Auftreten der Partei stelle sich grundlegend die Systemfrage. »Es geht also nicht nur darum, ob noch eine Partei mehr in den Bundestag einzieht. Es geht ums Ganze. Bleibt Politik, wie sie ist, oder wird sie besser?« (*Spiegel*, 17/2012).

Die Piraten wirkten auf manche irritierend, auf die Journalisten indessen faszinierend, vor allem auf die jungen Onlinemacher. Und manchmal sah es aus wie eine enge Zusammenarbeit zwischen berichtenden Journalisten und Politikern der jungen Partei.

Ein »unbespieltes Feld« für Journalisten

Wer sich mit den Piraten kompetent befassen will, kommt um ein hohes Maß an Netzaffinität nicht herum. Deshalb sind es oft junge Journalisten, die bei der Berichterstattung eine bedeutende Rolle spielen. »Es war ein unbespieltes Feld, das ist natürlich reizvoll für einen Journalisten«, erinnert sich Annett Meiritz, Redakteurin im Hauptstadtbüro von *Spiegel Online*. Die 30-Jährige schreibt seit Jahren über Online-Themen und berichtet über die Piraten, seit

diese zu einem politisch relevanten Phänomen in der deutschen Parteienlandschaft geworden sind.

Barrierefreie Recherche

Da Meiritz als weiteren Themenschwerpunkt die Union beackert, zeigen sich ihr besonders deutlich die Unterschiede in der Zusammenarbeit mit den Piraten. Die Recherche über sie ist in vielerlei Hinsicht barrierefreier und direkter. So gehen die Mitglieder im Netz meist sehr frei mit ihren Daten um. Wenn es Fragen gibt, geht Meiritz zu keiner Pressekonferenz und nimmt auch keinen Umweg zur Pressestelle, sondern sie ruft den gewünschten Ansprechpartner direkt auf dem Handy an, schreibt ihm eine E-Mail oder eine Twitternachricht.

Außenstehenden, auch vielen Journalisten, falle es schwer, die Partei zu verstehen, sagt Meiritz. Schließlich sei sie sehr heterogen in ihrer Zusammensetzung. »Man wird unfreiwillig zum Erklärer und Verteidiger gegenüber Kollegen.« Wenn kritisiert wird, dass einzelne Piraten sich nie für die ganze Partei äußern, muss sie erklären, dass gerade dies einer der Grundsätze der Partei ist. Das sei zwar bei anderen Parteiberichterstattern ähnlich, aber nirgendwo so augenscheinlich wie bei den Piraten.

Die Arbeit mit ihnen kann für Journalisten wegen der recht neuen Kommunikationswege auch anstrengend sein. »Das ist kein Job von acht bis 17 Uhr«, so Meiritz. Wer bei den Piraten den Anschluss nicht verlieren wolle, müsse in vielen Mailinglis-

Wer sich mit den Piraten kompetent befassen will, kommt um ein hohes Maß an Netzaffinität nicht herum.

ten stehen, Twitter selbst nutzen oder zumindest den wichtigen Akteuren dort folgen und in vielen Foren unterwegs sein. Bei Mumble, dem beliebten Kommunikationsinstrument der Piraten, sei abends gegen 23 Uhr am meisten los.

Tag und Nacht bei Twitter

Das kennt auch Kay Meseberg. Der 36-Jährige arbeitet unter anderem für das ZDF-Magazin *Frontal 21* und verfolgt die Entwicklung der Partei zusammen mit seinem Kollegen Carsten Behrendt. Gemeinsam mit Sabrina Hermsen drehten sie unter anderem die halbstündige Dokumentation »Der Piraten-Hype« für das ZDF. Um wichtige Partei-Ereignisse herum, beispielsweise einen Bundesparteitag, sagt Meseberg, sei er vom »Frühstück bis zum Schlafengehen, sieben Tage die Woche« bei Twitter unterwegs.

Den direkten Zugang zur Partei fand auch er von Anfang an spannend. »Wann kommt man schon einmal in die Situation, so nah heranzukommen? Nicht nur Chronist zu sein, sondern direkter Beobachter.« Darüber hinaus sei es reizvoll, die sich inzwischen manifestierende Professionalisierung der einstigen Politikanfänger zu analysieren. »Jetzt kann man mit verfolgen, wie das aussieht, wenn jemand zum Politiker wird.« Das Drehen mit den Piraten sei weniger abgesprochen und gestellt, als das sonst oft der Fall sei.

Die Transparenz, die sich die Piraten als ein wichtiges Ziel definiert haben, stelle aus journalistischer Sicht allerdings auch ein Problem dar. Es sei schwierig, exklusive Geschichten über sie zu machen, sagt Meseberg. Schließlich gelangten die meisten Informationen sofort an die Öffentlichkeit.

Dass der Kommunikationsstil der Piraten auch zu Problemen führen kann, zeigte ein *Spiegel*-Interview mit dem Berliner Abgeordneten Martin Delius, in dessen Folge dieser seine Kandidatur für den Bundesvorstand der Partei zurückzog. Delius verglich darin die Entwicklung seiner Partei mit der der NSDAP zwischen 1928 und 1933 (*Spiegel*, 17/2012).

Der Politiker sei sich der Angreifbarkeit seiner Aussage während des Gesprächs sofort bewusst gewesen, erzählt Sven Becker, der seit 2010 im Berliner Büro des *Spiegel* arbeitet und das Interview zusammen mit Merlind Theile führte. Delius habe geahnt, dass die Aussage medial zu Kontroversen führen und einen »Shitstorm« hervorrufen würde – jene Form der massenhaften Kritik über Twitter und andere soziale Medien also, die inzwischen häufig auf streitbare Äußerungen folgt.

Becker und Theile standen vor der Frage, ob die Aussage publiziert werden sollte. Delius habe sich schließlich für Transparenz entschieden und eine Twittermeldung zu seiner Aussage geschrieben. Damit sahen sich Becker und Theile berechtigt, ihn zu zitieren. Delius geriet massiv in die Kritik.

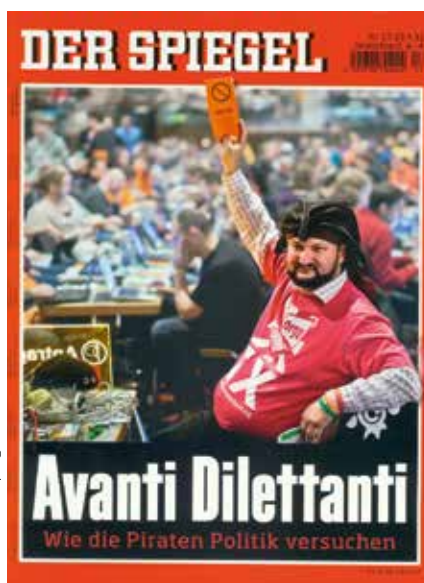
Ein Journalist im Shitstorm

Becker war selbst schon einmal Ziel eines Shitstorms, als er eine Geschichte über die Islandreise einiger Berliner Abgeordneter mit »Wodka, Rum und Dosenbier« überschrieb (*Spiegel*, 43/2011). Es hagelte Kritik an dem Artikel und an ihm persönlich – unter anderem über Twitter. Dort legte ein Unbekannter einen Account unter einem ähnlich klingenden Namen an und machte sich über Becker lustig. »Ich war erst mal baff. Als Journalist kannte ich solche direkten Angriffe im Internet nicht«, erinnert sich Becker.

Inzwischen sei er die sofortige Kritik über das Internet nach dem Erscheinen eines Artikels gewöhnt. Bei den Piraten scheine es zum Grundverständnis zu gehören, Medienberichte zu bewerten und zu kritisieren. »Die Piraten schaffen im Netz eine Gegenöffentlichkeit«, sagt Becker. »Wenn die eigene Geschichte gut recherchiert ist, darf man sich davon aber nicht beeindrucken lassen. Am Ende kann der Leser selbst entscheiden, welcher Sicht er mehr Glauben schenkt.«

Das Verhältnis zwischen Journalisten und Piraten ist also ein anderes als das von Berichterstattern zu Politikern der etablierten Parteien. Das ruft auch kritische Stimmen auf den Plan. So geriet die Berichterstattung von *Spiegel Online* vor dem Rücktritt Hartmut Semkens als Vorsitzender der Berliner Piraten in die Kritik. Semken hatte eine Mail aus einer Sitzung der Piraten an den *Spiegel* geschrieben. Bei der Sitzung ging es unter anderem um Kritik an ihm als Vorsitzendem. »Der König ist

Ein umstrittenes Spiegel-Cover zu den Piraten aus dem April 2012.



Quelle: Der Spiegel

nicht tot«, meldete er schließlich dem Blatt. »Und weigert sich weiter zurückzutreten.« Das Zitat wurde veröffentlicht, ohne das Semken widersprochen hatte, wie Becker betont, der den Text zusammen mit Meiritz schrieb.

Semken wurde für den Ausspruch kritisiert und warf dem Blatt im Anschluss vor, ihn falsch zitiert zu haben. Die Mail habe er aus einer früheren Sitzung geschrieben – eine Behauptung, die er schließlich zurückziehen musste. Er trat daraufhin zurück.

Vom Redakteur zum Akteur?

Der Journalist Joachim Huber vom *Tagesspiegel* sah wegen der *Spiegel*-Geschichte den Pressekodex angetastet (*tagesspiegel.de*, 17. Mai 2012). Die Journalisten seien zu Akteuren geworden, kritisiert auch Michael Hanfeld vom Feuilleton der *Frankfurter Allgemeinen Zeitung*. Er macht eine »merkwürdige Kumpanei« zwischen Journalisten und Piraten aus (*faz.net*, 18. Mai 2012). »Bei manchen gibt es meines Erachtens eine Nähe zur Partei, die es sonst nicht gibt«, sagt Hanfeld auf Anfrage. Dabei gehe teilweise die kritische Distanz verloren. Einige Journalisten hätten offensichtlich das Gefühl, bei den Politamateuren der Piraten mitmischen zu können.

Hanfeld verweist auf die ARD-Korrespondentin Ulla Fiebig, die in einem Tweet unter anderem den Piraten Christopher Lauer und den grünen Bundestagsabgeordneten Konstantin von Notz zum Handeln aufforderte. »Zeit für eine Kampagne!«, schrieb sie. Es ging dabei um die Verweildauer von Beiträgen auf den Webseiten der Öffentlich-Rechtlichen (*Frankfurter Allgemeine Zeitung*, 14. April 2012). Im Zuge solcher Aufforderungen werde ein Teil der journalistischen Berufsauffassung preisgegeben, findet Hanfeld. Twitter sei ein neuer Nachrichtenkanal, der schnell und gut funktioniere. Deswegen sollten Journalisten ihn auch nutzen, nur: »Der Ton macht die Musik.«

»Der Form geschuldet«

Kritiker sehen es als zu viel Nähe an, wenn sich Journalisten und Piraten auf Twitter persönlich anschreiben und duzen. Journalisten wie Meiritz und Becker halten dem entgegen, dass viele Piraten darauf bestehen, geduzt zu werden. Bei der Piratenpartei müsse man nah dabei sein, erklärt Meiritz. »Man muss sie ja auch von innen erleben, um sie zu verstehen. Die Nähe ist da, aber sie ist keine unkritische.« Ihre Rolle

als unabhängige Journalistin bleibe unangetastet, versichert sie.

ZDF-Journalist Meseberg kann verstehen, dass bei Twitter für Außenstehende zunächst der Eindruck von Nähe entstehe. »Wer da das erste Mal reinschaut und sieht, wie kommuniziert wird, verkürzt, persönlich mit Duzen, der kann das schon denken. Aber es ist der Form geschuldet, es ist mit 140 Zeichen eine verknappte Kommunikation.« Daraus leite sich noch keine Kumpanei ab.

Die Debatte verdeutlicht vor allem eines: Viele Journalisten, die sich mit den Piraten beschäftigen, sind sich bewusst, dass sie über Kommunikationskanäle wie Twitter Neuland betreten. Es geht um eine Ergänzung der Recherche, die das persönliche Gespräch

»Man muss sie ja auch von innen erleben, um sie zu verstehen. Die Nähe ist da, aber sie ist keine unkritische.«

nicht verdrängen kann. Sie wird auch bei den etablierten Parteien zunehmend wichtiger, deren Politiker inzwischen vermehrt online unterwegs sind. Dabei stellt sich auch die Frage, wie Plattformen wie Facebook und Xing Journalisten nützen; inwiefern sich also die berufliche Rolle von der Privatperson differenzieren lässt. Viele Medienhäuser ermuntern ihre Mitarbeiter, auch diese Plattformen zu nutzen, zumindest als Recherchemittel.

Viele Journalisten machen sich durchaus Gedanken, was das für ihr Rollenbild bedeutet. »Wir müssen offen diskutieren, was davon unsere Arbeit als Journalisten betrifft«, meint Meseberg. Es gehe darum, die neuen Möglichkeiten zu nutzen, gleichzeitig aber die bisherigen Standards nicht über Bord zu werfen.

Ein Ansatz dabei ist der Multimedia-Ethik-Kodex des Masterstudiengangs »new media journalism«, der von mehreren Journalistenschulen übernommen wurde. Darin heißt es unter anderem, die Fairness der Berichterstattung und die Quellenrecherche müssten auch online gewährleistet werden. Die journalistische Sorgfaltspflicht bestehe mit Blick auf die neuen Recherchertools ungemindert fort. Private Äußerungen – also beispielsweise bei Twitter – müssten als solche erkennbar sein. ■

Weiterführender Link:

► www.multimedia-ethik.net/multimediakodex

Matthias Winkelmann hat nach seinem Journalistik-Studium das Journalistenbüro Summedia gegründet und arbeitet seither als freier Journalist in Leipzig.



»Gleich geköpft«

Der Chefkorrespondent der Leipziger Volkszeitung, Dieter Wonka, erklärt im Message-Interview, warum er die Piraten für unerfahrene Amateure und ihre Art der Kommunikation für ermüdend hält.

Herr Wonka, Sie haben als bundespolitischer Korrespondent drei Jahrzehnte Erfahrung, erst in Bonn und jetzt in Berlin. Wie bewerten Sie den Auftritt der Piratenpartei angesichts Ihrer Erfahrungen?

Dieter Wonka: Geschichtsvergleiche hinken zwar, aber vieles erinnert mich an den Etablierungsprozess der Grünen in den 1980ern. Der Medienbetrieb damals war auch vom traditionellen Politikbetrieb erschöpft und den Journalisten hingen die Standardfloskeln der tradierten Parteien und Politiker zum Halse raus. Und in so eine Atmosphäre platzten



Dieter Wonka,

1954 in Kaufbeuren geboren, ist Hauptstadtkorrespondent der Leipziger Volkszeitung (LVZ). 1983 ging er für den Madsack Verlag nach Bonn, seit 1992 ist er für die LVZ tätig. Er arbeitet für verschiedene Tageszeitungen und Magazine in Stuttgart, Kiel, Wiesbaden, Hannover, Bonn und Berlin.

die Grünen hinein – eine neue Bewegung, die sich kaum um Konventionen scherte und mit neuer Transparenz den ganzen Laden aufmischen wollte. Sie hatten aber auch ein Thema mit Zukunft zu bieten.

Vor allem junge Journalisten sympathisierten damals mit den Grünen.

Damals wie heute veranlasste die scheinbar festgefahrene Situation viele Journalisten, den Neuen mit einer Art Grundsympathie zu begegnen. Man dachte wohl: Die wirbeln auf, was uns Journalisten mit den besten Leitartikeln und kritischsten Beiträgen nicht gelingt. Darin liegt aber auch eine Gefahr: Wie damals auch, scheinen einige

Kollegen Teil dieser solidarischen Gemeinschaftsbewegung geworden zu sein.

Der Wunsch nach Nähe zu Parteien ist aber allgemein verbreitet. Denken Sie an die vielen Hintergrundgesprächskreise in Berlin.

Das ist etwas anderes. Hier geht es um eine kleine Journalisten-Gruppe, die sich mit Inbrunst und Vollampf in die Piratenwelt stürzt und alles aufsaugt. Wenn man an den Diskussionen der Piratenpartei dranbleiben will, muss man das wohl auch tun. Aber ich weiß nicht, ob man gleich zur Duzgemeinschaft übergehen muss. Die Gefahr, zum Fürsprecher für eine Bewegung zu werden, weil man sich wünscht, dass sie anhält und stärker wird, ist bei einigen jungen Kollegen in der Tat groß.

Bei Ihnen offensichtlich nicht.

Ich bin skeptisch. Und das hat viel mit der Arbeitsweise der Piraten zu tun. Den Diskussionsprozess bei den anderen Parteien kann ich relativ gut mit Hintergrundgesprächen, Pressekonferenzen und Parteitaugen erfassen. Das geht mit den atomisierten Piraten nicht. Da darf sich keiner positionieren, sonst ist es gleich vorbei mit ihm. Ich weiß nicht einmal, wen ich vor mir habe, wenn ich mit dem Vorsitzenden der Piraten rede.

Könnte das vielleicht auch daran liegen, dass Sie die Kommunikationsmittel der Piraten nicht beherrschen?

Das kann schon sein. Aber die Frage ist ja auch: Will ich da alle wirklich so beherrschen, dass sie mich beherrschen? Junge Kollegen sehen das vielleicht anders. Aber es wäre zu einfach, es allein darauf zurückzuführen. Für mich sind persönliche Recherchegespräche mindestens genauso wichtig wie eine Unterhaltung in irgendeinem fremden Chatroom oder die 24-Stunden-Siebtage-Twitter-Debatte.

Sind Sie in Blogs und Chatrooms unterwegs?

Ja, aber ohne viel Eigenes einzustreuen. Ich verfolge die Diskussionen – und sehe, dass diese Endlosdebatte für die Politikberichterstattung kaum von Wert ist. Für mich ist die Kommunikation mit den Piraten sehr ermüdend. Ich habe dafür auch nicht die Zeit.

Könnten Sie das »ermüdend« noch etwas genauer beschreiben?

Es wird anstrengend, sobald ich mich nicht auf die Diskussion in den sozialen Netzwerken und die Twitterei beschränken will. Die Bundesgeschäftsstelle funktioniert kaum. Persönliche Termine werden verabredet und ohne Begründung nicht eingehalten. Man hat es mit unerfahrenen Amateuren zu tun, die sich selbst ausbeuten, kaum bezahlt werden und sich mit ihren persönlichen Aussagen kaum vorwagen dürfen, weil sie sonst innerparteilich gleich geköpft werden könnten. Auch deshalb gerät das System der stolpernden Neulinge, auf dem der Erfolg der Piraten aufbaut, jetzt an seine Grenzen. Es fehlt schlicht an Professionalisierung.

Also Schluss mit der journalistischen Nachsicht?

Ja. Die ständige Ansage, wir haben dafür noch keine fertige politische Position, nervt mich mittlerweile. Das ist übrigens ein großer Unterschied zu den Grünen. Der Parteibildungsprozess der Grünen mündete damals in einer programmatischen Ausrichtung. Dem scheinen sich die Piraten zu verweigern.

Mit Ihren forschenden Fragen beim Polit-Talk »Bei Brender!« haben Sie viele Piraten erzürnt. War das der Wendepunkt Ihrer persönlichen Haltung gegenüber den Piraten?

Die Geschichte hat mich drei Tage und Nächste gekostet. Ich hatte den Piraten-Geschäftsführer kritisch zum bedingungslosen Grundeinkommen befragt. Daraufhin wurde versucht, die Redaktionscomputer zu hacken und ein zehntausendfacher Shitstorm ging auf mich nieder, inklusive krimineller und zotiger Forderungen. Wer robust ist, kann auch mit Morddrohungen umgehen. Aber ich finde es unangenehm, wenn man droht, mir mit dem Spaten den Kopf abhauen zu wollen. Das hat meine Ansichten über die Nettigkeit und Transparenz dieser Gruppierung deutlich zurechtgerückt.

Anfangs schien es, als ob die Piraten von der Journalisten-Community gehypet würden. Jetzt scheint es mit der Partei steil bergab zu gehen.

Derzeit werden die Piraten in den Medien niedergemacht. Ich weiß allerdings nicht genau, ob wegen der schlechten Umfragewerte oder wegen uns Journalisten oder einer Mischung aus beiden. Allerdings sind die Piraten auch selber schuld. Sie haben es verpasst, die hyperventilierende Aufregtheit unter den etablierten Parteien zu nutzen. Die Etablierten sahen die Piraten schon ganz klar im Bundestag. Jede Partei rief hektisch eine Arbeitsgruppe Netzpolitik und Transparenz ins Leben, weil alle dachten, das seien die Arbeitsfelder, auf denen man den Piraten begegnen müsse. Mittlerweile meinen die Politikmanager, dass man die Agenda vielleicht doch nicht ändern muss. Dasselbe gilt für uns Journalisten. Jedes Thema hat eben seinen Zyklus.

Auch deshalb gerät das System der stolpernden Neulinge, auf dem der Erfolg der Piraten aufbaut, an seine Grenzen.

Sehen das alle Berliner Journalisten so?

Ich vermute, im Zweifelsfall geben zwei, drei Leitmedien den Abgesang vor, und dann schreiben die anderen hinterher. Außerdem lässt sich viel einfacher und schneller mit den bekannten Antworten arbeiten, die die anderen Parteien den Journalisten mitgeben.

Ist die Mehrheit der Berlin-Korrespondenten in Bezug auf die Piraten heute negativ eingestellt?

Zum letzten Parteitag der Piraten kamen erstaunlich wenige Vertreter des hauptstädtischen Pressecorps. Das mag daran liegen, dass die meisten glauben, die Piraten seien wie ihr eigener Shitstorm: Es lohnt gar nicht, sich mit ihnen richtig zu beschäftigen.

Haben die Korrespondenten das unkonventionelle Politikverständnis der Piraten überhaupt verstanden?

Ich glaube, drei Viertel der hauptstädtischen Politikjournalisten ist die Piratenwelt fremd geblieben. Aber vielleicht brauchen die Piraten den Umgang mit uns klassischen Medien auch gar nicht mehr. Vielleicht können sie sich ihre eigene Gegenöffentlichkeit so inszenieren, dass ihnen dies genügt. Das wäre dann in der Tat eine neue, eher befremdliche Qualität des Politischen. ■

Die Fragen stellte Message-Herausgeber Lutz Mücke.



**Das Leben von Yusuf
oder Rosa oder Sun oder
Ramon oder Li oder Schirin
oder Korash oder Anna oder
Fabio oder Jassem oder
Dafina ist in Gefahr.**

**Ohne Pressefreiheit können wir nur raten.
Aber niemandem helfen.**

**Spendenkonto: 5667777080
BLZ: 10090000 Berliner Volksbank
www.reporter-ohne-grenzen.de**

**REPORTER
OHNE GRENZEN**
FÜR INFORMATIONSFREIHEIT

4-2012

PODIUM **message**



Foto: Deutsche Börse AG

Weiche Währung, Werteschwund

Mitten in der Finanzkrise: die Formschwäche des Wirtschaftsjournalismus

- ▶ Kompetenzverlust – Wirtschafts-
journalismus in der deutschen
Tagespresse S. 64
- ▶ Krise als Krankheit – Metaphern im
Mediendiskurs zur Finanzkrise S. 71

Kompetenzverlust

Wirtschaftsjournalismus in der deutschen Tagespresse

VON VOLKER WOLFF

Ist der Wirtschaftsjournalismus deutscher Zeitungen und Zeitschriften in den vergangenen 40 Jahren eigentlich einmal aus der Kritik oder – wie seine Kritiker gerne feststellen – aus der Krise herausgekommen? Der erste Eindruck lässt vermuten, dass es sich beim Wirtschaftsjournalismus der Presse um eine Art permanenten Sorgenfall handelt: Genörgelt wird jedenfalls seit der massiven Kritik von Peter Glotz und Wolfgang R. Langenbucher im Jahre 1969 regelmäßig, zuletzt mit Blick auf die eher missglückte Behandlung der zweiten Finanzkrise der Jahre 2007 bis 2009 oder die Ratlosigkeit bei der Bewältigung der Eurokrise.

Der zweite Blick auf das Geschehen macht allerdings deutlich, dass sich seit 1969 im Wirtschaftsjournalismus viel bewegt hat. Die kritisierten Wirtschaftsjournalisten hatten seitdem Erfolgskurven wie Börsenverläufe – mit ausgesprochenen Erfolgsphasen Mitte der 80er Jahre und um die Jahrtausendwende. Dieser zweite Blick offenbart aber auch, dass sich der Wirtschaftsjournalismus im Abschwung des vergangenen Jahrzehnts auf ungünstige Weise ausdifferenziert hat. So muss man heute ernsthaft befürchten, dass sich mit zahlreichen Regional- und Lokalzeitungen ein Großteil des Pressejournalismus aus der seriösen und kompetenten Wirtschafts- und Finanzberichterstattung dauerhaft verabschiedet hat. Der Niedergang der Wirtschaftsberichterstattung in der Fläche scheint unumkehrbar.

Im Einzelnen: Da war zunächst die geharnischte Kritik der beiden Medienwissenschaftler Peter Glotz und Wolfgang R. Langenbucher. Sie trafen 1969 den Nagel auf den Kopf, als sie lakonisch feststellten, dass 64 Prozent der Leser regionaler Abonnementzeitungen die Wirtschaftsteile ihrer Tageszeitungen einfach überblättern. Da es sicher Interesse an Wirtschaftsthemen gebe, müssten, so Glotz und Langenbucher, die Tageszeitungen »bei der Aufgabe, eine moderne Wirtschaftsberichterstattung für den normalen Konsumenten zu machen, versagt« haben. Inhaltsanalysen zeigten die Ausprägungen dieses Versagens:

- Den wirtschaftlichen Fragen werde in den meisten Zeitungen viel zu wenig Platz eingeräumt.
- Die Inhalte der Wirtschaftsteile seien auf Syndizi, Börsianer und Aktenbesitzer zugeschnitten.
- Verbraucherfragen werde deutlich zu wenig Raum eingeräumt.
- Kein Teil der Zeitung sei journalistisch so einfallslos gestaltet wie der Wirtschaftsteil.

■ Die Journalisten bemühten sich nur selten um die Übersetzung des »Wirtschaftschinesisch«.

Die Aufgabe der aktuell-universellen Tageszeitung werde, so Glotz und Langenbucher weiter, damit »total verfehlt«. Das gelte bei den ausschließlich regional oder lokal bezogenen Zeitungen mit aller Schärfe.

Und gut 40 Jahre und diverse Wirtschaftskrisen später? 2012 kann man die Kritik in dieser Form nicht wiederholen: Die Inhalte der Wirtschaftsteile sind ohne jeden Zweifel in Gestaltung und Sprache ansprechender geworden. Und die Verbraucherthemen sind aus den Wirtschaftsteilen der regionalen Abonnementzeitungen nicht mehr wegzudenken. Mehr Platz wird den Wirtschaftsthemen allerdings nicht eingeräumt.

Das allein kann aber nicht der Grund sein, warum sich das Interesse der Leser an den Wirtschaftsteilen trotz aller Bemühungen in den vergangenen Jahrzehnten eigentlich nicht verstärkt hat: Heute überblättern 62 Prozent der Leser

TABELLE 1: WAS IN DER REGIONALZEITUNG GELESEN WIRD
» ... das lese ich im Allgemeinen immer ... «

		Wirtschaftsteil Prozent der Leser		Lokales Prozent der Leser
1999	//	34	//	85
2003	//	38	//	83
2010	//	38	//	85

Quelle: IfD Allensbach zitiert nach Jahrbücher BDZV

ihren Wirtschaftsteil (siehe Tabelle 1), 1969 waren es 64 Prozent.

Dabei interessieren sich die Leser der regionalen Abonnementzeitungen in weit höherem Maße für Wirtschaftsthemen, als es ihr Leseverhalten vermuten lässt (siehe Tabelle 2).

Die Differenz von Interessierten und Lesern offenbart das unveränderte Problem des Wirtschaftsjournalismus in Regionalzeitungen: Ein Viertel der Zeitungsleser interessiert sich für Wirtschaftsthemen und ignoriert dennoch den Wirtschaftsteil der Tageszeitung. Das kann etwas mit Enttäuschung zu tun haben. Allen Veränderungen der Blätter zum Trotz.

Tatsächlich hatten die Redaktionen in den 1990er Jahren angefangen, den Leser als Verbraucher zu entdecken und die Themen der Wirtschaftsteile, so wie Glotz und Langenbacher es vorgeschlagen hatten, modifiziert: Anlageaspekte ergänzten die traditionelle Unternehmensberichterstattung, Konsumentenfragen erweiterten das Themenspektrum und die Redaktionen leiteten zunehmend aus Marktentwicklungen auch Empfehlungen für die Leser ab. Die traditionellen Zinsanalysen der Bundesbankbeobachter kamen aus der Mode. Die Richtung stimmte, dennoch ist wohl bei der Themenwende etwas schiefgegangen: Die Redaktionen wirkten mit dem produktorientierten Wirtschaftsjournalismus überfordert, die Berichterstattung fiel besonders hinsichtlich der Finanzprodukte zu unkritisch aus.

Thomas Schuster hat 2001, also am Ende der Dotcom-Blase, das Versagen des Wirtschaftsjournalismus angeprangert: Der »neue Wirtschaftsjournalismus« präsentiert sich, so Schuster in »Die Geldfalle. Wie Medien und Banken die Anleger zu Verlierern machen«, als Berater des Privat-

TABELLE 2: WAS LESER VON REGIONALZEITUNGEN INTERESSIERT
 » ... insgesamt interessiert an Informationen, Ratgebern/Experten zu ... «

		Wirtschaft Prozent der Leser	Lokales Prozent der Leser
1999	//	61	// 91
2003	//	60	// 93
2010	//	62	// 93

Quelle: AWA 1999 - 2010

anlegers. Faktisch sei er jedoch nichts anderes als ein tumber Trendverstärker, trunken vor Hoffnung, inkompetent, unkritisch und so etwas wie ein offener Kanal für jede Art strategischer Kommunikation.

»Tumber Trendverstärker«

Sicher wurde Schusters pauschale Kritik seinerzeit vielen journalistischen Leistungen nicht gerecht. Sie hatte aber einen wahren Kern: Zu viele Wirtschaftsjournalisten hatten im Tanz um das goldene Kalb der Neuen Märkte ihre Distanz zur Unternehmenskommunikation verloren. Sie plapperten zu häufig nach, was ungemein smarte Vorsprecher verkündeten. Und sie feierten Prognosen und Ankündigungen statt tatsächlicher Umsätze und Überschüsse. So verloren die Anleger ihr Geld. Und mit dem Geld verloren sie das Vertrauen in den Wirtschaftsjournalismus. Zahlreiche Anlegermagazine verschwanden vom Markt. Die zum Teil dramatischen Verluste der verbliebenen einschlägigen Magazine bei den tatsächlichen Verkäufen, den Einzelverkäufen und Abonnements ergänzen das Bild vom massiven Vertrauensverlust der Leser.

Melanie Kamann und Irene Neverla wiesen 2007 auf ein weiteres unmittelbar mit der Verbraucherorientierung des Wirtschaftsjournalismus verbun-

denes Problem hin: Nur wenige Zeitungen verfügten, so die Wissenschaftlerinnen, über ausreichend personelle und finanzielle Ressourcen für eigene Nutzwertartikel. Tatsächlich öffnete die Bedienung von Nutzwertthemen ohne ausreichende redaktionelle Ressourcen den PR-Aktivitäten der Finanzdienstleister Tür und Tor. Kamann und Neverla sprachen in diesem Zusammenhang von »PR-Fallen« (*Journalistik Journal* 2/2007). Frühbrodt formuliert das Problem deutlicher, wenn er darauf hinweist, dass die PR-Abteilungen der Unternehmen den Nutzwertjournalismus als geeignetes Einfallstor für sich entdeckt hätten. Nicht selten böten PR-Agenturen oder freiberufliche Autoren, die sowohl für journalistische Medien als auch für Auftraggeber aus der PR-Branche arbeiteten, »journalistische« Produktvergleiche an (Frühbrodt 2007, S. 15).

Für die Betreuung von Wirtschafts- und Finanzthemen ist die nicht ausreichende Kapazität in den Regionalzeitungen inzwischen wissenschaftlich dokumentiert. Nach einer Untersuchung von Michael Haller, Universität Leipzig, hatte 2007 rund ein Drittel der Regionalzeitungen keinen Wirtschaftsredakteur mit wirtschaftswissenschaftlicher Ausbildung mehr. Durchschnittlich gab es pro Regionalzeitung weniger als vier Wirtschaftsredakteure. Diese verantworteten täglich rund drei Seiten. Hinzu kommen übli-

cherweise die Kommentierungen, die Beilagen und die Arbeiten für andere Ressorts. Seit dieser Untersuchung ist auch bekannt, dass für Schulungen der Wirtschaftsredakteure in diesen Redaktionen weder Zeit noch Geld zur Verfügung gestellt werden.

Hallers Untersuchung offenbarte mit Blick auf die komplexen Finanzthemen wie Geldanlage, Immobilienfinanzierung oder Vorsorge und Versicherungen Erschreckendes: Es gibt in den meisten Wirtschafts-/Finanzressorts der Regionalzeitungen keine fachlich ausgewiesene Betreuung der Finanzthemen mehr. In sieben von zehn Redaktionen kümmern sich, so Michael Haller in seiner Studie, in den Wirtschaftsressorts niemand speziell um den Finanzbereich. Jedes Ressortmitglied befasst sich auch mit den Finanzthemen. Diese Art der Arbeitsteilung entspringe »vielerorts der Not«. Die Mehrheit der von ihm befragten Ressortleiter hatte angegeben, dass die knappen Personaldecken eine Spezialisierung gar nicht zuließen.

Dabei gibt es offenkundig noch Abstufungen: Redaktionen mit Newsdesk-Workflow verfügten über weniger Redaktionsmitglieder mit ausgewiesener Fachkompetenz im Bereich Finanzen/Wirtschaft als jene mit Ressortstruktur. Die Autoren der Studie hielten in diesem Zusammenhang fest, dass bereits die Hälfte der untersuchten Regionalzeitungen die Ressortstrukturen aufgelöst habe. Ein Drittel dieser Redaktionen verzichte innerhalb der Newsdesk-Seitenproduktion ganz auf die Fachkompetenz des Wirtschaftsressorts. Wirtschafts- und Finanzthemen würden hier von Politik- oder Nachrichtenredakteuren betreut. Es ist unübersehbar: Der Wirtschafts- und Finanzjournalismus hat auf der Ebene der Regionalzeitungen ein Kapazitäts- und Kompetenzproblem.

Diese Probleme vieler regionaler Abonnementzeitungen dürften mit dazu beigetragen haben, dass manche Anle-

ger 2007 uninformatiert in die Finanzkrise schlitterten. Zu selten war in vielen Wirtschaftsteilen zum Beispiel auf die Risiken von Zertifikaten und ähnlichen Anlageformen hingewiesen worden, zu oft waren auf der Basis von Agentur- oder PR-Material schwer verständliche Anlageprodukte unkritisch vorgestellt worden. Dass auch die Nachrichtenagenturen vor und in der Finanzkrise journalistisch versagt haben, haben Hans-Jürgen Arlt und Wolfgang Storz 2010 aufgezeigt. Trotz der unzureichenden Kapazität und trotz aller mangelnden Kompetenz halten die verantwortlichen Redakteure der Regionalzeitungen, auch das hat Haller in seiner Studie 2007 aufgezeigt, an der Verbraucherausrichtung der Wirtschaftsberichterstattung fest. Mehr noch: Sie sähen die Hauptfunktion des Wirtschaftsteils darin, »Service und Nutzwert« zu bieten. An zweiter Stelle rangiere für sie die Aufgabe »Hintergründe aufzuzeigen«. Erst an dritter Stelle, so Haller in seiner Untersuchung, komme der Anspruch der »Faktenvermittlung«.

Und trotz unzureichender Fachkompetenz gebe jede zweite Zeitung ihren Lesern weiter Börsentipps. Von diesen Blättern beziehe jedes zweite seine Empfehlungen von externen Tippgebern. Dabei wissen die Blattmacher um die Distanz- und Unabhängigkeitsprobleme ihrer Redaktion: Nur 40 Prozent von ihnen waren in Hallers Befragung der Ansicht, dass noch aus »unabhängiger Sicht« berichtet werde.

Zu oft PR-Material

Das von Frühbrodt, Kamann und Neverla für die Nutzwertausrichtung des Wirtschaftsjournalismus diagnostizierte PR-Problem, die PR-Falle, ist erkennbar real und den verantwortlichen Redakteuren bekannt. Das Problem hat sich vermutlich seit 2007 aufgrund weiterer

Sparmaßnahmen in den Redaktionen und der intensivierten PR-Aktivität der Wirtschaftsunternehmen verschärft.

Kostenenkungen, Kompetenzverlust und Serviceorientierung einerseits sowie intensivere PR-Arbeit andererseits – offenbar hat sich eine Gefahr konkretisiert, die Stefan Ruß-Mohl bereits 1996 angedeutet hatte. Ruß-Mohl hatte seinerzeit von einem spiralförmigen Auf- und Abrüstungsprozess gesprochen, der durch den Ausbau der Öffentlichkeitsarbeit in Gang kommen kann, wenn gleichzeitig die journalistischen Kapazitäten in den Redaktionen abgebaut werden: Bei fortschreitender Kommerzialisierung der Medien und bei hohem Konkurrenzdruck sei die Versuchung für Medienmanager groß, in dem Maße Redaktionsetats zu kürzen und Redakteursstellen einzusparen, wie die Öffentlichkeitsarbeit die Redaktionen mit immer mehr mediengerecht aufbereitetem Gratismaterial versorge.

In der Tat: Viele Zeitungen und Zeitschriften verwenden heute selbst auf besonderen Serviceseiten-Seiten für Verbraucher PR-Material. Ratgeberartikel verlieren aber für die Verbraucher ihren Nutzen, wenn die Einseitigkeit der Öffentlichkeitsarbeiter nicht bereinigt wird. Und Fehlentscheidungen, die durch schlechte Medieninformationen ausgelöst wurden, führen zu einem nachhaltigen Vertrauensverlust der Medien. Dies hat das Schicksal einiger Anlegermagazine nach Ende der Dot-com-Blase eindrucksvoll illustriert.

Wenn Redaktionen PR-Aktivitäten von Wirtschaftsunternehmen nicht kontrollieren und eindämmen, hat dies eine Täuschung der Leser und im Extremfall Schleichwerbung zur Folge. Auch deren Ausbreitung ist längst messbar. Beim Deutschen Presserat fiel das Problem erstmals 2002 durch eine hohe Anzahl einschlägiger Beschwerden auf.

Danach stieg die Zahl der Eingaben und Beschwerden so schnell, dass das Gremium in den Jahren nach 2005 immer wieder das Thema Schleichwerbung in den Vordergrund seiner Berichte und Pressemeldungen stellte und andere Felder journalistischen Versagens in den Hintergrund setzte.

2009 sah sich der Deutsche Presserat dann veranlasst, einen Leitfaden für Journalisten zu Ziffer 7 des Pressekodex, der Trennung von Werbung und Redaktion, zu veröffentlichen. Die Spruchpraxis des Deutschen Presserates zu Ziffer 7 habe in den vergangenen Jahren sukzessive an Bedeutung gewonnen, teilte der Presserat bei der Vorstellung seines 52-seitigen »Praxis-Leitfaden Ziffer 7« mit.


Die Datenbank des Presserates offenbart die gängigen Erscheinungsformen des Zusammenstreffens von PR-Arbeit der Unternehmen und Inkompetenz der Redaktionen auf den Feldern der Unternehmens- oder Produktberichterstattung. Das sind zum Beispiel von den Redaktionen verwendete Anbieterfotos mit plumper Produktpräsentation oder Artikel, die schlicht die Werbesprache der PR-Texter übernehmen und jede Art von professioneller Distanz vermissen lassen. Beispiele dazu müssen nicht präsentiert werden, sie sind dem Zeitungsleser hinreichend präsent. Alle diese Fälle eint eines: Sie ließen sich mit etwas genauerem Lesen des Pressekodex und gewachsenem Problembewusstsein leicht in den Griff bekommen. Dass sie dennoch immer wieder beim Presserat aktenkundig werden, offenbart auch Führungsprobleme in den Redaktionen, für die erfahrene Ressortleiter von Wirtschaftsressorts in Regionalzeitungen gerne die Newsdesk-Organisation verantwortlich machen. Hallers Studie lässt diese Schuldzuweisung plausibel erscheinen.

Der Fundus des Presserates offenbart

allerdings nicht die für die Rezipienten viel gefährlichere Variante nur scheinbar journalistischer Angebotsvergleiche von Finanzdienstleistern. Das sind journalistische Beiträge zum Beispiel zu Bausparverträgen, Bankdienstleistungen oder Versicherungspolicen, die von PR-Agenturen oder freien Journalisten den Redaktionen angedient

werden und die eines gemeinsam haben: Bei diesen Vergleichen haben die Anbieter selbst die Feder geführt. Es sind genau die Servicestücke, auf die Frühbrodt 2007 sehr kritisch hingewiesen hatte. Vergleiche dieser Art können Externe nur schwer als Täuschung erkennen. Sie führen deshalb in der Regel auch nicht zu Eingaben

Viele Besitzer deponieren ihre Wertgegenstände in vermeintlich raffinierten Verstecken. Eine gute Versicherung wäre besser – und einige Sicherheitsvorkehrungen



Keine gute Idee: Manche Schmuckbesitzer versenken Wertgegenstände unter Wasser, um es vor Einbrechern zu schützen.

TOP-TARIFE FÜR DIE HAUSRATVERSICHERUNG
 in vier verschiedenen Regionen. Beispiel: 35-jähriger Mann, Mietwohnung, 2. Etage, WFL 90 qm, Bauweise BAK I, ständig bewohnt, normale Ausstattung, 58.500 € Versicherungssumme inkl. Unterversicherungsverzicht und 12.000 € Wertsachen und 6.000 € Überspannungsschäden*

PLZ 01067 Dresden			PLZ 06150 Augsburg		
Gesellschaft	Tarif	Jahresbeitrag	Gesellschaft	Tarif	Jahresbeitrag
DOCURA	Basis	45,30	CosmosDirekt	Basis	44,90
HUK24	Classic	51,70	DOCURA	Basis	45,30
Condor	Classic	53,10	LBN	Hausrat-Gut	49,00
WGV	Optimal	56,50	Ammerländer	Comfort	51,00
HUK-Coburg	Classic	57,50	HUK24	Classic	51,70
DEVK	Komfort	58,00	Condor	Classic	53,10
Ammerländer	Comfort	61,20	LBN	Hausrat-Besser	55,10
Haftpflichtk. Darmstadt	VARIO Status	61,70	WGV	Optimal	56,50
Bruderhilfe	Classic	62,80	HUK-Coburg	Classic	57,50

PLZ 24103 Kiel			PLZ 36037 Fulda		
Gesellschaft	Tarif	Jahresbeitrag	Gesellschaft	Tarif	Jahresbeitrag
DOCURA	Basis	58,60	CosmosDirekt	Basis	44,90
Ammerländer	Comfort	61,20	DOCURA	Basis	45,30
Ammerländer	Exklusiv	67,30	LBN	Hausrat-Gut	49,00
LBN	Hausrat-Gut	68,70	Ammerländer	Comfort	51,00
Ammerländer	Excellent	74,80	LBN	Hausrat-Besser	55,10
Grundeigentümer	Pro Domo Basis	76,00	Ammerländer	Exklusiv	61,20
LBN	Hausrat-Besser	77,50	Haftpflichtk. Darmstadt	VARIO Status	61,70
NV	Hausratmax. 4.0	80,90	Grundeigentümer	Pro Domo Komfort	62,60
HUK24	Classic	81,30	HUK24	Classic	65,10

* VERSICHERUNGSREGION 01.03.2011; QUELLE: EIGENE BERECHNUNGEN

Quelle: Welt am Sonntag, 30.01.2011

beim Presserat.

Da derlei Vergleiche inzwischen mehr als Einzelfälle darstellen, hier ein Versicherungsvergleich einer renommierten Sonntagszeitung aus dem Jahre 2011, der hinreichende Anhaltspunkte für den Verdacht übergroßer Anbieternähe mit eingebauter Täuschung der Leser bietet. (siehe S. 67, Abbildung *Welt am Sonntag*)

Die Vergleichstabelle, die das zentrale Element eines umfangreichen und gut aufgemachten Serviceartikels bildete, zeigt, warum der Artikel kaum hilfreich für die Leser sein dürfte. Der Vergleich passt mit seinen Eckdaten schlicht nicht zum Profil der Leser von Sonntagszeitungen: Der Versicherungsnehmer ist zu jung, die Vergleichsorte Fulda und Augsburg sind kaum repräsentativ, die Versicherungssumme ist viel zu klein. Der Verdacht liegt nahe, dass hier ein Vergleich mit einer bestimmten – eben völlig unpassenden – Konstellation gerechnet werden musste, um eine bestimmte Rangfolge zu ermitteln.

Eine Übersicht der Stiftung Warentest zu den Vertragsangeboten in der Hausratversicherung (*Finanztest* 5/12 S. 43 ff.) zeigt schnell, dass eine ganze Reihe relevanter Anbieter im Vergleich der Sonntagszeitung fehlen und dass für die Zielgruppe der Leser von Sonntagszeitungen andere Anbieter als besonders günstig anzusehen sind. Auf der anderen Seite ist die CosmosDirekt, die in den Tabellen der Sonntagszeitung zwei Mal als bester Versicherer ausgewiesen wird, in den neun Tabellen der Stiftung Warentest mit den jeweils zehn günstigsten Anbietern für bestimmte Zielgruppen und Regionen nicht ein einziges Mal vertreten. So etwas bemerkt ein kundiger Redakteur. Und so etwas übersieht ein unkundiger.

An diesem Beispiel lässt sich das eigentliche Problem des vergleichenden Wirtschaft- und Finanzjournalismus gut

verdeutlichen: Werden Versicherungsangebote heute im Sinne der Anforderungen an seriöse journalistische Produktvergleiche richtig, also vollständig, sachlich, unabhängig und methodisch sauber erstellt, braucht ein Journalist dafür viele Wochen. Nicht alle Versicherer beantworten eine Anfrage sofort, manche lassen sich mehrfach bitten, manche beantworten sie nie, manche anders als gefragt. Kurzum, jeder Vergleich dieser Art ist ein aufwändiges Hin und Her. Dieses Hin und Her kostet so viel Geld, dass bei korrekter Kalkulation ein Journalist für Vergleiche dieser Art Tausende von Euros bekommen müsste, wollte er auf seine Kosten kommen. Derlei Honorare können einzelne Zeitungsredaktionen nicht bezahlen. Wenn solche Vergleiche trotzdem von freien Journalisten den Redaktionen exklusiv angeboten werden, ist davon auszugehen, dass die Vergleiche von dritter Seite honoriert oder erstellt wurden. Auch das wissen kundige Redakteure.

Vergleiche sind zu teuer

Dieser Zusammenhang gilt nicht nur für Versicherungsvergleiche. Er gilt auch für andere Finanzdienstleistungen. Er gilt für Leasingverträge, Bausparverträge, Anlageprodukte oder Riesterverträge. Alle diese Finanzdienstleistungen kann heute kein freier Journalist mehr marktweit selbstständig vergleichen und zu üblichen Honoraren einer einzelnen Zeitung exklusiv anbieten. Jedenfalls nicht berufsmäßig und unter Erwerbsaspekten.

Bietet er dennoch diese Vergleiche einer Redaktion exklusiv an und basieren seine Beiträge nicht auf bereits publizierten Untersuchungen der Stiftung Warentest, hat

vermutlich ein Unternehmen seine Finger im Spiel. Verwendet die Redaktion dann diese Vergleiche, riskiert sie die Täuschung ihrer Leser.

Das heißt nun aber nicht, dass den Wirtschaftsredaktionen der Weg zum Service in Form relevanter Marktvergleiche versperrt ist. Im Gegenteil: Es gibt spezialisierte Autoren und Redaktionsbüros, die durch flächendeckenden Vertrieb ihrer Artikel und entsprechende Mehrfachverwertung auf ihre Kosten kommen, und es gibt die Stiftung Warentest, die Redaktionen den Nachdruck ihrer Vergleiche ermöglicht. Gegen eine Gebühr, versteht sich. Dies gilt auch für Finanzdienstleistungen. Die Gebühr ist ihr Geld wert, da die Stiftung Warentest streng auf die Validität ihrer Vergleiche achtet.

Wie verbrauchernahe Servicethemen in einer Tageszeitung umfassend und preiswürdig behandelt werden, zeigt der *Kölner Stadtanzeiger* mit seinem 16-seitigen Magazin, einer täglichen Redaktionsbeilage im Tabloidformat. Die Redaktion hat für ihre Servicestücke und nicht zuletzt für die jederzeit erkennbare Beachtung der Grenze zur Schleichwerbung in den vergangenen Jahren zu Recht zahlreiche Preise erhalten. Ihr Ansatz zeigt, wie professionell mit Servicefragen umgegangen werden kann. Dass ihre Themen dabei Verbrauchertemen im weitesten Sinn sind und von Gesundheit über Gartenpflege bis hin zu Produkttests alle denkbaren Fragen auch außerhalb der Themen des Wirtschaftsjournalismus umfassen, heißt nicht, dass nicht auch Wirtschaftsredaktionen von der Professionalität und der Distanz der Kölner Redaktion profitieren können. Bei Produktvergleichen arbeitet das Magazin erkennbar mit der Stiftung Warentest zusammen.

Enge redaktionelle Kapazität, wenig Fachkompetenz in Wirtschafts- und

Finanzfragen, häufig zu geringe professionelle Distanz, PR-durchsetzte Stücke als Serviceangebot – viele Regionalzeitungen fallen heute als Anbieter relevanter Wirtschaftsinformationen jenseits schlichter Agenturbeiträge aus. Sie überlassen ihre Leser auf diesem Feld sich selbst oder den überregionalen Zeitungen und Zeitschriften und reduzieren sich auf die Lieferanten lokaler aber nicht-ökonomischer Qualitätsinformationen.

Viele Regionalzeitungen, nicht alle. Mit Blick auf die Gesamtheit der Regionalzeitungen ist diese Aussage zu differenzieren: Ronny Gert Bürckholdt zeigte erst kürzlich in einer Längsschnittanalyse, dass der *Münchener Merkur*, die *Stuttgarter Nachrichten* und der *Kölner Stadtanzeiger*, also drei der großen und renommierten Regionalzeitungen, die qualitative und quantitative Hinwendung ihrer Wirtschaftsteile zu den Servicethemen ohne erkennbare Verluste an Glaubwürdigkeit erreicht haben (*Message* 2/12). Die verantwortlichen Ressortleiter, von Bürckholdt dazu befragt, wussten um die PR-Anfälligkeit des Servicejournalismus im Allgemeinen. Sie hatten sich erkennbar darauf eingestellt. Alle drei Redaktionen sind in ihren Wirtschaftsressorts allerdings auch personell besser ausgestattet als die Mehrheit der Regionalzeitungen.

Das Versicherungsbeispiel aus der Sonntagszeitung zeigt aber auch, dass selbst große Wirtschaftsredaktionen, die Redaktionen überregionaler Zeitungen eingeschlossen, von der PR-Falle bedroht sind. Sie sind zudem in größerem Umfang als die Mehrheit der Regionalpresse Objekt konkreter Informationssteuerung durch große Wirtschaftsunternehmen geworden. Viele Konzerne, in der Regel Dax-Konzerne, haben mit Blick auf die Berichterstattung über sich und ihre Branchen inzwischen ein weitgespanntes, höchst professio-

nelles Kontroll- und Steuerungssystem implementiert. Dieses System reicht zum Beispiel von der bis auf einzelne Journalisten heruntergebrochenen Analyse der Berichterstattung bis hin zur Steuerung von Erwartungen der Finanzmarktakteure durch gezieltes Platzieren von Informationen bei relevanten Medien. Es umfasst auch die Kontrolle der ergriffenen Maßnahmen. Wirtschaftsberichterstattung rückt heute aus Sicht der so agierenden Konzerne in die Nähe eines steuerbaren Kommunikationsinstrumentes mit anschließender Kosten-/Nutzenanalyse. Auch das ist ein Element der von Stephan Ruß-Mohl beschriebenen Ausrüstungs- und Abrüstungsspirale.

Noch aber erfüllen nach Ansicht von Beobachtern die überregionalen Zeitungen ihre Rolle als kompetente Lieferanten von Wirtschaftsinformation.

Hans-Jürgen Arit und Wolfgang Storz, die nach der Krise von 2007 bis 2009 die Berichterstattung des tagesaktuellen deutschen Wirtschaftsjournalismus analysiert haben, bescheinigen den fünf überregionalen Blättern *Frankfurter Allgemeine Zeitung*, *Financial Times Deutschland*, *Handelsblatt*, *Süddeutsche Zeitung* und *Die Tageszeitung*, »im Krisenverlauf Sachkompetenz und kritische Distanz« aufgebaut zu haben. Zudem zeigen die dokumentierten Gespräche der Autoren mit den verantwortlichen Redakteuren dieser Blätter deutlich, welche Fehler die Redaktionen in ihrer Berichterstattung ausgemacht haben und wie sie die Fehler beseitigen wollen. Marc Beise, Ressortleiter Wirtschaft der *Süddeutsche Zeitung*, und Gerald Braunberger, Verantwortlicher Finanzmarkt-Redakteur der *Frankfurter Allgemeine Zeitung*, sprechen Probleme und Lösungsansätze offen an:

SZ-Ressortleiter Beise bezeichnet den anfänglichen Umgang mit der Krise als

»Versagen«, ist sich jedoch sicher, dass inzwischen eine Verbesserung eingetreten sei: »Wir haben jetzt in vielen Blättern und auch in den elektronischen und weiteren Medien eine intensive Berichterstattung und Diskussion über das, was da passiert ist und warum. Dieser Auftrag aufzuklären, der wird jetzt erfüllt.« Beise weist auf den Aktualitätsdruck hin, der sich selbst bei einer überregionalen und wirtschaftlich starken Tageszeitung auf die Arbeit auswirke: »Wir [...] haben viel zu wenig Zeit über Themen nachzudenken, über die wir schreiben, und das sollte auch eine Lehre aus der Krise sein. Die Aktualität treibt uns vor sich her. Das kann es doch nicht sein. Mehr Zeit zum Nachdenken, ja, das ist eine wichtige Konsequenz.«

FAZ-Redakteur Braunberger beurteilt die Krisen-Berichterstattung der überregionalen Printmedien positiver als die des Fernsehens und der Regionalzeitungen, merkt jedoch kritisch an: »Aber auch wir haben Dinge nicht gesehen, die wir hätten sehen müssen. Ein Beispiel: Es ist doch offensichtlich, dass die Anreizstrukturen bei diesen Rating-Agenturen komplett falsch sind.« Für die Zukunft halte er es für wichtig, einerseits intensiver zu berichten, also noch näher am Geschehen zu sein, und andererseits inhaltlich mehr auf Distanz zu gehen. »Wenn mir einer erklären kann, wie das geht, ich nehme jeden Rat gerne an. Was hilft, ist eine in jeder Hinsicht unideologischere Sichtweise. Die ist mittlerweile da, das ist eine der guten Folgen dieser Krise. Wir müssen ferner beherzigen, dass viele unserer Gesprächspartner eigentlich nicht so viel wissen, wie wir denken. Und wir müssen wenigstens immer wieder uns außerhalb des Systems stellen, damit wir die Orientierung nicht verlieren.«

Claudia Mast, Kommunikationswissenschaftlerin der Universität Hohenheim, bestätigte 2011 die herausgehobene Rolle der *Frankfurter Allgemeine*

Zeitung und der *Süddeutsche Zeitung* in der Tagespresse als Informationsquelle für Wirtschaftsthemen in der breiten Bevölkerung und bei Entscheidern. Ihre repräsentative Umfrage aus dem Frühjahr 2011 zeigte: »Das Interesse der Bevölkerung an Wirtschaftsthemen ist so groß wie nie. Rund 85 Prozent interessieren sich (sehr) stark für Wirtschaftsthemen und hegen große Erwartungen an den aktiv operierenden Journalismus. Er soll ihnen die großen Zusammenhänge aufzeigen und auch den Schleier wegziehen, der sich wie Mehltau über die verwirrende PR-Rhetorik der Politiker gelegt hat. Retten die sog. ‚Rettungspakete‘ wirklich?« (*Wirtschaftsjournalist* 04/2011).

»Mehr Zeit zum Nachdenken« und »immer wieder außerhalb des Systems stellen« – die guten Vorsätze der Ressortleiter der beiden Leitmedien passen zu den Wünschen der Rezipienten, so wie sie von Claudia Mast erhoben wurden: »Mehr wissen will die Bevölkerung vor allem zu den gesellschaftspolitischen Auswirkungen unternehmerischer Aktivitäten, weniger aber zu der früher ausufernden Berichterstattung über Quartalszahlen, Unternehmensstrategien und geschäftspolitische Konzepte.« Notwendig sei, so Mast, eine »EntBWLisierung« des Wirtschaftsjournalismus und die Sicht auf die volkswirtschaftlichen Kosten einer von Unternehmen geforderten Entscheidung. Das sei die neue »Nachhaltigkeit« des Wirtschaftsjournalismus, damit, so Mast, »nach zwei zu spät bemerkten Krisen wenigstens die dritte rechtzeitig erkannt wird«.

Ein Fazit: »Den« Wirtschaftsjournalismus der Tagespresse gibt es nicht mehr. Das Angebot an journalistischen Informationen zu Wirtschaft- und Finanzfragen hat sich in das der überregionalen Abonnementzeitungen und großen Regionalzeitungen einerseits und das der Mehrheit der lokalen und regionalen Abonnementzeitungen andererseits gespalten. Die Regionalpresse ist zwar immer noch

für die Information von rund 32 Millionen Rezipienten verantwortlich, ihre Leser werden aber in Wirtschafts- und Finanzfragen zunehmend allein gelassen, weil die Wirtschafts- und Finanzkompetenz der Redaktionen gering ist. Dies gilt besonders für Redaktionen mit Newsdesk-Workflow.

Leser werden zunehmend allein gelassen

Redakteure dieser Zeitungen haben in der Regel weder die Zeit noch die fachliche Kompetenz, sorgfältig recherchierte Servicestücke beispielsweise zu Finanzthemen zu erstellen. Und es fehlt ihnen ebenso an Zeit und fachlicher Kompetenz, um die von Anbietern über PR-Agenturen und freie Journalisten gesteuerten Stücke zu diesen Themen auszulesen. Deshalb ist heute vieles, was in den Regionalzeitungen als Service zu Finanzthemen veröffentlicht wird, qualitativ als nicht mehr ausreichend zu bewerten. Es ist nicht erkennbar, dass dieser Entwicklung nachhaltig entgegensteuert wird.

Die überregionalen Abonnementzeitungen erlangen vor diesem Hintergrund eine immer größere Bedeutung als Träger von Wirtschafts- und Finanzinformationen. Sie gelten in der Breite der Bevölkerung und bei Entscheidungsträgern als wichtigste Medien der Tagespresse in Wirtschaftsfragen. Allerdings wünschen sich die Rezipienten ein Mehr an Hintergrundinformationen zu

den gesellschaftlichen Auswirkungen unternehmerischer Entscheidungen. ■

Literatur:

- ▶ Arlt, Hans-Jürgen und Storz, Wolfgang (2010): *Wirtschaftsjournalismus in der Krise. Zum massenmedialen Umgang mit Finanzmarktpolitik. Eine Studie der Otto Brenner Stiftung.* Frankfurt 2010.
- ▶ Bürckholdt, Ronny Gert (2012): *Als Ratgeber gut zu gebrauchen.* In: *Message* 2/12, S. 86-89.
- ▶ Frühbrodt, Lutz, (2007): *Wirtschaftsjournalismus. Ein Handbuch für Ausbildung und Praxis.* Berlin.
- ▶ Haller, Michael (2007): *Finanz- und Wirtschaftsjournalismus, Lehrstuhl I für Journalistik an der Universität Leipzig.*
- ▶ Glotz, Peter und Langenbacher, Wolfgang R. (1969): *Der missachtete Leser. Zur Kritik der deutschen Presse.* Köln, Berlin.
- ▶ Kamann, Melanie und Neverla, Irene (2007): *Ratgeber Tageszeitung.* *Journalistik Journal* 2/2007, S. 9.
- ▶ Mast, Claudia (2011): *Den Nutzern fehlt der Blick aufs Ganze.* In: *Wirtschaftsjournalist* 04/2011, S. 29-31.
- ▶ Ruß-Mohl, Stefan (1996): *Öffentlichkeitsarbeit ante portas.* In: Langenbacher, Wolfgang; Dorer, Johanna und Lojka, Klaus (Hrsg.): *Öffentlichkeitsarbeit. Theoretische Ansätze, empirische Befunde und Berufspraxis der Public Relations, 2. Aufl.* Wien, S. 193-196.



Foto: Uni Mainz

Volker Wolff ist Journalistikprofessor an der Universität Mainz und war unter anderem Chefredakteur der *Wirtschaftswoche*.

Krise als Krankheit

Metaphern im Mediendiskurs zur Finanzkrise

VON HELENE DEBERTIN

Vom »Strudel der Finanzkrise« über die »Wucht der Krise« bis hin zum »Sog der Krise« – in der Berichterstattung zum Thema Finanzkrise wimmelt es von Metaphern. Besonders verbreitet sind Krankheits-, Kriegs- und sonstige Katastrophenmetaphern. Teilweise wird die Finanzkrise mit konkreten Katastrophenereignissen wie zum Beispiel Erdbeben in Verbindung gebracht (»Epizentrum der Krise«). Dagegen weisen Metaphern wie »Die Finanzkrise hinterlässt« oder »Bekämpfung der Krise« auf eine vorangegangene Katastrophe hin, ohne sie greifbar zu machen.

Wozu dienen diese Metaphern? Kristin Kuck und David Römer zeigen in dem Buch »Krise, Cash & Kommunikation« am Beispiel des metaphorischen Konzepts »Krise als Krankheit«, wie

Begriffe des Herkunftsbereichs »Krankheit« auf den Bereich der Wirtschaft angewendet werden:

»Wird die Wirtschaft allgemein als erkrankter Körper konzeptualisiert, dann werden in der Regel Banken oder das gesamte Finanzsystem als lebenswichtige Organe verstanden. Es gibt einen Arzt, den Staat [...] Die Krankheit zeigt sich in Symptomen [...] und verlangt nach einer Therapie oder einem ärztlichen Eingriff, was wiederum eine Diagnose voraussetzt. Als Maßnahmen zur Heilung der Krankheit werden Rettungspakete diskutiert, wie auch – sehr kontrovers – die kurzfristige Verstaatlichung von Banken. Als Medizin wird Geld eingesetzt, das nötig für die Erhaltung der Lebensfähigkeit der Banken ist.«

Legitimation von Maßnahmen

Das ist ein Ergebnis des Forschungsprojektes »Sprachliche Konstruktionen sozial- und wirtschaftspolitischer »Krisen« in der BRD von 1973 bis heute«.

Nicht nur die Begriffe werden übertragen, sondern auch die mit ihnen assoziierten Akteurskonstellationen, Eigenschaften und Handlungszwänge. So kann im Rahmen der Krankheits-Metaphorik über die Schwere der Krankheit und über die Wirksamkeit der Maßnahmen zur »Heilung« diskutiert werden. Die Darstellung der Krise als Krankheit

der Wirtschaft veranschaulicht, dass eine Störung oder Funktionsunfähigkeit eingetreten ist, die dringend behoben werden muss. Dadurch können auch als drastisch angesehene Maßnahmen legitimiert werden.

Literatur:

Kuck, Kristin und Römer, David (2012): Metaphern und Argumentationsmuster im Mediendiskurs zur »Finanzkrise«. In: Peltzer, Anja; Lämmle, Kathrin und Wagenknecht, Andreas (Hrsg.): Krise, Cash & Kommunikation. Die Finanzkrise in den Medien. Konstanz und München: UVK Verlagsgesellschaft mbH. 256 Seiten, 29 Euro.

WISSENSCHAFTLICHE METHODIK

Für das Forschungsprojekt »Sprachliche Konstruktionen sozial- und wirtschaftspolitischer »Krisen« in der BRD von 1973 bis heute« legten die Forscher unter Leitung von Martin Wengeler und Alexander Ziem eine Sammlung von mehr als 10.000 Pressetexten zu politischen, sozialen und wirtschaftlichen Krisen an. Dabei berücksichtigten sie Texte aus *Bild*, *Frankfurter Allgemeine Zeitung*, *Süddeutsche Zeitung*, *Spiegel* und *Zeit*. Zur Finanzkrise 2008/09 wurden 3.815 Artikel untersucht. Das linguistische Analyseprogramm Corpus Workbench filterte sogenannte 3- und 4-Wort-einheiten heraus, in denen »Krise« entweder als Subjekt oder als Genitiv-Attribut auftaucht. Daran schloss eine hermeneutische Analyse eines kleineren Textkorpus an, für die metaphorische Ausdrücke manuell identifiziert und nach semantischen Bereichen geordnet wurden.



EUROPÄISCH VERNETZT WEITERBILDEN

Hamburg Leipzig Luzern Salzburg



NEW MEDIA JOURNALISM

berufsbegleitender Studiengang „Master of Arts“
in Kooperation mit Partnern in Hamburg, Leipzig,
Luzern und Salzburg (4 Semester)

ZULASSUNGSVORAUSSETZUNGEN

Hochschulstudium mit berufsqualifizierendem
Abschluss + Berufserfahrungen im Medienbereich

STUDIENBEDINGUNGEN

Kombination aus Präsenz- und Fernunterricht
18 Studientage pro Semester
kleine Lerngruppen
maximal 14 Teilnehmer

STUDIENGEBÜHREN PRO SEMESTER

3.300 EUR (zzgl. Prüfungsgebühren)

BEWERBUNGSUNTERLAGEN

www.leipzigschoolofmedia.de
www.newmediajournalism.net

STUDIENSTART

jährlich zum Wintersemester

new media journalism

n m j
Internationaler Masterstudiengang

Frühe Prägungen

In unserer Reihe über journalistische Vorbilder erinnert sich diesmal Message-Herausgeber Volker Lilienthal an seinen ersten Lokalchef Achim Feldmann bei der Neuen Westfälischen. Gab es Ärger, ermutigte er: »Mach weiter so!«



Foto: privat, Feldmann (r.) und Lilienthal

Hereinspaziert! Das etwa war die gestenreiche Botschaft von Achim Feldmann, wenn es neue Mitarbeiter zu begrüßen galt. Er stellte zielsichere Fragen, um den oder die Neue kennenzulernen, bot einen Arbeitsplatz an – und stellte eine erste Aufgabe. Ich lernte ihn als Mindener Lokalchef der *Neuen Westfälischen (NW)* kennen, wo ich 1980 mein »Volontär-Praktikum« im Rahmen des Dortmunder Journalistik-Studiums absolvierte.

»Team-Building«, das Wort war damals noch nicht erfunden, praktizierte er in der Mittagspause beim Griechen, wo er mit seiner Redaktion beim Imiglykos das freie Parlieren pflegte, aber den Redaktionsschluss nie aus den Augen verlor. Vier, fünf Seiten – die wollten noch gefüllt sein.

Warum nicht durch einen Anruf beim Bundesverband Tankstellen und Gewerbliche Autowäsche e.V., der in der westfälischen Kleinstadt seinen Sitz hat? Selbst aus dessen dünnen Zahlen, die die Auf- und Abwärtsbewegungen des Spritpreises abbildeten, vermochte Feldmann knackige Nachrichten zu formulieren, die dann ihren Weg in den Mantelteil der Zeitung fanden.

Recherchieren fand damals noch vorzugsweise am Telefon statt, und zuhö-

rend lernte der Neuling, wie man zupackende Fragen stellt. Die Nachricht war Feldmanns große Form, aber auch der kritische Kommentar. Gerade als Redakteur beherrschte er die praktische Ethik. So hielt er uns an, aus Polizeimeldungen das »leicht« bei »leicht verletzt« zu streichen – weil weder der unfallaufnehmende Polizist noch gar der Lokalschreiber das wirklich beurteilen könnten.

Die Zeitung in der Stadt – das hieß für ihn, unterwegs zu sein, mit Menschen ins Gespräch zu kommen und sie in die Redaktion einzuladen. Das waren dann beileibe nicht nur Bürgersleut, sondern zum Beispiel ein junger Libanese und Bürgerkriegsflüchtling, der asylsuchend nach Deutschland gekommen war. So kamen wir BRD-behüteten Nachwuchsjournalisten mit einem Menschen schwieriger Herkunft ins Gespräch. »Multikulti« – auch dieser Begriff war noch nicht erfunden.

Als ich mich an den ersten kritischen Berichten versuchte, über Umweltverschmutzung, Neonazis und Ähnliches, und der Ärger mit den Kritisierten nicht ausblieb, bemerkte Feldmann nur trocken: »Mach weiter so – Hauptsache, sie rühren sich!« Wenn ich davon den Kommilitonen im Dortmunder »Reflexionsseminar« erzählte, glaubten die

an ein Märchen aus tausendundeiner Nacht. Anpassen, nicht anecken – das war die Normallektion, die die meisten von ihnen aus gewöhnlichen Redaktionen mitgenommen hatten.

Feldmann war ein passionierter Journalist, engagierter Christ und Bücherharr. Seinen Posten als Lokalchef bei der *NW* gab er 1981 auf, um endlich mehr Zeit für die Lektüre seiner 6.000 Bücher zu haben – so die offizielle Begründung. Aber stillsitzen konnte er nicht.

Feldmann wurde freier Regional-korrespondent für den WDR-Hörfunk in Ostwestfalen-Lippe. Ein im Internet gefundenes Jubiläumsbild »25 Jahre WDR in Bielefeld« zeigt ihn, den freien Mitarbeiter (unter anderen), der sich in den Vordergrund schiebt und lachend ein Lebkuchenherz überreicht. Spaßig, humorvoll und selbstbewusst – so war er eben auch.

Lange hat Achim Feldmann die neu gewonnene Freiheit jenseits der Redaktionsverantwortung nicht genießen können. Bei einem Waldlauf ist er am 16. Februar 1989 einem Herzversagen erlegen; er wurde nur 55 Jahre alt. ■

Der Ausverkauf



In Berlin-Neukölln, Lahnstraße 31, lagert ein Teil der Treuhand-Akten. Das Bundesarchiv und eine private Firma bestimmen, welche Dokumente eingesehen werden dürfen.

des Jahrhunderts

Die Treuhand sollte nach dem Fall der Mauer die Reste der DDR-Wirtschaft gewinnbringend veräußern. Warum stattdessen die Korruption blühte, recherchierte Dirk Laabs über mehrere Jahre.

VON DIRK LAABS

Das »Mengenproblem« war schuld. Die Privatisierung der DDR konnte gar nicht gutgehen, die Treuhand war zum Scheitern verurteilt. Zu viele DDR-Firmen mussten verkauft werden, zu viele Arbeitsplätze standen auf dem Spiel, zu viele Schulden und Fehler wurden gemacht. Und vor allem: Es war viel zu wenig Zeit, die Aufgabe zu meistern. Das hörte ich während meiner Recherchen zum Thema Treuhand immer und immer wieder.

Die Treuhandanstalt existierte von 1990 bis offiziell 1994, danach wurde sie unter anderem Namen weitergeführt. Die Anstalt war für über vier Millionen Arbeitsplätze in Ostdeutschland verantwortlich, am Ende blieben davon eine Million Jobs übrig; die Treuhand verkaufte mehr als 15.000 mittlere und größere ehemals staatseigene DDR-Unternehmen. Dieser einzigartige Zwitter aus Behörde und Holding machte 126 Millionen D-Mark Schulden – pro Tag. In der Tat: Es gab ein Mengenproblem, und was für eins. Mir hätte von Anfang an klar sein müssen, wie lange mich das Thema beschäftigen würde, doch tatsächlich hatte ich vor fünf Jahren keine Ahnung, worauf ich mich einlassen würde. Damals machte mich ein Filmrechtshändler beiläufig am Rande einer Party darauf aufmerksam, dass es keinen ausführlichen Dokumentarfilm zur Treuhand gebe. So fing ich an, mich, zunächst am Rande, mit der »größten Holding der Welt« zu beschäftigen.

Von Vorurteilen zur Korruptionsgeschichte

Als die Treuhand aus den Schlagzeilen nicht herauskam, vor allem 1993 und 1994, war ich im Ausland und hatte das Thema nicht einmal als Zeitungsleser verfolgt. Ich begann daher mit wenig mehr als ein paar Vorurteilen in meinem Kopf. Ich machte also das,

was wohl fast jeder Kollege am Anfang einer Recherche macht: Ich rief einen Experten an. Der Mann, ein Kriminologe, der sich fast 20 Jahre mit der Treuhand beschäftigt hatte, umriss ein gewaltiges Ausmaß an Korruption, das mit den Geschäften der Anstalt einhergegangen war – und er machte klar, dass die Bundesregierung von vielen illegalen Vorgängen wusste, sie aber durchgehen ließ, um den Privatisierungsprozess nicht zu bremsen. Die komplette DDR-Volkswirtschaft sollte möglichst schnell privatisiert, also verkauft werden, so schien es.

Wie den Stoff umsetzen?

Stoff für einen investigativen Doku-Krimi – doch dass diese Idee nicht originell war, sah ich dann schnell ein: Bei den vielen Büchern über die Treuhand stehen meist genau diese Betrugsfälle und das kriminelle Element im Mittelpunkt. Auf den zweiten Blick fiel mir jedoch auf, dass viele Bücher und Texte aus einer klaren ideologischen Position heraus geschrieben worden sind. Die meisten Autoren beschreiben die Treuhand als ein skrupelloses, neoliberales Schlachthaus, Realität gewordener kapitalistischer Alptraum – und vor allem: jeder Schritt kühl geplant und ausgeführt. Die Treuhand – das perfekte Verbrechen also?

Lächerlich, sagen auf der anderen Seite viele Wirtschaftsjournalisten, sie wischen die Kritik an der Anstalt pauschal als naiv vom Tisch – Marktwirtschaft brauche nun einmal Phasen der Bereinigung,

Ein Kriminologe machte mir klar, dass die Bundesregierung von vielen illegalen Vorgängen wusste, aber bewusst nichts unternahm.

Nach viereinhalb Jahren Recherche veröffentlichte der Autor Dirk Laabs erst kürzlich sein 400 Seiten starkes Buch »Der Goldtausch. Die wahre Geschichte der Treuhand«. Darin beschreibt er detailliert die Akteure und Hintergründe der umstrittenen Institution.

und wo gehobelt wird, fallen Späne. Fünf oder zehn Milliarden D-Mark seien veruntreut worden? Was soll's, bei weit über 245 Milliarden D-Mark, die nach der Wende im Zuge von Treuhandgeschäften den Besitzer gewechselt habe, so der Tenor. Das Thema polarisierte, so viel erkannte ich. Aber wer hat recht?

Ich konnte mir nicht vorstellen, wie die Treuhand konkret gearbeitet hat, wie der Alltag aussah, wie die Büros, die Menschen ausschauten, die von der Anstalt aus die DDR »abgewickelt« haben. Wenn ein Verbrechen geschehen ist, was haben die mutmaßlichen Täter dabei gedacht? Ich musste mit den Treuhändern selber reden und die Anstalt gleichsam zum Leben erwecken.

Die schwierige Suche nach einem Zeitzeugen

Weit über 10.000 Menschen haben über die Jahre festangestellt oder frei für die Treuhand gearbeitet. Trotzdem war es schwer, Treuhänder zu finden, die offen über die Details ihrer Arbeit sprechen wollten. Das lag nicht etwa daran, dass sie sich geschämt hätten – im Gegenteil, die meisten waren stolz und empfanden die Jahre bei der Treuhand als die spannendsten ihres Lebens. Das Problem war, dass die Öffentlichkeit von den Treuhändern Entschuldigungen und Scham erwartete. Man musste den Zeitzeugen die Angst nehmen, ehrlich über die Treuhand zu sprechen – über Fehler, aber auch Erfolge.

Es gab mehrere Untersuchungsausschüsse, die viele Geschäfte der Treuhand durchleuchtet haben, dabei wurden tausende Seiten von Protokollen und Zeugenaussagen abgeheftet. Die Treuhand-Führung

hat zudem – um Transparenz vorzugaukeln – die Öffentlichkeit mit Publikationen überflutet: An ihrem

letzten Tag gab die Anstalt eine fünfzehnbändige Dokumentation heraus, weit über 10.000 Seiten. Dazu wurde ein Satz CD-ROMs an die Presse gegeben, mit angeblich allen Artikeln über die Treuhand. Ebenfalls: Tausende von Seiten, Informationen, Schicksalen, Geschichten, Namen, Spuren. Ich war fast erleichtert, dass die Treuhand in einer Phase aktiv war, als es noch kaum Onlinemedien gab. Ich recherchierte in der damaligen Birthler-Behörde, bei

der Nachfolge-Organisation der Treuhand, im Bundestag, um dort an die Wortprotokolle der Untersuchungsausschüsse zu kommen, in Landesarchiven und Bibliotheken, in Großbeeren und in Berlin-Neukölln. Allerdings werden die wirklich spannenden Dokumente und Originalakten weiter unter Verschluss gehalten.

Doch dann las ich einen Artikel, der alles verändern sollte. Es war eine Reportage der Nachrichtenagentur Reuters über die Treuhand, einer der wenigen Texte, der den Alltag der Anstalt nachvollziehbar beschrieb. In dem Text – »Die Yuppies von der Treuhand« – war in ein paar Sätzen die Rede von einem jungen Manager namens Detlef Scheunert, der als einziger Ostdeutscher in der Treuhand wirklich Karriere machte: »Detlef Scheunert ist 31 Jahre alt und für rund 130.000 Beschäftigte der krisengeplagten ostdeutschen Optik-Industrie zuständig. (...) Die Treuhand ist da für viele Startpunkt zu einer vermutlich glänzenden Karriere. Scheunert ist einer von ihnen.«

Ein Ostdeutscher packt aus

Mein Bauchgefühl sagte mir, dass ich mit dem Mann unbedingt reden muss: damals gerade Anfang 30, Ostdeutscher, als jüngster der 40 Treuhand-Direktoren auf dem Weg nach ganz oben. Wie ging das? Nach einigen Monaten hatte ich ihn ausfindig gemacht, er lebte schon lange nicht mehr in Ostberlin, sondern im Westen. Ich besuchte ihn zu Hause. Er hatte gerade eine Firma verkauft, war danach ausgestiegen und hatte Zeit. Wir redeten über vier Stunden. Zig Interviews sollten folgen. Scheunert hatte nicht nur Karriere in der Treuhand, sondern bereits im DDR-Apparat gemacht, später hatte er in der frei gewählten Volkskammer gearbeitet. Er hat beide Systeme von innen kennengelernt – und: Er hatte sich nach der Wende so erfolgreich geschlagen, dass er heute offen über die »Deutschland AG«, die Treuhand und alles, was dazu gehörte, reden konnte. Es war ein Novum. Bislang hatte er nicht mal mit seinen Kindern über diesen Abschnitt seines Lebens gesprochen. Mir beschrieb Scheunert nun eine chaotische, eine »undeutsche«, weil unstrukturierte, verrückte Zeit. Er erzählte davon, wie sehr ihn das »neue Deutschland« nach der Wende enttäuscht hat, wie naiv er anfangs war. Scheunert wollte Geschichte mitschreiben – und wurde der Spielball von Politikern. Warum sprach er ausgerechnet mit mir? Viel-

Nach Monaten fand ich den Mann, der als Ostdeutscher mit Anfang 30 eine steile Karriere in der Treuhand gemacht hatte.



16 Ordner hat Dirk Laabs während seiner Recherche zur Treuhand angelegt. Dazu kommen 20 A4-Notizbücher, mehr als 2.000 Seiten Interviewtranskripte und mehrere Gigabyte Daten auf dem Computer.

leicht konnte ich ihm vermitteln, dass ich keine vorschnellen Urteile treffen wollte. Keine Akte, sondern ein Mensch, ein Zeitzeuge half mir also an diesem Punkt am meisten.

Wirtschaftsthemen »ziehen« plötzlich

Langsam begann ich in Ansätzen zu begreifen, was im Deutschland nach der Wende los war: Ein Goldtausch war in der Ex-DDR ausgebrochen, und das große Geschäft lief nur über die Treuhand. Es ging ums Geld, nicht um die neue Demokratie. Die Treuhänder waren einem wahnwitzigen Charaktertest ausgesetzt, manche von ihnen konnten über mehr als 150 Millionen D-Mark verfügen, ohne sich jemandem erklären zu müssen.

Inzwischen waren über zwei Jahre seit meiner Erstrecherche vergangen – und endlich ging es voran. Dass ich überhaupt mehrere Jahre an dem Thema arbeiten konnte, hatte ausgerechnet mit dem Scheitern einer Bank zu tun: Als das US-Institut Lehman Brothers 2008 kollabierte, realisierten

Redakteure, Autoren, Finanziers, wie fehlbar neoliberalen Akteure waren. Ich hatte den Stoff einer Produktionsfirma angeboten, die war nun plötzlich Feuer und Flamme. Kritische Wirtschaftsthemen waren fast über Nacht en vogue. Bislang galt alles, was mit Wirtschaft zu tun hatte, in vielen Redaktionen als trocken, sperrig, kurz: langweilig. Doch nun schien ich offene Türen einzurennen. Verschiedene Förderer und Verlage hatten an dem »deutschen Goldtausch« Interesse. Noch wichtiger war allerdings: Die Zeitzeugen dachten ebenfalls neu über die Marktwirtschaft, ja, über das gesamte System nach. Ein Treuhänder gab später zu, sie seien in einem Dogma gefangen gewesen. Sie waren überzeugt, dass sich alles von allein regeln werde, wenn die Marktwirtschaft erst mal in der Ex-DDR eingeführt ist.

Ich sprach mit über 100 Zeitzeugen – am Telefon und persönlich. Darunter Staatsanwälte, Kripobeamte, Investoren, Notare, Anwälte, Arbeiter, Angestellte, Gewerkschafter, Journalisten, viele Politiker und ehe-

malige Beamte aus verschiedenen Ministerien. Aber vor allem natürlich Treuhänder. Manches Mal durfte ich mir nicht einmal Notizen machen, so nervös waren die Quellen, so brisant ihre Informationen – zum Beispiel zur Privatisierung der Leuna-Raffinerie.

Ich spürte bei einigen dieser Menschen, wie sie auf einmal sich und ihre langen Karrieren in Frage stellten. Wurden sie nicht zumindest teilweise benutzt, als sie als Treuhänder die Marktwirtschaft in Ostdeutschland durchsetzten? Zu lange war es nur um Zahlen gegangen, zu spät hat man über den psychologischen Effekt der Treuhand-Arbeit nachgedacht, erzählten sie. Den Mut dieser Zeitzeugen, so offen über die eigene Lebensleistung nachzudenken, bewundere ich bis heute. Ohne ihr Vertrauen zu mir hätte ich das Thema Treuhand niemals auch nur im Ansatz verstehen können. Es gab daneben einige andere Ex-Treuhänder, die mir Lügen aufstichteten, mit denen sie schon Journalisten in den 1990ern an der Nase herumgeführt hatten, und die ich erst Monate später durchschaute.

Treuhand war ostdeutsche Idee

Ich sprach ausführlich mit zwei Bürgerrechtlern, Gerd Gebhardt und Matthias Artzt, die ursprünglich die Idee hatten, eine Treuhand zu gründen, um das Eigentum in der DDR eben »treuhänderisch« zu verwalten, bis geklärt ist, wie die Ostdeutschen – Menschen

Man brauchte damals ein Mittel, um die DDR-Volkswirtschaft schnell abzuwickeln, sonst wären die Kosten zu hoch geworden.

ohne Kapital – beim Kapitalismus mitspielen können. Verblüffend genau sagten sie schon 1989 in einem Papier voraus,

wie die vereinigte Bundesrepublik aussieht, wenn man nicht auf sie hört. Sie schrieben es für die große Demonstration auf dem Alexanderplatz am 4. November: »Herzchirurgie bei offenen Adern ist aussichtslos. Insofern wird über die historische Perspektive der DDR durch das potente Nachbarsubjekt BRD entschieden werden: Es allein könnte den ›Blutverlust‹ kompensieren durch geeignete ›Tropf-Transfusionen‹. Andernfalls hätte es sich desavouiert: die Durchführung der Operation vereitelt, die Weichen auf eine schlichte, irreversible Kolonisierung gestellt.«

Die Idee der Treuhand wurde dann von westdeutschen Lobbyisten und Politikern aufgegriffen, die aber etwas völlig anderes aus ihr machten – weil

sie keine andere Wahl hatten, wie mir einige ihrer Vertreter erzählten. Man brauchte ein Instrument, um die DDR-Volkswirtschaft schnell abzuwickeln, sonst wären die Kosten zu hoch geworden.

Die Geschichte der Treuhand ist voll von diesen paradoxen Wendungen. Kaum ein Aspekt war einfach, geordnet und geplant wie zunächst vermutet. Die vielen konträren Meinungen zur Treuhand wollte ich nicht versöhnen, sondern aufeinanderprallen lassen – das bündelte ich in einem Exposé. Der ostdeutsche Manager sollte durch den Film, das Buch und gleichsam die deutsche Geschichte führen, die Geschichte, die er selber so verkörperte. Es fanden sich sowohl Förderer für eine Kinodokumentation als auch Verlage. Es sollte gezeigt werden, wie verschiedene Interessengruppen mit allen Mitteln um die besten Plätze beim Verkauf und der Abwicklung der DDR-Volkswirtschaft kämpften.

In der Zwischenzeit war die sogenannte »Finanzkrise« – Stichwort: Griechenland – ausgebrochen. Wirtschaftsthemen dominierten immer noch die Medien. Als ich einigermaßen die Treuhand verstanden zu haben glaubte, wurde klar, dass man leider auch den politischen Rahmen, die außenpolitischen Gegebenheiten und volkswirtschaftlichen Faktoren bedenken muss. Also: Noch mehr Recherche, noch mehr Interviews, noch mehr Elemente für die Geschichte. Zudem wollte ich das Thema chronologisch erzählen, schlicht, da sich die Bedingungen permanent geändert haben. Die Treuhand stand gleichsam auf schwankendem Boden – ich wollte, dass das Publikum diese Dynamik nachvollziehen kann, um eben auch die Akteure präzise im Moment ihrer Handlungen verstehen zu können. Auch deshalb musste ich »Mainstream«-Meinungen, vermeintliche Fakten, hinterfragen, mochten sie noch so verbreitet sein.

Abwicklung der DDR war »Notschlachtung«

Einer der Produzenten, der flüchtig mit dem Projekt befasst war, sagte mir zum Beispiel einmal, die Ostdeutschen seien selber an vielen Fehlentwicklungen schuld, da sie doch die D-Mark gefordert hätten – diesen Wunsch hätte die Regierung Kohl damals einfach nur erfüllt. Diese Ansicht ist sehr verbreitet, aber gleichermaßen naiv und falsch. Sie verhindert sogar, dass man die Geschichte der Treuhand überhaupt verstehen kann. So wurde ich am Ende der Recherche auf die Rolle von Thilo Sarrazin aufmerksam, der die Währungsunion im Finanzministerium

im Wesentlichen mitgeplant hat und später die Treuhand beaufsichtigte. Er hat dazu schon 1994 einen Text in dem Buch »Tage, die Deutschland und die Welt veränderten« geschrieben – Herausgeber: Ex-Bundesfinanzminister Theo Waigel.

Ich nahm Kontakt mit Sarrazin auf. Er machte mich dann auf weitere Texte von ihm aufmerksam. In einem Interview mit dem »Deutschland Archiv« erklärt er zum Beispiel sehr offen, wie die Regierung Kohl die D-Mark in erster Linie als mächtiges politisches Instrument begriffen hat, mit dem man das alte DDR-Regime beseitigen und vor allem Wahlen gewinnen kann. Die Wünsche der Ostdeutschen waren da zweitrangig. Bei einer gemeinsamen Diskussion mit Sarrazin wiederholte er die Position und fasste zusammen, dass die Abwicklung der DDR-Wirtschaft »eine Notschlachtung« gewesen sei (diese Formulierung brachte ihn erneut auf die Titelseite des *Berliner Kuriers*), und er bestätigte, dass das Ministerium mit voller Absicht aufs Tempo gedrückt hatte: »Letztlich war mein Ziel, als alles noch in Bewegung war, der Schock der Betäubung groß war, möglichst zügig das zu entscheiden, von dem ich wusste, wenn das in die normalen westdeutschen Mühlen kommt, es in Kleinigkeiten ewig lange dauert.« Schließlich: »Das Parlament hatte nichts zu sagen, das war auch gut so (...) die eigentliche Macht ist immer bei der Bürokratie in einem gut geführten Staat (...)«

Die Treuhand wird zum Buhmann

So deutlich hatte das noch niemand gesagt. Kühl wurde Machtpolitik durchgesetzt und ganz ähnlich war es mit der Treuhand. Die wurde von der Bundesregierung gezielt so aufgebaut, dass sie den perfekten Sündenbock abgeben würde – sie sollte die Pfeile auf sich ziehen, sie sollte der Wellenbrecher sein, denn den Kahlschlag in Ostdeutschland sahen zentrale Figuren wie Wolfgang Schäuble schon ab April 1990 voraus. Erstaunlicherweise geht dieser Plan bis heute auf – die Kritiker des »Aufbaus Ost« stürzen sich immer wieder auf die Treuhand, den Buhmann, das »Schlachthaus«, das praktischerweise schon selber abgewickelt wurde.

Auf der Zielgeraden der Projekte wurde für mich immer deutlicher, dass die Film-Produzenten genau an dem offenen Blick kein Interesse mehr zu haben schienen, sie wollten die einfache, bequeme Antwort, so mein Eindruck. Man müsse die Zuschauer »abholen«, man sei sich doch einig, die Treuhänder seien »die Täter«, die Treuhänder seien Wessis, die den Osten

quasi handstreichartig übernommen haben, hieß es. Meine Rechercheergebnisse gaben das nicht her: Mein wichtigster Protagonist war nun einmal ausge-rechnet ein Ostdeutscher. Doch genau der sollte im Dokumentarfilm nur noch eine amputierte Rolle spielen – als eiskalter Manager, ohne Nennung seiner Herkunft, Kindheit oder seiner Skrupel. Ein Kompromiss wurde nicht angeboten: Ein Westdeutscher, die schwächere, selbstmitleidige Figur, sollte in den Film führen und die vermeintlichen Vorurteile bedienen.

»Enteignet« von Produzenten

Ich hatte immer damit gerechnet, von betroffenen Unternehmen wie der Deutschen Bank, deren fragwürdiges Vorgehen in der Wendezeit ich beschrieb, verklagt zu werden – oder von ehemaligen Stasi-Akteuren. Das ist bis heute nicht passiert. Paradoxerweise musste ich aber einen Anwalt engagieren, weil ich wenigstens versuchen wollte, meine Rechte als Autor gegenüber dem Produzenten durchzusetzen. Erfolglos, denn die Produzenten wollten, so stellte es sich für mich dar, Klischees bedienen, um eine mutmaßliche Erwartungshaltung des Publikums zu bedienen. Zudem durfte ich nicht mehr eine Sekunde an dem Film ändern. So habe ich in letzter Konsequenz meinen Namen zurückgezogen, nachdem ich vier Jahre an dem Stoff gearbeitet hatte. Ironie der Geschichte: Ich war nun selber enteignet worden.

Ich schrieb stattdessen wie vorgesehen das Buch zu Ende, das als »Der deutsche Goldrausch« erschien – im Präsens, chronologisch, wie ein Thriller. Ich verwertete zwar bei weitem nicht die komplette Recherche, ließ aber dennoch über ein Dutzend Handlungsstränge parallel laufen. Ich brach also jede Menge Regeln. Und ich stand zu dem Protagonisten Scheunert aus dem Osten, weil er mir geholfen hatte, das Thema zu verstehen. Vielleicht würde es den Lesern genauso gehen.

Die Besprechungen der Kritiker, die viele Leserpost und das Feedback auf Lesungen haben mir gezeigt, dass ich mit den Kernaussagen so falsch nicht lag. Ich habe daraus gelernt, dass man wirklich niemals das Publikum unterschätzen sollte. Die Story gibt die Form vor, nicht umgekehrt. ■

Nach vier Jahren musste ich schließlich meinen Namen aus der Dokumentation zurückziehen. Ich war nun selbst enteignet worden.

Autor Dirk Laabs ist freier Filmmacher. Seine Dokumentationen liefen auf zahlreichen Festivals und im öffentlich-rechtlichen Fernsehen.



Allah und ich

Fritz Schaap schlich sich in eine Arabisch-Sprachschule in Ägypten ein und erlebte, wie sich dort zum Islam konvertierte Westler radikalisierten. Das Protokoll einer Undercover-Recherche.

VON FRITZ SCHAAP

Der Herbst in Ägypten hatte gerade begonnen, doch war in Alexandria der erste, ersehnte Herbstregen noch fern. Es war im September 2009, und ich besuchte auf Empfehlung eines alten Professors das »Qortoba Institute for Arabic Studies«. Eigentlich eine Sprachschule, doch ähnelte sie nicht einmal entfernt den Schulen oder Universitätskursen, die ich zu Studienzeiten in der arabischen Welt – in Damaskus, in Marokko, Jordanien und auch in Ägypten – besucht hatte.

Zwar saßen auch hier hauptsächlich junge Menschen aus dem Westen hinter den Schultischen in den stickigen kleinen Räumen, doch waren es nur junge Männer, alle in traditionell islamischen Gewändern und mit langen Bärten in den teils noch jungen Gesichtern. Keine Frau, keine Jeans, kein T-Shirt. Betend und lernend, so bekam ich meine Mitschüler zu Gesicht.

Eine Ausbildungsstätte für Islamisten

Wieder in Deutschland begann ich zu recherchieren, und es stellte sich schnell heraus, dass es sich bei dem »Qortoba Institute for Arabic Studies« um weit mehr als eine Sprachschule handelte. Es ist eine salafitische Schule, eine Schule, die als Ausbildungsstätte für Islamisten der westlichen Welt gilt. Daniel Schneider, Mitglied der Sauerland-Gruppe, inzwischen zu zwölf Jahren Gefängnis verurteilt, weil er Anschläge auf Flughäfen und Diskotheken in Deutschland plante, hat das »Qortoba Institute« beispielsweise besucht.

Bei der Staatsanwaltschaft Stuttgart, die im Jahr 2010 gegen sieben Männer ermittelte, die Stipendiaten an die Schule vermittelt hatten, hieß es, dass die Schule mit ihrer Islam-Interpretation zur »weitergehenden Radikalisierung« beiträgt. Die Schule sei ein Treffpunkt

für junge gewaltbereite Salafiten und Rekruteure verschiedener terroristischer Ausbildungscamps.

Das Stipendium, mit denen fast alle der Schüler ihren Aufenthalt finanzierten und das auch mir bei meinem ersten Aufenthalt angeboten wurde, stammte aus Saudi Arabien. Die Stiftung »World Wide Association for Introducing Islam« vergibt es. Sie gilt als Nachfolgeorganisation der »El-Haramain-Stiftung«, die im Jahr 2004 von der EU auf ihre Terrorliste gesetzt worden war und daraufhin aufgelöst wurde. Das Geld der Stiftungen, so die Ermittlungen der Stuttgarter Staatsanwaltschaft, kam direkt vom saudischen Königshaus.

Männer ohne Perspektive und Halt

Mit diesen Erkenntnissen war die Idee zur Reportage »Grundkurs Islamismus« geboren. Zusammen mit dem *ZEITmagazin* beschloss ich, mich für vier Wochen in die Schule einzuschleusen, verdeckt zu recherchieren und die jungen Männer zu porträtieren, die sich dort zum Großteil von ihrer Herkunft abwandten und ihren Glauben vertieften.

Die Vorbereitungen für die Recherche vor Ort waren nicht schwer. Ich hatte immer wieder mit Konvertiten zu tun, während meines Islamwissenschaftsstudiums und während verschiedener Reisen durch die arabische Welt. Ich kannte ihre Geschichten, die sich oft ähneln, die Gründe für ihre Konversionen. Meist sind es Geschichten vom Ausgeschlossenensein. Geschichten von jungen Männern, die den Anschluss verloren haben, die sich nirgendwo zugehörig fühlen, um die sich niemand kümmert, oftmals Männer ohne berufliche Perspektiven, die dann Halt finden in einer Gemeinschaft, in der sie auf einmal respektiert werden, ungeachtet ihrer Bildung oder ihres Einkommens, in der alle gleich sind in ihrer Unterwerfung unter Gott.

Für die hier protokollierte Recherche gewann der Autor Fritz Schaap 2012 den CNN Journalist Award in der Kategorie Print.

Ich legte mir eine ähnliche Geschichte zurecht. Entfremdung von einer kalten, unpersönlichen Gesellschaft, Sinnsuche und vor allem mehrere Aufenthalte bei palästinensischen Widerstandskämpfern und daraus resultierender Hass auf Israel, das waren die Eckpfeiler dieser Geschichte. Ich hörte auf, mich zu rasieren, las mich ein in islamisches Recht, gerade in Scharia- und Jihad-Fragen, meldete mich ein weiteres Mal in der Schule an und flog nach Ägypten.

Paradies und Hölle

Damit rechnend, wiedererkannt zu werden, hatte ich meine Geschichte so ausgelegt, dass im Jahr seit meines letzten Besuchs der Schule gerade die Palästina-Aufenthalte mein Weltbild tief erschüttert hätten. Meine Hinwendung zum Islam und eine mögliche Konversion meiner Person weckten das Interesse, schließlich erwarten den, der einen Ungläubigen bekehrt, unermessliche Gaben im Paradies – so glaubt man es in diesen Kreisen.

Sofort wurde ich an einen älteren Schüler vermittelt, Hamid, der vor längerer Zeit aus England hier an die Schule kam und mir fortan eine Art Glaubensunterricht erteilen sollte. Ein wichtiger Pfeiler meiner Recherche, ebenso wie mein Mitbewohner in der schuleigenen WG, in die ich einzog: Ein junger Amerikaner, der gerade erst den Weg des radikalen Islams eingeschlagen hatte und der oftmals noch hin- und hergerissen zu sein schien zwischen seiner amerikanischen Mittelklassejugend und seinem neuen Leben in einem strengen salafitischen Umfeld. Beiden erzählte ich meine Geschichte, beide glaubten mir sofort.

Nun musste ich meine Rolle spielen, jede wache Stunde, manchmal 20 Stunden am Tag. Wäre mir in der Folgezeit nicht so viel mit Engstirnigkeit verbundener Hass und so viel Radikalität untergekommen, ich weiß nicht, wie ich es mit meinem Gewissen hätte vereinbaren sollen. In einem Kontext wie diesem allerdings, einem radikalen Milieu, in dem man sonst gar nicht oder nur sehr schwer recherchieren kann, halte ich eine solche verdeckte Recherche für vollkommen gerechtfertigt.

Mein Glaubenslehrer erklärte mir in langen Sitzungen, dass eine Konversion der einzige Weg sei, meine Zukunft in der Hölle zu verhindern; er erklärte mir die Bedeutung des Djihads und nach einiger Zeit berichtete er mir schließlich von drei Deutschen, die in seinem Haus wohnten und studierten. Schon

vorher hatte er mir von einem Amerikaner erzählt, den ich kennenlernen müsse. Was den Jihad angehe, so sagte er mir, müsse ich diesen älteren Mann treffen. Die Telefonnummern der Deutschen oder des Amerikaners wollte er mir allerdings nicht geben. Er tröstete mich damit, dass er ihnen meine Nummer geben würde.

Auf einen Anruf wollte ich jedoch nicht warten. Mittlerweile ging ich mit meinem Mitbewohner fünfmal am Tag beten und ich beschloss daher, bei jedem der Gebete eine andere der unzähligen Moscheen des Viertels aufzusuchen, in der Hoffnung, so meine drei Landsleute zu finden. Nach Tagen zahlte es sich aus und ich traf tatsächlich die drei jungen Deutschen vor dem Morgengebet unter einer Laterne vor der Sharqawi-Moschee. Ihre Lebensgeschichten, wie ich bei regelmäßigen Treffen erfuhr, handelten von jungen Menschen, die sich ausgegrenzt fühlten, die keine Perspektive sahen und die nun, in der Gemeinschaft ihrer Brüder, unterstützt wurden in ihrem Hass auf eine Gesellschaft, in der sie nie angekommen waren.

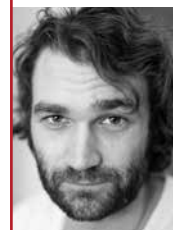
Der nächste Schritt: Kampf im Jemen

Im Islamic Invitation Center, einer alten Villa, von der aus Bekehrungsschriften in die ganze Welt versandt werden, in der Konversionen stattfinden und Vorträge gehalten werden, traf ich irgendwann auch den Amerikaner, den mir mein Glaubenslehrer als Gesprächspartner für Jihad-Fragen ans Herz gelegt hatte. Er war ehemaliger Soldat und mittlerweile islamischer Fundamentalist. Er hatte schon von mir gehört.

Stark darauf bedacht, die Rolle des wissbegierigen, wütenden Jungen zu spielen, brachte ich ihn dazu, mir immer mehr über seine Ansichten zur Scharia und vor allem zum Jihad darzulegen, begleitete ihn zu Scheich Yassir Burhamy, einem der wichtigen salafitischen Prediger der Stadt, ging regelmäßig mit ihm beten, bis er mir schließlich von seinen Plänen erzählte, im Jemen in den bewaffneten Kampf zu ziehen, für den Glauben.

Kurz darauf waren die veranschlagten vier Wochen um, ich beendete die Recherche und verließ die Stadt in Richtung Kairo. In den Tagen zuvor hatte ich mehrfach das unbestimmte Gefühl gehabt, kontrolliert zu werden. Das Risiko, länger zu bleiben, schien mir nicht kalkulierbar. Mein Mitbewohner, der mich fragte, ob ich ihn nach Pakistan begleiten möchte, musste ohne mich fahren. ■

Fritz Schaap lebt als freier Autor in Berlin. Ab Herbst 2012 berichtet er als freier Korrespondent aus Beirut. Jüngst erschien im Herder-Verlag sein Buch »Nur der Satan isst mit links«, in dem er seine Erfahrungen in der Sprachschule schildert.



Das Gewebe-Gewerbe

Ein international zusammengesetztes Team von Journalisten recherchierte monatelang dem teils kriminellen Handel mit menschlichem Gewebe hinterher. Hier das Protokoll ihrer mühevollen Arbeit.

VON KATE WILLSON*

Weder spreche ich Deutsch noch habe ich Informanten im südkoreanischen Gesundheitsministerium. Ich habe auch nicht das Budget oder die Zeit, ein halbes Dutzend Städte in der Ukraine zu bereisen. Aber ich bin Teil eines Netzwerks, das all dies möglich macht. Das International Consortium of Investigative Journalism (ICIJ) ist eine kleine, in Washington D.C. ansässige Nonprofit-Organisation mit fünf Beschäftigten. Aber auf globaler Ebene zählen wir mehr als 160 der weltbesten investigativen Journalisten in 60 Ländern zu unseren Mitgliedern.

Gemeinsam arbeiten wir an komplexen, grenzüberschreitenden Themen: Wir vergeben Stipendien für Freelancer, übernehmen die Kosten für Recherchereisen von Reportern und bauen dabei auf den Enthusiasmus unserer Mitglieder und die Aussicht, eine großartige Geschichte miteinander zu teilen.

Eine Firma aus Florida und ihr deutsches Tochterunternehmen verschafften sich größere Mengen von Gewebe in der Ukraine.

Unsere Projekte entstehen aus der Arbeit unserer Mitglieder, aus unseren eigenen Ideen und aus den Hinweisen

von Whistleblowern. Sobald wir ein Projekt abgeschlossen haben, bieten wir den Inhalt Publikationen in aller Welt kostenfrei an. Warum wir eine Geschichte verschenken, die zu produzieren Hunderttausende von Dollars gekostet hat? Weil wir überzeugt sind, dass die Weltgemeinschaft investigativen Journalismus braucht, auch wenn die eta-

blierten Medien es sich nicht leisten können, ihn zu finanzieren.

Unsere neueste Geschichte über den weltweiten Handel mit menschlichem Gewebe ist ein gutes Beispiel für unsere Arbeitsweise. Im vergangenen Herbst wurde der australische Journalist Gerard Ryle Leiter des ICIJ. Kurz nach seinem Antritt fragte er mich, ob ich Interesse an Körperteilen hätte. »Was für Körperteile?«, fragte ich ihn. Er wollte sich mit jener wenig bekannten Branche beschäftigen, die aus dem Gewebe des Muskel-Skelett-Systems – beispielsweise Haut oder Knochen – medizinische Implantate herstellt. Der *Orange County Register* in Kalifornien hatte im Jahr 2000 eine ausgezeichnete Serie über den Gewebehandel in den Vereinigten Staaten veröffentlicht. Aber dieser Industriezweig war mittlerweile erheblich gewachsen und hatte sich globalisiert. Ryle meinte, das könnte eine Geschichte geben – und er hatte recht.

Familien unter Druck gesetzt

Nach acht Monaten Interviews, Anträgen auf Akteneinsicht und Datenanalyse, kam unser Team zu folgenden Ergebnissen:

- In den meisten Ländern verbieten Gesetze, menschliche Körperteile zu kaufen oder zu verkaufen. Aber ein Vorbehalt erlaubt es einigen börsennotierten Unternehmen, Gewinn zu machen, indem sie schwammig definierte »angemessene Zahlungen« als Entschädigung für die Beschaffung und Beförderung der Gewebeteile verlangen. Die Anzahl der Akteure in diesem Geschäft hat sich seit 2002 vervierfacht.
- Die in Florida ansässige Firma RTI Biologics und ihr deutsches Tochterunternehmen Tutogen Medical verschafften sich größere Mengen von Gewebe in der Ukraine. Gegen vier ihrer Lieferanten wurde ermittelt,

*Mit freundlicher Genehmigung des *IRE Journal*, wo das Protokoll zeitgleich erscheint.

weil sie angeblich Familien unter Druck dazu getrieben hatten, einer Gewebeentnahme zuzustimmen, oder einfach die Unterschrift der Angehörigen auf dem Formular gefälscht hatten. Tutogen setzte seine Geschäfte in dem Land fort, obwohl in vertraulichen Unternehmensnotizen Bedenken geäußert wurden, weil die Firma nicht feststellen konnte, wo das Geld blieb, das sie in die Ukraine schickte, und die Mittelsmänner in dem Land nicht kontrollieren konnte.

■ Die amerikanische Food and Drug Administration (FDA) hat ihr Verfahren zur Überprüfung der Dokumente von Gewebehändlern trotz eines internationalen Skandals, an dem ein New Yorker Zahnarzt beteiligt war, nicht geändert. Dieser hatte Körperteile gestohlen, von denen einige mit HIV oder Sepsis infiziert waren, und dann seinen Käufern gefälschte oder unvollständige Papiere ausgehändigt.

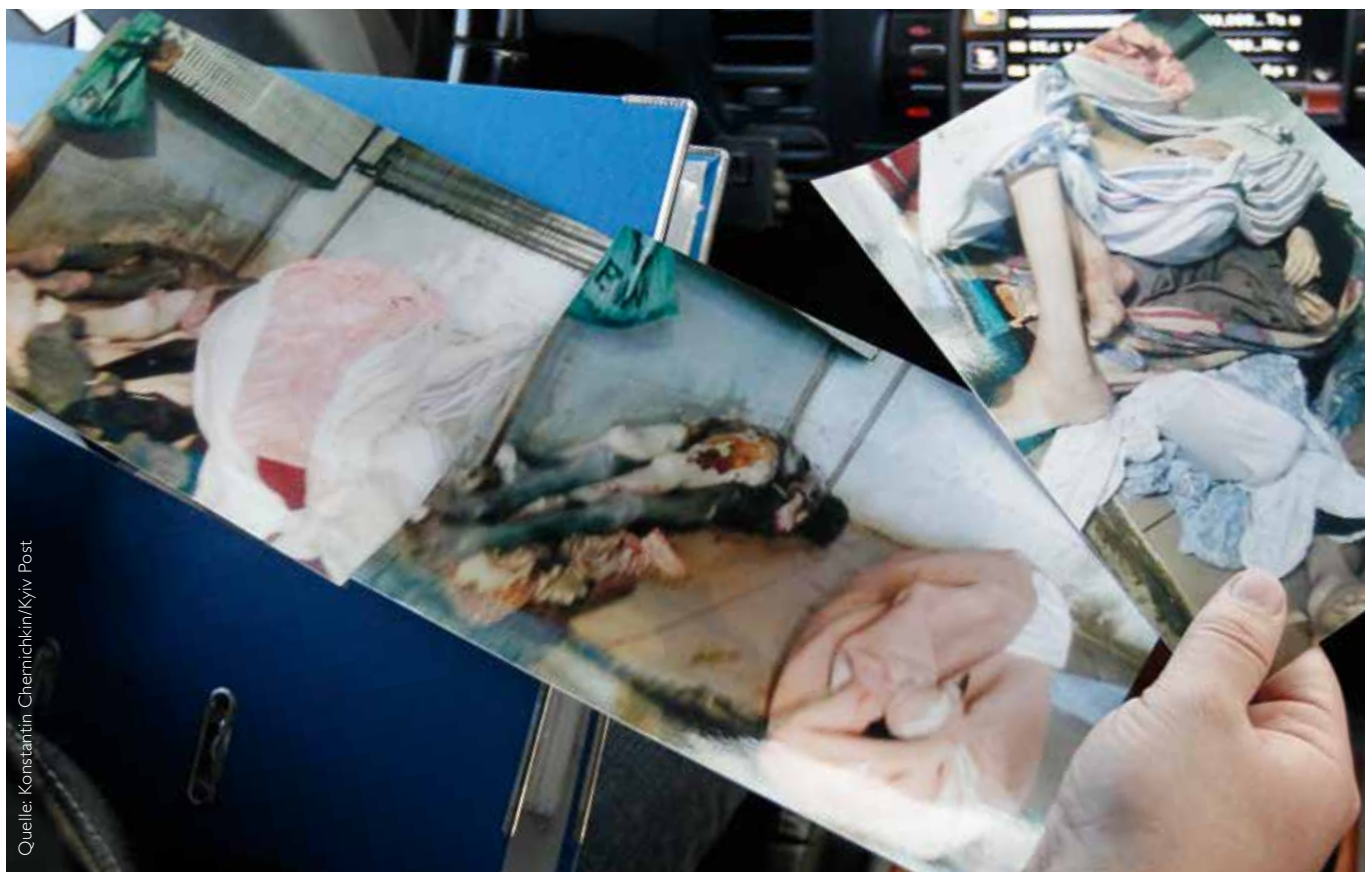
■ Der globale Handel mit menschlichem Gewebe ist praktisch nicht zu kontrollieren. Die Vereinigten Staaten sind der größte Lieferant von menschlichen Gewebeteilen weltweit, aber die US-Behörden über-

wachen diese Exporte nicht. Ebenso wenig können sie die Gewebeeimporte aus dem Ausland systematisch verfolgen.

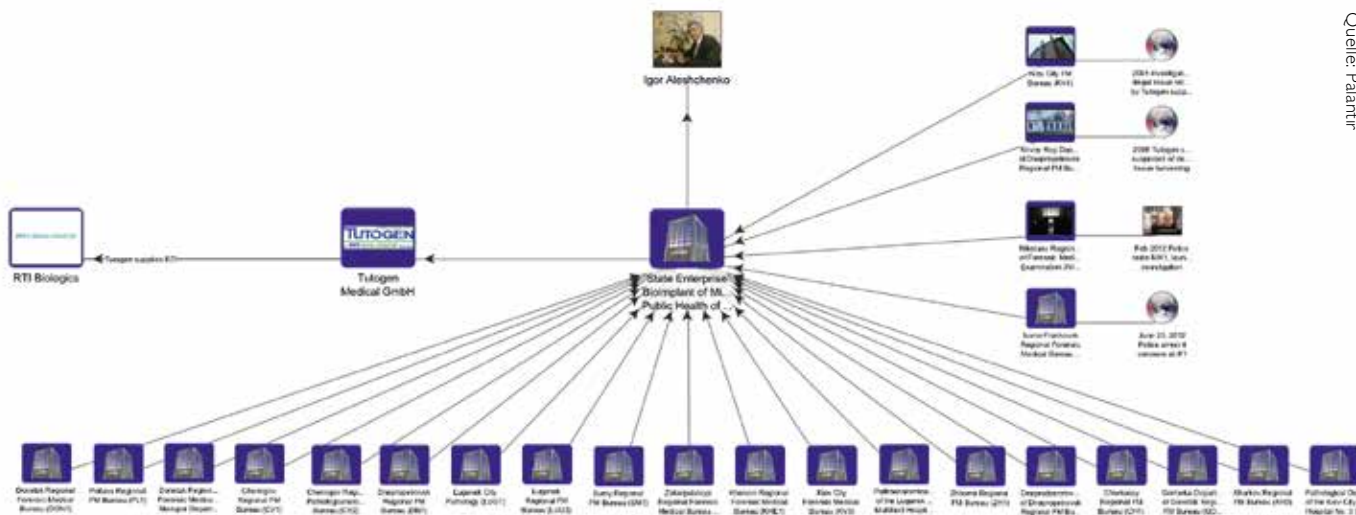
Mehr als 200 Anträge auf Akteneinsicht

Am ICIJ prüfen wir jedes potenzielle Projekt, bevor wir uns an Reporter vor Ort wenden. Ich verbrachte zwei Monate damit, Zeitungsartikel, Berichte des Kongresses und die Website der FDA zu lesen – der US-Behörde, die dafür zuständig ist, den Handel zu überwachen. In diesen Wochen stellte ich mehr als 200 Anträge auf Akteneinsicht an die FDA, bundesstaatliche Behörden und öffentliche Krankenhäuser, um an Berichte über den Handel mit menschlichen Gewebeprodukten und ihre Sicherheit heranzukommen. Ich sprach mit Experten in den Vereinigten Staaten und in Europa, und ich suchte den Kontakt zu bekannten Kriminellen und Brancheninsidern. Als wir dann den Fokus eingegrenzt hatten, schickten wir ein Angebot an unsere Mitglieder über den ICIJ-Verteiler. Wir luden die Reporter dazu ein, in ihrer Heimat-

Ein ukrainischer Bestatter zeigt dem ICIJ-Team Fotos aus einer mutmaßlich illegal operierenden Gewebe-Bank, die das deutsche Unternehmen Tutogen belieferte.



Quelle: Konstantin Chernichkin/Kyiv Post



Quelle: Palantir

So verschafften sich die Rechercheure einen Überblick über die Verflechtungen innerhalb der Branche.

region zu recherchieren und im Team mitzumachen. Bis Februar hatten wir dann eine grandiose Besetzung zusammen. Martina Keller hatte in Deutschland schon für den *Stern* und den *Spiegel* über den Handel mit menschlichem Gewebe berichtet. Vlad Lavrov von der *Kyiv Post* brannte darauf, über ein internationales Projekt zu berichten, in dem die Ukraine eine Hauptrolle spielte. Mar Cabra aus Spanien brachte ihr Geschick im Umgang mit der EU-Bürokratie ein. Nar Kim, ein südkoreanischer Fernsehreporter, erklärte sich bereit, mit Regierungsbeamten in Seoul Kontakt aufzunehmen. Alexenia Dimitrova von *24 Chasa* in Bulgarien begann damit, Hinweisen in Sofia nachzugehen. Zusammen mit Thomas Maier von *Newsday* sowie Sandra Bartlett und Joe Shapiro vom National Public Radio beschäftigten wir uns in den USA mit Anträgen auf Akteneinsicht, Interviews und der staatlichen Intransparenz. Die stellvertretende Leiterin des ICIJ, Marina Walker, stellte ihre eigene Recherche zurück, als wir dem Veröffentlichungszeitpunkt näherkamen, um uns zu helfen, die Serie zu produzieren und mit Medienpartnern zu arbeiten. Mike Hudson, leitender Redakteur, kam uns zur Hilfe, indem er unsere Fassung kräftig redigierte. Multimedia-Redakteur Kimberley Porteous stellte Grafiken und eine Mini-Dokumentation zusammen aus Filmmaterial des ICIJ und von a&o buero Productions in Deutschland.

Die ICIJ-Teams arbeiten in einem virtuellen Newsroom. Wir konferieren per Skype, teilen Dokumente über das Online-Filesharingsystem Box.net und tau-

schen Ideen und Updates über eine projektspezifische Mailingliste aus. Aber wenn wir das Budget dafür haben, versuchen wir, ein persönliches Treffen zu organisieren. Das Gewebe-Team traf sich in Brüssel, um Hinweise auszutauschen und den Arbeitsanfall zu verteilen. Dieser Teil des Jobs macht nicht nur Spaß, sondern ist auch entscheidend für die erfolgreiche Zusammenarbeit. Die Projekte sind oft aufreibend und es gibt Meinungsverschiedenheiten zwischen den Journalisten. Wenn man sich persönlich trifft – und ein paar Bier miteinander trinkt –, mäßigt das spätere Frustrationen und mildert harte Worte.

Kooperationsverweigerung der Behörden

Am meisten überraschte uns bei der Recherche zum Handel mit Implantaten aus menschlichem Gewebe der Mangel an Kooperation seitens der Industrie und der FDA. Die Reporter versuchten über Monate, mit Experten ins Gespräch zu kommen. Doch Zusagen für offizielle Interviews wurden später wieder zurückgezogen. Andere Anfragen ließ man abblitzen oder ignorierte sie. Einige Vertreter der Industrie sagten uns, sie hätten sich in der Vergangenheit schon die Finger verbrannt und wollten deshalb nicht reden. Bei der FDA, so stellten wir fest, pflegt die Pressestelle geradezu eine Kultur der Kooperationsverweigerung, wenn es um Anfragen von Journalisten geht.

Zum Ausgleich stellten wir Hunderte von Anträgen auf Einsicht in Inspektionsberichte der FDA, Untersuchungsakten und Kaufbestellungen von

Krankenhäusern. Wir arbeiteten uns durch Akten der Security and Exchange Commission über börsennotierte Unternehmen, die Gewebebanken betrieben, und Anträge an die Finanzbehörden auf Steuerbefreiung für nicht-gewinnorientierte Gewebebanken. Wir lasen wichtige Berichte über die Gewebebankindustrie, verfasst vom Kongress, der FDA, dem Center for Disease Control and Prevention (CDC) sowie dem Büro des Generalinspektors im Gesundheitsministerium.

Kriminelle als Informanten

Wir machten Insider in der Branche ausfindig, die unsere Fragen beantworteten, darunter Whistleblower und verurteilte Kriminelle. Als Ersatz für die erstaunlich unkooperative FDA suchten wir den Kontakt zur zugänglicheren Gesundheitsbehörde CDC, die dann ins Spiel kommt, wenn bei den Gewebebanken etwas schief läuft.

Um die Branche systematischer untersuchen zu können, stellte ich Daten zu Importen, Inspektionen, negativen Vorfällen und Unfallberichten, die von der FDA archiviert wurden, zusammen. David Donald, Datenredakteur bei unserer Mutterorganisation Center for Public Integrity, leitete mich bei meinen Anträgen auf Datenherausgabe an und brachte mir bei, die Daten umgehend in Excel und SQL Server zu bereinigen und zu analysieren. Die Begrenzungen des Datenmaterials machten deutlich, dass die Staatsorgane nicht in der Lage waren, den globalen Handel zu verfolgen.

Software unterstützt die Recherche

In mehr als 900.000 Importpapieren, bei denen es laut Anmerkungen der FDA möglicherweise um menschliches Gewebe ging, konnte das ICIJ nur bei weniger als zwei Prozent davon eindeutig feststellen, dass dies tatsächlich der Fall war. Wir analysierten auch die Mitgliedschaft der American Association of Tissue Banks (AATB), dem weltweit führenden Handelsverband. Funktionäre des Verbands sagten uns, so gut wie alle Unternehmen, die menschliches Gewebe sammeln, seien bei dem Verband akkreditiert, dessen Richtlinien strenger als die Regeln der FDA sind. Aber als wir die Liste der bei der AATB akkreditierten Firmen mit dem FDA-Register der Gewebeunternehmen verglichen, stellten wir fest, dass nur ein Drittel von den dort registrierten Gewebebanken bei der AATB akkreditiert waren.

Palantir, eine Technologiefirma, deren Software zur Analyse von großen Datensätzen und Sozialen Netzwerken genutzt wird, stiftete uns ihr teures Programm, damit wir unstrukturierte Daten wie Firmenakten und Gerichtsdokumente mit strukturierten Daten wie Exceltabellen »sprechen lassen« konnten. Ich arbeitete zwei Monate mit dem Team von Palantir, um wichtige Dokumente einzugeben und das Netzwerk auszubauen. Es half zu zeigen, wie unterschiedlich Organisationen und Personen miteinander verbunden waren. Außerdem konnten wir sehen, wie die Firmen mit der Zeit wuchsen, und wir konnten räumliche Muster aufzeigen. Das machte so viel Spaß und ebenso süchtig wie Videospiele.

Interesse von Interpol

Wir stellten unsere Ergebnisse vergangenen Juli auf einem Gipfeltreffen zu illegalen Netzwerken vor, das von Google Ideas gesponsert wird, einem Think-Tank des Internetunternehmens. Nach unserer Präsentation fragte Ron Noble, Generalsekretär von Interpol, wie seine Organisation Zugang zu den Daten bekommen könne. »Als Geschäftsführer von Interpol werde ich mich dafür engagieren, den Mitgliedsstaaten der Organisation zu helfen, etwas in dieser Sache zu unternehmen«, teilte er dem Publikum mit.

Unsere Geschichten erschienen in einem Dutzend Ländern und mehr als zehn Sprachen – in Print- und Onlinemedien, im Radio und im Fernsehen. Unter den Veröffentlichungspartnern waren die *Huffington Post*, *Le Monde* in Frankreich, *Folha de S. Paulo* in Brasilien und *Asahi Shimbun* in Japan. Abgeordnete in den USA fragen nach unseren Ergebnissen; das Verfahren, nach dem das US-Militär Verträge für menschliche Gewebeprodukte vergibt, wurde verändert. Tutogen Medical hat seitdem seine Lizenzen für den Import von Gewebe aus der Ukraine nach Deutschland zurückgezogen. Wir berichten inzwischen über laufende polizeiliche Ermittlungen und Gerichtsprozesse, und wir arbeiten an Folgeartikeln. ■

Vertreter der Industrie sagten, sie hätten sich in der Vergangenheit schon die Finger verbrannt und wollten deshalb nicht reden.

Die Reporterin Kate Willson ist seit 2007 Mitglied des International Consortium of Investigative Journalists und berichtet über Wirtschaftsthemen und investigative Recherchen. Übersetzung: Ingrid Lorbach



»Arabellion« im

Eine Studie zeigt, wie sich die Islamberichterstattung während der Arabischen Revolution versachlichte. Die Demonstranten wurden meist in ein positives Licht gestellt – während einer kurzen Phase.

VON JANIS BRINKMANN

Natürlich sind nicht alle Muslime auf der Welt potenzielle Terroristen – aber nahezu alle Terroristen, die heute im Namen der Religion morden, sind Muslime.« Der erste Satz eines Kommentars des Journalisten Daniel Deckers über Angriffe auf koptische Christen in Ägypten (*FAZ* vom 12. Januar 2011) verdeutlicht die Probleme der deutschen Presse in der Berichterstattung über die islamische Welt und Menschen mit muslimischem Glauben.

Der journalistische Konflikt ist offensichtlich: Einerseits soll kein Kulturkreis pauschal für den Fanatismus einiger weniger angeprangert und negativ stigmatisiert werden, andererseits: Sind es nicht in der Tat vor allem islamisch geprägte Länder, aus denen kaum Positives, dafür aber immer neue Schreckensnachrichten dringen? Der Spagat zwischen die-

sen beiden Polen – eine kritische, aber differenzierte und ausgeglichene Islamberichterstattung – gelang der deutschen Presse in der Vergangenheit nur selten.

In zahlreichen Studien sind die Probleme und Defizite der deutschen Islamberichterstattung analysiert worden – mit einem eindeutigen Ergebnis: Die Mehrheit der Artikel und Beiträge über die islamische Welt sind von Negativthemen wie Kriege und Katastrophen, Elitenzentrierung und Pars-pro-Toto-Denken sowie von Stereotypen, Vorurteilen und Feindbildern geprägt.

Der Islam hat eine schlechte Presse

Medienwissenschaftler wie Sabine Schiffer (2004) haben in qualitativen Analysen die nahezu durchgängige Verwendung bestimmter Stereotype (wie »Musli-



Foto: Flickr: Rowan El Shimi, noelshimi

Friedlich demonstrierende
Ägypter auf dem Tahrir Platz
im Februar 2011

Abendland

me sind fanatisch, gewaltbereit oder faul«), Metaphern (»die lodernde Flamme des Islam«) und Symbole (etwa das Kopftuch oder die Moschee für den Islam als solchen) herausgearbeitet.

Zudem hat der Erfurter Kommunikationswissenschaftler Kai Hafez (2002) in seinem Standardwerk »Das Nahost- und Islambild der deutschen überregionalen Presse« nachgewiesen, dass die Islamberichterstattung sich auf negative Ereignisse konzentriert, insbesondere von elitären Akteuren geprägt und von Politikberichterstattung dominiert wird, wohingegen kulturelle, wirtschaftliche oder soziale Themen nahezu marginalisiert werden.

Die deutsche Islamberichterstattung wird daher als »traditional negativ« und »islamophob« bewertet (vgl. Hafez/Richter 2007), während die Medien aktiv ein

»Feindbild Islam« zeichnen und damit letztlich eine auch in demoskopischen Untersuchungen nachweisbare »Islamangst« schüren würden.

Muslime fordern »westliche Werte«

Doch Anfang 2011 veränderte sich der mediale Ton: Die *Süddeutsche Zeitung* schrieb von einem »Aufstand der Araber«, die *Frankfurter Allgemeine Zeitung* erhob die Ereignisse gar zur »Arabellion«. Andere Medien rochen die »Jasmin-Revolution« oder sahen einen

»Arabischen Frühling« herausziehen. In der islamischen Welt erhoben sich die Massen während der »Arabischen

Revolution« gegen alte Eliten, gegen Diktatoren sowie autokratische Regime und stritten für Rechte und Werte, welche die westliche Welt originär für sich beansprucht: soziale Gerechtigkeit, politische Teilhabe und individuelle Freiheit.

Doch die Menschen scharten sich nicht unter dem islamischen Halbmond, sondern hinter den Flaggen ihrer Staaten. Die angebliche Einheit von islamischer Politik und Religion brach sichtbar auf. Es hatte den Anschein, als ob große Teile der islamischen Welt sich in der Revolution zivilisierter, säkularisierter und demokratischer präsentierten – kurz: ein positiveres Bild abgaben, als dies viele Jahre in der Islamberichterstattung vermittelt worden war.

Eine neutralere Islamberichterstattung?

Aus dieser Entwicklung leitet sich die zentrale Forschungsfrage einer Studie am Dortmunder Institut für internationalen Journalismus ab: Tragen Muslime, die größtenteils friedlich für Freiheit, Menschenrechte und Gerechtigkeit kämpfen, zu einem positiveren oder zumindest neutraleren Islambild in der deutschen Presse bei? Die Inhaltsanalyse zweier führender überregionaler Tageszeitungen zeigt, dass die Islamberichterstattung während der Arabischen Revolution im Vergleich zu früheren Studien (vor

Eine kritische, differenzierte und ausgeglichene Islamberichterstattung gelang der deutschen Presse nur selten.

WISSENSCHAFTLICHE METHODE

Ausgangspunkt der Abschlussarbeit »Arabellion Im Abendland« war die Frage, ob ein grundsätzlich positiv beurteiltes Ereignis wie die Arabische Revolution dazu führen würde, dass eine grundsätzlich negativ geprägte Islamberichterstattung im entsprechenden Zeitraum positiver beurteilt wird. Dafür wurden im Untersuchungszeitraum vom 1. Januar bis zum 31. März 2011 die Ausgaben der *Frankfurter Allgemeinen Zeitung* sowie der *Süddeutschen Zeitung* quantitativ untersucht. Im Rahmen dieser Vollerhebung wurden 1.424 Artikel mit einem inhaltlichen, geografischen oder thematischen Bezug zum Islam analysiert. Mit Hilfe verschiedener formaler Kategorien (wie die Darstellungsformen und Informationsquellen der Islamberichterstattung, aber auch deren Platzierung und Umfang), inhaltlicher Kategorien (etwa die Themen, Länder und Akteure der Islamberichterstattung) sowie wertender Kategorien (wie die Bewertung der Ereignisse, Akteure und des Islam) wurden übergeordnete Themen und Strukturen der Islamberichterstattung während der Arabischen Revolution analysiert.

allem Hafez 2002 und Hafez/Richter 2007) deutlichen Veränderungen unterliegt.

So nahm der Umfang der Islamberichterstattung

Die Handlungen von Revolutionsträgern werden in der Presse deutlich positiver gesehen als die von Revolutionsgegnern.

während der Arabischen Revolution im Gegensatz zum Langzeitvergleich von 1955 bis 1994 sowohl in der

Frankfurter Allgemeinen Zeitung als auch in der *Süddeutschen Zeitung* deutlich zu (9,25 statt 3,05 Artikel pro Tag und Zeitung).

Dennoch zeigt sich die Islamberichterstattung während der Arabischen Revolution als relativ einseitig in Bezug auf die verwendeten Darstellungsformen: Die Dominanz berichtender Formen (69 Prozent) gegenüber beschreibenden oder kommentierenden (je 10 Prozent) unterstreicht die zunehmende Ereignisberichterstattung auf Kosten einer einordnenden Hintergrundberichterstattung über die islamische Welt.

Politik bleibt das beherrschende Thema

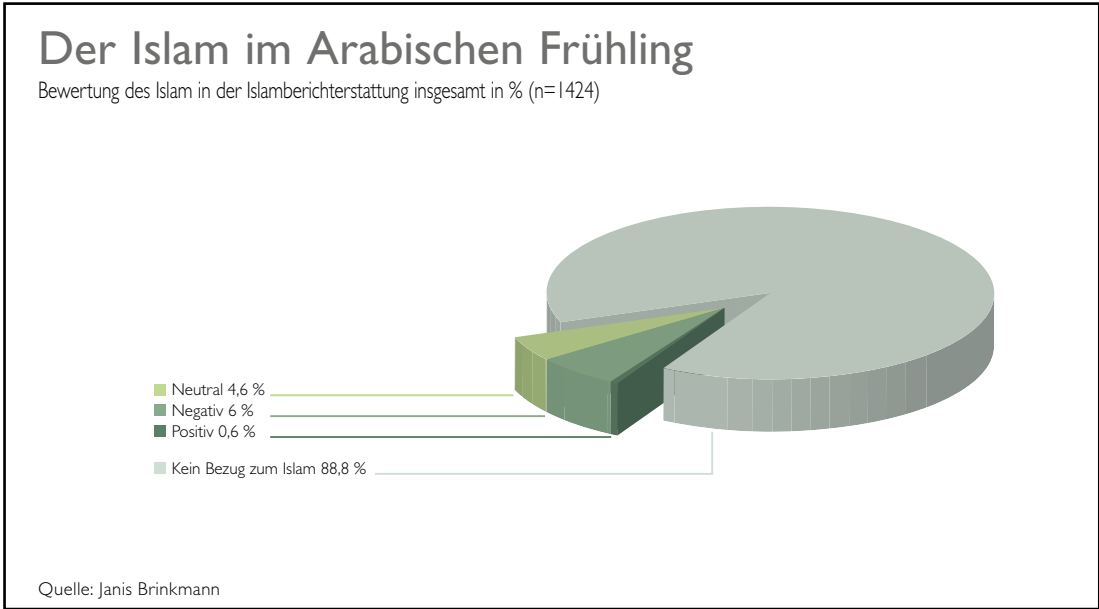
Auffällig ist jedoch, dass die Islamberichterstattung im Untersuchungszeitraum vor allem aus eigenen Texten und Korrespondentenberichten besteht, was als Hinweis verstanden werden kann, dass eigene

Recherchen und Bewertungen in den Redaktionen den Vorzug vor Einheitsjournalismus erhalten.

Beide Zeitungen steigerten ihren Anteil an journalistischer Eigenleistung deutlich gegenüber dem Langzeitvergleich (91 Prozent statt 63 Prozent). Während Agenturen nur eine untergeordnete Rolle spielen (5 Prozent), dehnten die untersuchten Zeitungen ihr Korrespondentennetz in Nordafrika sowie dem Nahen und Mittleren Osten während der Arabischen Revolution weiter aus (teilweise acht statt vier Korrespondenten) und bezogen ein Drittel aller Texte direkt aus der Region.

Zentrale Veränderungen lassen sich auch in der Akteursstruktur der Islamberichterstattung beobachten: Zwar wird diese noch immer durch Personen- und Elitenzentrierung geprägt (73 Prozent), jedoch steigern die Vertreter der breiten Volksmasse ihren Anteil an der Berichterstattung deutlich gegenüber der Studie von Hafez (von 15 auf 24 Prozent).

Im Gegensatz zu offiziellen Staatsvertretern (wie Präsidenten, Polizei oder Armee) der islamischen Welt werden nichtorganisierte Gruppen und Einzelpersonen (wie »die Studenten«, »die Demonstranten« oder einfach »das Volk«) aus arabischen oder nordafrikanischen Ländern kaum negativ, sondern überwiegend neutral bis positiv bewertet. Die Handlungen von Revolutionsträgern werden in der Presse also deutlich positiver gesehen als die von Revolutionsgegnern.



Die wichtigste Veränderung lässt sich bei der Bewertung der Ereignisse erkennen: Kamen frühere Studien (Hafez 2002 und Hafez /Richter 2007) bei der Negativberichterstattung auf Anteile von zwischen 33 und 48 Prozent bzw. von 81 Prozent, so ergibt die Medieninhaltsanalyse im Untersuchungszeitraum lediglich 16,4 Prozent negative Ereignisse, bei drei Vierteln neutraler und 8,8 Prozent positiver Ereignisbewertungen.

Politik und Religion werden kaum verknüpft

Die Ereignisse während der Arabischen Revolution wurden also deutlich neutraler bewertet als in der Islamberichterstattung üblich. Zudem kann die in der Literatur oft unterstellte Einheit von Politik und Religion in islamischen Ländern im Untersuchungszeitraum nicht bestätigt werden.

Der Islam in seiner politischen oder religiösen Dimension wird zwar überwiegend negativ (und kaum positiv) bewertet, insgesamt wird der Islam aber eben vergleichsweise selten thematisiert (nur in zehn Prozent der Artikel findet sich ein Bezug). Eine systematische Verknüpfung von politischen, sozialen oder wirtschaftlichen Themen mit der Religion des Islam kann in der deutschen überregionalen Presse während der Arabischen Revolution nicht bestätigt werden.

Alte Mechanismen greifen schon wieder

Welche Schlüsse lassen sich aus den Ergebnissen

ziehen? Auch wenn alte Schwächen der Islamberichterstattung wie eine Dominanz politischer Themen und elitärer Handlungsträger nicht verschwunden sind, sind in vielen Bereichen doch Tendenzen für eine ausgeglichene Islamberichterstattung festzustellen.

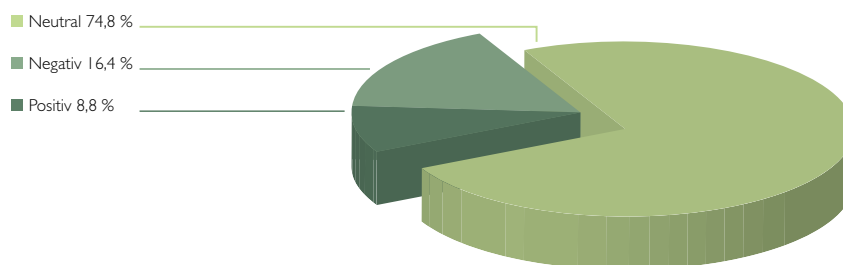
Während der Arabischen Revolution war also eine Normalisierung der Islamberichterstattung erkennbar. Dies war nicht zuletzt an der steigenden Berichterstattung über neutrale und positive Ereignisse erkennbar sowie an der kaum negativen Bewertung der breiten Bevölkerung in islamischen Ländern.

Der weitere Verlauf der Arabischen Revolution in den Monaten seit April 2011 legt aber den Verdacht nahe, dass die alten problematischen Mechanismen der Islamberichterstattung rasch wieder zu greifen beginnen, sobald die Hochstimmung der ersten Revolutionsmonate dem zähen – und vielerorts auch vergeblichen – Ringen um Demokratie, sozialer Gerechtigkeit und politischer Teilhabe gewichen ist.

Die Tötung Osama bin Ladens, das brutale Vorgehen zunächst der libyschen, später dann der syrischen Regierung gegen ihre protestierende Bevölkerung sowie die Erfolge islamistischer Parteien bei den ersten freien Wahlen in den Revolutionsländern Tunesien und Ägypten lassen alte Konfliktlinien wieder aufbrechen und schmälern die Hoffnung auf eine langfristig neutralere Islamberichterstattung nachhaltig. ■

Die neutrale Islamberichterstattung

Bewertung der Ereignisse in der Islamberichterstattung während der Arabellion insgesamt: in % (n=1424)



Quelle: Janis Brinkmann

Janis Brinkmann (B.A.) hat Journalistik studiert und ist wissenschaftliche Hilfskraft am Institut für internationalen Journalismus an der TU Dortmund



Der Psycho von Seite 1

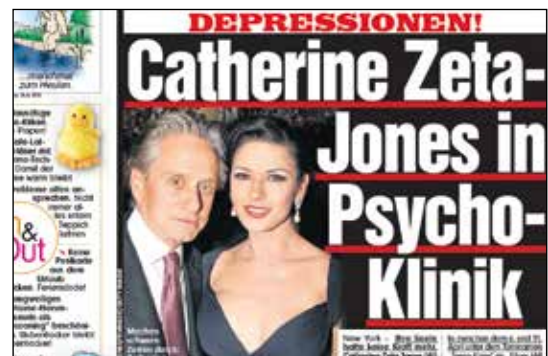
Gegenüber Menschen mit psychischen Krankheiten gibt es viele Vorurteile, die oft noch medial verstärkt werden. Eine Studie zeigt die Schwächen der Berichterstattung über psychische Erkrankungen.

VON SASKIA ALEYTHE UND ANNA MARIA PRIEBE

Nach dem Attentat von Utøya schrieb *Bild*-Kolumnist Franz Josef Wagner an den Täter Anders Behring Breivik: »Ich glaube, dass Sie ein Psycho sind.« Doch ist Breivik wirklich krank? Wenn Medien über psychische Erkrankungen berichten, stehen sie vor der Aufgabe, ihre Leser durch die psychiatrische Fachterminologie und Diagnostik zu führen und dabei Stigmatisierungen zu vermeiden. Ob das gelingt, hat eine Abschlussarbeit im Master-Studiengang Journalistik und Kommunikationswissenschaft an der Universität Hamburg (in Zusammenarbeit mit dem Universitätsklinikum Eppendorf) untersucht. Die Autorinnen analysierten die Berichterstattung über psychische Krankheiten in vier Hamburger Tageszeitungen (*Bild*, *Hamburger Abendblatt*, *Die Welt* und *Hamburger Morgenpost*) anhand einer Auswahl von Artikeln innerhalb eines Jahres. Das Ergebnis? Deutliche Mängel in der Berichterstattung.

Zunächst war jeder fünfte der 201 Artikel nur in die Analyse gerutscht, weil einer der Suchbegriffe – und damit eine Krankheit – im metaphorischen Sinn verwendet wurde. »Der Wähler ist ein schizophrener Wesen« (*Hamburger Morgenpost*, 02.

Dezember 2010), ist ein Beispiel dafür. Es gab aber auch 160 Artikel, die tatsächlich über psychische Krankheiten berichteten – im Durchschnitt ein Artikel pro untersuchter Zeitung. Es wurden mit einem wissenschaftlichen Verfahren künstliche Wochen für den Zeitraum von Juli 2010 bis Juli 2011 gebildet; dabei wurden pro Monat – abhängig vom Rhythmus – zwei bis drei Ausgaben der Zeitungen analysiert.



Quelle: Bild, 15.04.11

WISSENSCHAFTLICHE METHODE

Bei der Studie handelte es sich um eine Inhaltsanalyse von Artikeln aus den Tageszeitungen *Bild*, *Die Welt*, *Hamburger Abendblatt* und *Hamburger Morgenpost*. Es wurden jeweils 27 Ausgaben aus dem Untersuchungszeitraum vom 05. Juli 2010 bis zum 07. Juli 2011 analysiert, also insgesamt 108 Ausgaben. Mit festgelegten Suchworten wurden 201 relevante Beiträge herausgefiltert. Das Codebuch umfasste 20 Kategorien. Die sehr geringen Fallzahlen haben eine Überprüfung der Hypothesen und Interpretation der Ergebnisse erschwert.

Nur oberflächliche Berichterstattung

Qualitativ konnten die Berichte allerdings nicht überzeugen. So wurde ein Großteil der Krankheiten nur allgemein als »psychische Krankheit« bezeichnet und nicht konkret benannt. Ansonsten wurden häufig Depressionen in der Berichterstattung thematisiert, weit vor beispielsweise Persönlichkeitsstörungen oder Schizophrenie. Von einer ausführlichen Darstellung der Krankheiten kann darüber hinaus keine Rede sein: Zwei Drittel der Erkrankungen wurden lediglich in kürzeren Artikeln (bis 3.000 Zeichen) geschildert. Hinzu kommt, dass die Krankheiten im Text meistens nur erwähnt und nicht genauer in einem medizinischen Rahmen dargestellt wurden. Drei Ergebnisse sind auffällig:

Viel Gewalt trifft auf wenige Hintergründe

Es wurde untersucht, in welchem Kontext die psychische Erkrankung thematisiert wurde. Rein medizinische Schwerpunkte waren dabei außerordentlich selten. So tauchte Prävention insgesamt nur in jedem zehnten Artikel auf, ebenso selten wurden neue Studien oder Forschungsergebnisse geschildert. Dementsprechend vernachlässigt wurden auch die Hintergrundinformationen zu den Krankheiten. Symptome und Ursachen etwa wurden nur in jedem dritten Artikel genannt.

Große Aufmerksamkeit schenkten die Journalisten hingegen dem Thema Gewalt. Fast jede zweite Erwähnung einer Krankheit wurde in diesen Kontext gestellt, nur äußerst selten in Kombination mit anderen Thematiken. In fast 80 Prozent der Gewalt-Artikel, in denen ein psychisch Erkrankter konkret beschrieben wurde, war er der (mutmaßliche) Täter von schwerwiegenden Verbrechen.

Gute Krankheiten, schlechte Krankheiten

Welches Bild die Presse von psychisch Kranken vermittelt, scheint grundsätzlich sehr von der Art der Krankheit abzuhängen. So tauchten Depressions-

krankte fast nie im Zusammenhang mit Gewalt auf und wurden – sofern sie eine Bewertung erhielten – annähernd so oft positiv bewertet wie Menschen mit nicht konkret benannter Krankheit negativ – nämlich in 70 Prozent der Fälle.

Böser Boulevard?

Die Berichterstattung in den beiden untersuchten Abo-Zeitungen des Springer-Verlags war überraschenderweise nur in wenigen Punkten besser als die in den Boulevardblättern. *Die Welt* und das *Hamburger Abendblatt* als Abo-Zeitungen brachten pro Ausgabe mehr Artikel über psychische Erkrankungen als die Boulevardblätter *Bild* und die *Hamburger Morgenpost*. Doch bei der Verwendung von Metaphern lag – anders als erwartet – nicht die *Bild* vorne. Sie verwendete mit sieben Prozent der 42 Artikel sogar am wenigsten Suchworte im übertragenen Sinn. Spitzenreiter war die *Hamburger Morgenpost* mit knapp 35 Prozent der 37 Artikel, gefolgt von der *Welt* mit 25 Prozent von 55 Artikeln und dem *Hamburger Abendblatt* mit 16 Prozent von 67 Artikeln.

Der Sensationalismus war dagegen bei Boulevardzeitungen tatsächlich stärker ausgeprägt. Sie stellten mehr Krankheiten im Kontext von Gewalt dar. Sätze wie »[...] Mathias A. leide unter einer ‚paranoiden Psychose [und] ist gefährlich für die Allgemeinheit« (*Bild*, 02. Dezember 2010) kamen in diesem Tenor aber in allen Mediengattungen vor.

Wenn wir gemäß Niklas Luhmann tatsächlich alles, was wir wissen, aus den Medien wissen, haben wir ein Problem – zumindest in Bezug auf das Wissen über psychische Erkrankungen. Wie die Erhebung gezeigt hat, werden psychisch erkrankte Menschen alles andere als positiv dargestellt, es mangelt zudem an Tiefgründigkeit. Bei allen lobenswerten Versuchen, Hintergrundinformationen zu vermitteln, dominiert der Tenor vom gewalttätigen »Psycho«. Da nur durch Aufklärung Stigmatisierung verhindert werden kann, und diese Aufgabe auch von Tageszeitungen wahrgenommen werden sollte, ist das Ergebnis – jedenfalls in Bezug auf die hier untersuchten Blätter – besorgniserregend. ■

Link:

▶ Wagner, Franz Josef (2011): »Anders Behring Breivik, Massenmörder« URL: <http://www.bild.de/news/standards/norwegen-massaker/anders-behring-breivik-massenmoerder-19032322.bild.html> [31.07.2012]

Saskia Aleythe arbeitet als freie Journalistin in München und Hamburg.

Anna Maria Priebe ist Volontärin in der Abteilung Kommunikation und Öffentlichkeitsarbeit der Universität Hamburg.



Bild, 08.02.11

Sextäter will in geschlossene Anstalt
 Aachen – Sextäter Karl D. (58) aus Heinsberg (NRW) vergewaltigte drei Schülerinnen, saß 20 Jahre im Gefängnis. Nach einem neuen Gerichtsurteil kam er vor zwei Jahren aus der Sicherungsverwahrung frei, wird rund um die Uhr überwacht. Jetzt erklärte sein Anwalt, dass D. sich freiwillig in die geschlossene Psychiatrie begeben will.

welt.de, 27.06.12

Sind die Deutschen schizophrene Schwarzseher?
 Studien zur Stimmung der deutschen Anleger widersprechen sich zunehmend. Angeblich sind die Deutschen ohne Hoffnung in Bezug auf den Euro, blicken aber dennoch optimistisch in die Zukunft.

mopo.de, 22.11.11

Psycho-Hilfe für Schiedsrichter?
 Marlovits-Forderung wird zwischen DFB und DFL derzeit diskutiert. „Wir brauchen ein Hilfesystem für alle Beteiligten – auch für die Schiedsrichter.“

Quellen: mopo.de, 09.07.11

Brutaler Sex-Täter flieht aus Psycho-Klinik
 Niedersachsen in Angst! Der mehrfach vorbestrafter Sex-Täter Thomas Horstkamp ist am Samstag aus dem Maßregelvollzug der Karl-Jaspers-Klinik im niedersächsischen Wehnen ausgebrochen.

Heikle Nähe

Ob Partys auf Sylt, Schmökern im IKEA-Katalog oder Anlagetipps – einige Journalisten des Springer-Verlags machen in ihren Artikeln unverblümt Werbung. Einsicht: Mangelware.

VON MARVIN OPPONG

Redakteurinnen und Redakteure der Axel Springer AG sind sich der Verantwortung bewusst, die sie für die Information und Meinungsbildung in Deutschland haben«, behaupten die »Leitlinien zur Sicherung der journalistischen Unabhängigkeit bei Axel Springer«. In der Vorschrift, die seit der diesjährigen Tagung der Springer-Chefredakteure für Redakteure als auch für alle freien Mitarbeiter des Verlags gilt, heißt es weiter, »die Verantwortung der Presse gegenüber der Öffentlichkeit« gebiete es, »dass redaktionelle Veröffentlichungen nicht durch private oder geschäftliche Interessen Dritter oder durch persönliche wirtschaftliche Interessen der Redakteurinnen und Redakteure beeinflusst werden«.

Offenbar nimmt es bei Springer aber nicht jeder Redakteur so genau mit den hauseigenen Leitlinien – ein Beispiel ist die *Welt*-Kolumnistin Inga Griesse. Griesse schreibt als Senior Editor Style & Fashion für die *Welt* und *Welt am Sonntag* über Modethemen und das Leben der Reichen und Schönen. Sie leitet außerdem die *WamS*-Stil-Beilage *Icon*. Häufig macht Griesse dabei in ihren Texten unverhohlenen Werbung für Marken oder Persönlichkeiten, die ihr nahestehen.

Schwärmen für die Luxusmarke

Am 15. Mai 2010 schreibt die Style-Expertin in der *Welt* unter dem Titel »Meine blauen Gläser machen mich so sentimental« über ihre Sonnenbrille des Herstellers Campbell. In dem Artikel spart Griesse nicht mit Werbung für die Edelmarke, schwärmt von der Haptik der Brille und den Gläsern, die »eine sehr beruhigende Wirkung« hätten. Campbell stehe »für eine ganz andere Klasse«. Ihre erste Campbell habe ihr ein »großzügiger Freund« geschenkt, dessen Brille sie »nach einer langen Party auf Sylt aufgesetzt

hatte« – damaliger Wert: mindestens 820 Euro. Zehn Tage vor Veröffentlichung des Artikels über die Brille der Nobelmarke erschien ein wortgleicher Text von Griesse im Modeblog *styleproofed.de*, der von *WamS*-Autorin Silke Wichert mitbetrieben wird. Neben der Besprechung findet sich ein Foto Grieses mit der Brille, eine Preisangabe und ein Button »Where to buy«, der auf die Campbell-Website verweist.

Als VIP-Gast zur Bogner-Party

Seit Jahren macht die Lifestyle-Reporterin in ihren Texten auch Werbung für den Modehersteller Bogner, obwohl sie der Firma und ihrem Gründer Willi Bogner nahesteht. 2003 moderierte Griesse die Veranstaltung »10 Jahre Bogner auf Sylt«, an der auch



Quelle: Screenshot: welt.de

Verlegerin Friede Springer teilnahm, die wie Griese zu einem Netzwerk um Kanzlerin Angela Merkel gezählt wird. Über das Society-Event schrieb Griese in der *WamS* (27. Juli), auf Sylt werde »halt auch ein Geschäftsjubiläum zum Ereignis«, bei dem es »richtig Unterhaltung (nein, das sage ich nicht, weil ich – ganz artfremd – moderiert habe)« gegeben habe.

Dabei sieht Ziffer 6 des Pressekodexes vor, dass, wenn ein Journalist »neben seiner publizistischen Tätigkeit eine Funktion, beispielsweise [...] in einem Wirtschaftsunternehmen« ausübt, »alle Beteiligten auf strikte Trennung dieser Funktionen achten« müssen. Die »Doppelfunktion« Grieses als »Berichtende und Agierende« sei »zumindest fragwürdig«, meint Arno Weyand, Referent beim Deutschen Presserat.

Im vergangenen Jahr gehörte Griese zusammen mit Bogner zu den offiziellen VIP-Gästen der Feier »20 Jahre Bogner auf Sylt«. Das wundert angesichts solch unverblümter Lobhudelei kaum: Das »berühmte B« des Markennamens steht laut Griese (*Welt*, 8. Oktober 2011) »nicht für Sexappeal. Eher für Verlässlichkeit«. »Weil sich die Bogners selbst und ihrem Stil treu bleiben«.

Verlassen kann sich der Designer wiederum auf schmeichelnde Texte aus der Feder Grieses. Unter der Überschrift »Herr Bogner, wieso sind Sie so nett?« heißt es in einem *Welt*-Artikel der Journalistin (28. September 2002): »Warum Willy Bogner so verdammt

nett ist und trotzdem mit seiner Mode gutes Geld verdient«. In dem Beitrag, in dem Griese nicht müde wird zu wiederholen, was für »ein netter Mann« Bogner sei, weist sie netterweise noch auf einen neuen Bogner-Shop hin: »Am 4. Oktober eröffnet Bogner in Berlin ein großes Geschäft.« Ziffer 7.2 des Pressekodexes schreibt vor, dass redaktionelle »Veröffentlichungen, die auf Unternehmen, ihre Erzeugnisse, Leistungen oder Veranstaltungen hinweisen« nicht »die Grenze zur Schleichwerbung überschreiten«. Diese Grenze wird dann überschritten, wenn die Nennung eines Unternehmens ohne Notwendigkeit – also in werbender Absicht – geschieht.

Mit Air Berlin nach Sylt

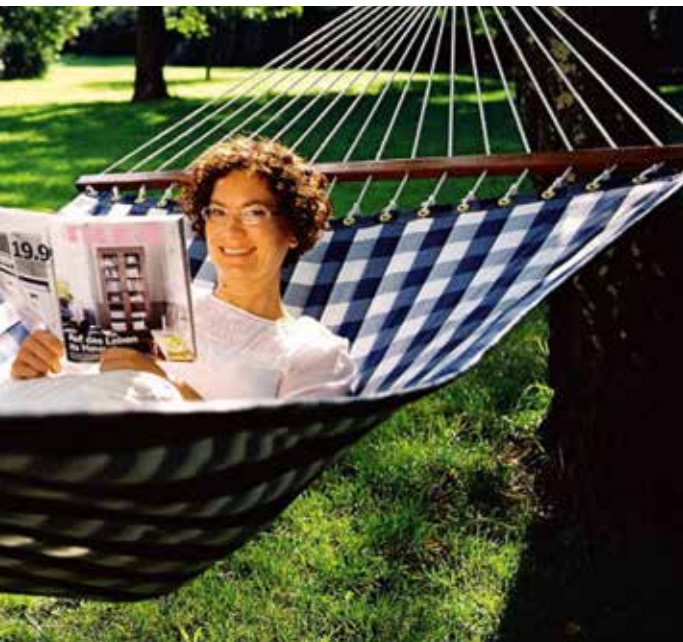
Die Fluggesellschaft Air Berlin scheint es Griese besonders angetan zu haben. In der *WamS* (11. Mai 2008) schreibt sie, sie sei »dankbar für die Flexibilität, die Air Berlin gebracht hat«. In anderen Artikeln beschreibt sie den Landeanflug auf Sylt – mit dem aus informatorischer Sicht völlig unnötigen Hinweis: »mit einer Linienmaschine von Air Berlin« (*Welt*, 17. September 2011). Fast schon als Service am Leser könnte ihr Tipp verstanden werden, dass Reisen nach Sylt »mit Air Berlin nonstop ab Düsseldorf« möglich seien (*Welt Online*, 5. Februar 2010).

Die private Verbindung Grieses zu der Airline beziehungsweise deren früherem Chef Joachim Hunold ist schnell gezogen. Im Internet finden sich mehrere Fotos, auf denen die beiden zusammen zu sehen sind. Bei einer Vernissage, auf der auch Springer-Chef Matthias Döpfner und Bild-Chef Kai Diekmann zugegen waren, sieht man Griese Arm in Arm mit Hunold. Nicht ihr einziges Aufeinandertreffen, wie ein Griese-Artikel (*WamS* 6. September 2009) zeigt: »Was für ein schöner Ausklang! Eine Mehr-geht-nicht-Herbert-Sause im ‚Sansibar‘. Der 60. Geburtstag von Air-Berlin-Patriarch Achim Hunold gestern. [...] Vom Feinsten, Jungs! Als Mensch hat Hunold längst Maßstäbe gesetzt, nun auch als Gastgeber. Es hat doch was, wenn der Chef einer Airline sturmerprobt und bodenständig ist.« Ob sie kostenlose Flüge von Air Berlin erhalten hat, wollte Griese auf Anfrage nicht mitteilen.

»Jahrelange Freundschaft«

Über die Sylter Strandbar und Lifestyle-Marke Sansibar, in der Griese Hunolds Geburtstag beging, schrieb die Journalistin im August 2010 auch auf

Welt-Autorin Ballschmiter genießt die Lektüre des Ikea-Katalogs. Kritische Distanz sieht anders aus.



Welt Online. Was der Leser des Griese-Textes nicht weiß: Griese verbindet mit dem Sansibar-Chef Herbert Seckler »eine jahrelange Freundschaft« – so heißt es zumindest in der offiziellen Beschreibung eines Buchs, das Griese zusammen mit Gastronom Seckler herausgegeben hat und welches neben dem Griese-Beitrag angepriesen wird. Auch *Welt*-Autor Robert Lücke, der einen Artikel über das Sansibar in der *Welt* (9. Oktober 2011) verfasst hat, erwähnt darin besagtes Buch, das »dem Restaurant eine Art Denkmal gebaut« habe.

Grieses enge Verbindung zu Sylt treibt weitere Blüten, wenn sie in der *Welt* (10. Oktober 2011) schreibt: »Im aktuellen Ranking von Engel & Völkers sind die teuersten Adressen Deutschlands immer noch auf Sylt. (Pst, Grossmann & Berger hat gerade ein Geheimtipp-Anwesen.« Was die Stilexpertin dem Leser nicht mitteilt: Beim Immobilienmakler Grossmann & Berger ist ihre Tochter Nini Griese als Immobilienmaklerin tätig. Die Tochter gibt im KarriereNetzwerk Xing außerdem an, »bis heute« Autorin für die – von ihrer Mutter geleiteten – *WamS*-Beilage *Icon* zu sein. In einem anderen Text zitiert ihre Mutter einen Prokuristen von Grossmann & Berger und wird den Hinweis los, dass Grossmann & Berger einer der »Gönner« einer Charity-Vernissage war.

Luxusbrille, Fluglinie, Szene-Lokal und Immobilienmakler: Griese wollte zu den einzelnen Vorwürfen keine Stellung nehmen, teilte jedoch mit, sie halte sich »uneingeschränkt an journalistische Standards«.

Beispiel Ikea

Besonders leicht mit der journalistischen Unabhängigkeit nimmt es auch die *WamS*-Redakteurin Annemarie Ballschmiter. Im Oktober 2010 berichtete *Welt Online* über die Geschäftszahlen von Ikea – einschließlich zweier Bildstrecken. Die eine zeigte die »besten Neuheiten aus dem

Was der Leser des Textes nicht weiß: Die Autorin verbindet mit dem Sansibar-Chef »eine jahrelange Freundschaft«.

Ikea-Katalog 2011« und nannte auch die entsprechenden Preise zu den abgebildeten Möbeln.

Die zweite Fotostrecke handelte vom – veralteten – Ikea-Katalog für 2010. Für den aktuellen Beitrag hatte die Redaktion den Katalog drei Tage vor dessen Verteilungsstart »vorab studiert«. Im Untertitel eines

Bildes der Fotostrecke rät die Redaktion: »Auch wenn das neue Ikea-Motto ‚Auf das Leben zu Hause!‘ lautet: Den Ikea-Katalog für 2011 kann man durchaus auch in einer Hängematte im Park studieren«. Auf dem besagten Bild ist Ballschmiter in einer Hängematte im Grünen mit dem neuen Katalog in der Hand zu sehen. Die Grenzen zwischen redaktioneller Arbeit und PR scheinen sich aufzulösen.

Pikant: Kurz zuvor warb der *Welt*-Chefredakteur Jan-Eric Peters damit, dass Leser beim Abschluss eines vierwöchigen Probeabos der *Welt Kompakt* Warengutscheine im Wert von zehn Euro erhalten. Wählen konnten die Interessenten zwischen iTunes, Media Markt und – Überraschung – Ikea. Eine ähnliche Werbeaktion der *WamS* gab es bereits im Januar 2010. Am 15. Januar 2010, einen Tag vor dem Ende der Onlinekampagne der *WamS* mit den Ikea-Gutscheinen, erschien auf *Welt Online* ein Beitrag über Ikea-Fertighäuser inklusive eines Links zur Website des Unternehmens und einer Follow-up-Geschichte am Folgetag.

Zufall oder Koppelungsgeschäft?

Warum so viele Artikel auf *Welt Online* genau in die Zeit fallen, in der die *WamS* mit Ikea bei der Abonnentenwerbung kooperierte, konnte man bei der *Welt*-Gruppe auf Anfrage nicht erklären. Zu der Frage, ob ein Zusammenhang zwischen der Abonnentenwerbung und Berichterstattung besteht, teilte der Leiter Kommunikation Digitale Medien und Internationales der Axel Springer AG, Christian Garrels, mit, man setze »u. a. auch Ikea-Gutscheine für die Abowerbung« ein, die »unabhängig und losgelöst von redaktioneller Berichterstattung über das Unternehmen – ohne Vorzugskonditionen bei Ikea« eingekauft würden. »Grundsätzlich gilt, dass wir über das Unternehmen Ikea redaktionell ebenso unabhängig und kritisch berichten wie über jedes andere Unternehmen auch – und uns dabei in erster Linie an der Nachrichtenlage orientieren«, so Garrels. Verstöße gegen den Pressekodex lägen nicht vor. Die Ikea-Sprecherin Sabine Nold erklärte auf Anfrage ebenfalls, ein Zusammenhang zwischen Abonnentenwerbung und Berichterstattung bestehe nicht.

Das Nebeneinander von Werbung und Berichterstattung ist ein bekanntes Problem. Die Rezipienten könnten »nicht unterscheiden, ob der redaktionelle Inhalt aufgrund der Überzeugung der Redaktion erscheint oder ob es sich um Koppelungsgeschäfte

handelt«, so die Autoren Alexander Reimann und Josef Schopf im Buch »Journalismus und Werbung«. Darin untersuchen die beiden die Hypothese »Wenn Unternehmen Anzeigen schalten, dann haben diese Einfluss auf die Berichterstattung in den Medien« – und finden sie in den Aussagen der befragten deutschen und österreichischen Journalisten weitgehend bestätigt.

Im Bett mit Billy

Ballschmiters persönliche Vorliebe für das schwedische Möbelhaus zeigte sich übrigens bereits 2009. Für einen Beitrag über das Billy-Regal auf *Welt Online* (26. August) mit dem Titel »Bitte nicht stören – im Bett mit Benno und Billy« ließ sie sich mit dem neu erschienenen Ikea-Katalog ablichten – statt in einer Hängematte war es damals in einem Bett. »Für manche Menschen hat das Jahr nur einen Höhepunkt: das Erscheinen des Ikea-Katalogs«, heißt es im Teaser des Beitrags. Darin erzählt Ballschmiter, wie sich das Erscheinen des neuen Kataloges auf ihr Leben auswirkt: »Jedes Jahr im Spätsommer, irgendwann Ende August, gibt es einen Abend, an dem ich nicht gestört werden möchte. Bereits getroffene Verabredungen [...] sage ich dann kurzfristig und ungeachtet der beteiligten Personen ab [...] Aber dieser Abend gehört Nils und Billy – und ein paar Unbekannten mit seltsamen Namen. Mit denen gehe ich dann ins Bett«.

Wenige Monate zuvor berichtete die *WamS* (5. April 2009) in ihrem Stilteil über Ikea. Angekündigt wurde der Beitrag auf *Welt Online* in einem Video. Darin spricht Ballschmiter mit Bezug auf Ikea-Regale von »unsere[n] Freunde[n] von Ikea«. Die Journalistin sieht in einer derartigen Äußerung auf Anfrage kein Problem.

Neben den zahlreichen Artikeln und den klickbringenden Ikea-Fotostrecken lässt die Redaktion von *Welt Online* ihre Leser auch über deren liebste Möbelstücke des Unternehmens abstimmen. Hierzu erklärt Springer-Sprecher Garrels, man lasse »Nutzer auf *Welt Online* etwa auch über die Politik der Bundeskanzlerin, den WM-Kader der Nationalmannschaft oder eben das beliebteste Ikea-Möbelstück abstimmen«.

Glänzende Berichterstattung

Welt-Autor Daniel Eckert schreibt für das Springer-Blatt regelmäßig über Geldthemen. Darin häufen

sich Erwähnungen des Goldhauses pro aurum. In einem Text Eckerts aus der *Welt* vom 4. Dezember 2011 zitiert der Autor den Unternehmenssprecher »vom Edelmetallhandelshaus ProAurum«, Benjamin Summa. Das Unternehmen kannte Eckert schon von Recherchen zu einem Text aus dem Jahr 2008. Damals

»Dieser Abend gehört Nils und Billy – und ein paar Unbekannten mit seltsamen Namen. Mit denen gehe ich dann ins Bett«.

hatte er in »*Welt Online* erklärt, was es beim Kauf von Münzen und Barren alles zu beachten gilt«. Den Artikel macht er mit einer Beschreibung auf, wie sich »die Wartenden vor dem Eingang des Edelmetallhandelshauses pro aurum« in Berlin »drängen«. Gold gelte »als ultimative Fluchtbürg vor Finanzkrise, Rezession und Geldentwertung«, so Eckert.

Für eine Broschüre des Goldhauses wurde der Autor selbst zum gefragten Experten. Die im September 2011 veröffentlichte Publikation wirbt mit dem »Interview mit Daniel Eckert, Finanzredakteur der WELT«. Darin durfte Eckert Werbung für sein Buch »Weltkrieg der Währungen« machen. »Das Interview«, das auch über die Homepage des Unternehmens verbreitet wurde, »führte Benjamin Summa, Unternehmenssprecher von pro aurum«. Der PR-Mann stand nach eigenen Angaben bis Dezember 2009 selbst in den Diensten Springers, und zwar als Finanz-Redakteur bei der Zeitung *Euro am Sonntag*, die damals zu Axel Springer Financial Media gehörte.

Eckert ließ über den Springer-Verlag mitteilen, es gebe »keine Verquickung der journalistischen Arbeit von Daniel Eckert für die WELT-Gruppe mit anderweitigen Interessenlagen.«

Die zahlreichen Beispiele zeigen, dass es mit der Einhaltung der an sich begrüßenswerten Springer-Richtlinien ganz offensichtlich nicht zum Besten bestellt ist. Seien es persönliche Näheverhältnisse, Geschäftsbeziehungen oder eine Veranstaltungsmoderation für ein Unternehmen – die Gefahren für die journalistische Unabhängigkeit sind groß. Hier sind die einzelnen Verlagshäuser und der Deutsche Presserat gefragt, derartigen Auswüchsen durch effektive Kontrolle Einhalt zu gebieten. Aber auch der einzelne Journalist muss wissen, was seine gesellschaftliche Verantwortung ist. ■

Marvin Oppong ist als freier Journalist und Dozent in Bonn tätig.



Wie man sich

Drei junge Frauen verabreden sich zum Selbstmord im Wald. Wie viele Details über Suizide sollen und dürfen die Medien beschreiben? Der Deutsche Presserat und der »Werther-Effekt«.

VON HORST SCHILLING

Die *Oberhessische Presse* meldete in ihrer Online-Ausgabe, Polizisten hätten in einem Zelt mitten in einem Wald die leblosen Körper dreier Frauen gefunden. »Die drei hatten eine grüne Plane über das Zelt gezogen und alle Öffnungen mit Isolierband verklebt«, berichtete die Zeitung. »Im Zeltinnern fanden die Polizisten drei abgebrannte Einweggrills.«

Ein Leser fürchtete, die Darstellung der Selbstmordmethode könne zu Nachahmungen führen. Es hätte ausgereicht, wenn man geschrieben hätte, dass die drei Mädchen im Wald Selbstmord begangen hätten. Der Justiziar des Verlages erklärte, Polizei und Staats-

anwaltschaft hätten weitaus ausführlicher über die Selbsttötung berichtet. Für den Leser sei die Berichterstattung nicht verständlich, wenn lediglich mitgeteilt werde, dass die Betroffenen erstickt seien. Die Redaktion habe sich für diese Art der Berichterstattung entschieden, weil nur so das planvolle Vorgehen der drei jungen Frauen deutlich geworden sei.

Der Presserat erteilte der Zeitung einen Hinweis. Die Richtlinie 8,5 des Pressekodex fordere Verzicht auf die Schilderung näherer Umstände eines Suizids und lasse nur Ausnahmen zu, wenn es sich um Vorfälle von öffentlichem Interesse handele.

Dass die drei jungen Frauen sich in einem Zelt mit Hilfe eines Einweggrills vergiftet haben, sei ein Detail, das die Zeitung nicht hätte erwähnen sollen, begründete der Presserat seine Entscheidung. Je weniger Details einer Suizidmethode bekannt würden, desto weniger trage die Berichterstattung bei gefährdeten Menschen zu Nachahmungstaten bei.

Mutter wollte warnen

In einem Beitrag über denselben Fall berichtete der *Spiegel*, dass sich die drei jungen Frauen im Internet zu einem gemeinsamen Selbstmord verabredet hätten. Im Internet gebe es unzählige deutschsprachige Seiten, auf denen sich Lebensüberdrüssige mit Gleichgesinnten verbünden könnten, um sich gegenseitig in der Absicht zu bestärken, Suizid zu begehen oder über Methoden zur Selbsttötung zu beraten.

Der *Spiegel* erklärte, die Bereitschaft einer der Mütter, über den Selbstmord ihrer Tochter zu sprechen, sei der Anlass gewesen, über die tragische Begebenheit zu berichten. Dies geschehe, um Eltern aufzuklären – in Kenntnis der Tatsache, dass es Menschen gebe, die eine solche Berichterstattung als heikel empfänden.



Quelle: neuepresse.de

Ein Foto von einem Fotografen am Tatort. Wie stellt man den Selbstmord von drei Mädchen im Wald in der Presse dar?

das Leben nimmt

In der Veröffentlichung der Fotos von zwei der drei jungen Frauen konnte der Presserat keinen Kodexverstoß erkennen. In dem einen Fall war die Redaktion dem Wunsch der Familie nachgekommen, die Tochter nicht identifizierend darzustellen. Sie hatte das Foto unkenntlich gemacht. Das ungepixelte Foto der anderen jungen Frau und Auszüge aus deren Tagebuch waren auf Wunsch der Mutter veröffentlicht worden. Auch die Erwähnung des Suizidforums wurde nicht beanstandet, da die Internetseite inzwischen gesperrt worden ist und bei Drucklegung des Textes schon nicht mehr zugänglich war.

Der *Spiegel* habe ein äußerst schwieriges Thema aufgegriffen und die darin enthaltene Problematik nicht sensationsheischend wiedergegeben, betonte der Presserat. Seine Darstellung der Suizidmethode verstoße jedoch gegen Richtlinie 8.5. Die Warnung der Mutter und die gesamte Intention des Artikels wären auch ohne Nennung der Details möglich gewesen. Das Magazin erhielt gleichfalls einen Hinweis.

SMS veröffentlicht

Die Online-Ausgaben von der *Berliner Zeitung* und *Bild* berichteten seinerzeit über den Freitod der Berliner Jugendrichterin Kirsten Heisig und veröffentlichten den Inhalt einer SMS, die Frau Heisig zuletzt an eine ihrer Töchter geschrieben haben soll. Ein Leser beider Veröffentlichungen sah die Persönlichkeitsrechte der Verstorbenen verletzt. Der Inhalt der SMS, so vermutete er, könne nur aus den Ermittlungsakten stammen.

Die Chefredaktion der *B.Z.* und die Rechtsabteilung von *Bild-Online* erklärten, Frau Heisig sei eine der profiliertesten deutschen Jugendrichterinnen und wegen ihrer öffentlichen Kritik an der schleppenden gerichtlichen Verfolgung von Jugendstraftaten weit über Fachkreise hinaus bekannt gewesen. Sie habe nicht zuletzt durch ihr Buch »Das Ende der Geduld« im Fokus der Öffentlichkeit gestanden. Ihr mysteriöses Verschwinden sei von der Öffentlichkeit mit Entsetzen verfolgt worden, schrieb *Bild*. Ihr Freitod habe die Menschen tief berührt, erklärte die *B.Z.* Allgemein sei nach den Gründen gefragt worden. Ihre letzten Äußerungen, die *B.Z.-Online* wiederge-

geben habe, seien Beleg dafür, dass es private Gründe gegeben haben könnte. Beide Zeitungen betonten, nicht auf unlautere Weise, sondern auf legalem Wege Kenntnis vom Inhalt der SMS erlangt zu haben. *Bild* erklärte, der Inhalt der SMS habe ein Motiv für den bestehenden Suizidverdacht geliefert und umlaufende Gerüchte über ein Kapitalverbrechen entkräftet.

Der Presserat sprach gegen beide Zeitungen eine Missbilligung aus. Unstreitig habe über den Tod von Frau Heisig identifizierend berichtet werden dürfen. Der Presserat sah in der Veröffentlichung der SMS, die Frau Heisig an ihre Tochter verschickt hat, jedoch die informationelle Selbstbestimmung verletzt. Durch die Veröffentlichung werde der Adressatenkreis zu Unrecht erweitert. Es sei zwar zulässig, die privaten Gründe für den Suizid hervorzuheben. Dies habe man jedoch auch auf andere Weise tun können. Es gehe über das Interesse der Öffentlichkeit hinaus, den Konflikt zwischen Frau Heisig und ihren Kindern durch die SMS zu transportieren.

Selbsttötung auf Bahngleisen

Detaillierte Berichte über Selbsttötungen an Bahnstrecken lässt der Presserat nur in Ausnahmefällen durchgehen. So erhielt die *Aller-Zeitung* eine Missbilligung. Sie hatte berichtet, dass sich ein 40-jähriger Asylbewerber von einem Güterzug habe überrollen lassen und der Zugverkehr daraufhin für mehr als zwei Stunden zum Erliegen gekommen sei. Zwei Schülerinnen im Alter von 14 und 15 Jahren hatten die Tat beobachtet. Die Zeitung zitiert die 14-Jährige mit der Beschreibung, dass der Mann seinen Kopf auf die Schienen gelegt habe.

Dass die Selbsttötung in einem Bahnhof stattfand und eine Unterbrechung des Zugverkehrs die Folge war, reiche für eine Begründung der Darstellung nicht aus, entschied der Presserat. Im vorliegenden Fall sind nach Auffassung des Gremiums zu viele

Die Zeitung zitiert die 14-Jährige mit der Beschreibung, dass der Mann seinen Kopf auf die Schienen gelegt habe.

Details veröffentlicht worden. Insbesondere durch das Zitat des jungen Mädchens entstehe eine voyeuristische Sicht der Dinge. Gegen die Befragung der Mädchen hatte der Presserat jedoch keine Bedenken, da sie die einzigen Zeugen des Vorfalls waren und durch die Berichterstattung nicht identifizierbar sind.

Vergleiche mit Robert Enke

Missbilligt wurde auch die Online-Ausgabe der *Sächsischen Zeitung*, die in allen Details geschildert hatte, wie sich ein 18-jähriger Lehrling aus Liebeskummer vor einen Zug geworfen hat. Weil der junge

»War es der Stress? War es die Einsamkeit nach dem Verlust der Mutter? Fehlten Freunde? War es die Seelenlosigkeit unserer Zeit?«

Mann Fußballer war, zieht das Blatt einen Vergleich zwischen dem aktuellen Fall und dem Freitod des Hanno-

ver-96-Torwarts Robert Enke. Der Presserat hielt es zwar für zulässig, den Namen des Jungen zu nennen, weil er offenbar eine bekannte Größe im lokalen Umfeld der Zeitung war. Als unzulässig erachteten die Mitglieder jedoch die Spekulationen über den Grund des Suizids. Dadurch werde der Freundin des Toten eine Verantwortung zugesprochen, die nicht belegt sei.

Gefahren sozialer Netzwerke

Eine Beschwerde löste auch *Bild-Online* mit einem Beitrag über einen 13-jährigen Jungen aus, der sich ebenfalls vor einen Zug geworfen hatte. Die Zeitung hatte mit der Mutter gesprochen, die überzeugt ist, dass ihr Sohn in den Selbstmord gemobbt wurde. Klassenkameraden hatten ihn auf Facebook als schwul bezeichnet. Detailliert beschreibt die Zeitung die Umstände des Suizids. Die Rechtsabteilung der Zeitung erklärte, es sei ein Anliegen der Mutter gewesen, andere Familien wachzurütteln.

Der Presserat sprach das Blatt von dem Vorwurf einer Kodexverletzung frei. Die Zeitung mache auf die Gefahren im Umgang Jugendlicher mit sozialen Netzwerken aufmerksam. Vor diesem Hintergrund habe man die näheren Begleitumstände des Suizids ausnahmsweise schildern dürfen. Das Gremium berücksichtigte bei dieser Entscheidung auch, dass die Mutter des Jungen sich mit Details aus dessen Privatleben an die Öffentlichkeit gewandt hat.

Spekulationen über Tatmotiv

Die Online-Ausgabe des *Gandersheimer Kreisblattes* veröffentlichte verschiedene Beiträge über einen Suizid an einem Gymnasium. Ein Lehrer sei in der Schule tot aufgefunden worden. Er habe sich die Pulsadern aufgeschnitten. Es werden der Vorname, der abgekürzte Nachname, das Alter des Betroffenen und die Straße genannt, in der er wohnte. Da kein Abschiedsbrief gefunden wurde, gab es verschiedene Theorien für den Freitod. Die Zeitung zitierte den Sprecher der Staatsanwaltschaft, der von Problemen im psychischen Bereich sprach. In der weiteren Berichterstattung fragte die Zeitung, warum es zu der Tat gekommen sein könnte: »War es der Stress? War es die Einsamkeit nach dem Verlust der Mutter? Fehlten Freunde? War es die Seelenlosigkeit unserer Zeit?«

Der Chefredakteur der Zeitung erklärte, die große Betroffenheit der Schüler und Lehrer habe die Zeitung veranlasst, über den Vorgang authentisch zu informieren. Angesichts des großen Schweigens aus dem Familienumfeld des Verstorbenen hätten allerdings alle Hinweise auf das Motiv für die tragische Tat nur Vermutung und Spekulation sein können. Mit der Berichterstattung habe man dazu beitragen wollen, dass sich ähnliche Ereignisse an anderen Schulen vielleicht durch Prävention vermeiden ließen.

Rücksicht auf die Familie nehmen

Der Presserat reagierte auf eine Beschwerde über die Beiträge mit einer Missbilligung. Der Umfang der Berichterstattung sei aufgrund des großen öffentlichen Interesses am Ort generell zu rechtfertigen. Auch gegen die Nennung des Vornamens und abgekürzten Nachnamens sei nichts einzuwenden, da man davon ausgehen könne, dass das Opfer in einem so kleinen Ort sowieso bekannt sei.

Als ausgesprochen problematisch sah der Presserat jedoch die vielen Mutmaßungen über die Ursachen des Suizids an, die nicht auf Fakten, sondern auf Spekulationen über den Seelenzustand eines Suizidopfers basieren.

Dass eine Familie, die geschockt sei von der Selbsttötung eines Verwandten, sich nicht öffentlich äußern möchte, sei nicht nur mehr als verständlich, sondern müsse auch respektiert werden. Die Öffentlichkeit habe kein Recht, über die Ursachen eines Suizids informiert zu werden. Dabei sollten sich auch die Medien nicht in Vermutungen ergehen.



Quelle: hna.de

Werther-Effekt

Auch in diesem Zusammenhang wies der Presserat auf den sogenannten »Werther-Effekt« hin: Offenbar steigt die Gefahr, dass es Nachahmungstäter gibt, wenn über einen Suizid ausführlich berichtet wird. Dass der Ort der Selbsttötung genannt wird, hielt der Presserat ausnahmsweise für gerechtfertigt. Viele Schüler und deren Familien sowie das Lehrerkollegium hätten die Auswirkung durch die Schulschließung am Tag nach der Tat zu spüren bekommen. Dass der Lehrer sich die Pulsadern aufgeschnitten habe, gehöre dagegen zu den Fakten, die nach Richtlinie 8.5 nicht hätten genannt werden dürfen. Auch wenn der Tatort Schule für die Gemeinde und damit auch für die Zeitung am Ort spektakulär sei, die in dem Beitrag enthaltenen Details gingen zu weit, unterstellten dem sozialen und familiären Umfeld des Opfers sogar eine gewisse Mitschuld an dem Suizid. Die sei mit einer zurückhaltenden Berichterstattung nicht zu vereinbaren.

Deutsche Regeln nicht aufgehoben

Mit einer öffentlichen Rüge bedachte der Presserat die Jugendzeitschrift *Bravo Girl*, die den Suizid einer Schülerin in den USA ausführlich geschildert hatte. Die 15-Jährige sei von ihren Mitschülern aus Eifersucht gemobbt worden und habe sich in ihrer Verzweiflung erhängt.

Die Rechtsvertretung des Verlages erklärte, der Fall sei vor einem US-Gericht verhandelt worden und könne bei Wikipedia in aller Ausführlichkeit nachgelesen werden. Die Eltern des Mädchens seien mit der Berichterstattung einverstanden gewesen, um einen Beitrag zur Prävention zu leisten.

Der Presserat begründete seine Rüge mit der Feststellung, dass die Redaktion mit der extrem ausführlichen Darstellung des Suizids und mit der Veröffentlichung von Namen und Fotos sowohl des Mädchens als auch der mobbenden Mitschüler alle Vorgaben der Richtlinie 8.5 außer Acht gelassen habe. Gerade im Hinblick auf das jugendliche Alter der Beteiligten wäre eine strenge Anonymisierung erforderlich gewesen. Auch mit der absurden Feststellung »Phoebe wollte sterben, weil sie

zu hübsch war« habe die Redaktion die Grenze des Zulässigen überschritten und den Fall unangemessen sensationell dargestellt. Dass in den USA über den Fall offensichtlich ausführlich berichtet worden sei, rechtfertige nicht die vorliegende deutsche Fassung. Dass in anderen Ländern Presseveröffentlichungen anderen ethischen Standards unterliegen, hebe nicht die Regeln für deutsche Presseerzeugnisse auf.

Die *Hessische Niedersächsische Allgemeine* berichtete in ihrer Print- und Online-Ausgabe über die Selbsttötung eines 32-jährigen Fotomodells, das an der Fernsehsendung »Das perfekte Dinner« teilgenommen hatte. In den Beiträgen wird die Frau wenig schmeichelhaft porträtiert. Ein Foto zeigt sie mit entblößtem Oberkörper bei einem Foto-Shooting auf der Straße. Die Zeitung spekuliert über mögliche Motive für den Suizid und zitiert u. a. Einträge in Facebook, in denen sich Zuschauer der Kochsendung mit Häme über die »Reizfigur« geäußert hatten. Im persönlichen Umfeld der Toten sei zu hören, dies habe mit dem Ausschlag gegeben für ihren Entschluss, aus dem Leben zu scheiden.

Der Presserat war sich einig, dass an der Berichterstattung über den Suizid einer Teilnehmerin an einer Fernsehsendung ein öffentliches Interesse besteht. Er beanstandete aber, dass die Zeitung bei der Schilderung der Details und der Umstände zu weit gegangen sei. Sie veröffentlichte Spekulationen Dritter über den Suizid, ohne dass sie konkrete Belege anführen kann. Der Presserat kritisierte ferner die Veröffentlichung der Facebook-Einträge, in denen die betroffene Frau beschimpft wird. Da die Zeitung die gebotene Zurückhaltung vernachlässigt hat, wurde sie mit einem Hinweis bedacht. ■

Die *Hessische Niedersächsische Allgemeine* am 5. April 2012

Horst Schilling verfolgt regelmäßig die Sitzungen des Deutschen Presserates, dem er zwölf Jahre lang angehörte.



Wachhund beißt

Anfang des Jahres musste der Chef der Schweizer Notenbank wegen privater Devisengeschäfte zurücktreten – Folge einer Enthüllung des Magazins Weltwoche. War die Recherche berufsethisch in Ordnung?

VON MAX TROSSMANN

Am 5. Januar 2012 feuerte die *Weltwoche* eine Breitseite mit sechs Artikeln gegen den bis dahin hoch reputierten Schweizer Währungshüter ab. Auf dem Cover hiess es: »Philipp Hildebrand betreibt Insider-Geschäfte. Der Notenbankpräsident tätigte private Währungs-Deals in Millionenhöhe. Gegen ihn wurde Strafanzeige erstattet.« Das Magazin forderte seinen Rücktritt.

Im Hauptartikel zeichnete der Enthüllungsjournalist Urs Paul Engeler die Devisengeschäfte von »Spekulant Hildebrand« nach. Als Beleg zeigte er den Auszug eines privaten Kontos Hildebrands bei der Privatbank Sarasin. Als Informanten nannte er Hildebrands Kundenberater. Der habe den Notenbanker angezeigt.

In den Tagen darauf lieferten die Medien immer neue Details rund um die Devisentransaktionen. Am 9. Januar warf Hildebrand das Handtuch und trat ab.

Ende Januar beschwerte sich die Bank Sarasin beim Schweizer Presserat über den *Weltwoche*-Artikel. Doch der Rat hätte den Fall ohnehin aufgegriffen. Schließlich will er nicht abseitsstehen, wenn die ganze Branche und die halbe Schweiz debattiert, ob die Medien das Recht haben oder die Pflicht, den Chef der Schweizerischen Nationalbank (SNB) anzuschwärzen. Manche sahen Hildebrand als Opfer skandalisierender Medien. Dem Presserat war daher wichtig, neben der Sache Sarasin contra *Weltwoche* weitere medienethische Fragen zu klären. Doch zunächst ein Abriss des Ablaufs der Affäre.

Das ominöse Kommuniké

Hellhörig wurden Journalisten, als ein kryptisches Kommuniké der Nationalbank am 23. Dezember 2011 erschien. Sein Titel »Gerüchte gegen den Präsidenten des Direktoriums erweisen sich als haltlos« und sein Inhalt warfen mehr Fragen auf, als sie beantworteten.

Am Neujahrstag 2012 lenkten sowohl *NZZ am Sonntag* als auch *SonntagsZeitung* den Blick auf den rechtskonservativen Ex-Justizminister Christoph Blocher. Der habe, gestützt auf ihm zugespielte Unterlagen der Bank Sarasin, bereits Mitte Dezember 2011 Bundespräsidentin Micheline Calmy-Rey über private Konten der Ehefrau von Philipp Hildebrand und Verdächtigungen gegen ihn informiert. Daraufhin seien die Konten der Familie Hildebrand geprüft und für in Ordnung befunden worden.

Wurde der Journalistenkodex verletzt?

Nach den beiden Sonntagszeitungen folgte der Donnerschlag der *Weltwoche*. Die Bank Sarasin beschwerte sich über das Magazin beim Presserat: Verletzt habe die *Weltwoche* die Ziffern 1 (Wahrheit), 3 (Quellen überprüfen; Montagen; Anhören bei schweren Vorwürfen), 4 (Lauterkeit der Recherche) und 5 (Berichtigen) des Journalistenkodex.

Falsch sei insbesondere, dass Hildebrands persönlicher Kundenberater die *Weltwoche* informiert und den SNB-Chef angezeigt habe. Beides sei nie berichtet worden. Zudem habe Autor Engeler nie direkt mit seiner wirklichen Quelle, einem IT-Mitarbeiter, gesprochen, sondern ihn nur über dessen Anwalt kontaktiert. Das Heft habe die manipulierten Screenshots der Konten auch nicht als Montage gekennzeichnet. Und es habe Sarasin zum Vorwurf, das Bankgeheimnis verletzt zu haben, nicht angehört.

Die Redaktion bestand darauf, wahr berichtet zu haben. Ob nun der Kundenberater oder ein IT-Mitarbeiter die Fakten geliefert habe, sei nebensächlich und für das Verständnis des Vorgangs irrelevant. Die *Weltwoche* habe mehrere Quellen genutzt, jedoch nur eine offengelegt. Bei der Information, Hildebrand sei angezeigt worden, habe sie sich auf den Anwalt

gestützt. Da keine schweren Vorwürfe gegen die Bank erhoben worden seien, habe sie Sarasin nicht anhören müssen. Was schließlich die bearbeiteten Kontoauszüge anbelange, habe der Anwalt diese nur optisch, nicht inhaltlich verändert; man habe sie daher nicht als »Montage« kennzeichnen müssen.

In Bezug auf die *Weltwoche* ist der Entscheid des Presserats (www.presserat.ch, 24/2012) eindeutig: Enthüller Engeler und Chefredakteur Roger Köppl taten Recht daran, den Fall aufzudecken. Der »Wachhund der Demokratie« hat gebellt und gebissen. Allerdings sind ihm im Eifer der Hatz mehrere Fehler unterlaufen:

■ **Wahrheit:** Zwar beruft sich die *Weltwoche* auf mehrere Quellen, die sie wegen des Quellenschutzes nicht nennen könne. Sie widerspricht damit aber der unmissverständlichen Darstellung Engeler selbst in der *Basler Zeitung* vom 7. Januar 2012. Danach war seine Quelle der Anwalt. Soweit die *Weltwoche* ihre Leser mithin über die Hauptquelle ihrer Informationen täuschte, ihre Quelle aus der Bank falsch umschrieb und es zudem unterließ, darauf hinzuweisen, dass sie nie persönlich direkten Kontakt mit dem IT-Mann hatte, verletzte sie Ziffer 1 des Kodex. Unzutreffend war auch das Faktum, der angebliche Strafanzeiger sei Hildebrands Kundenberater.

■ **Berichtigung:** Weil die *Weltwoche* den Urheber der Indiskretion verwechselt hat und der Bankberater keine Anzeige erstattet hat, wären diese Falschmeldungen zu berichtigen gewesen. Ziffer 5 ist verletzt.

■ **Montage:** War die als »Hildebrands Bankkonto« bezeichnete Illustration als »Montage« zu kennzeichnen? Der Presserat befand: Ja.

■ **Anhörung, Quellen:** Die Behauptung, Hildebrands persönlicher Kundenberater habe der *Weltwoche* Infos zu Kundendaten und Transaktionen zukommen lassen und zudem Hildebrand angezeigt, ist ein schwerer Vorwurf, denn das Vertrauen der Kunden in die Diskretion einer Bank und ihrer Mitarbeiter ist eine ihrer wesentlichen Geschäftsgrundlagen. Das Blatt wäre unter dem Aspekt der Quellenüberprüfung ohnehin gehalten gewesen, die Bank vor der Publikation mit seiner Enthüllung zu konfrontieren. Ziffer 3 ist verletzt.

■ **Lauterkeit der Recherche:** Engeler durfte davon ausgehen, dass an den zugespielten Informatio-



Quelle: Schweizer Presserat

Cover der *Weltwoche* vom 5. Januar 2012.

nen etwas dran war und sie aus der Bank Sarasin stammten. Insofern ist die Voraussetzung, dass die Quelle dem Medium bekannt sein muss, knapp erfüllt. Das Thema war zudem äußerst aktuell, von hohem öffentlichem Interesse. Das Interesse, die Kontroverse um private Geschäfte des SNB-Chefs zu klären, überwog den Umstand, dass ein Sarasin-Mitarbeiter mit seiner Indiskretion zwangsläufig das Bankgeheimnis verletzt. Damit ist Ziffer 4 nicht verletzt.

Neben diesem »Richtspruch« in Sachen *Weltwoche* liegt dem Gremium an folgenden Feststellungen:

1. Die Medien sind trotz einzelner Fehlleistungen ihrer Rolle als »Wachhunde der Demokratie« nachgekommen. Investigativer Journalismus ist für diese Aufgabe unverzichtbar. Das öffentliche Interesse überwog gegenüber dem Schutz der Privatsphäre.
2. Bei einigen Berichten bestand die Gefahr der Instrumentalisierung durch Informanten. Auch fehlten Unabhängigkeit und Distanz zwischen Journalist und Informant. Trotzdem war das Publikum in der Lage, die Rolle der Hauptexponenten der Affäre wie jene der Medien zu verstehen und einzuordnen. ■

Max Trossmann ist Historiker und Publizist sowie Vizepräsident des Schweizer Presserats.



Goldverdächtige

Die beharrliche Recherche zweier Journalisten deckte die unrealistischen Medaillenziele für Olympia auf – und die großen Schwächen des Informationsfreiheitsgesetzes.

VON MANFRED REDELFS

Für die Journalisten Daniel Drepper und Niklas Schenck war diese Recherche ein Langstreckenlauf: Der freie Reporter im Recherche-Ressort der WAZ und der Henri-Nannen-Schüler wollten wissen, welche Zielvereinbarungen das Bundesinnenministerium (BMI) mit den Sportverbänden für die Olympischen Spiele in London getroffen hatte. Schon im Mai vorigen Jahres hatten sie deshalb unter Berufung auf das Informationsfreiheitsgesetz (IFG) Akteneinsicht beim Ministerium beantragt.

Das Thema ist brisant, denn von den Erfolgen bei Welt- und Europameisterschaften, vor allem aber bei Olympia, hängt die Verteilung der Gelder an

Nicht einmal die Parlamentarier kennen den Schlüssel, nach dem die rund 240 Millionen Euro für die Sportförderung verteilt werden.

die einzelnen Sportverbände ab. Auch die Finanzierung von Trainerstellen durch den Bund ist daran gekoppelt. Es geht um viel Geld, denn rund 240 Millionen Euro fließen jedes Jahr aus Bundesmitteln in den Spitzensport – und nicht einmal die Parlamentarier kennen den Schlüssel, nach dem die Millionen verteilt werden.

Auf Geheimhaltung geeicht

Die Recherche, die von Netzwerk Recherche und der Otto-Brenner-Stiftung mit einem Stipendium unterstützt wird, produzierte mächtig Schlagzeilen. Zum Ende der Wettkämpfe räumte das Innenministerium endlich ein, dass für London 86 Medaillen geplant waren, darunter allein 28 mal Gold – ein Ziel, das bekanntlich weit verfehlt wurde. Die Vor-

gaben wurden als weltfremd kritisiert und die deutsche Sportförderung war als letzter Ausläufer der Planwirtschaft entlarvt. Doch die Debatte über die sonderbare Förderstrategie von BMI und Deutschem Olympischem Sportbund (DOSB) hat in den Hintergrund gedrängt, dass die Recherche noch einen zweiten Skandal aufgedeckt hat: die auf Geheimhaltung geeichte Informationspolitik der Behörden.

Bis heute wurde der Antrag auf Akteneinsicht vom Ministerium nur unvollständig beantwortet, unter anderem mit Verweis auf den Schutz personenbezogener Daten und auf Geschäftsgeheimnisse des DOSB. Dabei hatten sich die Antragsteller ausdrücklich bereit erklärt, einer Schwärzung aller persönlichen Daten zuzustimmen, die in den Unterlagen enthalten sind. Und ob es sich bei der – offensichtlich wenig erfolgreichen – Förderstrategie tatsächlich um ein schützenswertes Betriebs- und Geschäftsgeheimnis handelt, ist juristisch höchst zweifelhaft.

Journalisten schlagen Kuhhandel aus

Misstrauisch wurden die Journalisten Drepper und Schenck, als man ihnen im Rahmen eines Schlichtungsgesprächs im BMI anbot, sie würden vom DOSB alle Zielvereinbarungen erhalten, sofern sie ihren IFG-Antrag fallen ließen. Was der Dachverband anbot, waren aber Beispiel-Zielvereinbarungen, die keine Medaillenvorgaben und keine konkreten Projektbeschreibungen enthielten. Für die journalistische Arbeit wären diese Informationen wertlos gewesen. Die Rechercheure hielten deshalb an ihrem Antrag fest.

Um die Journalisten abzuschrecken, verfiel das Ministerium schließlich auf eine andere Strategie: Es teilte den Antrag in 68 Einzelanträge auf. Dieser Schachzug ermöglicht es dem BMI, statt der Höchst-

Recherche

gebühr von 500 Euro, die das IFG pro Antrag vorsieht, nun insgesamt bis zu 34.000 Euro Gebühren zu erheben. Außerdem erhöht sich durch die Aufsplittung in etliche Einzelverfahren das Prozesskostenrisiko für die Antragsteller, wenn sie juristisch gegen die Entscheidung des BMI vorgehen.

Ganz offensichtlich spielten die Behörden hier auf Zeit, denn es war klar, dass die meiste Aufmerksamkeit für dieses Thema während der olympischen Spiele herrschen würde. Die Journalisten entschieden sich deshalb Anfang Juli 2012, zusätzlich einen Eilantrag zu stellen, den sie mit dem Auskunftsanspruch nach dem Landespressegesetz begründeten und allein auf die Medaillenvorgaben für Olympia zuspitzten. Das Landespressegesetz eröffnet im Unterschied zum IFG zwar keinen Anspruch auf Akteneinsicht oder Freigabe von Dokumenten. Aber es lässt eine Verfahrensbeschleunigung zu. Mit dieser Klage, die vom Deutschen Journalisten-Verband unterstützt wurde, waren die Journalisten am 31. Juli erfolgreich. Das Gericht entschied, dass die von BMI und DOSB vorgebrachten Ausnahmegründe wenig überzeugend und zudem geringer zu gewichten seien als das von den Journalisten dargelegte öffentliche Interesse an den Zielvereinbarungen.

Friedrich spielt weiter auf Zeit

Für vergleichbare Verfahren wichtig sind die Ausführungen des Gerichts zur Eilbedürftigkeit: »Da es dem Antragsteller hier darum geht, vor dem Hintergrund eines aktuellen Ereignisses, nämlich der gegenwärtig stattfindenden Olympischen (Sommer)Spiele zu berichten, benötigt er die begehrten Auskünfte jetzt und nicht zu einem ungewissen Zeitpunkt in der Zukunft. Im Hinblick auf den verfassungsrechtlich verbürgten Wert der Pressefreiheit [...] ist in diesem Fall die Vornahme der Hauptsache in Kauf zu nehmen.«

Im Klartext bedeutet dies, dass die WAZ nicht warten musste, bis in einem neuen Verwaltungsgerichtsverfahren regulär verhandelt wurde, sondern die Auskünfte waren unmittelbar nach der Entscheidung im Eilverfahren zu erteilen. Trotzdem spielte Innenminister Hans-Peter Friedrich (CSU) weiter auf Zeit, ungeachtet der Kritik in vielen Medien, vom

Deutschen Journalisten-Verband, von Netzwerk Recherche und bald auch aus der Politik. Erst durch die Androhung eines Zwangsgeldes von 100.000 Euro, das die WAZ beantragt hatte, konnte der Minister kurz vor Ende der Olympischen Spiele zum Einlenken gezwungen werden.

Der Fall zeigt, dass es sich lohnt, wenn Journalisten sich durch eine Blockadehaltung nicht abschrecken lassen, sondern notfalls vor Gericht ziehen, um ihre Rechte durchzusetzen. Das Verwaltungsgericht Berlin hat in erfreulicher Klarheit darauf hingewiesen, dass die Sorgen des Ministeriums, Journalisten würden die Zahlen ja nur falsch interpretieren, keinerlei Grund für eine Informationsverweigerung sein können. Der paternalistischen Grundhaltung des Ministeriums hielt das Gericht entgegen, dass die Verwertung der Daten vollständig in die redaktionelle Verantwortung des jeweiligen Presseorgans falle. Allein die Möglichkeit einer verkürzten Berichterstattung reiche nicht aus, um den presserechtlichen Auskunftsanspruch zu verweigern.

Für die Journalisten Drepper und Schenck ist die Recherche nach dem juristischen Teilerfolg allerdings noch lange nicht beendet. Zwar sind jetzt die Medaillenziele für Olympia bekannt, aber um alle Detailvereinbarungen aus den Akten wird weiterhin gerungen – nun ohne den Aufmerksamkeitsbonus durch Olympia. Das Beispiel zeigt damit auch, wie reformbedürftig das IFG ist, denn in seiner jetzigen Form lässt es den Behörden noch sehr viel Freiraum, sich auf Ausnahmeklauseln zu berufen, auf eine zermürbend lange Verfahrensdauer zu setzen oder mit abschreckenden Gebühren zu drohen. Netzwerk Recherche drängt deshalb seit langem auf eine Reform des IFG, hin zu einem Transparenzgesetz, das diesen Namen verdient. ■

Weiterführender Link:

► Ausführliche Informationen: www.derwesten-recherche.org



Quelle: Chris Phillips/flickr.de

Dr. Manfred Redelfs leitet die Recherche-Abteilung von Greenpeace und engagiert sich im Vorstand von Netzwerk Recherche zum Thema Auskunftsrechte.



Die Top-Ten des

In jedem Quartal stellt Message die besten Bücher aus der Feder von Journalisten vor – ein Projekt des Instituts für Publizistik- und Kommunikationswissenschaft der Universität Wien.



1. Wibke Bruhns: Nachrichtenzeit. Meine unfertigen Erinnerungen. München: Droemer Knauer 2012, 422 Seiten, 22,99 Euro

Wer als Journalistin oder Journalist eine Autobiografie schreibt, reiht sich ein in eine mehr als hundertjährige, reichhaltige Tradition. Nun also Wibke Bruhns, die 1971 als erste Frau die *heute*-Nachrichten präsentierte, dann – auch das pionierhaft – als Korrespondentin für den *Stern* nach Israel und in die USA ging und schließlich Kulturchefin des ORB wurde. Dass sie die Kompetenz für die großen journalistischen Formate hat, bewies sie 2004 mit der Geschichte ihrer Familie (Meines Vaters Land).

Auch mit diesen Erinnerungen ist ihr wieder ein inhaltlich dichtes und dramaturgisch perfekt gebautes Buch gelungen. Erzählt wird in 16 Kapiteln, beginnend mit der Nachkriegszeit und endend mit ihrer Rückkehr nach Berlin 1998. Dazwischen erleben wir sie und ihre Töchter in Jerusalem und Washington, sozusagen backstage zu den professionellen Auftritten auf den Magazineseiten. Dass sie sich nach der Rückkehr aus den USA ländlich ins Elsass zurückzog, schenkt dem Leser zwar köstliche Idyllen, provoziert aber auch Verwunderung. Das Ende des Buches bringt die Lösung: »Die Geschichte rutschte am Elsass vorbei. In Berlin spielte die Musik, spielt sie noch.« (S.379)



2. Thomas Kistner: Fifa Mafia. Die schmutzigen Geschäfte mit dem Weltfußball. München: Droemer Knauer 2012, 432 Seiten, 19,99 Euro

Thomas Kistners kritischer Blick gilt auch der eigenen Branche. Viele Sportjournalisten – so sein Urteil – wären »Fans, die es über die Absperrung geschafft haben.« Er gehört definitiv nicht zu diesen, sondern zu der sehr überschaubaren Gruppe investigativer Redakteure. Bei der *SZ*, für die Kistner seit 1990 arbeitet, ist er für Sportpolitik zuständig und damit für Themen wie Doping, Korruption oder Sportverbände. 2006 wurde er zum »Sportjournalisten des Jahres« gewählt und u.a. mit dem Theodor-Wolff-Preis ausgezeichnet.

Seit fast 20 Jahren recherchiert er undurchsichtige Methoden und Machenschaften des Weltfußballverbandes Fifa, einem milliardenschweren, weltweit vernetzten Unternehmen nach Schweizer Privatrecht, dem demokratische Regierungen die Befreiung von Steuer-, Arbeits- und Zollbestimmungen gewähren.

Dass er sich seiner Sache sicher ist, beweist er allein schon mit dem jeden Medienjuristen beunruhigenden »Mafia«-Vorwurf in der Titelwahl. Kistner liefert eine satte Indizienkette über Filz, Nepotismus, Korruption, Vertuschung, Bestechung, Para-Geheimdienste und beste Beziehungen des Verbands zu Politik und Sponsoren. Sie alle profitieren von der Massenbegeisterung für das Phänomen Fußball. Der Schweizer Fifa-Präsident Sepp Blatter zählt ihn zu den

Sepp Blatter zählt ihn zu den

»Vieles von dem, was im Journalismus als intime Kenntnis der Verhältnisse durchgeht, ist nicht mehr als Dreistigkeit oder im schlimmsten Fall plumpe Täuschung. Irgendein Problembereich der Welt erlaubt es einem Reporter, sich frei in ihm zu bewegen, und dann, nach ein, zwei Wochen, höchstens einem Monat, nimmt der Eindringling eine Handvoll Beobachtungen, die knackigsten Zitate und ein paar Anekdoten und strickt daraus eine vergrübelte Sicht auf das Leben von Menschen und politischen Systemen, ein Stück billige Komödie und große Tragödie und liefert damit natürlich den ethnographischen Beweis für all das, was er bereits vor dem Einstieg in sein Abenteuer zu wissen glaubte. Intime Kenntnis gewinnt man nicht in einer Woche oder einem Monat, nicht einmal in zwei Monaten.«

(David Simon / Ed Burns: *The Corner. Berichte aus dem dunklen Herzen der amerikanischen Stadt. Reportage.* München: Antje Kunstmann Verlag 2012, S.784)

Buchjournalismus

gefährlichsten Journalisten. Nach der Lektüre muss man ihm recht geben. Selten war so viel Licht auf den Hinterbühnen.

3. Dirk C. Fleck: Die vierte Macht. Spitzenjournalisten zu ihrer Verantwortung in Krisenzeiten. Hamburg: Hoffmann und Campe 2012, 318 Seiten, 22,99 Euro

Vom abgegriffenen Titel sollte man sich nicht irritieren lassen, denn er führt in die Irre. Dirk C. Fleck, selbst Journalist, Jahrgang 1943, nach bunter Karriere nun auf das Thema Ökologie fixiert, wollte von 25 Kolleginnen und Kollegen wissen, wie es um ihre Wahrnehmung der großen Zeitkrisen steht, und mit welchem Verantwortungsbewusstsein sie sich diesen stellen. In langen Gesprächen, Interviews und E-Mail-Korrespondenzen, alle innerhalb weniger Monate zwischen Ende 2011 und Anfang 2012 geführt, begegnen wir Kai Diekmann (*Bild*), Cordt Schnibben (*Spiegel*), Volker Panzer (ZDF), Gert Scobel (3sat), Giovanni di Lorenzo (*Zeit*), Michael Jürgs (Buchautor), Michel Friedman (Moderator), Anne Will, Hans-Ulrich Jörges (*Stern*) und Frank Schirrmacher (*FAZ*) ebenso wie weniger bekannten, aber originellen Gestalten.

Diese bunte Auswahl hält, was sie verspricht: ein Porträt mehrerer Generationen, eine Medienkunde aus Insidersicht, brillante Anregungen für einen zukunfts-sensiblen Journalismus, und als Lesevergnügen besonderer Art die angenehme Lehre, es doch mit einer gebildeten und wissenden Branche zu tun zu haben. Zumindest im Falle dieser fünfundzwanzig!

Unser Spezialtipp: Fremdsprachiger Journalismus in der Übersetzung:

David Simon/Ed Burns: The Corner. Berichte aus dem dunklen Herzen der amerikanischen Stadt. Reportage. München: Antje Kunstmann Verlag 2012, 796 Seiten, 24,95 Euro

Nach dem großen Erfolg von David Simons »Homicide« (vgl. Top Ten 3/2011, 107), ist nun – fast 20 Jahre nach Beginn der Recherchen mit seinem Mitautor, dem ehemaligen Polizisten und Lehrer Ed Burns – die zweite große Langzeit-Reportage erschienen. Auch hier dau-

erte die Recherche ein Jahr lang, auch diese Reportage hat etwa 800 Seiten und wiederum war Baltimore der Schauplatz. Neu ist die Perspektive – hier geht es um Innensichten aus der Drogenszene der Stadt, genauer gesagt: um das Leben an der Straßenecke Fayette/Monroe. Simon und Burns erachten sie als repräsentativ für die mehr als hundert Umschlagplätze für Drogen in Baltimore. Aus diesem Mikrokosmos beschreiben sie das tägliche Drama »im dunklen Herzen der amerikanischen Stadt«. Im Mittelpunkt steht der Überlebenskampf einer am Heroin zerbrechenden Familie.

Es ist ein Meisterwerk des erzählenden Journalismus, eine brillante Rechercheleistung und ein packender Bericht, angesiedelt zwischen Familiensaga und soziologischer Milieuforschung.

PLATZ 4 BIS 10

4. Matthias Dusini/Thomas Edlinger: In Anführungszeichen. Glanz und Elend der Political Correctness. Berlin: edition suhrkamp 2012, 297 Seiten, 16,00 Euro
5. Daniel Friedrich Sturm: Peer Steinbrück. Biografie. München: dtv 2012, 299 Seiten, 14,90 Euro
6. Michael Horeni: Die Brüder Boateng. Drei deutsche Karrieren. Stuttgart: Tropen Verlag 2012, 267 Seiten, 18,95 Euro
7. Reymer Klüver/Christian Wernicke: Amerikas letzte Chance. Warum sich die Weltmacht neu erfinden muss. Berlin: Berlin Verlag 2012, 288 Seiten, 19,90 Euro
8. Henryk M. Broder: Vergesst Auschwitz! Der deutsche Erinnerungswahn und die Endlösung der Israel-Frage. München: Albrecht Knaus Verlag 2012, 175 Seiten, 16,99 Euro
9. Lothar Müller: Weiße Magie. Die Epoche des Papiers. München: Carl Hanser Verlag 2012, 384 Seiten, 24,90 Euro
10. Kathrin Hartmann: Wir müssen leider draußen bleiben. Die neue Armut in der Konsumgesellschaft. München: Karl Blessing Verlag, 2012, 416 Seiten, 18,95 Euro



Zusammengestellt von Prof. Dr. Hannes Haas und Prof. emer. Dr. Wolfgang R. Langenbacher.

Beide sind Beiratsmitglieder von Message.



Medienjournalismus

Angepasster Journalismus?

Werner Christian Meier/Stephan Weichert: Medien. Basiswissen für die Medienpraxis. Köln: Halem Verlag 2012. 248 Seiten, 19,50 Euro

VON KAI-HINRICH RENNER

Mal gerade 500 Medienjournalisten gibt es in Deutschland. Das haben Christian Meier, der stellvertretende Chefredakteur des Online-Dienstes Meedia, und Stephan Weichert, Professor für Journalismus an der Macromedia Hochschule in Hamburg, herausgefunden. Im Klappentext ihres Buches, das als achter Band der Reihe »Journalismus Bibliothek« erschienen ist, wird Medienjournalismus folglich als »das Orchideenfach unter den journalistischen Disziplinen« charakterisiert.

Umso verdienstvoller ist es von Verlag und Autoren, diesem »Orchideenfach« ein 250 Seiten starkes Buch zu widmen. Vergleichbares gibt es bisher nicht. Meier und Weichert leisten Pionierarbeit. Akribisch haben sie Aufgabenfelder des Medienjournalismus definiert, Meilensteine des Genres aufgelistet, »Akteure, Macher und Märkte« ausfindig gemacht und all dies mit Analysen, Fallbeispielen, einem Ausblick und einem Serviceteil angereichert.

Dennoch hat das Buch deutliche Schwächen. Für ein sorgfältiges Lektorat hat es offenbar nicht gereicht. Es gibt jede Menge Redundanzen und mehrere Widersprüche. Arbeiten in Deutschland nun 50.000 Journalisten, wie es in der Einleitung heißt? Oder sind es doch 73.000, wie auf Seite 92 zu lesen ist? Es bleibt der Eindruck, dass die namentlich nicht gekennzeichneten Texte beider Autoren kaum lektoriert nebeneinander gestellt wurden.

Besonders ärgerlich ist dieses Manko, wenn die Autoren sich den Arbeitsbedingungen von Medienjournalisten zuwenden, die tagtäglich um ihre journalistische Unabhängigkeit kämpfen müssen. Denn diese wird bedroht von den Interessen der Verlage und Sender, für die sie arbeiten, manchmal aber auch von den ganz persönlichen Vorlieben eines Chefredakteurs. Deshalb wird in Kapitel 2 empfohlen, »auf Absicherung von oben zu achten«. Und weiter: »Wer sich als Medienjournalist kritisch oder gar potenziell despektierlich (...) über einen Verleger oder

Chefredakteur äußert, der muss im Zweifelsfall mit negativen Folgen für seine Karriere rechnen«. Derlei Tipps sollen »nicht als Aufforderung missverstanden werden, unkritisch zu sein«. Wie aber sonst?

Elitäre Zirkel und nebulöse Schulterschlüsse »unter Medienbossen, Politikern und Managern aus der Wirtschaft verkomplizieren die investigative Arbeit des Medienjournalisten«, heißt es dagegen am Ende des Buches. »Unabhängiger Medienjournalismus ist daher ... in naher Zukunft auf sogenannte ‚dritte Wege‘ angewiesen, etwa auf Stiftungsmodelle und Spendenbeiträge«.

Die mehr oder weniger direkten Aufforderungen zur Anpassung an herrschende Strukturen, gepaart mit der Hoffnung, eben diese Strukturen durch irgendwelche »dritten Wege« zu überwinden, lässt den Leser dieses nur eingeschränkt zu empfehlenden Buches ratlos zurück.

Kai-Hinrich Renner ist Medienjournalist und schreibt für das Hamburger Abendblatt.

Regionaler Journalismus

Ist Politik gefragt?

Matthias A. Gerth: Making Regional News – Ökonomische und publizistische Bedeutung politischer Berichterstattung für regionale Medien. Baden-Baden: Nomos Verlag 2012. 388 Seiten, 49 Euro

VON MICHAEL HALLER

Langweilige Statements, dröger Stoff, verklausulierte Texte: Der lokale und regionale (in der Schweiz: kantonale) Politik-Stoff ist nicht sonderlich beliebt – weder bei den Lesern noch bei den Zeitungsmachern. Und doch liefert er eine wichtige Existenzberechtigung für die lokalen Medien: Sie besitzen in ihren Verbreitungsgebieten eine exklusive Position, wenn es um Politikberichterstattung geht. Nutzen sie dieses Alleinstellungsmerkmal? Bauen sie ihren Kompetenz-Vorsprung gegenüber den anderen Medien auch aus?

Mit durchaus komplizierten Fragen nach dem Zusammenhang von Markenidentität und politischer Berichterstattung wählte Autor Matthias A. Gerth elf lokale Medien im Kanton Zürich aus und untersuchte, wie sie mit dem Politik-Stoff im Vorfeld von



Volksabstimmungen umgehen. Dabei versuchte er einen funktionalen Zusammenhang zwischen Berichterstattungsqualität und ökonomischem Erfolg herzustellen, was zumindest gut gemeint ist.

Das Ergebnis der Studie (Inhaltsanalyse und Akteursbefragungen) liefert keine klaren Antworten, dafür aber Anhaltspunkte. Zum Beispiel, dass die untersuchten Lokalzeitungen ihre lokal-regionale Vormachtstellung nicht wirklich nutzen und den aktuellen Politikthemen, selbst den strittigen, deutlich weniger Raum geben als etwa Unterhaltungsthemen; dass die Lokalredakteure lieber über Syrien als über ein umstrittenes Bauvorhaben in ihrer Stadt den Leitartikel schreiben; dass die von den Chefredakteuren reklamierte Ausgewogenheit zwar in Bezug auf Meinungsbeiträge, nicht aber in Bezug auf die Berichterstattung durchgehalten wird.

Die (im Übrigen schlecht redigierte, mit unwissenschaftlichen Ansichten durchsetzte, eher mühsam zu lesende) Studie kommt zu dem Fazit: Nicht mal in der Schweizer Referendumsdemokratie, wo Lokal- und Kantonspolitik eine wichtige Rolle spielen, nutzen die lokalen Zeitungen ihr Potenzial – und schwächen sich im Medienmarkt damit selbst. Dieser gewiss zutreffende Befund gestattet allerdings nicht den Umkehrschluss, dass intensive Politikberichterstattung sich ökonomisch auszahlt.

*Prof. Dr. Michael Haller ist
Mitherausgeber von Message.*

Wissenschaftsjournalismus

Status Quo der Klimaforschung

Irene Neverla, Mike S. Schäfer (Hrsg.): Das Medien-Klima. Fragen und Befunde der kommunikationswissenschaftlichen Klimaforschung. Springer VS Wiesbaden 2012. 285 Seiten, 39,95 Euro

VON WINFRIED GÖPFERT

An der Berichterstattung zum Thema „Klimawandel“ lässt sich vieles ablesen: Welche Rolle spielt die Wissenschaft, spielen die Wissenschaftler in öffentlichen Debatten? Wie gehen Journalisten das Thema an? Wie werden beide Seiten, Wissenschaftler und Journalisten, instrumentalisiert von weiteren Akteuren: Interessengruppen und Politikern?

Irene Neverla und Mike S. Schäfer haben 12 Beiträge zusammengestellt, die am Beispiel der Klimaberichterstattung publizistische Problemfelder reflektieren und neuere Befunde der Kommunikationsforschung präsentieren. Im ersten Block werden die Akteure der Debatte analysiert. Der zweite Block untersucht die mediale Konstruktion des Klimawandels und der dritte Block ist schließlich der Rezeption gewidmet – also ein Status-quo-Bericht zur kommunikationswissenschaftlichen Aufarbeitung eines gravierenden Risikos.

Viele wertvolle Erkenntnisse werden zusammengetragen, doch manchmal finden sich auch Selbstverständlichkeiten, die in der wissenschaftsjournalistischen Debatte längst durchdekliniert wurden, zum Beispiel im Beitrag zu den Akteuren: Wissenschaftler fänden die Darstellungen zu pointiert, während die wissenschaftliche Arbeit von Unsicherheiten geprägt sei. Da ist die Praxis weiter als die Theorie.

Eine zu geringe Kenntnis von redaktionellen Entscheidungsprozessen zeigt sich auch an anderen Stellen des Bandes, die sich beispielsweise mit Handlungsschemata von Journalisten beschäftigen. Dort wird kritisiert, dass fälschlicherweise Wetterkapriolen zum Anlass der Berichterstattung genommen würden, obwohl doch das Klima mit dem täglichen Wetter nichts zu tun habe. Fernsehjournalisten beispielsweise müssen mit Bildern arbeiten, und Klimaänderungen machen sich nun mal in Form von Wetterkapriolen bemerkbar. Außerdem sind sie die journalistische Antwort auf die Herausforderung, trotz einer komplizierten Thematik Aufmerksamkeit zu erzielen. Ein Gesichtspunkt, der im gesamten Band keine Berücksichtigung findet.

Gelegentlich wird in den Beiträgen bemängelt, dass die wissenschaftliche Unsicherheit in der Berichterstattung unterginge. Andererseits wird kritisiert, dass wissenschaftliche Gegenexperten befragt würden, obwohl doch die Mehrheit der Wissenschaftler einig sei. Dabei bleibt unberücksichtigt, dass Gegenexperten das journalistische Mittel sind, um diese Unsicherheiten sichtbar zu machen.

Das sind kleine Anmerkungen am Rande, die den Wert des Bandes nicht schmälern sollen.

Winfried Göpfert war Professor für Wissenschaftsjournalismus am publizistikwissenschaftlichen Institut der Freien Universität Berlin.



Pulitzers Schule

100 Jahre Columbia Journalism School in New York: Verleger Joseph Pulitzer, ein Förderer des Enthüllungsjournalismus, erfand das Konzept für die heutige Ausbildung an Journalistenschulen und Universitäten.

VON THOMAS SCHULER

Auf dieser Seite berichten Journalistik-Fachleute über Umbrüche und Sternstunden, die den Journalismus nachhaltig verändert und zum Berufsbild des Journalisten beigetragen haben.

Ein nach dem Tod Joseph Pulitzers entstandenes Porträt aus dem Jahr 1918.

Soldat, Friedhofswärter, Kofferträger, Kellner, Reporter, Politiker, Verleger: Im Alter von 55 Jahren blickte Joseph Pulitzer bereits auf eine bewegte Karriere zurück. Eine seiner bedeutendsten Leistungen, die Entwicklung einer universitären Journalistenausbildung, existierte zu diesem Zeitpunkt, im Jahr 1902, erst als vage Idee in seinem Kopf.

Der 1847 in Österreich-Ungarn geborene Pulitzer wanderte 1864 in die USA aus, kämpfte im Bürgerkrieg und schlug sich anschließend in St. Louis mit Gelegenheitsjobs durch. Dass er einmal Opfer eines Betrügers wurde, der ihm und anderen gegen eine Gebühr von fünf Dollar einen Job versprach, den es so nicht gab, ärgerte ihn dermaßen, dass er einen Artikel darüber verfasste. So wurde er Reporter und Redakteur der deutschsprachigen Tageszeitung *West-*

liche Post. Er sprach Deutsch, Ungarisch und Französisch – Englisch musste er sich erst mühsam beibringen. Später kaufte er für wenig Geld die Zeitungen *St. Louis Dispatch* und *St. Louis Post* und vereinigte sie zur *St. Louis Post-Dispatch*. Er erlebte als Verleger einen steilen Aufstieg, wurde reich, erwarb 1883 die finanziell angeschlagene *New York World* und gründete noch dazu die *Evening World*.

Seinem wirtschaftlichen Erfolg standen gesundheitliche Probleme gegenüber. Seit Ende des 19. Jahrhunderts reiste Pulitzer erblindet um die Welt, stets umsorgt von männlichen Sekretären. Lärm

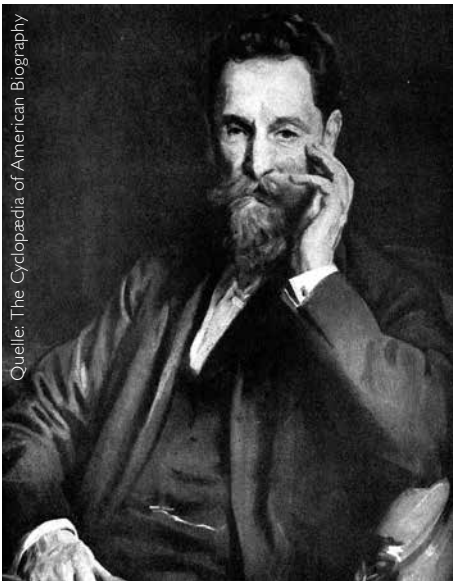
machte ihm zu schaffen, sogar das Geräusch des Essens störte ihn. In dieser Zeit mussten sich seine *World*-Blätter gegen die Konkurrenz des kalifornischen Zeitungsmagnaten William Randolph Hearst behaupten. Beide Verleger setzten im Konkurrenzkampf auf Yellow Journalism, um die Auflage ihrer Blätter zu steigern. Wegen der teilweise erfundenen Geschichten und Klatsch-Themen sowie deren reißerischer Aufmachung war Pulitzer besorgt um seinen Ruf. Um den Vorwurf, ihm liege nur an Sensationen, aus der Welt zu schaffen, entwarf er 1902 ein Konzept zur Förderung der Ausbildung von Journalisten.

Nutzlos wie ein Professor für Journalismus

Schon zehn Jahre zuvor hatte er der Columbia Universität in New York erfolglos eine solche Idee unterbreitet. Ihm schwebte damals eine Vortragsreihe renommierter Journalisten vor sowie ein Lehrstuhl, verbunden mit Praktika bei New Yorker Zeitungen. Er hatte beklagt, Journalismus sei ein Pariah an Universitäten – die Idee einer Journalistenschule lehnte er jedoch zunächst ab. Sie sei so nutzlos wie ein Professor für Journalismus, hatte es in seinem Memorandum geheißen. Ganz anders die Vortragsreihe der Praktiker, für deren Probephase Pulitzer 3.000 Dollar spendete.

Die Universität hatte sein Geld genommen. Es gebe jedoch keine Belege, dass sie seine Idee auch umgesetzt habe, schreibt James Boylan, von 1957 bis 1979 selbst Mitglied der Fakultät, in »Pulitzer's School«, einer von der Schule in Auftrag gegebenen Chronik für die Zeit von 1903 bis 2003.

Im August 1902 nahm Joseph Pulitzer seinen zehn Jahre alten Vorschlag noch einmal auf: »My idea is to recognize that journalism is, or ought to be, one of the great and intellectual professions.«



Quelle: The Cyclopaedia of American Biography

Nun warb er doch dafür, eine Journalistenschule am Columbia College zu gründen – ein Grundstudium, in dem angehende Journalisten Kurse in Literatur, Politik, Staats- und Verfassungslehre, Geschichte, Wirtschaft und Medienkunde belegen sollten.

Pulitzer stellte für das Projekt eine Million Dollar in Aussicht. Später würde er eine zweite Million spenden. Eigentlich sollte bereits 1904 ein vierjähriges Bachelor-Studium beginnen. Zwischenzeitlich gerieten die Verhandlungen ins Stocken, weil die Universität Pulitzer den Wunsch verweigerte, das von ihm finanzierte Gebäude nach ihm zu benennen. Außerdem forderte er inhaltliche Kontrolle über den Lehrplan und wollte über die Aufnahme der Studenten mitbestimmen. Er wollte Ausnahmen durchsetzen und argumentierte, er selbst hätte auch nicht an der Columbia studieren dürfen.

Pulitzer taugte offenbar nicht als Vorbild

Pulitzer hielt trotz aller Probleme an seiner Idee fest und schrieb 1904 in der *North American Review*: »Our Republic and its press will rise or fall together. An able, disinterested, public-spirited press, with trained intelligence to know the right and the courage to do it, can preserve that public virtue without which popular government is a sham and a mockery. [...] The power to mould the future of the Republic will be in the hands of the journalists of future generations.«

Wegen öffentlicher Kritik an seinen Plänen entschied der Visionär 1905 jedoch, die Schule dürfe erst nach seinem Tod gegründet werden. Im Oktober 1911 starb Joseph Pulitzer im Alter von 64 Jahren. Seinem Wunsch entsprechend nahmen ein Jahr später, am 30. September 1912, 79 Studenten ihr Grund- und Hauptstudium auf – darunter zehn Frauen. Bereits in einer der ersten praktischen Übungen machten sie auf sich aufmerksam: Ein Student enthüllte in einem Zeitungsbericht, wie ein Politiker auf einem Pressetermin Journalisten bestochen hatte.

1913 bezogen die Studenten und Lehrkräfte das von Pulitzer mitentworfene Gebäude. In den ersten Jahren sprach man von »Pulitzers Schule« – erst später etablierte sich der Name Columbia Journalism School. Den Namen des Gründers und Stifters ließ die Schule lediglich in eine Bodenplatte eingravieren. Ihr Gebäude nannte sie damals schlicht Journalism. Pulitzer taugte ihr offenbar nicht als Vorbild.

Heute erinnert an ihn und seine Zeitung *New York World* das sogenannte »Fenster der Freiheit«, benannt nach der Freiheitsstatue, deren Abbild Pulitzer sich in einem riesigen

Glasfenster in sein Verlagsgebäude einbauen ließ, von wo es seinen Weg zur Columbia fand.

Dort schmückt es heute den New World Room. In diesem Raum tagte einst Pulitzers Sohn mit der Jury der Pulitzer-Preise, die seit 1917 vergeben werden und heute bekannter sind als die Schule, obwohl ihr Namensgeber sie im Konzept nur am Rande erwähnte. Bis heute werden dort jedes Jahr im April, dem Geburtsmonat des Stifters, die Gewinner bekannt gegeben. Dem leidenschaftlichen Förderer des investigativen Journalismus hätte gefallen, dass die meisten Preise für die Aufdeckung von Missständen vergeben werden.

Späte Würdigung

Von Seiten der Schule wurde Pulitzer zur Hundertjahrfeier ihres Bestehens eine späte Würdigung zuteil. Im April dieses Jahres kamen 44 Pulitzer-Erben nach New York gereist, um mit Mitarbeitern, Studenten und Absolventen der Schule zu applaudieren, als Schulleiter Nicholas Lemann das Gebäude in Pulitzer umbenannte. So kam die Schule doch noch dem Wunsch ihres Stifters nach. Zum Jubiläum hat sie sogar Pulitzers Zeitung als Website wiederbelebt (www.thenewyorkworld.com).

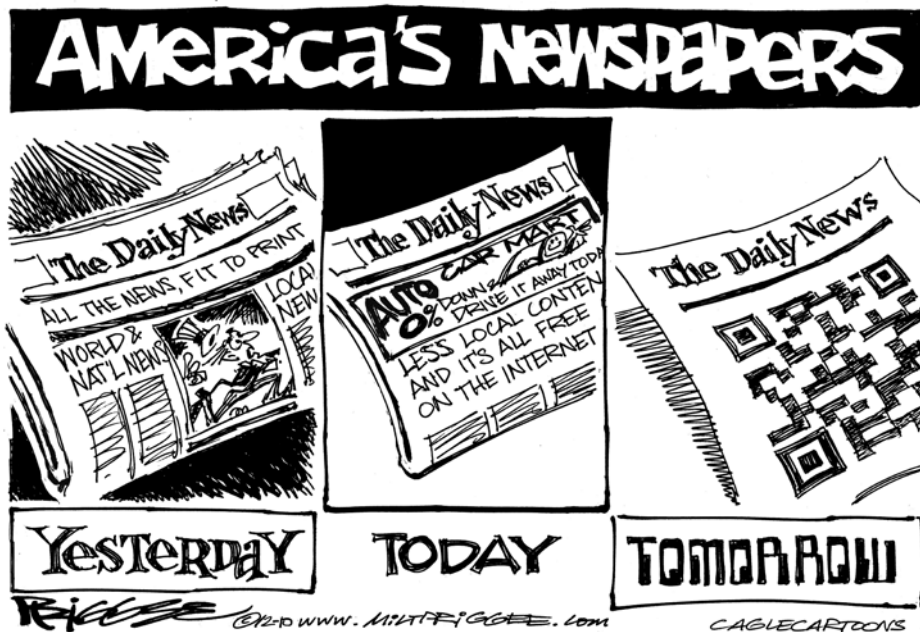
Zum Jubiläum fand auch der Präsident der Columbia Universität, Lee Bollinger, warme Worte für Pulitzers Vermächtnis. »Ich glaube, ich bin Präsident der Columbia University geworden, um Teil der Journalistenschule zu sein.«

Hat Pulitzers Konzept sich durchgesetzt? Ja und nein. Journalistenschulen sind heute stärker praxisorientiert, als er propagierte. Ihm schwebte ein fächerübergreifendes Studium vor, das manch andere Universität in ihren Lehrplänen heute stärker berücksichtigt als die Schule, die sich auf ihn beruft. Wichtiger als Pulitzers Idee ist für die Columbia heute die Marke Pulitzer, mit der sie wirbt. »Wir melken unsere Geschichte«, sagte Schulleiter Lemann, als er den neuen Namen freigab, und fügte mit ironischem Unterton hinzu: »Unser Gründer beherrschte das auch.« ■

Wegen öffentlicher Kritik an seinen Plänen entschied der Visionär, die Schule dürfe erst nach seinem Tod gegründet werden.

Thomas Schuler ist Absolvent der Columbia Journalism School und arbeitete mehr als fünf Jahre als Korrespondent in den USA. Heute lebt er als Medienjournalist und Autor in München.





Milt Priggee hat Kunst studiert und nach dem College seinen Mentor, den Pulitzerpreisträger John Fischetti getroffen. Mit dessen Hilfe wagte er den Sprung in die Selbstständigkeit. Priggees Cartoons sind unter anderem in *Time* und *Newsweek*, der *New York Times* und der *Washington Post* erschienen. Für seine Arbeiten erhielt er zahlreiche Preise.

Priggees Cartoon beschreibt den rasanten Wandel amerikanischer Tageszeitungen vor dem Hintergrund der Bedeutungszunahme des Internets. 1994 noch forderte der Onlinepionier Uly Foerster in einem internen Memo für *Spiegel Online* »... wöchentliche Updates. Mindestens!« Das Internet war damals exotische Spielwiese für einzelne Printjournalisten. Mittlerweile verändern Geschwindigkeit und Multimedialität des WWW den gesamten Journalismus – bis irgendwann vom gedruckten Wort nur noch der QR-Code als Referenz auf das elektronische Leitmedium bleibt?

Holger Isermann ist freier Journalist, Fotograf und Medienwissenschaftler an der TU Braunschweig.

message IMPRESSUM

ISSN: 1438-499X

Herausgeber:

Prof. Dr. Michael Haller,
Prof. Dr. Volker Lilienthal
Dr. Lutz Mücke

Redaktion:

Eva Boller, Antje Glück, Malte Werner,
Helene Debertin, Thomas Schnedler

»Message« ist ein Projekt der **Rudolf-Augstein-Stiftungsprofessur für Praxis des Qualitätsjournalismus an der Universität Hamburg**

Internationaler Beirat:

Dr. Carolin Emcke (Berlin)
Prof. Dr. Hannes Haas (Wien)
Dr. Mark Hunter (Paris)
Henrik Kaufholz (Kopenhagen)

Layout:

Ute Lederer
Verantw. i. S. d. P.: Volker Lilienthal

Korrektorat:

Rebecca Pohle, Claudia Nickels

Titelgestaltung:

Ute Lederer

Hans Werner Kitz (München und Hamburg)
Prof. Dr. Wolfgang R. Langenbacher (Wien)
Prof. Dr. Miriam Meckel (St. Gallen)
Prof. Dr. Michael Meyen (München)
Sonia-Seymour Mikich (Köln)
Prof. Dr. Bernhard Pörksen (Tübingen)
Prof. Dr. Stephan Ruß-Mohl (Lugano)
Dr. Dieter Wild (Hamburg)
Prof. Dr. Vinzenz Wyss (Zürich und Winterthur)

In Zusammenarbeit mit BRITISH JOURNALISM REVIEW, London und PROBLEMI DELL'INFORMAZIONE, Bologna

Anschrift der Redaktion:

Universität Hamburg
Redaktion Message
Sedanstraße 19 (Raum 311)
20146 Hamburg
Telefon 040 428 389 331
Telefax 040 428 389 333
E-Mail: redaktion@message-online.com
Internet: www.message-online.com

Verlag:

Gesellschaft für Medienkultur und
Qualitätsjournalismus gem. UG
c/o Universität Hamburg/IJK
Allende-Platz 1 - 20146 Hamburg

Herstellung:

Holzmann Druck, 86825 Bad Wörishofen

Aboservice:

Verlag der Evangelischen Gesellschaft
Postfach 103852, 70033 Stuttgart
Telefon 0711 60100 40
Telefax: 0711 60100 76
E-Mail: message@evangemeindeblatt.de

message erscheint viermal jährlich.
Jahresabonnement: Euro 48 (Lieferung in Deutschland frei Haus, Ausland: zzgl. Porto)
Abonnement für Studenten und Volontäre (gegen Nachweis): Euro 33,60
Kündigungsfrist: 4 Wochen zum Jahresende

Beilagenhinweis:

Der aktuellen Ausgabe liegt eine »Landkarte der Pressefreiheit«, erstellt von Reporter ohne Grenzen e.V., bei.

Wie gehen die Medien mit Europa um? Der Journalismus zwischen Aufklärung und Populismus



- ▶ Haben die Mainstream-Medien die Euro-Krise mit neo-nationalistischen Phrasen verschärft?
- ▶ Wurden Vorurteile und Ressentiments gefördert?
- ▶ Sind gar neue Feindbilder entstanden?
- ▶ Oder ist es umgekehrt: Erzeugen die Medien ein vielstimmiges Meinungskonzert und fördern die Verständigung?

Renommierete Medienwissenschaftler und Journalisten aus verschiedenen Ländern Europas diskutieren die prekäre Rolle des Journalismus im aktuellen Europa-Diskurs.

Öffentliches Symposium

30. November 2012, Beginn 13 Uhr

Hamburg Media School, Finkenau 35, 22081 Hamburg

Näheres zum Programm unter www.hamburgmediaschool.de

Stipendien für Lokalreporter



netzwerk recherche fördert Recherchen im Lokaljournalismus

Vielen freien oder auch fest angestellten Reportern von Lokalzeitungen fehlen oft die finanziellen Mittel für intensive Recherchen. Wir wollen deshalb Journalisten vor Ort, die Vetternwirtschaft, Umweltskandale, Bausünden usw. aufklären und zum Beispiel ihr Recht auf Akteneinsicht bei den Behörden wahrnehmen möchten, gezielt mit Stipendien unterstützen.

Bitte senden Sie uns dazu ein Exposé zu Ihrem Vorschlag (max. 3 Seiten), in dem Sie das Thema, dessen Bedeutung und Ihre Rechercheansätze darstellen. Im Rahmen des Stipendiums werden Sachkosten (Reisen, Datenbanken, Gebühren usw.) sowie der Honorarausfall für freie Journalisten bis zu einem Gesamtbetrag von 2.500 Euro übernommen. netzwerk recherche stellt den Stipendiatinnen und Stipendiaten außerdem einen erfahrenen Mentor zur Seite.

Nähere Informationen:
www.netzwerkrecherche.de/Stipendien

