

E-lection Bridge Africa East

Politische Kommunikation in Kenia - in Kooperation mit dem KAS Medienprogramm Sub-Sahara Afrika

Die KAS-Initiative "E-lection Bridge Africa" setzt ihre erfolgreichen Aktivitäten in der Region fort - mit einem Web TV-Workshop mit Vertretern verschiedener Medien und mehrerer Parteien in Kenia.

Am 6. Oktober lud die KAS in Kenia zusammen mit Markus Brauckmann vom KAS Medienprogramm Sub-Sahara Afrika zu einem Workshop über Web-TV und die damit verbundene Anwendungsmöglichkeiten ein.

Die Teilnehmer waren Vertreter verschiedener Parteien in Kenia u.a. der Democratic Party (DP), der Party of National Union (PNU), der Orange Democratic Movement (ODM), der National Rainbow Coalition Kenya (NARC-K) und von Ford-Kenya. Des Weiteren waren verschiedene kenianischen Medien vertreten, sowie die Media Development Association, eine langjährige Partnerorganisation der KAS in Kenia.

Geleitet wurde der Workshop von Markus Brauckmann, welcher zu Beginn auf seine langjährige Tätigkeit als Journalist und seine Erfahrungen in der Fernsehproduktion hinwies. Ausschlaggebend für den Workshop war seine Tätigkeit im Wahlkampf für Bundeskanzlerin Merkel von 2007-2009, die dem Aufbau und der Redaktion von CDU.TV als Wahlkampfinstrument galt. Die in dieser Zeit gesammelten Erfahrungen sollten als Beispiele für den Workshop dienen.

Jedoch gerade im afrikanischen Kontext mit langsamen Internetverbindungen, fehlendem Know-how und mangelnden Ressourcen, scheint die Umsetzung von Web-TV und ähnlichen Medien zunächst als utopisch. Dies gilt insbesondere für die ländlichen Gegenden, wo der Zugang zum Internet für die normale Bevölkerung noch immer mit großen Hindernissen verbunden ist.

Markus Brauckmann stellte jedoch gleich von Anfang an klar, dass die Produktion kleiner Videosequenzen keineswegs unmöglich sei, sondern auch mit geringen Mitteln durchführbar ist und die Anwendungsmöglichkeiten auch jenseits des World Wide Web sehr vielfältig sind. So könnte der Workshop auch unter dem Motto „Es ist machbar- dies ist nicht Hollywood“ gestanden haben.

So wurden gleich zu Beginn kleine Videosequenzen aus anderen afrikanischen Ländern, welche zum Teil mit einem Mobiltelefon gefilmt wurden, gezeigt, deren Qualität dennoch beeindruckend war. Deutlich wurde dabei, dass die Idee die dahinter steht und deren Umsetzung deutlich mehr zählt, als die perfekte technische Ausstattung und der damit verbundene finanzielle Aufwand. Eine einfache Kamera und ein Laptop zur Bearbeitung sind vollkommen ausreichend.

Die auf diese Art entstandenen Videosequenzen müssen nicht unbedingt nur ins Internet gestellt werden. Sie können u.a. in Überlandbussen laufen, auf Parteiveranstaltungen gezeigt werden oder per Mobiltelefon verschickt werden. Betont wurde dabei, dass solche Videosequenzen im Wahlkampf nur die traditionellen Medien ergänzen, jedoch nicht er-

setzen können. Web-TV kann jedoch Emotionen vermitteln, direkten Kontakt zu den potentiellen Wählern herstellen, Helden verkörpern und mehr bieten, als Texte und Photos.

Durch zahlreiche Beispielfilme gab Markus Brauckmann Einblicke, wie das Potential kleiner Filmsequenzen für den Wahlkampf optimal genutzt werden kann und welche Dinge dabei beachtet werden müssen. So ist es wichtig auch den normalen Parteimitgliedern eine Stimme zu geben und den direkten Kontakt zu den Wählern herzustellen. Ebenso ist die Möglichkeit gegeben durch den exklusiven Zugang hinter die Kulissen Transparenz zu schaffen und Interesse bei potentiellen Zuschauern zu wecken.

Anhand von CDU.TV wurde demonstriert, wie Sequenzen an einem einzigen Tag gedreht, bearbeitet, überprüft und ins Netz gestellt werden können. Dabei wurde immer wieder betont, mit welchen einfachen Mitteln und geringen Kapazitäten Web-TV machbar ist. Im Vordergrund stehen immer die Idee und das, was transportiert werden soll. Um die Umsetzung der Ideen zu erleichtern wurden am Ende des Workshops zahlreiche Anregungen gegeben. Ebenso wurde Gelegenheit gegeben Fragen zu stellen und Ideen auszutauschen.

Der Workshop kann als großer Erfolg gewertet werden. Allein die für Kenia untypische Pünktlichkeit, das fehlende Handyklingeln während der Arbeitphasen und vor allem die ununterbrochene Aufmerksamkeit der Teilnehmer sprechen für großes Interesse von Seiten der Teilnehmer und für die Relevanz des Themas für den kenianischen Kontext. Gleich im Anschluss an den Workshop wurden Adressen ausgetauscht und Ideen diskutiert. Nun bleibt nur noch abzuwarten, wann die ersten Videosequenzen ins Netz gestellt werden.

Iris Föllner