

FREI, ABER NICHT UNABHÄNGIG

ZUR ROLLE DER MEDIEN IN SÜDOSTEUROPA

Matthias Barner

Es war keine alltägliche Post. Wenn der Ministerpräsident an die Chefredakteure und Geschäftsführer der einflussreichsten Medien seines Landes einen Brief schreibt, dann schaut man schon genau hin: Bojko Borisov, seit 2009 Regierungschef in Bulgarien, wollte wissen, ob sich die Medien von der Regierung in ihrer redaktionellen Arbeit unter Druck gesetzt fühlen. Die Antwort erhielt er prompt, und zwar öffentlich abgedruckt: Nein, hieß es unisono, wir sind Profis, und wir sind unabhängig. Druck sei nie ausgeübt worden, nicht von dieser Regierung und auch nicht von den Vorgängerregierungen.¹

Die Einheitlichkeit der Antworten lässt unweigerlich Zweifel daran aufkommen, ob die Reaktionen ehrlich waren. Tatsächlich ist dieser Vorgang beispielhaft für die Lage der Medien in den Ländern Südosteuropas² und insbesondere für ihr Verhältnis zur Politik und zu den Mächtigen. Er hätte sich in vielen Ländern der Region so ereignen können. Einerseits zeigt der Vorgang, dass die Medien Teil der Politik sind und sich für demonstrative Aktionen gern auch instrumentalisieren lassen. Andererseits macht er das berufliche Selbstverständnis der führenden Medienvertreter in den noch jungen östlichen Demokratien deutlich: Sie agieren auf der Basis der verfassungsrechtlich verbrieften Pressefreiheit und fühlen sich professionellen und journalistischen Standards verpflichtet. Gleichwohl bleibt die Frage offen,



Matthias Barner leitet das Medienprogramm Südosteuropa der Konrad-Adenauer-Stiftung mit Sitz in Sofia.

- 1 | Vgl. *Novinite.com (Sofia News Agency)*, „Top Bulgarian Media Side with Prime Minister Borisov“, 31.05.2010, http://novinite.com/view_news.php?id=116713 [10.10.2011].
- 2 | Dieser Beitrag bezieht sich auf das Einsatzgebiet des KAS-Medienprogramms Südosteuropa mit den Ländern Albanien, Bosnien und Herzegowina, Bulgarien, Kosovo, Kroatien, Mazedonien, Moldau, Montenegro, Rumänien und Serbien.

ob die Medien nicht nur grundsätzlich frei sind, sondern auch tatsächlich unabhängig arbeiten. Wer die Lage der Medien in Südosteuropa genau beobachtet, muss hier berechnete Zweifel haben.

In den Ländern Ost- und Südosteuropas sind in den letzten Jahren wieder vermehrt Negativtendenzen bei der Gewähr-

In den Ländern Ost- und Südosteuropas sind in den letzten Jahren wieder vermehrt Negativtendenzen bei der Gewährleistung freier und unabhängiger Berichterstattung festzustellen.

leistung freier und unabhängiger Berichterstattung festzustellen. Trotz weitestgehend liberalisierter und pluralistischer Medienmärkte ist die Arbeit der Journalisten sowie die Rolle der Medien in Südosteuropa weiterhin problematisch: Qualitative Mängel in der

Berichterstattung sowie in der Ausbildung von Journalisten, das Auseinanderklaffen von Medienrecht und Medienrealität, Zwangsmaßnahmen und administrative Beeinträchtigungen seitens des Staates, politische und wirtschaftliche Abhängigkeiten sowie die Vermischung von Privatem und Staatlichem kennzeichnen die Lage. Remzi Lani, der Geschäftsführer des Albanian Media Institute und ein ausgewiesener Kenner der Situation in der gesamten Region, beschreibt die heutige Medienlandschaft auf dem Balkan als „lebendig, chaotisch, intransparent, überladen, defragmentiert und teilweise frei“.³

Diese Negativtendenz bereitet deshalb Sorge, weil seit dem EU-Beitritt von Rumänien und Bulgarien auch in diesen beiden Ländern die Mediensituation keinesfalls auf dem Weg der Besserung ist. Das wirft kein gutes Licht auf die Integrationskraft der europäischen Staatengemeinschaft, und es wirft die Frage auf, ob die europäischen Institutionen im Bereich der Medienfreiheit ihre Möglichkeiten ausreichend wahrnehmen. Ein Vergleich der Pressefreiheitsrankings von Reporter ohne Grenzen aus den Jahren 2005 und 2010 zeigt, dass in den südosteuropäischen Ländern tendenziell ein Rückgang bei der Medienfreiheit zu verzeichnen ist (vgl. Tabelle 1). Derzeit belegen die Länder Südosteuropas in der weltweiten Statistik von insgesamt 178 Staaten lediglich Plätze zwischen 47 und

3 | Remzi Lani, „Balkan Media: Lost in Transition?“, in: UNESCO (Hrsg.), *Professional Journalism and Self-Regulation. New Media, Old Dilemmas in South East Europe and Turkey*, Paris, 2011, 41.

104. Die Organisation Freedom House weist zwar keinen großen Unterschied zwischen 2005 und 2010 auf, doch in der aktuellen Statistik werden sämtliche Länder der Region lediglich als „partly free“ klassifiziert.⁴

Tabelle 1

Rangliste Pressefreiheit⁵

Land	2005	2010
Albanien	62	80
Bosnien und Herzegovina	33	47
Bulgarien	48	70
Kosovo	100	92
Kroatien	56	62
Mazedonien	43	68
Moldova	74	75
Montenegro	65*	104
Rumänien	70	52
Serbien	65	85

* Serbien und Montenegro

MEDIEN ALS DEMOKRATIEFAKTOR IM TRANSFORMATIONSPROZESS

Die Entwicklung freier und unabhängiger Medien ist einer der zentralen Faktoren im Transformationsprozess. Eine funktionierende Demokratie bedarf einer unabhängigen und vielfältigen Medienlandschaft, die ihrer gesellschaftspolitischen Informations- und Wachhundefunktion ohne Abstriche nachkommt. Warum kommen die Medien in Südosteuropa heute dieser Rolle offensichtlich nicht ausreichend nach? Zur Beantwortung ist ein Blick auf die Entwicklung seit 1989 aufschlussreich. Ohne Frage waren die Medien auch in Südosteuropa ein entscheidender Faktor im demokratischen Transformationsprozess. Mit dem Umbruch vor zwanzig Jahren

Ohne Frage waren die Medien auch in Südosteuropa ein entscheidender Faktor im demokratischen Transformationsprozess. Mit dem Umbruch vor zwanzig Jahren vollzogen die Medien einen radikalen Wandel.

4 | Freedom House, „Freedom of the Press 2011“, <http://freedomhouse.org/template.cfm?page=251&year=2011> [10.10.2011].

5 | Reporter ohne Grenzen, „Press Freedom Index 2005“, http://en.rsf.org/spip.php?page=classement&id_rubrique=549 [10.10.2011]; Ders., „Press Freedom Index 2010“, http://en.rsf.org/spip.php?page=classement&id_rubrique=1034 [10.10.2011].

vollzogen die Medien einen radikalen Wandel. Die Zensur wurde abgeschafft, Journalisten waren nicht mehr Erfüllungsgehilfen der diktatorischen Regime. Teilweise haben sie eine Schlüsselrolle bei der Überwindung der kommunistischen Herrschaft gespielt: So haben am 22. Dezember 1989 Bürger der rumänischen Hauptstadt Bukarest den staatlichen Ceaușescu-Fernsehsender *TVR* übernommen und ihn vorläufig in „Freies Rumänisches Fernsehen“ (*Televiziunea Română Liberă*, TVRL) umbenannt. Für die Medien in den Ländern des ehemaligen Jugoslawien war die Situation noch komplizierter, da sie nicht nur einer postkommunistischen Transformation ausgesetzt waren, sondern auch den kriegerischen Konflikten und nationalistisch-autoritären Regimes der neunziger Jahre.

Eine Beurteilung der Rolle der Medien während der jüngsten Balkan-Kriege fällt zwiespältig aus. Natürlich waren auch hier Medien eine treibende Kraft bei der Demokratisierung und Überwindung von ethnischem Nationalismus: *Radio B92* in Belgrad, das eine nicht unerhebliche Rolle beim Sturz des Milosevic-Regimes gespielt hat, sowie die Zeitungen *Oslobodjenje* in Sarajevo, *Koha Ditore* in Pristina und *Feral Tribune* in Zagreb sind bekannte Beispiele. Doch zur Wahrheit gehört, dass Medien zur gleichen Zeit auch Instrumente der kriegerisch-nationalistischen Kräfte waren. Hetzerische Medienkampagnen haben regelrecht das Feld für die darauffolgenden militärischen Feldzüge bestellt. Der Publizist Adam Michnik schrieb dazu, dass der „Balkankrieg zuerst in den Zeitungen, im Radio und im Fernsehen begann“.⁶

Die Medien auf dem Balkan waren auch Instrumente der kriegerisch-nationalistischen Kräfte. Hetzerische Medienkampagnen haben regelrecht das Feld für die darauffolgenden militärischen Feldzüge bestellt.

Die Medien haben sich seit diesen post-kommunistischen und post-kriegerischen Umbrüchen in der gesamten Region Südosteuropa rasant und dynamisch entwickelt. Der Balkan ist ein Eldorado für Fernsehfreake, die Kioske in Belgrad, Sofia, Tirana oder Skopje sind vollgepackt mit einheimischen Zeitungs- und Zeitschriftentiteln. Immer beliebter werden auch die Informationsportale im Internet. Gleichzeitig garantieren sämtliche Verfassungen die Medien- und Meinungsfreiheit. Die Rundfunkgesetze der ersten Transformationsphase sind bereits teilweise durch neue

6 | Vgl. Lani, Fn. 3, 45.

Gesetze ersetzt worden, die die Digitalisierung der Medien berücksichtigen. Zudem wurden in der gesamten Region Informationsfreiheitsgesetze eingeführt, die zu den fortschrittlichsten auf dem europäischen Kontinent gehören.⁷

Gleichwohl ist die Verabschiedung von Gesetzeswerken nach europäischem Standard die eine Seite, deren Implementierung und auch gerichtliche Durchsetzung aber die Kehrseite. Daran krankt die Medienlandschaft Südosteuropas. Es bestehen viele Gesetze, aber es besteht keine Regel, dass Gesetze auch tatsächlich eingehalten werden. Politische, ökonomische und kulturelle Faktoren beeinflussen die Art und Weise, wie Gesetze befolgt werden. Hinzu kommt, dass sich über die Jahre Strukturen und Formen herausgebildet haben, die der Entwicklung einer demokratisch-pluralistischen Medienlandschaft entgegenstehen.

Ein entscheidender Geburtsfehler ist hierbei, dass in der Wendezeit hohe Parteifunktionäre und Angehörige des Staatssicherheitsdienstes im Zuge der Privatisierung in das Unternehmerlager gewechselt sind.

Noch heute gibt es Seilschaften, in die Oligarchen, Medienmogule oder deren Strohmänner verwickelt sind. Ihr Ziel ist es nicht, die Öffentlichkeit zu informieren, sondern sie für ihr Profit- und Machtstreben zu manipulieren.

Davon ist der Medienbereich nicht verschont geblieben. Noch heute gibt es Seilschaften, in die Oligarchen, Medienmogule oder deren Strohmänner verwickelt sind. Ihr Ziel ist es nicht, die Öffentlichkeit zu informieren, sondern sie für ihr Profit- und Machtstreben zu manipulieren. Die Erbschaft des Kommunismus ist in den Ländern Südosteuropas deutlicher ausgeprägt als in mittelosteuropäischen Ländern, da in den südosteuropäischen Ländern der Systemwechsel später begann oder nicht konsequent umgesetzt worden ist. Hier hat kein Elitenwechsel größeren Ausmaßes stattgefunden, sondern alte Machtkartelle haben sich lediglich neu etikettiert.⁸ Diese Entwicklung ist gerade im Medienbereich gefährlich, weil sie die demokratiefördernde Rolle der Medien als „vierte Gewalt“ beeinträchtigt.

7 | Vgl. ebd., 46 f.

8 | Vgl. Karl-Peter Schwarz, „Korruption als System“, *Frankfurter Allgemeine Zeitung*, 06.02.2011, <http://faz.net/aktuell/politik/suedosteuropa-korruption-als-system-1596430.html> [10.10.2011].

AUSLÄNDISCHE MEDIENBETEILIGUNGEN – FLUCH ODER SEGEN?

In den vergangenen zwanzig Jahren hat der Westen eine Menge Geld in die Förderung der südosteuropäischen Medien investiert. Dabei handelte es sich nicht nur um staatliche Fördergelder oder groß aufgelegte Programme der EU oder der OSZE, sondern auch um strategische Investitionen vor allem westeuropäischer und amerikanischer Medienhäuser. Viele bekannte Namen haben den Balkan als ein lohnendes Geschäftsfeld entdeckt, etwa Rupert Murdochs News Corp, die Central European Media Enterprises des US-Geschäftsmannes Robert Lauder oder die RTL Group. Aus Deutschland hat sich vor allem die WAZ-Gruppe durch ihr massives Engagement in Südosteuropa bekannt gemacht. Aus westlicher Sicht war dies auch mit der Hoffnung verbunden, europäische journalistische Standards zu exportieren und damit den Demokratisierungsprozess entscheidend voranzubringen. Doch was in der Theorie funktionieren sollte, erwies sich in der Praxis als schwierig.

Das WAZ-Engagement ist ein Paradebeispiel dafür. Fast flächendeckend wurde in Südosteuropa eingekauft. In Mazedonien und Bulgarien erreichte man bis zu 70 Prozent am Printmedienmarkt.⁹ Das Geschäftsprinzip funktionierte immer nach dem gleichen Muster: Es wurden mehrere Zeitungen in einem Land gekauft – die Redaktionen blieben eigenständig, doch Druck, Marketing, Anzeigen und Verwaltung wurden kostensparend zusammengelegt. Das hatte zur Folge, dass das Management zwar modern aufgestellt war, aber die journalistische Qualität auf der Strecke blieb. Der Boulevardstil dominierte zunehmend, in den Redaktionen saß zum Teil zweifelhaftes Personal, und eine nachhaltige Strategie zur Förderung journalistischen Nachwuchses gab es nicht. Um mit dem Geschäftsprinzip zu reüssieren, musste man sich mit den politischen Eliten arrangieren und bediente sich dubioser Mittelsmänner.

Vor allem in Serbien endete das Geschäftsmodell in einem Desaster. Die serbische Regierung erklärte die WAZ zur

9 | Vgl. Marc Stegherr und Kerstin Liesem, *Die Medien in Ost-europa. Mediensysteme im Transformationsprozess*, Wiesbaden, 2010, 19.

unerwünschten Institution. Über ein Staatsunternehmen hält sie 50 Prozent an der Traditionszeitung *Politika* – die WAZ-Gruppe besitzt die andere Hälfte. Vorausgegangen war ein jahrelanger Disput, ausgetragen nach dem Muster eines klassischen Polit- und Wirtschaftskrimis.¹⁰ WAZ-Geschäftsführer Bodo Hombach zog deshalb bereits im vergangenen Jahr die Reißleine und verkündete: „Südosteuropa ist für uns kein Zukunftsmarkt.“¹¹ Die engen Verflechtungen zwischen Oligarchen und der politischen Macht würden den Markt vergiften. Auch wenn der Rückzug aus Serbien faktisch noch nicht vollzogen ist, hat die WAZ ihre Beteiligungen in Rumänien und Bulgarien bereits verkauft. In Kroatien und in Mazedonien werden sie noch gehalten, doch die Gerüchte über deren anstehenden Verkauf verhalten nicht.

Die Symptomatik des WAZ-Geschäfts in Südosteuropa ist kein Einzelfall. Durch das Engagement westlicher Medienhäuser ist zwar beträchtliches Know-how exportiert worden, doch der erhoffte Qualitätsschub ist ausgeblieben. Der private Medienboom in den südosteuropäischen Transformationsländern, an denen das Ausland stark beteiligt war, hat nicht den erwünschten demokratisierenden Effekt gebracht. Im Rückblick ist deutlich geworden, dass ausländische Hilfe keine nachhaltigen und gewinnbringenden Geschäftsmodelle ersetzt.¹²

Durch das Engagement westlicher Medienhäuser ist zwar beträchtliches Know-how exportiert worden, doch der erhoffte Qualitätsschub ist ausgeblieben.

AL JAZEERA BALKANS – KOMMT BEWEGUNG IN DIE MEDIENLANDSCHAFT?

Auch wenn die ausländischen Medieninvestitionen in Südosteuropa tendenziell stagnieren, gibt es dennoch namhafte Gegenbeispiele. Erst im letzten Jahr hat der deutsche Axel-Springer-Verlag gemeinsam mit der Schweizer

10 | Vgl. Michael Martens, „Im Reich der Oligarchen“, *Frankfurter Allgemeine Zeitung*, 09.09.2010.

11 | Vgl. „WAZ-Gruppe zum Ausstieg aus Südosteuropa bereit“, *Handelsblatt*, 02.08.2010, <http://handelsblatt.com/unternehmen/it-medien/waz-zum-ausstieg-aus-suedosteuropa-bereit/3504516.html> [10.10.2011].

12 | Dusan Reljic, „Mass Media, Post Conflict Transformation and Transition: Why is it Bodo and not Katharine?“, *European Commission Speak up Conference*, 06.05.2011, 18, http://ec.europa.eu/enlargement/speakup-conference/documents/index_en.htm [10.10.2011].

Ringier AG ein Joint Venture gegründet, um neben der Slowakei, Polen, Tschechien und Ungarn auch in Serbien zu investieren. Die auflagenstarke serbische Tageszeitung *Blic* gehört zur deutsch-schweizerischen Verlagskooperation. Doch eine weitere Neuigkeit hat bisher für die größte Aufmerksamkeit gesorgt: *Al Jazeera Balkans* will zum Ende des Jahres 2011 in den regionalen Landessprachen Bosnisch, Kroatisch und Serbisch mit einem Vollprogramm starten. Rund zehn Millionen Euro will der Sender aus Qatar allein im ersten Jahr auf dem Balkan investieren. In den folgenden Jahren sind 70 bis 80 Millionen Euro Direktinvestitionen geplant.¹³ Der gläserne Hauptsitz in Sarajevo ist schon bezogen, viele namhafte Journalisten sind rekrutiert, und die Probesendungen laufen auf vollen Touren. Dies hat bereits im Vorfeld eine Diskussion unter den Medienexperten entfacht. Kommt damit die Medienlandschaft auf dem Balkan in Bewegung? Bringt *Al Jazeera*, der sich nicht erst seit dem Arabischen Frühling für qualitativ hochwertige aktuelle Berichterstattung einen Namen gemacht hat, den lange erhofften journalistischen Qualitätsschub? Es gibt auch Stimmen, die befürchten, dass der Sender mit der Expansion gen Westen überwiegend geopolitische Interessen verfolgt und versucht, den Islam in diesem Teil der Welt zu stärken. Bosnien und Herzegowina wird in vielen muslimischen Ländern als Tor für die Einflussnahme auf dem Balkan und somit auch in Europa gesehen.

Tatsache ist, dass *Al Jazeera* eine Führungsposition auf dem regionalen Medienmarkt beanspruchen will. Dazu Ethem Foco, ein bosnischer Geschäftsmann und islamischer Aktivist, der als Vermittler für *Al Jazeera* fungiert: „Alle sprechen im Grunde die gleiche Sprache. Es gibt ziemlich viele gemeinsame Bezugspunkte, und es ist notwendig, sich so aufzustellen, dass so viele Zuschauer wie möglich erreicht werden können.“¹⁴ Die Region sehne sich „nach einem unparteiischen Fernsehen, das weder von der nationalen Politik noch vom Staatshaushalt abhängt“.¹⁵ Die Nachricht, dass *Al Jazeera* auf dem Balkan

Dass Al Jazeera auf dem Balkan Fuß fasst, verdient deshalb Aufmerksamkeit, weil sich zur gleichen Zeit die BBC und sogar die Deutsche Welle aus der Region zunehmend zurückziehen.

13 | Vgl. „Al Jazeera erobert den Balkan“, *Deutsche Welle*, 04.03.2011, <http://dw-world.de/dw/article/0,,14885001,00.html> [10.10.2011].

14 | Ebd.

15 | Ebd.

Fuß fasst, verdient aber auch deshalb Aufmerksamkeit, weil zur gleichen Zeit Medien wie die *BBC* und sogar die *Deutsche Welle* sich aus der Region zunehmend zurückziehen. Gemeinsam mit *Al Jazeera Turkey* wäre *Al Jazeera Balkans* einer der ersten beiden regionalen Ableger, der nicht in Arabisch oder Englisch sendet. Experten gehen von über 20 Millionen Zuschauern allein in der Balkanregion aus. Dazu kommen noch die in Westeuropa lebenden Bürger aus dem ehemaligen Jugoslawien, die das Programm über Satellit oder Kabel empfangen sollen.¹⁶ Es ist aber noch viel zu früh, um die Wirkung von *Al Jazeera Balkans* auf die Medienlandschaft Südosteuropas zu beurteilen. Auch wenn der Sender in Zukunft durch ein gutes und politisch ausgewogenes Programm reüssiert, ist es mehr als fraglich, ob die grassierende Boulevardisierung und inhaltliche Verarmung des regionalen Medienangebots sich davon beeinflussen lässt.

MASSE STATT KLASSE

„Balkan Media losing the Battle with Tabloidisation?“ Diese Eingangsfrage war einem Hintergrundbericht des Newsportals *BalkanInsight* vorangestellt, der sich mit den Gründen der zunehmenden Verflachung der Medien auf dem Balkan beschäftigt.¹⁷ In der Tat ist es besorgniserregend, dass im Zuge der Wirtschaftskrise einige der wenigen verbliebenen Qualitätsblätter in der südosteuropäischen Zeitungslandschaft ums Überleben kämpfen, die Boulevardmedien hingegen eher noch Luft nach oben haben. Als an ein und demselben Tag in diesem Sommer in Bulgarien mit *Vseki den* (Jeden Tag) und *Bulgaria dnes* (Bulgarien heute) zwei Boulevardzeitungen auf den Markt kamen, fragte man sich, ob der bulgarische Leser wirklich noch zwei weitere Klatschblätter braucht. Die Kioske strotzen bereits voller Yellow Press. Doch der

Es ist besorgniserregend, dass im Zuge der Wirtschaftskrise einige der wenigen verbliebenen Qualitätsblätter ums Überleben kämpfen, die Boulevardmedien hingegen eher noch Luft nach oben haben.

16 | Vgl. „Al Jazeera expands to Europe“, *Newzglobe.com*, 28.03.2011, <http://newzglobe.com/article/20110329/al-jazeera-expands-europe> [10.10.2011].

17 | Vgl. Jovan Ristic et al., „In Depth: Balkan Media losing the Battle with Tabloidisation?“, *BalkanInsight*, 08.06.2010, <http://balkaninsight.com/en/article/in-depth-balkan-media-losing-the-battle-with-tabloidisation> [10.10.2011]. Tabloidisation kann als Synonym für Boulevardisierung verstanden werden. Der Begriff bezieht sich auf das Tabloid-Format, in dem Boulevardzeitungen in der Regel gedruckt werden.

Zeitpunkt war gut gewählt: Im Sommer sind die Schönen und Reichen an der Schwarzmeerküste und die Paparazzi konnten ganze Arbeit leisten. Schon wenige Wochen nach dem Start belegten *Vseki den* und *Bulgaria dnes* den Platz zwei und drei in der nationalen Auflagenstatistik.

„Wir haben den Punkt erreicht, wo die Medien, kontrolliert von Politikern und Tycons sowie geschwächt durch die Wirtschaftskrise, weder Qualität noch Recherche anstreben“, beschreibt der serbische TV-Journalist Bojan Bosiljic den Trend der Zeit.¹⁸ Doch es hilft wenig, wenn Medienvertreter immerzu den Schuldigen in der Politik und der Geschäftswelt suchen, das wesentlich größere Problem ist unter den Journalisten selbst zu finden: deren professionelle Schwäche, die nicht konsequente Einhaltung ethischer Standards bis hin zur Korruption. Es gibt „Feinde in unserer Mitte“¹⁹, schreibt Gordana Igric, die Regionaldirektorin des Balkan Investigative Reporting Network (BIRN).

Die Medien erzeugen durch ihren Verlautbarungsjournalismus eine verflachte Informationskultur. Dies prägt das Informationsverhalten der Bevölkerung.

Problematisch ist hierbei die Art der medialen Begleitung politischer Prozesse. Medien in Südosteuropa reproduzieren oft einfach das, was Politiker sagen. Es wird wenig analysiert, zu wenig hinterfragt – es wird im Stile eines Verlautbarungsjournalismus vieles schlicht wiedergegeben. Die Medien erzeugen dadurch eine verflachte Informationskultur. Dies prägt das Informationsverhalten der Bevölkerung und untergräbt die professionelle Identität der Journalisten. Eine fundamentale Ursache für diese Schwäche liegt darin, dass sich in Südosteuropa keine praxisorientierten Strukturen für die Ausbildung von Journalisten etabliert haben. Ein Großteil der jungen Journalisten geht heute ohne fundierte Ausbildung in den Beruf. Und wer schlecht ausgebildet ist, kann auch leichter manipuliert werden. Auf Pressekongressen in den Hauptstädten Südosteuropas tummeln sich Heerscharen von jungen Journalisten. Viele Medieneigentümer heuern gerade junge, unerfahrene Journalisten an, die ihnen als willfährig erscheinen. Selbstzensur unter Journalisten ist verbreitet – aus Angst vor Jobverlust, vor

18 | Ebd.

19 | Gordana Igric, „Media Freedom and its Enemies in the Balkans“, *BalkanInsight*, 06.05.2011, <http://balkaninsight.com/en/article/media-freedom-and-its-enemies-in-the-balkans> [10.10.2011].

Drangsalierungen oder einfach aufgrund von mangelndem professionellem Selbstverständnis.

Eine unmittelbare Folge ist, dass Journalisten und Medien generell ein geringes Ansehen in der Bevölkerung haben. Der renommierte International Research and Exchange Board (IREX) hat in seinem *Media Sustainability Index 2010* öffentliche Apathie gegenüber den Medien in der Region konstatiert.²⁰ Die Medien werden von vielen als Teil der politischen Klasse wahrgenommen – und das Vertrauen in die Politik ist auf dem Balkan in einer tiefen Krise. Die Politikverdrossenheit, die vielerorts in eine regelrechte Politikverachtung übergegangen ist, breitet sich daher auch auf die Medien aus. Die Menschen sehen die Medien meist nicht als eine vertrauensvolle und unabhängige Instanz an, sondern sind der Meinung, dass sie von Politikern oder Oligarchen gesteuert sind. Das führt dazu, dass gute Journalisten dauernd den Job wechseln oder sich ihre Nischen schaffen. Viele Journalisten haben private Blogs, in denen sie neben ihrer offiziellen Redakteursarbeit publizieren.

Viele Menschen sehen die Medien meist nicht als eine vertrauensvolle und unabhängige Instanz an. Sie sind der Meinung, dass sie von Politikern oder Oligarchen gesteuert sind.

Dieser Rückzug in die Nischen steht der Schaffung einer einheitlichen und wirksamen Selbstregulierung der Medien entgegen. Es existiert in den Ländern Südosteuropas zwar eine Vielzahl von journalistischen Interessenverbänden und Selbstregulierungsorganen. Doch konkurrieren die Verbände oft untereinander oder verstricken sich in heftige interne Querelen, wie derzeit in Mazedonien oder in Serbien. In Rumänien existieren rund zehn unterschiedliche Ethikkodizes für Journalisten, aber keiner ist von allen Journalisten oder von sämtlichen führenden Medien akzeptiert.²¹ Auch sitzen häufig die Protagonisten aus vergangenen kommunistischen Zeiten am Ruder der Verbände. Allerdings: Selbstregulierungsorgane etwa nach dem Vorbild des Deutschen Presserates sind gegründet worden. So hat z.B. der Presserat in Bosnien und Herzegowina

20 | Vgl. International Research and Exchange Board (IREX), *Media Sustainability Index 2010*, ix, http://irex.org/system/files/MSI_2010_EE_Full.pdf [10.10.2011].

21 | Vgl. Peter Bajomi-Lazar, „Romania. A Country Report for the ERC-funded project on Media and Democracy in Central and Eastern Europe“, 14, <http://mde.politics.ox.ac.uk/index.php/publications> [10.10.2011].

eine wichtige Vorreiterrolle für die Region insgesamt eingenommen. Jedoch wurden vergleichbare Presseräte nicht in allen Ländern Südosteuropas eingerichtet, oder sie haben nur wenig Relevanz.

POLITISCHER UND WIRTSCHAFTLICHER DRUCK

Wurde früher in den kommunistischen Systemen von Seiten des Staates Zensur auf die Medien ausgeübt, ist es heute eine breite, heterogene Schicht, die auf unterschiedliche Weise Druck auf Journalisten ausübt.

Die gesetzlich garantierte Medienfreiheit und das vielfältige Medienangebot in Südosteuropa dürfen nicht über den anhaltenden Druck auf die Redaktionen hinwegtäuschen.

In ihrer im Jahre 2010 veröffentlichten Erweiterungsstrategie moniert die Europäische Kommission mit Blick auf den westlichen Balkan: „Die redaktionelle Unabhängigkeit wird durch ungebührliche politische und wirtschaftliche Pressionen unterlaufen.“²² Wurde früher in den kommunistischen Systemen von Seiten des Staates Zensur auf die Medien ausgeübt, ist es heute eine breite, heterogene Schicht, die auf unterschiedliche Weise Druck auf Journalisten ausübt. „Auch wenn wir die Phase der Unterdrückung (*repression*) überwunden haben, so kann ohne große Übertreibung festgestellt werden, dass wir derzeit durch die Phase des Drucks (*pression*) gehen“, so Remzi Lani.²³

Der Druck wird einerseits direkt von Politikern ausgeübt, sei es durch Drohungen oder Beschimpfungen. Politische Führer auf dem Balkan reagieren meist sehr dünnhäutig auf eine kritische mediale Berichterstattung. Die Palette von Maßnahmen reicht bis zu Klagen wegen Beleidigung und Verleumdung vor Gerichten, die ebenso nicht immer unabhängig sind. Subtiler, aber gleichwohl effektiver sind die finanziellen Möglichkeiten, mit denen der Staat Einfluss auf die Medien ausüben kann. Es beginnt bei „bezahlten“ Nachrichten und endet bei der Steuerung des Anzeigen-geschäfts, mit dem er wohlwollende Medien belohnen und kritische Medien bestrafen kann. Staatliche Anzeigen sind eine bedeutende Einnahmequelle, vor allem in Zeiten der Wirtschaftskrise. Viele Regionalzeitungen hängen regelrecht am Tropf des Staates. Dass es dadurch zu einer

22 | Erweiterungsstrategie 2010-2011, 10, http://ec.europa.eu/enlargement/press_corner/key-documents/reports_nov_2010_de.htm [10.10.2011].

23 | Vgl. Lani, Fn. 3, 47.

Einmischung in die Redaktionsarbeit kommt, liegt auf der Hand. Ebenso hat der Staat beim Einsatz von privatwirtschaftlicher Werbung seine Finger im Spiel. In Serbien zum Beispiel hat eine Handvoll Werbeagenturen, die den herrschenden politischen Parteien nahestehen, fast den gesamten Werbeumsatz unter Kontrolle.²⁴ Auch in anderen Ländern der Region ist die Werbung in wenigen Händen und übt somit einen entscheidenden Einfluss auf die Existenz der Verlage und Medienhäuser aus. Hinzu kommt der administrative Druck, den der Staat ausüben kann. In Mazedonien hat die Regierung den größten privaten Fernsehsender *TV 1* der Steuerhinterziehung bezichtigt, was zur Schließung des Senders beigetragen hat. Hinterfragt werden muss, warum die Steuerfahnder ausschließlich bei dem TV-Sender, der ausgesprochen kritisch über das Regierungshandeln berichtete, etwas genauer hingeschaut haben.

Andererseits wird die Einflussnahme auf die Medien in zunehmendem Maße durch Geschäftsleute ausgeübt, die nicht selten mit der organisierten Kriminalität verbandelt sind. Diese Druckausübung durch Oligarchen ist insofern weitaus gefährlicher, als sie zum einen die finanziellen und personellen Ressourcen der Medienhäuser steuern und zum anderen notfalls ein entsprechendes Droh- und Einschüchterungspotential aufbauen können. Zugute kommt ihnen dabei, dass alles im Verborgenen geschieht. Die Intransparenz insbesondere der Eigentümerverhältnisse und der Finanzströme ist vielleicht das größte Problem in der Medienlandschaft Südosteuropas. Oft ist nicht bekannt, wer genau hinter welchem Medium oder welcher Mediengruppe steht. Nominelle Eigentümer sind meist Strohleute, die wahren Eigentümer verstecken sich hinter *Offshore*-Firmen im Ausland. Solange aber keine Transparenz des Medieneigentums besteht, kann den Tendenzen der Medienkonzentration nicht effektiv begegnet werden. Hinter der scheinbaren Pluralität können sich wenige dominante Akteure mit markt- und damit meinungsbeherrschender Stellung verstecken.

Die Intransparenz insbesondere der Eigentümerverhältnisse und der Finanzströme ist vielleicht das größte Problem in der Medienlandschaft Südosteuropas. Oft ist nicht bekannt, wer genau hinter welchem Medium steht.

Die Konzentrationstendenzen bei den Inhaberverhältnissen haben in der Region in den letzten Jahren stark zugenommen. Dort, wo sich ausländische Eigentümer zurückzogen, haben örtliche Akteure aus dem politischen und unternehmerischen Spektrum übernommen. Umstritten in diesem Zusammenhang ist die Neue Bulgarische Mediengruppe der Medieneigentümerin Irena Krasteva. Die frühere Chefin der bulgarischen Staatslotterie Toto2 wurde dadurch bekannt, dass sie in kurzer Zeit eine Reihe von einheimischen Zeitungen und TV-Sender aufkaufte – unter ihnen die äußerst preiswerte Tageszeitung *Telegraf*, offensichtlich die meistgelesene Tageszeitung in Bulgarien. Gerüchte über die Verbindungen der Mediengruppe zu einer Bank, in der erhebliches Kapital von staatlichen Unternehmen angelegt ist und von der angeblich 70 Prozent der Werbeeinnahmen der Krasteva-Gruppe kommt, ist ein immer wieder aufkommendes Thema in Bulgarien. Hinzu kommt, dass Deljan Peevski, Sohn Krastevas und Abgeordneter der Partei DPS, die vor allem die türkischen und pomakischen Minderheiten in Bulgarien vertritt, der eigentliche Strippenzieher des Medienimperiums sein soll.²⁵ Ähnliche Allianzen zwischen Politik, Medien und Geschäftswelt sind symptomatisch für die Medienlandschaft in der Region. Die direkte Einmischung von Oligarchen, die nicht nur eigene Geschäftsinteressen vertreten, sondern eng mit politischen Kräften verflochten sind, gehört zur Tagesordnung.

Die extreme politische Polarisierung hat sich auf die Medien übertragen. Im Präsidentschaftswahlkampf in Rumänien haben 2009 private Sender massiv für den sozialdemokratischen Bewerber Partei ergriffen.

Dazu kommt eine Tendenz der Re-Politisierung von Medien, die in ehemals kommunistischen Staaten eigentlich so nicht zu erwarten war. Hintergrund ist die extreme politische Polarisierung in den Ländern Südosteuropas, in jüngster Zeit vor allem in Albanien, Mazedonien, Kroatien und Rumänien. Diese Polarisierung hat sich auf die Medien übertragen und reicht über die öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten hinaus, die meist vom Staatsbudget abhängig und damit regierungshörig geblieben sind.²⁶

25 | Vgl. *Novinite.com*, „Bulgaria’s Watchdog Slaps Dumping Fine on Murky Media Tycoon“, 29.06.2010, http://novinite.com/view_news.php?id=117614 [10.10.2011].

26 | Vgl. Marius Dragomir, „Am Scheideweg – Inhaberverhältnisse bei Rundfunk und Fernsehen in Osteuropa“, in: *Osteuropa Recht*, Sonderdruck zu den 8. Frankfurter Medienrechtstagen 2009, 48-52.

Im letzten Präsidentschaftswahlkampf in Rumänien Ende 2009 haben mehrere private TV-Sender massiv für den sozialdemokratischen Präsidentschaftsbewerber Mircea Geoana Partei ergriffen. Hinter dieser Kampagne stand einer der reichsten Männer Rumäniens, Sorin Ovidiu Vântu, damals noch Eigentümer des Medienkonzerns Realitatea Media.²⁷ In Bosnien und Herzegowina ist die politische und mediale Landschaft weiterhin nach ethnischen Kriterien zergliedert. Eine im Auftrag der Konrad-Adenauer-Stiftung durchgeführte Analyse der Medienberichterstattung der Parlaments- und Präsidentschaftswahlen vom Oktober 2010 kam zum Ergebnis, dass sich die Medien nahezu ausnahmslos auf die Seite einzelner Politiker oder Parteien geschlagen haben.²⁸ Besonders Fahrudin Radončić hat Aufsehen erregt, da er als Besitzer der auflagenstärksten Zeitung *Dnevni Avaz* mit einer eigenen Partei bei den Wahlen kandidierte.

Diese Vermischung von Medien und Politik ist auch in anderen Ländern zu sehen, so zum Beispiel in Mazedonien, wo Politiker eigene TV-Sender besitzen. Im benachbarten Albanien stehen sich die beiden politischen Lager seit Langem verfeindet gegenüber und üben massiven Druck auf die Medien aus. Im Wahlkampf 2009 haben die Partei-Hauptquartiere auch eigene so genannte *ready-made news* produziert, die von den Medien oft ohne Änderungen gesendet oder abgedruckt wurden.

In Albanien haben die Parteien im Wahlkampf 2009 eigene „ready-made news“ produziert, die von den Medien oft ohne Änderungen gesendet oder abgedruckt wurden.

FAZIT: GLAUBWÜRDIGKEIT UND SELBSTVERANTWORTUNG

20 Jahre nach dem Fall des Eisernen Vorhangs, nach 20 Jahren Demokratisierung und Transformation, befindet sich die Medienlandschaft Südosteuropas an einer Wegscheide und in einem nachhaltigen Veränderungsprozess – sowohl globale Faktoren als auch regionale und politisch-kulturelle Faktoren spielen hier eine Rolle. Zu den globalen Faktoren gehören der durch die Medienkonvergenz erzeugte Druck

27 | Vgl. IREX, Fn. 20, 95.

28 | Vgl. Media Plan Institute, „Wahlen in Bosnien und Herzegowina. Analyse der Medienberichterstattung im Wahlkampf“, Sarajevo, 2010, <http://kas.de/medien-europa/de/publications/21626> [10.10.2011].

auf die klassischen Medien sowie die aktuellen Auswirkungen der Wirtschafts- und Finanzkrise auf die Verlage und Medienhäuser.

Entscheidend für die Entwicklung der Medien in Südosteuropa ist aber, wie schnell sie die klientelistischen und intransparenten Strukturen überwinden, die bisher der Entwicklung einer demokratisch-pluralistischen Medienlandschaft nach europäischem Vorbild entgegenstehen. Natürlich wäre es falsch, die Medien in Südosteuropa reflexartig schlechtzureden. Bezeichnenderweise neigen zu diesem grundsätzlichen Negativismus die Medienschaffenden auf dem Balkan selbst. Vor dem Hintergrund einer fragilen demokratischen Kultur, einer von mangelnder Selbstverantwortung geprägten Mentalität und einer schwach ausgeprägten Zivilgesellschaft ist die Herausbildung demokratisch-pluralistischer Medienstrukturen vor große Herausforderungen gestellt. Das Auf und Ab ist vielleicht auch der normale Verlauf einer Evolution.

Dennoch führt kein Weg daran vorbei, dass die Medien sich auf Dauer unabhängig von der Politik und den Oligarchen machen müssen, um ihrer Rolle als „Wachhund“ und Informationsdienstleister für die Öffentlichkeit gerecht zu werden. Notwendig dafür sind zum einen wettbewerbsfähige Geschäftsmodelle, damit die Unabhängigkeit der Medien in Zukunft garantiert werden kann. Zum anderen sind journalistische Glaubwürdigkeit und Integrität unabdingbar. Gerade weil Journalisten in Südosteuropa unter erschwerten Bedingungen arbeiten, müssen sie in Zukunft stärker ihr Schicksal in die eigene Hand nehmen, auch selbstkritisch mit eigenen Defiziten umgehen und nicht nur mit dem Finger auf andere zeigen. Es ist an der Zeit, dass die Medienschaffenden in Südosteuropa gemeinsam ihrer Selbstverantwortung gerecht werden, anstatt sich zu spalten und gegenseitig zu bekriegen. Nur so erlangen die Medien mittel- und langfristig Glaubwürdigkeit und neues Vertrauen.