

„Ziemlich soft und nicht allzu sexy“

Berichte über Natur und Umwelt haben in vielen asiatischen Medien einen schweren Stand. Nicht immer sind daran aber nur die Journalisten schuld.

Wenn nicht gerade ein Taifun wütet, ein Vulkan ausbricht oder eine Großstadt in den Wassermassen versinkt, packen asiatische Reporter und Redakteure das Thema „Umwelt“ mit spitzen Fingern an. Das Gleiche gilt für Fragen zur Energieversorgung. Ein katastrophaler Stromausfall wie kürzlich in Indien produziert über Tage hinweg immer neue Schlagzeilen; Erfolgsmeldungen über die Verbreitung von Solar-, Wasser- oder Windenergie lassen die Medien hingegen oftmals kalt. Das kann nicht an mangelnder Relevanz liegen: Allein in Indien stiegen die Investitionen in erneuerbare Energien von 2010 nach 2011 um beeindruckende 62 Prozent auf inzwischen 12 Milliarden US-Dollar. Gleichzeitig haben auf dem Subkontinent noch immer fast 290 Millionen Menschen keinen Stromanschluss. Beides „Top-Themen“, sollte man meinen. Ist aber nicht so. Unternehmen und Verbände aus dem Bereich der erneuerbaren Energien kritisieren das „Desinteresse“ der asiatischen Journalisten. Dabei übersehen sie gerne, dass Medienaufmerksamkeit professionelle Öffentlichkeitsarbeit erfordert. Vielfach hapert es daran jedoch.

Wandee Khunchornyakong ist für die Medien gewissermaßen perfekt. Bis auf den Nachnamen vielleicht. Den kann sich im Ausland niemand merken. Thailänder haben aber nun einmal solche Nachnamen. In Asien dürfen Journalisten erfreulicherweise „Miss Wandee“ schreiben. Das geht.

Miss Wandee ist zunächst deshalb perfekt, weil sie als Frau ein Unternehmen leitet – in Thailand keineswegs eine Selbstverständlichkeit, auch wenn das Land inzwischen sogar von einer Frau regiert wird. In der Bevölkerung hält sich stattdessen das traditionelle Rollenbild des „Chang Thao Lang“, übersetzt in etwa: „diejenige, die hinter ihrem Ehemann geht“.

Miss Wandee ist auch deshalb eine Besonderheit, weil sie überaus erfolgreich ist. Das Magazin „Forbes“ zählt sie zu den „Women to Watch“ mit besten Aussichten, alsbald in die Liste der mächtigsten Unternehmerinnen in Asien aufgenommen zu werden.

Dazu kommt, dass Miss Wandee Mut zum Risiko hat und sich durchzusetzen weiß. Während einer Diskussionsrunde zum Auftakt der diesjährigen „Clean Energy Expo Asia“ (CEEAA) in Bangkok erfuhren die Zuhörer im Saal, dass sich die Unternehmerin schon vor über 30 Jahren mit privatem Kapital an einer der ersten thailändischen Firmen zur Produktion von Solarzellen beteiligt hatte und 2007 dann zunächst in den Ruhestand ging, bevor sie wenige Jahre später erneut auf dem Chefsessel Platz nahm.

Bei alledem hat Miss Wandee nicht die Bodenhaftung verloren. Ausbildung und Erziehung seien ihr sehr wichtig, sagt sie. Im Gegensatz zu vielen Mitbewerbern ihrer Branche lädt sie die Bevölkerung deshalb zu Firmenbesichtigungen ein. Jeder soll sich über den Zweck und die Technologie ihres Unternehmens informieren können.

Mit diesem Profil hätte Miss Wandee vermutlich auch Rhabarber-Marmelade produzieren können und wäre für die Medien

trotzdem interessant. Stattdessen leitet sie die Firma SPCG. Das Unternehmen betreibt in Thailand Solarparks. Davon sollen bis 2014 insgesamt 34 ans Elektrizitätsnetz angeschlossen sein. In der Summe werden die Anlagen dann mehr als 200 Megawatt Strom produzieren.

Die Details zur Finanzierung der Solarparks, zu den Baugenehmigungen und zur Einspeisung des Ökostroms ins Netz sind ziemlich kompliziert. Über die weitere Entwicklung von SPCG werden die Medien auch über Thailand hinaus schon wegen Miss Wandee aber wohl dennoch berichten.

Die rüstige Unternehmerin ermöglicht Lesern, Zuschauern und Zuhörern, was englischsprachige Journalisten mit „to connect to a story“ umschreiben. Damit ist nicht gleich gemeint, dass sich die Mediennutzer mit dem Sachverhalt eines Artikels, Radio- oder TV-Beitrags zwangsläufig identifizieren. Gleichzeitig meint der Begriff aber mehr als das bloße Verständnis vom Sachverhalt.

Miss Wandee spricht mit ihrem spannenden persönlichen Werdegang einerseits also nicht nur Naturfreunde und Umweltschützer an. Und nicht jeder Leser wird nach einem Bericht über ihr jetziges Unternehmen SPCG auch gleich verstehen, wie man aus Sonnenlicht Strom erzeugt. Trotzdem, oder vielleicht gerade deshalb, ist sie interessant. „Alle anderen Teilnehmer der Podiumsdiskussion“, meint Primastuti Handayani, leitende Redakteurin der „Jakarta Post“ in Indonesien, „waren im Vergleich dazu langweilig.“

Handayani saß bei der CEEA in Bangkok für das Medienprogramm der KAS auf dem Panel. Die Teilveranstaltung sollte sich mit der Frage beschäftigen, wie die Medien in Asien ihre Umweltberichterstattung verbessern können. Schon am Beispiel von Miss Wandee wurde aber deutlich, dass diese Aufgabe nicht allein von den Journalisten bewältigt werden kann.

Umweltexperten, Naturschutzverbände und Unternehmer im Bereich der erneuerbaren Energien leiten die Bedeutung ihrer Arbeit von den Auswirkungen des Klimawandels, von steigenden Lebensmittelpreisen oder

Problemen bei der Trinkwasserversorgung ab. Bei den Lesern ihrer Zeitung könne sie diesen Zusammenhang auch gedanklich keineswegs immer voraussetzen, erklärt Anisha Bhaduri von der Tageszeitung „The Statesman“ in Kalkutta. Die preisgekrönte Journalistin nahm für die KAS ebenfalls an der Konferenz in Bangkok teil. In Indien, gerade auf dem Land, würden Dürre, Erdbeben und Überschwemmungen von vielen Menschen, so Bhaduri, noch immer als „gottgegeben“ betrachtet. Zwar mögen sich die Katastrophen und Widrigkeiten inzwischen häufen, „an der Schicksalsgläubigkeit vieler Menschen hat das aber nichts geändert“.

Wer bei den Medien Aufmerksamkeit wecken wolle für neue Technologien im Umweltbereich oder für die Nutzung erneuerbarer Energien, müsse den Journalisten mithin erklären können, was sich dadurch für die Menschen in der betreffenden Region konkret verändert. Nur so sei gewährleistet, dass ein Beitrag zu dem Thema auch gelesen wird. „Bilder von traurigen Eisbären haben ihren Reiz weitgehend verloren“, bekräftigt in seinem Vortrag während des KAS-Panels auch Philip Behnke, Experte für Öffentlichkeitsarbeit und Neue Medien in Singapur.

Oft würden Außenstehende, fügt Noel Adlai Velasco, Redakteur beim „Philippine Daily Inquirer“ in Manila, hinzu, völlig unterschätzen, unter welchem Zeitdruck in den Redaktionen die Themen festgelegt werden. Berichte über die Umwelt seien oft „ziemlich soft und nicht allzu sexy“. Im tagesaktuellen Wettbewerb um die knappen Textspalten und Sendezeiten zögen sie deshalb regelmäßig den Kürzeren. „Korruption ist eben meistens spannender als Energie.“

Die Medien seien aber keineswegs nur an Katastrophenmeldungen und Negativschlagzeilen interessiert, bekräftigten während der CEEA übereinstimmend alle beteiligten Journalisten. Erfolgsmeldungen fänden jedoch vor allem dann Interesse, wenn sie sich, wie im Falle von Miss Wandee, „mit einem Gesicht in Verbindung bringen lassen“. Oft jedoch würde selbst die schönste Erfolgsstory nur per Pressemitteilung kommuniziert und dann nicht selten mit Zahlen, Daten und

Konrad-Adenauer-Stiftung e.V.

MEDIENPROGRAMM ASIEN

PAUL LINNARZ

19. September 2012

www.kas.de/medien-asien/

www.kas.de

Begriffen, die allein ein Solartechniker verstehen könne. „Leider“, meint deshalb Waqar Mustafa, Umweltjournalist aus Pakistan, „sprechen nicht nur Journalisten und Politiker, sondern auch Journalisten und Ingenieure häufig zwei unterschiedliche Sprachen.“

Mit der eigenen Zunft gingen die Journalisten in Bangkok aber ebenfalls hart ins Gericht. Umweltjournalisten, bekennt Primastuti Handayani freimütig, genossen in ihrer Zeitungsredaktion deutlich weniger Ansehen als etwa politische Korrespondenten. Viele Medien würden, ergänzt Waqar Mustafa, „ausschließlich der offiziellen Linie ihres Landes folgen“. Über den Bau eines Staudamms in China würde von chinesischen Medien mithin aus Sicht der Regierung in Peking, von den betroffenen Anrainerstaaen hingegen nur aus der eigenen nationalen Perspektive berichtet. „Die Position des Nachbarn findet nicht statt.“ Mangels Qualifikation seien viele Journalisten gerade bei Umwelt- und Energiethemen überdies nicht in der Lage, selbst inhaltliche Akzente zu setzen oder der Fragestellung aus eigenem Antrieb heraus mehr Gewicht zu verleihen. Hier müssten sich, so Anisha Bhaduri, „die Denkweise und die Einstellungen in den Redaktionen erst noch ändern“.

In zweierlei Hinsicht dürfen sich sowohl die Journalisten, als auch die Umweltschützer und Ökounternehmer beiderseits als Leidtragende begreifen, die einen direkt, die anderen indirekt. Der erste Aspekt betrifft die Werbe- und Anzeigenpartner der Medien. Darunter finden sich auch zahlungskräftige Unternehmen, die mit Umweltschutz und erneuerbaren Energien nichts am Hut haben. Der Betreiber eines völlig veralteten Kohlekraftwerks sieht ausführliche Medienberichte über die Segnungen der Solarenergie mit anderen Augen als die engagierte Vorkämpferin Miss Wandee. In Asien erwirtschaften die meisten Medien den Großteil ihrer kommerziellen Umsätze aber immer noch mit den Anzeigen und Werbespots der traditionellen Industrieunternehmen. Die Geldgeber wollen natürlich nicht ständig in der Schusslinie „ihrer“ Medien stehen. So mancher Umweltbericht fällt auf Geheiß des Herausgebers oder Chefredakteurs deshalb der „Delete“-Taste zum

Opfer, bevor er überhaupt an die Öffentlichkeit dringt.

Das vermeintliche „Desinteresse“ der Journalisten hat in einigen asiatischen Ländern eine weitere, im wahrsten Sinne des Wortes, handfeste Ursache. Umwelt- und Energiethemen gelten oft als „sensibel“. Medienberichte über die Vergabe von Lizenzen und Baugenehmigungen an Energieunternehmen und Betreibergesellschaften drehen sich nicht selten auch um den Vorwurf der Korruption. Gegen allzu hartnäckige Recherchen gehen die betroffenen Unternehmen, Behörden und Einzelpersonen gerichtlich vor. Gerade in den ländlichen Regionen von Südostasien müssen Umweltjournalisten noch vorsichtiger sein; vielerorts ist ihr Job lebensgefährlich.