

## Botsuana: Medien starten gemeinsamen HIV-Medienkodex

Sieben Unternehmen vereinbaren Standards zur Berichterstattung über Aids

Gaborone (epd). In Botsuana haben sich fünf Medienhäuser und zwei Radioanstalten auf einen gemeinsamen HIV/Aids-Medienkodex sowie eine interne Arbeitsplatzpolitik geeinigt. Der Kodex, der durch die größte Wochenzeitung des Landes „The Voice“ initiiert wurde, verpflichtet Journalisten in seinen elf Punkten zu einer intensiveren Recherche und Prüfung von Fakten, zur Vermeidung von Stereotypen und Vorurteilen, aber auch zu einem sensibleren Gebrauch von Sprache. Botsuana liegt im südlichen Teil Afrikas und hat etwa zwei Millionen Einwohner.

„Viele unserer Journalisten hatten vorher noch nie direkt mit HIV-Infizierten oder Aids-Kranken gesprochen und kannten die Krankheitssymptome gar nicht“, sagte Beate Kasale, Herausgeberin von „The Voice“. Die Beiträge hätten daher oft sehr technisch und unmenschlich gewirkt. Botsuana hat nach aktuellen UN-Erhebungen mit 30 Prozent eine der höchsten HIV-Infektionsraten im südlichen Afrika. Um die Berichterstattung über diese Thematik zu verbessern und auch intern verbindliche Standards zu schaffen, hatten sich im vergangenen Jahr botsuanische Medien zur gemeinsamen „Media Awareness Initiative“ zusammengefunden.

Neben dem Medienkodex verständigten sich die Partner der Initiative auch auf eine gemeinsame Arbeits-

platzpolitik, wonach erkrankte Journalisten und Mitarbeiter der Medienhäuser keine Nachteile erleiden sollen. Zudem verpflichteten sich die Unternehmen, ihren Mitarbeitern verbesserte gesundheitliche Rahmenbedingungen durch Erste-Hilfe-Ausrüstungen, kostenlose Kondome, aber auch Trainingskurse für den Umgang mit der Krankheit zur Verfügung zu stellen.

Die drei großen botsuanischen Zeitungen – „The Voice“, „Mmegi“ und „Sunday Standard“ – haben diese Richtlinien intern bereits umgesetzt. „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“, sagte Kgomotso Serunga vom „Sunday Standard“. Auch in den Redaktionen von „The Voice“ und „Mmegi“ zeigten sich Veränderungen in den Beiträgen der Journalisten über HIV und Aids, erklärte Victor Malumbela von „Mmegi“. Seiner Meinung nach reagieren die Journalisten seiner Zeitung nun sensibler und kompetenter, hinterfragen traditionelle Heilmethoden und klären über Prävention und den Schutz vor Ansteckung auf.

Für Beate Kasale, die sich seit zehn Jahren intensiv diesem Thema widmet, ist die Initiative der Medienhäuser ein großer Durchbruch. Sie will im nächsten Jahr alle Medienunternehmen in eine größere Kampagne einbinden: „Wir sind in diesem Bereich keine Konkurrenten, sondern haben festgestellt, dass eine HIV/Aids-Prävention unseren Medienhäusern auch wirtschaftlich hilft.“ So soll in Kürze ein Handbuch zum Umgang mit HIV/Aids für den journalistischen Alltag erscheinen. bjö

## ■ KRITIK

### Romeo blutet

„Tatort“: „Auf der Sonnenseite“, Regie: Richard Huber, Buch: Thorsten Wettcke und Christoph Silber, Kamera: Martin Langer, Produktion: Studio Hamburg (ARD/NDR, 26.10.08, 20.15–21.45 Uhr)

epd Und noch ein Neuer. Der Figur des NDR-Ersatzmanns für Kommissar Jan Casstorff alias Robert Atzorn sieht man an, dass sich die Entwickler angesichts der „Tatort“-Kommissar-Schwemme große Mühe gaben, mal eine andere Figur zu schaffen. Scheint ja auch wirklich alles durchgekaspert. Jeder denkbare Typ der „Und-wo-waren-Sie-zur-Tatzeit“-Frager. Ob männlich oder weiblich – mit Trenchcoat

oder Lederjacke. Jede Art von individuellem Umgang mit dem Job. Jede private Verwicklung.

Die Idee zum Grundkonzept stammt von den Redakteuren Doris J. Heinze und Eric Friedler. Nachteil ihres dringenden Willens zur Originalität: Mehmet Kurtulus als verdeckter Ermittler Cenk Batu ist gar kein „Tatort“-Kommissar mehr. Oder, wie man es neudeutsch mit einem schiefen Bild auszudrücken pflegt: Hier wird der Markenkern verwässert. Marketingfachleuten müsste das Sorgenfalten machen, ist doch ein entscheidendes Geheimnis des allsonntäglichen „Tatort“-Erfolgs, dass man weiß, was man hat. Für das nötige bisschen Abwechslung im strukturellen Einerlei der