

Erfolgreicher Kampf

VON BJÖRN RICHTER

Sieben große Medienunternehmen Botsuanas vereinbarten einen gemeinsamen Kodex für die Berichterstattung über HIV/Aids. Die Initiative trägt erste Früchte. Ein Vorbild für die Medien anderer afrikanischer Staaten?

„N och 1995 waren HIV und Aids absolut kein Thema in den Botsuanaschen Medien, obwohl wir mit einer Infektionsrate von 30 Prozent eine der höchsten HIV-Raten in ganz Afrika hatten. Das wollten wir ändern und fanden nach endlos langem Suchen eine Prostituierte, die infiziert war und bereit war ein Interview zu geben“, blickt Beate Masala, die heutige Herausgeberin von *The Voice*, zurück. Gleich nach dem Erscheinen des Artikels unter dem Titel „Haben Sie mit dieser Frau geschlafen“ wurde die junge Redaktion von den anderen Journalistenkollegen geächtet

und verspottet. Beate Masala erinnert sich noch gut an diese schwierigen Monate: „Unsere Kollegen fanden das Thema nicht relevant und wollten es lieber totschweigen. Zudem starb die Interviewte leider nach relativ kurzer Zeit, und wir wurden für ihren Tod mitverantwortlich gemacht.“ Aber die Redaktion ließ sich nicht beirren und widmete sich in ihren Ausgaben seitdem umfangreich dem Thema und bekam über die Jahre immer mehr Zuspruch. Zudem wurden internationale Unterstützer auf Masala aufmerksam und bald wurden die Zeitung und ihre Initiativen sogar durch die afrikanische

Geber-Initiative ACHAP, initiiert durch die globalen Stiftungen von Bill & Melinda Gates und Merck Company, gefördert.

Stark wachsende Medienlandschaft

Die Medienlandschaft des wirtschaftlich stark wachsenden Botsuana hat sich in der Zwischenzeit enorm erweitert – mehr als zehn reguläre Zeitungen erscheinen täglich oder wöchentlich, öffentliche und private Radiosender sind im ganzen Land zu empfangen und die Internet-Nutzung steigt stetig an. Deshalb sind viele Printmedien mittlerweile auch im Internet vertreten, wobei aber lediglich die Artikel der Zeitungen online gestellt werden. „The Voice“ ist nunmehr mit fast 35 000 Exemplaren die größte Wochenzeitung im Lande. Sie wird gefolgt von *Sunday Standard* und *Botswana Guardian* mit jeweils etwa 17 000 Ausgaben sowie anderen überregionalen Zeitungen wie *Mmegi*, der ältesten Zeitung in Botsuana, oder der staatlichen *Daily News*. Im Bereich der audio-visuellen Medien hatte lange das staatliche Fernsehen und Radio dominiert, das aber mittlerweile Konkurrenz von privaten Sendern wie *Gaborone Television* oder *GABZ-FM* bekommen hat. Und Botsuana unterhält mit der Botswana Press Agency sogar eine staatliche Nachrichtenagentur, so dass das *Media Institute for Southern Africa* im Hinblick auf die junge Geschichte Botsuanas von einem sehr unabhängigen und diversifizierten Mediensystem für die 1,8 Millionen Einwohnern des Landes spricht.



Fotos: Björn Richter

Sonderausgaben der Tageszeitungen zum Welt-Aids-Tag im letzten Dezember

Und die quirilige Herausgeberin Masala macht weiter Schlagzeilen mit ihrem Engagement gegen die HIV-Epidemie. Als Motivation führt sie dabei ihre Erfahrungen aus der Arbeit als Pressesprecherin der staatlichen Diamantminen an. Dort hatte sie in den 90-er Jahren direkt mitbekommen, wie ansteckend die Krankheit ist und war über die Unwissenheit der Journalisten und ihrer Beiträge erschrocken. „Viele der Redakteure hatten noch nie direkt mit HIV-Infizierten oder Aids-Kranken gesprochen und kannten die Krankheitssymptome gar nicht. Das haben die Leser natürlich in ihren Beiträgen mitbekommen, die oftmals sehr technisch und unmenschlich wirkte“, so Masala. Diese Situation wollte sie anschließend als neue Chefredakteurin von *The Voice* grundlegend ändern und nahm ihre Redakteure mit zu Gesprächen in Hospize für Aids-Kranke, Krankenhäuser und Forschungseinrichtungen.

Ihre Idee hat im letzten Jahr weitere Früchte getragen, nachdem sich botsuanasche Medien zur „Botswana Media Awareness Initiative“ zusammengefunden haben, um gemeinsam landesweit die Berichterstattung über diese Thematik zu verbessern. Innerhalb eines Jahres und diverser Workshops einigten sich die beteiligten fünf Zeitungshäuser und zwei Radioanstalten auf einen gemeinsamen HIV/Aids-Medienkodex sowie eine interne Arbeitsplatzpolitik. Der Kodex verpflichtet dabei Journalisten in seinen elf Punkten unter anderem zu einer intensiveren Recherche und Prüfung von Fakten, der Vermeidung von Stereotypen und Vorurteilen sowie der Beachtung Menschenrechte und eines sensibleren Gebrauchs von Sprache. Neben dem Medienkodex verständigten sich die Partner der Initiative auch auf eine gemeinsame Arbeitsplatzpolitik, wonach erkrankte Journalisten und Mitarbeiter keine Nachteile erleiden dürfen. In dieser internen Politik verpflichteten sich die Medienunternehmen ihren Mitarbeitern verbesserte gesundheitliche Rahmenbedingungen durch Erste-Hilfe-Ausrüstungen, kostenlose Kondome aber auch Trainingskurse für

Mitarbeiter im Umgang mit der Krankheit zur Verfügung zu stellen. Im Alltag der Medienunternehmen sollen diese Prinzipien als Teil eines sozialen Dialoges durch Wohlfahrtskommissionen initiiert und überwacht werden soll.

Kodex wird in drei Zeitungen bereits umgesetzt, Kampagne für 2009 geplant

Die drei großen botsuanaschen Zeitungen *The Voice*, *Mmegi* und *Sunday Standard* haben innerhalb eines Jahres diese Richtlinien intern schon umgesetzt und entsprechende Kommissionen in diesem Sommer einberufen. Die Umsetzung ist dabei sehr erfolgreich, wie Kgomotso Serunga von der Geschäftsführung der Zeitung *Sunday Standard* aufzeigt: „In unserer allgemeinen Betriebsversammlung sprechen wir jetzt jeden Freitag über die HIV-Problematik, bieten kostenlose Aids-Tests mit entsprechenden Beratungen an und haben kostenlos Kondome in der Redaktion ausgelegt.“ Auch in den Redaktionen von *The Voice* und *Mmegi* wurde die Initiative öffentlichkeitswirksam gestartet und entsprechende Kommissionen einberufen. Zudem zeigen sich innerhalb der Redaktionen erste Veränderungen in der Berichterstattung der Journalisten über HIV und Aids, wie Victor Malumbela, Redakteur von *Mmegi*, ausführt. Seiner Meinung nach reagieren die Journalisten seiner Zeitung sensibler und vor allem kompetenter im Umgang mit dem Thema, hinterfragen traditionelle Heilmethoden und klären über Prävention und den Schutz vor HIV-Ansteckung auf.

Für Beate Kasale, die sich nunmehr seit fast 15 Jahren intensiv diesem Thema widmet, ist die Initiative der Medienhäuser ein großer Durchbruch, und sie möchte im nächsten Jahr alle Medienunternehmen in eine größere Öffentlichkeitskampagne einbinden: „Wir sind in dieser Initiative keine Konkurrenten, sondern haben festgestellt, dass eine HIV/Aids-Prävention unseren Medienhäusern auch wirtschaftlich weiterhilft.“ Diese Kampagne wirft ihre



Beate Kasale initiierte die Kampagne als Chefredakteurin der größten Wochenzeitung in Botswana

Schatten schon voraus, so soll demnächst ein Journalisten-Handbuch zum Umgang mit HIV/Aids für den journalistischen Alltag erscheinen mit Beiträgen aus Botswana, Senegal und Kenia. Zudem planen die Webmaster und Designer der Medienhäuser gerade für Jugendliche aus Botswana eine positive Image-Kampagne unter dem Slogan „First Generation without HIV“. Jean Francois Gebert, der Webmaster von *thevoicebw.com* ist dabei von den Zielen der Kampagne überzeugt: „Wir wollen endlich zeigen, dass wir nicht aufgeben und unsere Generation eine Zukunft hat, wenn wir die HIV-Herausforderung gemeinsam angehen.“ ■



Foto: Mariena Köpke

Björn Richter

arbeitet momentan bei der Gesellschaft für technische Zusammenarbeit (GTZ) in Gaborone, Botswana. Er blogt über das südliche Afrika unter www.inyas-blog.eu.