DW Akademie

50 JAHRE MEDIEN ENTWICKLUNG

Medien entwickeln. Menschenrechte stärken.

2015

JEDER HAT DAS RECHT

... auf Meinungsfreiheit und freie Meinungsäußerung; dieses Recht schließt die Freiheit ein, Meinungen ungehindert zu vertreten sowie über Medien jeder Art und ohne Rücksicht auf Grenzen Informationen und Ideen zu suchen, zu empfangen und zu verbreiten.

Artikel 19 der Allgemeinen Erklärung der Menschenrechte

www.dw-akademie.com

Editorial

**Wir feiern 2015 unser 50-jähriges Bestehen.
Ein aufregendes Jahr mit vielen Veranstaltungen und Gästen,
aber auch ein Moment des gemeinsamen „Sortierens“.**

Beim Blick in die Archive zeigten mir meine Kolleginnen ein Foto von einem unserer allerersten Trainings. Darauf zu sehen: stolze Radiotechniker aus Afrika, ein Gruppenbild vor der Berliner Gedächtniskirche. Auch ich war stolz in diesem Moment – auf die lange Verbindung, die wir mit afrikanischen und vielen anderen Ländern haben. Und auf den weiten Weg, den wir mit unseren Partnern in den vergangenen 50 Jahren gegangen sind.

© Barbara Frommann

Mit unserem Jubiläumsmotto „Medien entwickeln. Menschenrechte stärken.“ machen wir deutlich, was wir tun und mit welchem Ziel: Durch die Entwicklung von Medien setzen wir uns für das Menschenrecht auf freie Meinungsäußerung und das Recht aller Menschen auf freien Zugang zu Informationen ein. Dabei kooperieren wir eng mit dem Bundesministerium für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung (BMZ) sowie weiteren Auftraggebern wie beispielsweise dem Auswärtigen Amt (AA) und der Europäischen Union (EU). Unsere stetige und engagierte Arbeit hat uns in den vergangenen Jahren zum unverzichtbaren Partner der deutschen Politik werden lassen. Diese Verantwortung spornt uns an.

Spannende Aufgabenfelder haben die Arbeit der DW Akademie über die vergangenen 50 Jahre hinweg bestimmt. Lösungen in Krisen, Innovation und Ausbildung – das ist der Dreiklang, mit dem wir Ihnen in diesem Magazin zeigen wollen, auf welche Themen die DW Akademie heute ein besonderes Augenmerk richtet. Der Konflikt zwischen Russland und der Ukraine, die labilen politischen Verhältnisse in vielen Ländern des Arabischen Frühlings, die zunehmende Bedrohung durch den internationalen Terrorismus – dies alles sind Realitäten, mit denen die internationale Medienentwicklung heute konfrontiert ist.

Besonders in Krisenzeiten zeigt sich, wie notwendig unabhängige Medien sind. Aus den vermeintlichen Sackgassen Auswege zu finden, ist Teil der Medienentwicklung der DW Akademie. Auch wenn unsere Arbeit in Krisen- und Konfliktländern nicht immer einfach ist: Wir schauen nicht weg, sondern bleiben gerade dann verlässliche Partner, wie beispielsweise in der Ukraine oder in Pakistan. Das „Wie“ ist dabei entscheidend für uns. Seit unserer Gründung entwickeln wir kontinuierlich neue Ansätze und Wege. Die Projekte sind unterschiedlich, eines eint sie jedoch: die innovative Kommunikationsform. Diese kann von einer Medien-AG, in der Schüler in den Palästinensischen Gebieten ihre Meinung sagen, über eine Hip-Hop-Band aus München, mit der Deutschlernen zum musikalischen Vergnügen wird, bis hin zu der gemeinsamen Erarbeitung eines Manifests für digitale Medien reichen. Wenn die Inhalte interessant aufbereitet sind und zum Dialog einladen, hat Medienentwicklung gute Chancen, langfristig erfolgreich zu sein.

Wegweisend für den Erfolg ist auch die kommende Mediengeneration. Eine fundierte Ausbildung, wie sie die Deutsche Welle mit ihrem Volontariat seit 1964 anbietet, ist dafür eine wichtige Voraussetzung. Natürlich ist und bleibt die Professionalisierung von Journalisten ein wichtiges Arbeitsgebiet für uns: Gemeinsam mit unseren Partnern etablieren wir auf diese Weise freie und unabhängige Medien. Und noch etwas hat sich als Erfolgsmodell erwiesen: das Training von Fach- und Führungskräften aus Politik, Wirtschaft und Zivilgesellschaft. Denn erst wenn auch die Entscheider ihre Informationen und Positionen in einer verständlichen Weise der Öffentlichkeit vermitteln, entsteht eine vielfältige und transparente Medienlandschaft.

Ich hoffe, ich konnte Sie neugierig auf unsere Arbeit machen, und wünsche Ihnen viel Freude bei der Lektüre und beim Betrachten der Fotos aus den vergangenen fünf Jahrzehnten.

Bleiben Sie uns gewogen!
Christian Gramsch Direktor DW Akademie

50 JAHRE

MEDIEN ENTWICKLUNG

Sackgassen? Auswege!

11 Ukraine
Mauern medial durchbrechen

14 Pakistan
Krieg im Kopf

16 Medienentwicklung
Neue Ansätze

Nächste Generation

35 Ruanda
Mediale Alleskönner

38 Bolivien
Für Journalismus

40 Volontariat
Beruf – ung!

42 Studium
Von Bonn an den Bosporus

44 Medientraining
Rampenlicht, Lampenfieber und Lernerfolge

Zukunft weisen

19 Palästinensische Gebiete
Selbstbewusst mitreden

22 Deutsch lernen
Erst Vergnügen, dann Grammatikübungen

24 Zukunft sichern
Medien finanzieren

25 Innovationen
So geht digital!

50 Jahre

27 Grußwort DW-Intendant
28 Glückwünsche
28 Rückblick

Über uns

46 Weltweit aktiv
48 Engagement in Zahlen
50 Publikationen
51 Impressum

„Gerade jetzt ist unsere Arbeit sehr wichtig. In diesen unsicheren Zeiten müssen wir die Ukrainer wenigstens mit unabhängigen Informationen versorgen. Das ist nicht leicht – die Toleranz gegenüber anderen Sichtweisen nimmt stetig ab.“ *Mehr auf Seite 11*

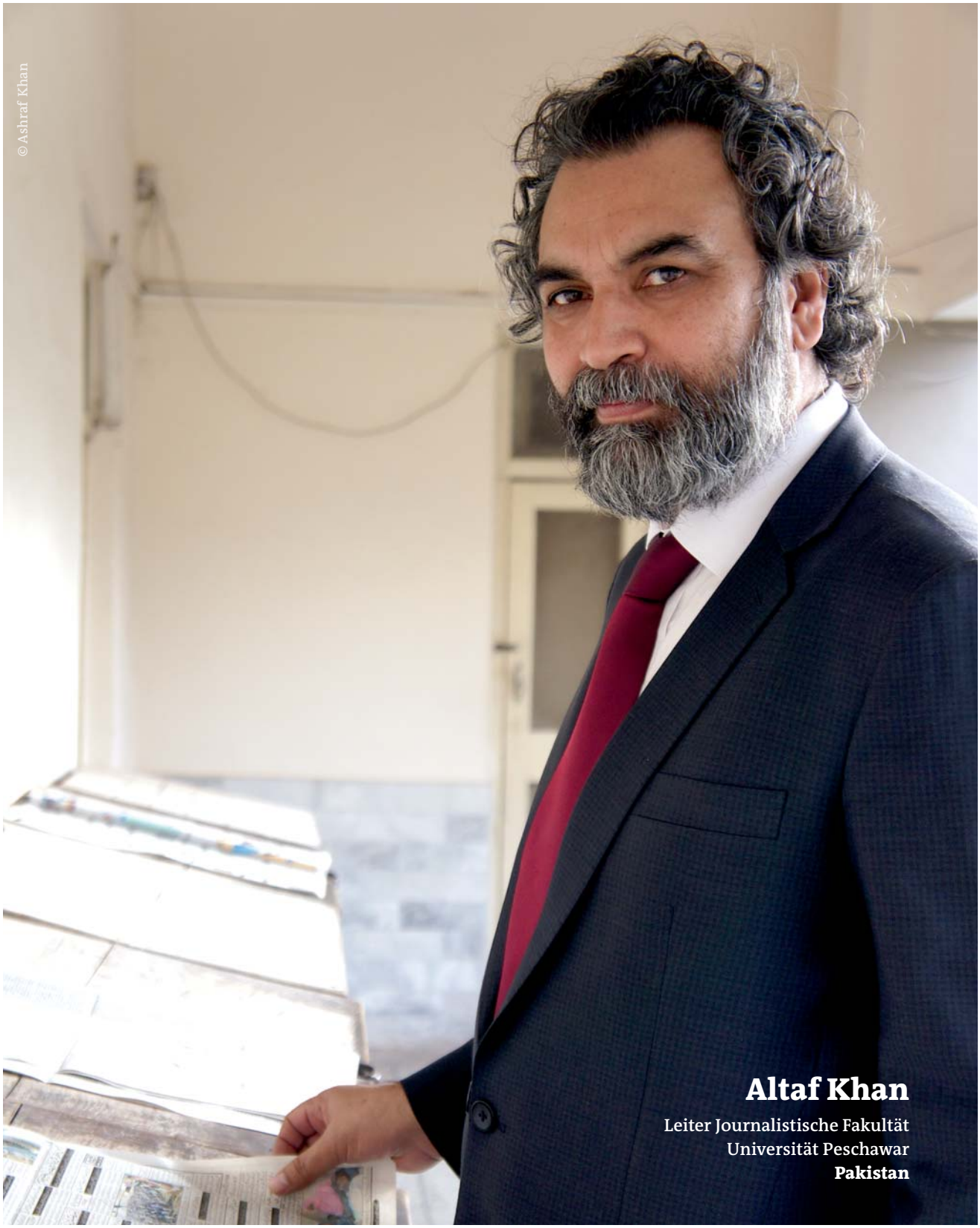
Ahmad Al-Khatib
Schüler in Hizma
Projekt „Jugend spricht mit!“
Palästinensische Gebiete

„In der Schule reden viele über unsere Medien-AG, interessieren sich dafür und wollen mitmachen. Das liegt daran, dass wir über Themen berichten, die uns als Schüler auch wirklich betreffen. Ich bin überzeugt davon, dass wir mit unserer Berichterstattung etwas verändern können.“ *Mehr auf Seite 19*

„In der Ausbildung habe ich gelernt, im Team zu arbeiten und mich mit anderen kreativ auszutauschen. Dadurch bin ich viel offener und selbstbewusster geworden. Vor allem aber lerne ich, wie ich Filme machen kann, die ich für mich und mein Land als wichtig empfinde.“ *Mehr auf Seite 35*

Isabel Vega
Nachwuchsjournalistin
„Pro Periodismo“
Bolivien

„Medien stehen in der Pflicht, Menschenrechtsverletzungen anzuprangern. Dazu benötigen wir Journalisten ein entsprechendes Wissen und Können. Das lerne ich in der dualen Ausbildung und kann dadurch dazu beitragen, die Berichterstattung in Bolivien zu verbessern.“ *Mehr auf Seite 38*



Altaf Khan
Leiter Journalistische Fakultät
Universität Peschawar
Pakistan

„Die Menschen in den pakistanischen Stammesgebieten leben in der ständigen Angst vor Anschlägen. Als Journalist über die allgegenwärtige Gewalt und den Terror zu berichten, ist nicht nur sehr gefährlich, sondern traumatisiert auch viele Reporter. Das neu gegründete Traumazentrum ist daher ausgesprochen wichtig.“ *Mehr auf Seite 14*

©Gettyimages

Sackgassen? Auswege!

Die Wahrheit ist oft das erste Opfer des Krieges. Wir zeigen, dass es auch anders geht: In 20 Krisenländern kämpfen wir gemeinsam mit unseren Partnern für Medienfreiheit und Sicherheit von Journalisten. Und bieten auch auf weitere aktuelle Herausforderungen der Medienentwicklung passende Antworten.

Seite 11 – 17

Ukraine

Mauern medial durchbrechen

Ein Land im Ausnahmezustand. Während sich die Fronten verhärten, schlägt die DW Akademie Brücken: Medienmacher aus verschiedenen Landesteilen drehen zusammen Filme und lernen, einander zu verstehen – ein wichtiger Schritt hin zu einer konfliktsensiblen Berichterstattung in Krisenzeiten.

„Stopp! Kontrolle!“ Ein Warnschild fordert Autofahrer auf dem Weg ins ostukrainische Dnipropetrowsk zum Halten auf. Wo früher freie Fahrt war, sollen heute bewaffnete Grenzer verhindern, dass russische Separatisten aus den östlichen Konfliktregionen in die Stadt kommen. Dascha Towpitsch beobachtet aufmerksam die Abläufe am improvisierten Grenzposten, auf der Suche nach geeigneten Motiven. Die Fernsehjournalistin dreht gemeinsam mit einer Kollegin und zwei Kameramännern einen Dokumentarfilm zum Thema Mauern – eine filmische Antwort auf den umstrittenen Schutzwall, den Ministerpräsident Arsenij Jazenjuk an der ukrainisch-russischen Grenze bauen lässt. Welche Fronten ziehen sich wirklich durch das Land – physisch wie mental? Darauf antwortet ein besonderes Team: Medienmacher aus der Ost- und Westukraine.

Interessiert verfolgt Dascha Towpitsch, wie zwei Grenzer Autos nach Waffen durchsuchen. Die 25-Jährige arbeitet für einen Fernsehsender in Czernowitz, rund 800 Kilometer entfernt. Neu eingerichtete Kontrollpunkte kennt sie auch aus der Westukraine, doch hier ist die Lage deutlich angespannter. Eine Burg aus weißen Sandsäcken, die bei möglichen Schusswechseln schützen soll, türmt sich am Kontrollpunkt auf. „Mauern gibt es nicht nur an Grenzposten, sondern vor allem in den Köpfen der Ukrainer“, sagt sie. Diese einzureißen, sei derzeit die größte Herausforderung. In ihrem Team „Mauer“ ist das im Kleinen immerhin schon geglückt. Gemeinsam haben die vier Medienmacher den Dokumentarfilm konzipiert und recherchiert. Eine Kraftanstrengung: Bis kurz vor Beginn der Aufnahmen mussten sie um Genehmigungen für Interviews und Drehorte kämpfen, Nachtschichten einlegen. Davon ist jetzt nichts mehr zu spüren: Routiniert bereiten die Fernsehjournalistinnen die Interviews vor. Währenddessen filmen die Kameramänner, wie Anwohner den Grenzern Essen bringen; sie filmen die wehenden ukrainischen Flaggen, das wärmende Feuer in einer Blechtonne und die streunenden Welpen, die sich im Wachhundedasein üben.

„Mauern gibt es nicht nur an Grenzposten, sondern vor allem in den Köpfen der Ukrainer.“

„Der schwelende Informationskrieg zwischen Russland und der Ukraine lässt auch die Medienschaffenden nicht kalt und hat bereits bestehende Vorurteile verstärkt“, sagt Mathis Winkler, Leiter Asien und Europa der DW Akademie. Seit 1995 engagiert sich die DW Akademie vor Ort, doch seit Ausbruch des Konfliktes sind neue, verlässliche Antworten auf die mangelnde Medienfreiheit gefragt. So wurden beispielsweise in der Ostukraine und auf der von Russland annektierten Krim ukrainische Fernsehsender illegal abgeschaltet und durch russisches Staatsfernsehen ersetzt. Russische Sender wiederum werden im Rest des Landes der feindlichen Propaganda bezichtigt. Ein neu gegründetes Informationsministerium soll gezielte Gegenpropaganda forcieren. Unter diesem Medienkrieg leidet insbesondere die Bevölkerung, der aufgrund aufgeheizter Berichterstattung politisch relevante Informationen vorenthalten bleiben. „Wenn wir hier mit unseren Projekten einen Beitrag zur Verständigung leisten können, der sich letztendlich auch auf die wechselseitige Berichterstattung und damit die Wahrnehmung in der Bevölkerung auswirkt, haben wir viel erreicht“, sagt Mathis Winkler.

Den Kampf um Wahrheiten kennt Dascha Towpitsch nicht nur aus dem Redaktionsalltag. „Meine Familie schaut immer nur russische Nachrichten“, erzählt die Fernsehjournalistin, die für einen westukrainischen Lokalsender arbeitet. „Sobald bei uns Themen wie die Maidan-Proteste aufkommen, brechen wir die Diskussion sofort ab.“ Bei den seltenen Treffen wolle sie nicht über Politik streiten. Ihre Familie ist im Zuge der Unruhen im Sommer 2014 nach Russland ausgewandert, Towpitsch blieb in der Ukraine. „Die Arbeit von uns Journalisten ist derzeit ungemein wichtig. Wenn die Leute schon nicht wissen, was sie morgen erwartet, können wir sie wenigstens mit Informationen versorgen“, sagt die 25-Jährige.

Deswegen zögerte Towpitsch auch nicht, als ihr Chef beim Fernsehsender Telekanal Czernowitz sie fragte, ob sie bei den von der DW Akademie unterstützten Gemeinschaftsproduktionen

Oben **Dreh am Grenzposten – Fernsehjournalistin Dascha Towpitsch (r.) mit ihrer ostukrainischen Kollegin**
Mitte **Waffenkontrolle am Stadtrand von Dnipropetrowsk**
Unten **Towpitsch mit ehrenamtlichen Grenzern**
Rechts **Mauern verschwinden hinter Straßenkunst** *© Emily Sherwin*

mitmachen wolle. Den Auftakt machte ein Workshop zu konfliktsensiblem Journalismus in Kiew, bei dem sich die zwölf Medienmacher kennenlernten: Was macht einen ausgewogenen Dokumentarfilm aus? Wie geht man mit eigenen Vorurteilen um? Anschließend diskutierten sie Themen für ihre rund 20-minütigen Dokumentarfilme: Neben Towpitschs Drehteam „Mauer" porträtieren weitere Teams einen Chirurgen eines Militärkrankenhauses und eine Familie, die vor den kriegerischen Konflikten im Osten geflohen ist. Eine Trilogie einer gemeinsamen Recherche, eines gemeinsamen Blicks auf ihre Ukraine – landesweit ausgestrahlt in den beteiligten Lokalsendern des Projektes, das vom Auswärtigen Amt gefördert wird.

Nach dem langen Drehtag am Grenzposten geht es zurück ins Hotel. Dascha Towpitsch setzt sich in den Mini-Van und dreht die Heizung auf. „Meine Hände frieren immer als erstes", sagt sie und hält ihre Finger näher an die Lüftung. Sie freut sich, dass der Dreh dank Training und Teamarbeit so gut geklappt hat. Beim morgigen Termin wird es erneut um Mauern gehen: Mit ihren Kollegen wird sie Künstler besuchen, die Mauern hinter Graffiti verschwinden lassen. „Ein hoffnungsvolles Bild", findet die Journalistin.

Anfangs zog sich auch durch die Gruppe der Medienmacher aus Lwiw und Czernowitz im Westen sowie Mariupol und Dnipropetrowsk im Osten eine unsichtbare, doch spürbare Trennlinie. „Sobald politische Ereignisse wie die Brand-Tragödie in Odessa zwischen prorussischen und proukrainischen Gruppierungen diskutiert wurden, prallten die verschiedenen Ansichten lautstark aufeinander", erinnert sich Irene Langemann, Dokumentarfilmerin und Trainerin der DW Akademie. In solchen Momenten habe sie mit Co-Trainer Andrzej Klamt die Gruppe wieder zurück zu journalistischen Fragestellungen geholt, gemeinsam Dokumentarfilme analysiert. „Dadurch konnten die Streitpunkte in den Hintergrund treten, bis sie schließlich bei den gemeinsamen Dreharbeiten gar keine Rolle mehr spielten", sagt Langemann. „Die Medienmacher waren alle sehr engagiert und konnten sich am Ende nur schwer voneinander trennen."

Im Hotel angekommen, quetschen sich die Fernsehjournalisten und Kameraleute in ein kleines Zimmer mit hellbrauner Blumentapete. Auf dem Nachttisch aus lackiertem Sperrholz ist Schwarzbrot, Wurst und Obst ausgelegt. In diesem Moment geht es nicht mehr darum, wer in der Ukraine gegen wen kämpft – die Versammelten wollen einfach nur ihren Drehtag ausklingen lassen. Dascha Towpitsch gießt ihren Kollegen Kräuterlikör in Plastikbecher ein. „Darauf dass alle Mauern einbrechen!", verkündet sie. Obwohl – einen positiven Aspekt hätte der aktuelle Konflikt vielleicht doch: „Dadurch haben wir verstanden, dass wir in erster Linie Ukrainer sind – egal aus welchem Teil des Landes wir kommen."

DW Akademie in der Ukraine

Entgegen anfänglicher Erwartungen hat sich die Meinungs- und Medienfreiheit nach den Maidan-Protesten nicht verbessert. Daher hat die DW Akademie seit Ausbruch des Konfliktes 2014 ihr Engagement erheblich verstärkt. Um Meinungsvielfalt und ausgewogene Berichterstattung zu unterstützen, berät sie den neu gegründeten öffentlich-rechtlichen Rundfunk, der aus den ehemaligen Staatssendern entsteht. Zur Stärkung unabhängiger Medien unterstützt die DW Akademie den Aufbau einer E-School für Journalisten und Medienmanager, die Weiterbildung auch in ländlichen Gebieten ermöglicht. Zudem bietet sie Trainings zu Wahlberichterstattung und digitaler Sicherheit an. Um der Polarisierung der Medien entgegenzuwirken, trainiert die DW Akademie Journalisten aus allen Landesteilen in konfliktsensibler Berichterstattung. Zur Entwicklung einer transparenten Öffentlichkeitsarbeit berät sie sowohl die ukrainische Regierung als auch Nichtregierungsorganisationen.

Autorin **Emily Sherwin**

ist Volontärin der Deutschen Welle. Die Amerikanerin absolvierte während ihres Studiums ein Auslandssemester in Nischni Nowgorod und bloggte für BBC Russian Service. Innerhalb ihres Volontariats unterstützte sie das Team Asien und Europa der DW Akademie.

© Mihail Popovetsky

Informationskriege und Medienentwicklung

Zunächst ein paar Fakten: 55 Länder weltweit gelten laut Auswärtigem Amt als Krisenländer. In rund 20 arbeitet die DW Akademie. Denn gerade in diesen Konfliktländern hat sich die Lage für Journalisten verschlechtert: In der Ukraine, in Syrien und den Palästinensischen Gebieten riskieren sie ihr Leben. Die Konflikte weltweit haben sich fundamental geändert. Es handelt sich längst nicht mehr um Kriege zwischen Staaten, sondern um grenzüberschreitende Konflikte mit neuen Akteuren wie Terrorgruppen, Milizen oder Verbrecherkartellen. Sie nutzen Medien in einer Weise wie nie zuvor. Sowohl im digitalen Dschihad des Islamischen Staates (IS) als auch im von Russland betriebenen hybriden Krieg in der Ukraine werden Medien als Waffen genutzt: um zu werben oder abzuschrecken, um zu rekrutieren – oder zur gezielten Fehlinformation.

Die Deutsche Welle ist den Werten der demokratischen Teilhabe, der Meinungsfreiheit und Meinungsvielfalt verpflichtet. Die DW Akademie leistet in den Krisengebieten der Welt einen profunden Beitrag, um diese Werte unter schwierigen Bedingungen durchzusetzen. In unserer Arbeit geht es um die Rechte, den Schutz und die Professionalisierung von Journalisten. Es geht uns aber auch um die Rechte der Menschen, für die Journalisten ihre Arbeit machen. Medienentwicklung ist gefordert, wenn in Kriegen und Krisen Propaganda und Zensur an die Stelle von Informationen treten. Dann suchen wir mit unseren Partnern vor Ort Lösungen. So arbeiten wir beispielsweise in der Ukraine daran, den Staatssender in einen öffentlich-rechtlichen Rundfunk zu reformieren. Oder entwickeln in Libyen eine virtuelle Nachrichtenagentur als Antwort auf die zusammengebrochene Informationsinfrastruktur.

Medien unter Kriegs- und Konfliktbedingungen zu entwickeln, heißt: unseren Kollegen und Partnerorganisationen genau zuzuhören. Was wird dringlich gebraucht – was ist wichtig, damit nach einem Konflikt wirkungsvolle Strukturen entstehen können? Gerade weil sich die Konflikte und ihre Akteure gewandelt haben, muss sich auch die Medienentwicklung ändern. Sie muss zuverlässig, schnell und verantwortungsbewusst sein. Dazu gehört, dass wir mit Sicherheitstrainings unsere Mitarbeiter gut auf ihre Einsätze vorbereiten. Medienentwicklung muss aktuelle politische Entwicklungen weltweit im Blick haben und erkennen, welche Auswirkungen sie auf Medien haben werden. Und wir müssen auch Rückschläge akzeptieren – wie beispielsweise im Südsudan, wo unsere gerade eröffnete Radiostation in Bor durch den Ausbruch erneuter Konflikte zerstört wurde und unsere Mitarbeiter evakuiert werden mussten. Einige Monate später sind wir wieder vor Ort – und trainieren Medienschaffende in konfliktsensibler Berichterstattung. Denn unsere Auftraggeber, Partner und Zielgruppen in den Kriegs- und Krisengebieten der Welt wissen, dass sie das von uns erwarten können.

Ute Schaeffer, Leiterin Medienentwicklung, DW Akademie

©DW

Pakistan

Krieg im Kopf

Sie berichten von Selbstmordattentaten, Drohnenangriffen und Folter, geben den Opfern eine Stimme. Doch wer hört den Krisenreportern zu? Gemeinsam mit der Universität Peschawar schaffte die DW Akademie ein bislang einzigartiges Traumazentrum für pakistanische Journalisten.

An das erste Selbstmordattentat, das er miterlebte, sagt der Journalist, könne er sich noch ganz genau erinnern. Damals, vor etwa zehn Jahren, hätte sich ein junger Mann vor einer Dorfschule in die Luft gesprengt. Er sei sofort losgerannt, als er die Explosion hörte: „Da lagen Leichenteile, überall war Blut.“ Der Journalist starrt auf seine Hände, macht eine kurze Pause, schluckt und redet dann weiter. Ein Bild könne er einfach nicht vergessen, so sehr er es auch gerne aus seiner Erinnerung löschen würde. Die braune Schultasche, die auf dem Boden lag, daneben eine abgetrennte Hand. „Die Hand war so klein“, sagt er mit leiser, rauer Stimme.

Der Journalist, heute 33 Jahre alt, arbeitet in den Stammesgebieten im Nordwesten Pakistans, dem Rückzugsgebiet von Al-Kaida, den afghanischen und pakistanischen Taliban und Drogenbanden. Von hier aus zu berichten, bedeutet, Selbstmordattentate, Drohnenangriffe, Folter und Entführungen zu dokumentieren. Aber auch selbst zur Zielscheibe zu werden, beispielsweise durch Morddrohungen von Extremisten. „Der Stress ist immens“, sagt der Journalist, der anonym bleiben möchte. Er arbeitet seit fast 15 Jahren als Reporter für internationale Printmedien in den Stammesgebieten. In dieser Zeit starben 13 seiner Kollegen, viele von ihnen wurden ermordet, sagt er.

Gibt es freie Berichterstattung in den Stammesgebieten? Er zuckt die Schultern. Wer überleben wolle, erzähle nicht jede Geschichte und nicht immer die ganze Wahrheit. „Keine Geschichte ist es wert, für sie zu sterben.“

Fast alle Reporter in den Stammesgebieten hätten mit psychischen Problemen zu kämpfen: „Die meisten von uns haben irgendwelche Tabletten in der Tasche“, sagt er und lächelt verbittert. Andere würden das Grauen mit Alkohol vertreiben, zumindest für ein paar Stunden. Diese Arbeit verändere einen: Viele seien aggressiv, stritten mit ihren Familien, könnten nicht mehr schlafen. Auch er habe psychische Probleme, darüber reden

Links **Bombenanschlag im Nordwesten Pakistans** *© PPI Images*
Rechts **Altaf Khan während der Eröffnung des Traumazentrums** *© Fasttrack Communications*

möchte er nicht. Stattdessen zeigt er auf die Zigarette in seiner Hand, „auch eine Art Betäubungsmittel." Abends, wenn er nach Hause zu seiner Frau und seinen Kindern komme, schweige er meist: „Ich kann ihnen doch nicht erzählen, was ich so gesehen habe." Das, sagt er, wolle er seiner Familie nicht antun.

Viele Journalisten, berichtet die Psychologin Marina Khan in ihrem kleinen, etwas düsteren Behandlungszimmer der Psychologischen Fakultät der Universität von Peschawar, wüssten überhaupt nicht, dass sie traumatisiert seien. „Manche werden aggressiv, andere depressiv, aber kaum jemand bringt das mit seiner Arbeit in Verbindung." Das soll sich jetzt ändern: Mit Unterstützung der DW Akademie gründete die Universität Peschawar im November 2014 das erste Traumazentrum für pakistanische Krisenreporter. In 15 bis 20 Sitzungen, sagt Marina Khan, könnten die Symptome gelindert werden. Und vor allem Handwerkszeug erlernt werden, das künftig besser vor Traumata schützt. Sie ist eine von zwei Therapeutinnen, das Traumazentrum eine Schnittstelle zwischen der Psychologischen und der Journalistischen Fakultät.

Bereits 20 Krisenreporter befinden sich in Behandlung, viele weitere stehen auf der Warteliste. Ein großer Erfolg – sind doch psychische Erkrankungen in der pakistanischen Gesellschaft ein Tabu. „Die Reporter haben ein großes Bedürfnis, über ihre traumatisierenden Erfahrungen zu sprechen. Sie gehen viel offener damit um, als wir es erwartet hatten", sagt Karin Schädler. Die Ländermanagerin für Pakistan der DW Akademie hat das Konzept gemeinsam mit den Kollegen der Universität Peschawar entwickelt und sie anschließend dabei unterstützt, die organisatorischen Strukturen für diese bislang einzigartige Beratungsstelle aufzubauen.

Das Zentrum, das glaubt auch Altaf Khan, sei sehr wichtig für die Medienlandschaft Pakistans. Er stellt seine Tasse Tee auf den Holztisch in der etwas unordentlichen Nachrichtenredaktion des Uni-Radios. Neben ihm kritzelt ein Student hektisch auf ein Blatt Papier die Berichte, die er in ein paar Minuten im Radio verlesen wird. Altaf Khan ist Leiter der Journalistischen Fakultät, die jedes Jahr etwa achtzig Studierende aufnimmt. Er schätzt, dass bis zu siebzig von ihnen später traumatisiert sein werden. Journalisten in den Stammesgebieten würden ein hohes Risiko tragen – das ließe sich bei dem derzeitigen Konflikt kaum ändern. „Aber dank des Traumazentrums haben sie jetzt wenigstens eine Anlaufstelle." Damit leiste das Zentrum einen wichtigen Beitrag zur Menschenrechtsarbeit. Freie Meinungsäußerung sei nur dann gewährleistet, „wenn Journalisten in Krisenregionen auch psychologisch gestärkt werden und so in der Lage sind, die Menschen im Land mit unabhängigen Informationen zu versorgen", sagt Mathis Winkler, Leiter Asien und Europa der DW Akademie. Eine Arbeit mit Signalwirkung: Ein weiteres Beratungsangebot ist bereits – aufbauend auf die Erfahrungen in Peschawar – in der Provinz Belutschistan in Planung. Gefördert wird das Langzeitprojekt vom Bundesministerium für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung (BMZ).

Von dem schattigen Campus sind es nur wenige Kilometer bis in die Stammesgebiete, nachts sind manchmal dumpfe Explosionen zu hören. Seit Sommer 2014 kämpft die pakistanische Armee gegen die Taliban. Immer wieder explodieren auch in Peschawar Bomben, daher verschwinden Polizei- und Verwaltungsgebäude mittlerweile hinter Sandsäcken und Stacheldraht. Aber es sind nicht nur die Anschläge, die die Journalisten traumatisieren, sagt die Therapeutin Marina Khan. Hinzu komme der Druck aus den Redaktionen, möglichst schnell zu berichten. „Dabei ist es so wichtig, sich Auszeiten zu nehmen, um Abstand von der Arbeit zu bekommen."

Vor Marina Khans Büro steht der Journalist mit ein paar Kollegen auf der Veranda und raucht eine Zigarette: Irgendwann, sagt er, werde er eine Therapie machen. „Vielleicht", fügt er grinsend hinzu. Dann wird er ernst: Die Anschläge, Entführungen und Morddrohungen würden ja nicht weniger werden. Aber irgendjemand müsse ja aus den Stammesgebieten berichten. „Wer erzählt sonst die Geschichten und Schicksale dieser Menschen?"

Autorin **Naomi Conrad**

ist Korrespondentin für das deutsche und englische Programm der Deutschen Welle in Berlin. 2014 reiste sie mit einem Recherchestipendium der Heinz-Kühn-Stiftung nach Pakistan und war unter anderem bei der Eröffnung des Traumazentrums dabei.

© Abdul Shakoor

Medienentwicklung

Neue Ansätze

Vom autoritären System zur Demokratie: Während Myanmar und Tunesien große Umwälzungen durchlaufen, findet dieser Übergang in anderen Ländern eher im kleinen Maßstab statt. Eines haben diese Staaten jedoch gemeinsam: Die Medienlandschaften sind stets Teil dieses Wandels. Petra Berner und Mark Nelson diskutieren Trends der Medientwicklung.

Mark Nelson leitet das Center for International Media Assistance. Zuvor arbeitete er als Experte für Regierungsführung und Kompetenzaufbau bei der Weltbank. Als Journalist berichtete er unter anderem über die Wirksamkeit von Entwicklungszusammenarbeit und die damit verbundene Rolle der Medien.

Petra Berner leitet die Hauptabteilung Strategie und Beratung, die die strategische Neuausrichtung der DW Akademie maßgeblich mitgestaltet hat. Seit vielen Jahren berät und konzipiert sie weltweit Projekte der Medienentwicklung – vornehmlich im Bereich Organisations- und Personalentwicklung.

Welche Projekte in der Medienentwicklung finden Sie besonders bemerkenswert?

Mark Nelson: Es gibt zahlreiche Beispiele von Ländern, die den Wandel von einer unfreien und kontrollierten Medienlandschaft hin zu einem unabhängigen und produktiven Mediensektor gemeistert haben. In Uruguay wurden beispielsweise die Mediengesetze vor kurzem geändert, und dadurch konnte eine vielfältige und dynamische Medienlandschaft entstehen. Diesen Reformprozess, der maßgeblich von innen heraus getragen wird, unterstützen auch einige ausländische Stiftungen wie beispielsweise die US-amerikanischen Open Society Foundations.

Petra Berner: Simbabwe ist ein weiteres positives Beispiel. Obwohl der Medienmarkt sehr begrenzt ist, hat es die Initiative #263, benannt nach der Ländervorwahl, geschafft, dass Menschen öffentlich über aktuelle Themen unter diesem Hashtag auf Twitter diskutieren. Das ist zwar kein Projekt, das auf Medienentwicklung im ursprünglichen Sinne zurückgeht. Von dieser Herangehensweise können wir dennoch etwas lernen. Denn wir tendieren dazu, Medienentwicklung auf Trainings für Journalisten und Medieninstitutionen zu reduzieren. Stattdessen sollten wir Medien als tragende Säule der Demokratie begreifen und die internationale Entwicklungsgemeinschaft dafür sensibilisieren, dass Medien eine entscheidende Rolle in vielen Entwicklungsprojekten spielen sollten.

Rechtliche Rahmenbedingungen haben oft einen entscheidenden Einfluss auf Entwicklungen. Welche Herausforderungen bestehen mit Blick darauf, die Bedingungen für Medien zu verbessern?

MN: Wir müssen Gesetzesreformen immer als Ganzes betrachten. Übrigens genauso wie die individuellen Bedürfnisse der Medien, damit wir sehen, wie genau sie zusammenhängen. Wenn wir sowohl die Medien stärken als auch die rechtlichen Rahmenbedingungen verbessern, dann schaffen wir die nötige Transparenz.

PB: Wichtig ist insbesondere die Einbindung der Medienentwicklung in die Entwicklungszusammenarbeit. Wenn es um Finanzierung geht, wird sie allerdings oft übersehen: Nur etwa ein halbes

bis ein Prozent des Gesamthaushalts für globale Entwicklungszusammenarbeit geht in die Medienentwicklung. Die Frage ist, ob ein tatsächlicher Austausch zwischen dem Medienbereich und weiteren Bereichen der Entwicklungszusammenarbeit überhaupt möglich ist. Nur dann können wir allerdings zusammenarbeiten und wichtige Dinge wie rechtliche Rahmenbedingungen in Angriff nehmen.

MN: Genau das sollte das Ziel sein, wenn auch schwer zu erreichen. Wenn man mit Experten aus dem öffentlichen Sektor, dem Gesundheitswesen, dem Bildungs- oder Umweltsektor spricht – sie alle werden bestätigen, dass Medien auch auf ihre Ergebnisse einen starken Einfluss haben. In zu vielen Fällen haben Medien allerdings eine negative Wirkung, indem sie einseitig berichten. Alles in allem bleibt offen, wie man Medien effektiv als Teil des Reformprozesses einbindet – insbesondere auch, weil wir aus der Medienentwicklung bei diesen Diskussionen nicht mit am Tisch sitzen.

Welche Rolle spielen Medien bei guter Regierungsführung?

PB: Unabhängige Medien und Medienentwicklung sind meiner Meinung nach integraler Bestandteil von guter Regierungsführung. Dabei ist es besonders wichtig, Partner in den Entwicklungsländern zu finden. So gibt es beispielsweise viele Startups, die auf den digitalen Wandel interessante Antworten gefunden haben. Nehmen wir CGNet Swara aus Indien, einen Handy-Dienst für Lokalnachrichten. Solche Beispiele zeigen, dass wir auch kleine Initiativen ernst nehmen, nach ähnlichen Ansätzen im kommerziellen Sektor suchen sollten und eine Verbindung zwischen den beiden Bereichen herstellen müssen, um von diesem praktischen Know-how zu lernen.

Welchen Einfluss hat der digitale Wandel auf die Medienkompetenz?

MN: Das Edelman Trust Barometer hat kürzlich Menschen in 27 Ländern gefragt, welchem Nachrichtenproduzenten sie am meisten vertrauen. Google landete dabei auf Platz eins. Natürlich produziert Google selbst keine Nachrichten, bringt aber verschiedenste Nachrichtenmacher zusammen, sodass sich die Menschen ein umfassendes Bild über die Nachrichtenlage machen können. Daher glaube ich, dass sich die Fähigkeit, differenziert mit Informationen umzugehen, sehr positiv entwickelt hat. Google und Facebook spielen dabei eine wichtige Rolle. Die Inhalte liefern aber weiterhin die traditionellen Medien, die der journalistischen Ethik und dem Qualitätsjournalismus verpflichtet sind.

PB: Wir können Menschen dabei helfen, zwischen Bürgerjournalismus und Qualitätsnachrichten zu unterscheiden. Und wie sie sich mithilfe verschiedener Quellen eine Meinung bilden können. Es gibt

„Nur etwa ein halbes bis ein Prozent des Gesamthaushalts für globale Entwicklungszusammenarbeit geht an die Medienentwicklung."

in Burundi ein interessantes Projekt zur Medien- und Informationskompetenz. Burundi ist eines der ärmsten Länder der Welt, in dem nur etwa ein Prozent der Bevölkerung einen Internetzugang hat. Die DW Akademie arbeitet mit einer Schule zusammen, die Medienkompetenz als Pflichtfach einführen will. Darüber hinaus setzen wir uns in Zusammenarbeit mit den Ministerien dafür ein, dass dieses Fach in ganz Burundi eingeführt wird.

Beim „Capacity Building" geht es um den Aufbau von unterschiedlichen Kompetenzen. Wie entwickelt sich dieses Arbeitsfeld momentan?

PB: Bolivien ist ein gutes Beispiel dafür, wie der Kompetenzaufbau unterstützt werden kann. Unsere Partner vor Ort entwickeln momentan nachhaltige Strukturen, um Journalisten professionell auszubilden. Dabei kooperieren sie sowohl mit staatlichen als auch privaten Medien. Das ist wirklich bemerkenswert, denn in der bolivianischen Medienlandschaft ist der politische Spielraum derzeit sehr eng.

MN: Wichtig sind hier aus meiner Sicht zwei Dinge: journalistische Qualität und die Einbettung der Medien im jeweiligen Land. Wenn wir von journalistischer Qualität sprechen, geht es um die Fähigkeiten der Reporter selbst und auch um die Ausstattung, die ihnen zur Verfügung steht. Wir müssen aber auch darauf schauen, unter welchen Rahmenbedingungen Journalisten arbeiten: auf die Richtlinien der Medienhäuser genauso wie auf die Situation der Medien im Land generell. Wird dies nicht berücksichtigt, läuft man Gefahr, Journalisten auszubilden, die ihre neu erlernten Fähigkeiten im Endeffekt gar nicht anwenden können.

Stellen Sie sich vor, Sie hätten 100 Millionen US-Dollar zur freien Verfügung für Medienentwicklungsprojekte. Was würden Sie damit machen?

PB: Ich würde Mitarbeiter beauftragen, in sämtlichen strategischen Bereichen nachzuforschen, die für die Medienentwicklung wichtig sind: politische und rechtliche Rahmenbedingungen, Qualifizierung, Professionalität und wirtschaftliche Nachhaltigkeit des Mediensektors sowie gesellschaftliche Teilhabe. Wir würden nach den innovativsten Ansätzen suchen, im gemeinnützigen und im wirtschaftlichen Bereich. Dann würde ich verschiedene Think Tanks auf regionaler und lokaler Ebene gründen, zum Beispiel an Universitäten, bei Institutionen und privaten Unternehmen – weltweit. Mit diesen Ergebnissen würde ich dann eine Reihe von Pilotprojekten starten.

MN: Ich würde einen Wettbewerb ausrufen, um die Wahrnehmung von Medienentwicklung auf nationaler Ebene zu verändern. Der Schwerpunkt würde auf zehn Ländern liegen. Die Bewerber sollten Gruppen mit verschiedenen Akteuren sein. Jeder von ihnen würde zehn Millionen US-Dollar bekommen, um einen Vorschlag auszuarbeiten, wie man die vorhandenen Mittel so nutzt, dass sich im betreffenden Land das Mediensystem verbessert. Die Vorschläge würden von Akteuren aus Politik, Zivilgesellschaft und Medien entwickelt werden. Eine internationale Jury, bestehend aus Expertinnen und Experten, würde dann die eingereichten Anträge evaluieren und das Gewinnerprojekt auswählen.

PB: Vielleicht sollten wir dann das Geld lieber teilen. Sie würden für diese Top-down-Strategie 50 Millionen US-Dollar bekommen. Und ich würde mit der anderen Hälfte des Geldes ausschwärmen, um neue Ideen, Initiativen und kleine Unternehmen zu finden. Dann hätten wir zwei Ansätze und könnten die Ergebnisse kombinieren.

Interviewer **Jan Lublinski**

© Matthias Müller

leitet das Team Studien und Evaluierung der DW Akademie. Derzeit beschäftigen ihn folgende Themen: Medienkompetenz, Transformation von Staatssendern und die dunkle Seite der Medien.

Zukunft weisen

50 Jahre Medienentwicklung, 50 Jahre Medienerfahrung! Unzählige Beratungen und Workshops haben wir bislang durchgeführt, stets auf der Suche nach neuen Formaten. Wir verschlafen keine Trends, sondern setzen eigene. Und wir verstehen unter Medienentwicklung nicht nur die Professionalisierung von Medienmachern – sondern auch von Mediennutzern.

Seite 19 – 26

Palästinensische Gebiete

Selbstbewusst mitreden

Kritisch hinterfragen, selbst gestalten und sich öffentlich äußern – das stand bisher nicht weit vorn auf dem Stundenplan palästinensischer Schüler. Neue Medien-AGs sollen das jetzt ändern und Jugendlichen zeigen, wie sie sich mitteilen können.

Ahmad Al-Khatib hält ein Mikro in der Hand. Mit lauter Stimme gibt der Neuntklässler seinen Mitschülern Anweisungen für den Frühsport: „Rechts, links, vorne, hinten!“ Vor Ahmad haben sich auf dem großen Schulhof ungefähr 250 Jungen in Reihen aufgestellt. Der Himmel ist wolkenlos, die Sonne verspricht einen warmen Herbsttag in Hizma, einem Dorf acht Kilometer östlich von Jerusalem. Es ist viertel vor acht, Zeit für das sogenannte Morgenradio: eine zehnminütige Live-Show, die vor Unterrichtsbeginn an allen palästinensischen Schulen stattfindet. Einige Elemente werden vom Bildungsministerium vorgegeben, andere können die Schüler selbst gestalten. Nach dem Frühsport moderiert Ahmad selbstbewusst durch die nächsten Programmpunkte: eine kurze Koransure, die Nationalhymne und ein Text über Heimatliebe, den ein Mitglied der schuleigenen Medien-AG geschrieben hat.

„Viel zu lange wurden unsere Kinder dazu erzogen, zu allem ja zu sagen.“

Das Morgenradio gab es schon immer, erinnert sich der 14-jährige Ahmad. Aber früher war es nicht üblich, dass Schüler selbst Texte verfassen konnten. Und auch die Medien-AG sei neu: „Wir überlegen uns gemeinsam Themen und arbeiten sie aus.“ In der AG, die von zwei Lehrern betreut wird, lernen Ahmad und seine Mitschüler, wie sie journalistische Beiträge recherchieren und verfassen.

Das wichtigste Thema für ihn: der Schulhof. „Der Asphaltbelag muss dringend durch Rasen ersetzt werden“, sagt Ahmad. Manchmal würden Kinder beim Fußballspielen stürzen und sich durch den rauen Belag verletzen. Darüber habe er bereits mit seinen Freunden im Morgenradio berichtet, erzählt er stolz.

Die redaktionellen Veränderungen im Morgenradio und die neu gegründeten Medien-AGs sind erste Ergebnisse des Langzeitprojekts "Jugend spricht mit! Medienkompetenz für palästinensische Jugendliche“. Die DW Akademie und die palästinensische Jugendorganisation Pyalara vermitteln Schülern, wie sie Medien besser verstehen, einordnen und selbst gestalten können.

„Junge Menschen haben hier kaum Möglichkeiten, sich öffentlich zu artikulieren und in einen Dialog mit der Gesellschaft zu treten“, sagt Verena Wendisch, Ländermanagerin für die Palästinensischen Gebiete der DW Akademie. Parteiische Meinungsmache in den Medien erschwere es Jugendlichen zudem, sich ein kritisches Urteil zu bilden. „Die Aus- und Fortbildung von Journalisten, die die DW Akademie seit vielen Jahren in den Palästinensischen Gebieten unterstützt, ist nur eine Seite der Medaille“, betont die Ländermanagerin. „Mit dem neuen Projekt konzentrieren wir uns jetzt zusätzlich auf die andere Seite, auf die der jungen Mediennutzer.“ Und damit auf die Stärkung gesellschaftlicher Teilhabe für junge Palästinenser.

Deshalb arbeiten DW Akademie und Pyalara eng mit palästinensischen Staats- und den sogenannten UNRWA-Schulen (United Nations Relief and Works Agency for Palestine Refugees in the Near East) zusammen, also denjenigen Schulen, die von

„Seitdem ich beim Morgenradio mitmache, bin ich selbstbewusster geworden.“

der Unterorganisation der Vereinten Nationen für palästinensische Flüchtlinge geführt werden. In Workshops bilden die beiden Organisationen nicht nur Schüler, sondern auch Lehrer fort, wie etwa an Ahmads Schule. Vermittelt werden journalistische Grundlagen, damit die Lehrer als Betreuer der Medien-AGs die Schüler darin stärken können, sich über Medien zu äußern. Ergänzt wird das Angebot durch begleitende Lehr- und Lernmaterialien zur Medienkompetenz, die künftig an palästinensischen Schulen eingesetzt werden sollen. „Wir versuchen alle Akteure mit einzubeziehen – das ist auch für uns Neuland. Und eine spannende Herausforderung: Da sind ziemlich viele Bälle gleichzeitig in der Luft, die unsere Trainer und Projektmanager auffangen müssen“, sagt Tilman Rascher, Leiter Nahost und Nordafrika der DW Akademie.

Zugang zu Medien verändert. Das lernte auch Alaa Ahmad in einem Sommercamp 2014, organisiert von Pyalara und DW Akademie. Alaa stammt aus Kalandia, 15 Kilometer nördlich von Hizma. Ein gezeichneter Ort – Kalandia ist sowohl der Name eines Kontrollpostens des israelischen Militärs als auch eines Flüchtlingslagers. Hier leben die Nachfahren der Palästinenser, die 1948 bei der Staatsgründung Israels aus ihrer Heimat vertrieben wurden. Alaa besucht in Kalandia eine UNRWA-Schule für Mädchen.

Stolz zeigt die 14-Jährige die erste Wandzeitung, die sie mit ihren Mitschülerinnen in diesem Schuljahr herausgegeben hat. Das Mädchen legt einen großen, orangefarbenen Karton auf einen der vielen Tische in der Schulbibliothek. In diesem Raum trifft sich Alaa in den Pausen und Freistunden mit der neu gegründeten Redaktion – zehn Mädchen zwischen zwölf und 14 Jahren. Auf den Karton haben die jungen Medienschaffenden mehrere Texte und Fotos geklebt. Es geht um Mobbing in der Schule. Ältere Schülerinnen würden manchmal jüngeren das Taschengeld abnehmen oder sie zwingen, ihre Schultasche zu tragen, erklärt Alaa. „Uns war es wichtig, die Mädchen auf die Folgen aufmerksam zu machen. Wenn eine Schülerin sich in die Situation eines Mobbingopfers hineinversetzt, dann wird ihr vielleicht bewusst, was sie da anrichtet.“ Alaa hat viele Themenideen, über die sie gerne im Morgenradio und in der Wandzeitung berichten möchte: „Wir brauchen dringend Grünflächen in

Seite 19 **Frühsport an der staatlichen Jungenschule in Hizma**
Links **Schülerin Alaa**
Links unten **Schulhof der UNWRA-Mädchenschule in Kalandia**
Rechts **Schüler Ahmad**
© Michael Lohse

Warum Medienkompetenz?

Medien sind allgegenwärtig – die meisten Kinder weltweit wachsen selbstverständlich mit Internet, Radio und Fernsehen auf. Kritische Distanz zu wahren, lernen sie jedoch selten. Besonders in Krisenregionen, in denen Medien oft für politische Meinungsmache missbraucht werden, ist es umso wichtiger, sich ein eigenes Urteil bilden zu können. Daher bestärkt die DW Akademie in ihren Projekten zur Medienkompetenz Kinder und Jugendliche darin, Berichterstattung zu hinterfragen und in Schulmedien, Radiosendungen oder auf eigenen Onlineplattformen selbst die Stimme zu erheben. Diesen ganzheitlichen Ansatz, der neben Medienmachern insbesondere Mediennutzer in den Blick nimmt, verfolgt die DW Akademie mit Partnern in Bolivien, Burundi, Kambodscha, Namibia, Palästinensische Gebiete, Republik Moldau, Uganda und Ukraine.

Kalandia. Ich sitze manchmal auf dem Dach unseres Hauses und überlege mir, was ich hier verändern und wo ich beispielsweise einen Garten anlegen könnte." Mit ihrem Engagement bei der Wandzeitung haben Alaa und ihre Mitschülerinnen einen Weg gefunden, das auszudrücken, was sie im Alltag bewegt.

Die Schulen von Alaa und Ahmad gehören zu insgesamt acht Schulen in der Westbank, die an dem Projekt zur Medienkompetenz teilnehmen. Alle liegen in dem sogenannten Gebiet C, einem sozial und wirtschaftlich benachteiligten Territorium unter fast vollständiger israelischer Sicherheits- und Zivilverwaltung. Das Projekt, das vom Bundesministerium für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung (BMZ) finanziert wird, begann im Frühjahr 2014 und soll bis 2016 andauern. „Unsere Kinder wurden viel zu lange dazu erzogen, zu allem ja zu sagen. Dinge in Frage zu stellen, ist bis heute nicht gern gesehen. Mit diesem Projekt tragen wir dazu bei, dass eine Generation heranwächst, die lernt, kritisch zu denken, zu recherchieren und zu hinterfragen", erklärt Hania Bitar, Leiterin von Pyalara.

Dieser Perspektivwechsel ist für Ahmad längst Realität. Die neu gegründete Medien-AG macht ihm Spaß und gibt ihm vor allem Zuversicht. „Ich bin optimistisch, dass der Belag des Schulhofes bis Ende des Schuljahres ausgetauscht sein wird", sagt er überzeugt. Auch Alaa kann sich ihren Alltag ohne Medien nicht mehr vorstellen. „Seitdem ich bei der Wandzeitung und beim Morgenradio mitmache, bin ich selbstbewusster geworden. Wenn alle an der Schule lesen und hören, was ich schreibe – das gibt mir Mut."

Autorin **Mona Naggar**

© Michael Lohse

arbeitet als freie Journalistin in Beirut. Für die DW Akademie koordiniert sie das Projekt „Jugend spricht mit!" und ist zudem als Medientrainerin in Libanon, Libyen, Jemen, Südsudan und Tunesien tätig.

Deutsch lernen

Erst Vergnügen, dann Grammatikübungen

Wenn Sprachschüler vor Begeisterung kreischen – dann ist das Konzept der DW Akademie aufgegangen. Gemeinsam mit EINSHOCH6, einer Hip-Hop-Band aus München, entwickelte sie ein einzigartiges Lernkonzept: das Bandtagebuch.

Ich sitze in der Aula der baschkirischen Universität in Ufa und starre erstaunt auf die Bühne. Vier Germanistik-Studierende in Partyklamotten tanzen ausgelassen und singen lauthals: „Es ist Wochenende! Wir feiern, wir feiern!" Bei den deutschen Kulturtagen in Baschkortostan, einer kleinen Republik an der Schwelle zwischen Europa und Asien, werden ganz selbstverständlich deutschsprachige Lieder aufgeführt. Es sind allerdings nicht die weltweit populären Songs von Rammstein oder den Fantastischen Vier, sondern von EINSHOCH6. „Das ist das schönste Geschenk, das man einem Musiker machen kann", sagt Kurt, Rapper von EINSHOCH6. Gemeinsam mit seinen Bandkollegen sitzt er neben mir auf den Zuschauerstühlen – wir haben alle feuchte Augen. Das Projekt, in das wir in den vergangenen drei Jahren viel Herzblut und Energie gesteckt haben, hat sein Ziel erreicht: Es motiviert Menschen dazu, sich mit Spaß und Humor der deutschen Sprache zu nähern.

Alles begann mit der Idee, ein Format zu kreieren, in dem Musik die Hauptrolle spielt – mit leicht zugänglichen Texten und cooler Musik. Die Songs sollten didaktisch so aufbereitet sein, dass Lehrer sie ohne Mühe im Unterricht einsetzen können. Auf der Suche nach einer geeigneten Band half uns der Zufall. Wir sahen die Münchner Band EINSHOCH6 auf dem Beethovenfest in Bonn und waren sofort von ihrer abgefahrenen Mischung aus Hip-Hop und klassischer Musik begeistert. Die drei Rapper der neunköpfigen Band heizten dem Publikum – unterstützt von E-Geige und E-Cello – ordentlich ein. Dazu kluge und witzige Texte fernab von Gangster-Rap und Macho-Reimen. Das machte uns neugierig,

Links **EINSHOCH6-Konzert in der Ukraine**
Rechts **Deutsch lernen mit Rapper Kurt**
©DW

und wir nahmen Kontakt mit der Band auf – die unbedingt mitmachen wollte.

Und so machten wir uns 2012 an die Produktion der Serie „Das Bandtagebuch mit EINSHOCH6". Gemeinsam erarbeiteten wir 13 Hip-Hop-Songs für Deutschlerner, die auf dem Album „Lass uns reden" veröffentlicht wurden. Dazu wählten wir Themen, die junge Menschen bewegen, wie beispielsweise Liebe, Zukunftsängste, Sommerurlaub oder Erfolgsdruck. Die Jungs lieferten die Texte, die ich als didaktische Projektleiterin dann redaktionell feinpolierte. Keine einfache Aufgabe. Denn die Texte sollten für die Zielgruppe der Deutschlerner relativ einfach zu verstehen sein. Gleichzeitig sollten sie aber authentisch rüberkommen und – darauf achteten die Rapper penibel – den „Flow" haben. Anschließend drehten wir 13 Musikvideos sowie 40 Folgen rund um den Alltag der jungen Band – zu Themen, die junge Menschen an Deutschland interessieren. Für jede der insgesamt 53 Folgen erstellten wir zu guter Letzt Übungsmaterialien mit Tipps für den Unterricht, inklusive Karaoke-Versionen der Songs. Ganz nach dem Motto: Erst das Vergnügen, dann die Grammatikübungen.

Im Sommer 2013 ging das Bandtagebuch endlich online und wir präsentierten es erstmals gemeinsam mit EINSHOCH6

Deutsch lernen

Seit 2014 gehören die erfolgreichen Deutschkurse zur DW Akademie. Mit einer Vielzahl von interaktiven, modernen und unterhaltenden Formaten können Interessierte weltweit und kostenlos Deutsch lernen. Anfänger finden hier ebenso Kurse wie Fortgeschrittene, es gibt vielfältige Angebote – von didaktisch aufbereiteten Nachrichten über die Telenovela „Jojo sucht das Glück" bis hin zu Communitys auf Facebook und Twitter. Das Deutschkursangebot zeigt, wie sich aus dem Radio-Aufruf von 1957 „Lernt Deutsch bei der Deutschen Welle" eine zeitgemäße, multimediale Lernplattform entwickelt hat, die auch Lehrkräften eine Vielfalt an Unterrichtsmaterialien zur Verfügung stellt.

Weitere Informationen zum Deutschlernen: www.dw.com/deutschlernen

„Das ist das schönste Geschenk, das man einem Musiker machen kann."

Kurt, Rapper von EINSHOCH6

im Rahmen der Internationalen Deutschlehrertagung im italienischen Bozen. Bereits ein paar Wochen später fragte das Goethe-Institut in Kiew an, ob die Band in einigen ukrainischen Städten Konzerte geben und gemeinsam mit Schülern Lieder einüben könnte. So entstand der Song „Es gefällt mir". Die simple Idee: Wir singen gemeinsam über Dinge, die wir mögen, und die Schüler schreiben anschließend nach einem vorgegebenen Satzbau darüber, was ihnen gefällt. Dazu entwickelte ich mit den Musikern ein Workshop-Konzept mit Spielen und Übungen, damit wir auch mit größeren Schulgruppen an diesem Song arbeiten können.

Mit Tourbus und Herzklopfen machten wir uns im Winter 2013 auf den Weg in die Ukraine. Was uns dort erwartete, hatten wir uns im Traum nicht vorzustellen gewagt. Bereits beim Auftaktkonzert in Iwano-Frankiwsk stürmten die Schüler zur Bühne und schrien so laut, dass die meisten unserer Filmaufnahmen übersteuerten. Anschließend umlagerten sie die Band, um Autogramme zu bekommen. Mein erster Gedanke: „Okay, was tue ich, wenn einer der Musiker zerquetscht wird?" Nach dem Konzert waren wir alle voller Adrenalin und konnten nicht fassen, was gerade passiert war. Es wurde übrigens niemand zerquetscht. Im Gegenteil: Anstatt der angemeldeten 30 wollten am nächsten Tag dreimal so viele Schüler am Workshop teilnehmen.

Mittlerweile sind wir mit dem Bandtagebuch in vielen Ländern gewesen – und die Anfragen werden nicht weniger. Meist unterwegs im Tourbus, etwa nach Tschechien, Polen, Spanien, Serbien oder dem Kosovo. Manchmal steigen wir auch ins Flugzeug, um Einladungen aus Südafrika, Russland oder der Elfenbeinküste zu folgen. In allen Städten gibt es die gleiche Resonanz: volle Konzerthallen, begeisterte Schüler und Lehrer. Mut zur Beschäftigung mit der deutschen Sprache – darum geht es in unseren Workshops. Durch das gemeinsame Singen verlieren die Schüler ihre Angst, mit uns Deutsch zu sprechen. Sie sind engagiert dabei, wenn sie die Dinge, die sie mögen, in einem selbst getexteten Song ausdrücken. Für mich war es interessant zu erleben, wie viele Gemeinsamkeiten Jugendliche bei Hobbys und Freizeitgestaltung von Baschkortostan bis Südafrika haben. Es gibt aber auch Unterschiede. In der Elfenbeinküste formulierten die Schüler oft den Wunsch nach einer friedlichen und toleranten Welt. Erschreckend und rührend zugleich war es, als eine Schülerin sich bedankte, weil nicht oft Menschen in die Elfenbeinküste kämen, um mit „Leuten wie uns" zu arbeiten.

Selfies mit Schülern und Autogrammstunden sind für die Musiker mittlerweile selbstverständlich. Aber was sie immer noch umhaut, ist, wenn das ukrainische, spanische oder äthiopische Publikum die deutschsprachigen Songs mitsingt. Der Lernerfolg ist dabei nicht nur einseitig: Auf den Tourneen sind auch Ideen für neue Songs der Band entstanden. Der wunderbare Deutschclub-Chor aus Abidjan wird darin genauso einen Platz finden wie die enthusiastischen Studierenden aus Ufa oder die herrlichen Deutschlehrerinnen aus Moskau, denen EINSHOCH6 gleich ein ganzes Lied widmete. Außerdem werden wir auf den für 2015 geplanten Tourneen in Israel, Indonesien oder der Türkei neue Musikvideos drehen. Am liebsten mithilfe der Deutschschüler und -lehrer vor Ort. So fließen unsere Live-Erlebnisse wieder zurück in das ursprüngliche Lernformat, das dadurch um ein Vielfaches reicher und bunter geworden ist.

Autorin **Shirin Kasraeian**

© DW

arbeitete als Deutschlehrerin und ist seit 2006 Redakteurin und Projektleiterin für die Bildungsprogramme der DW. Hier betreut sie unter anderem das Bandtagebuch und begleitet die Tour als didaktische Leiterin.

Zukunft sichern, Medien finanzieren

Damit Medien ihren gesellschaftlichen Auftrag einer unabhängigen und ausgewogenen Berichterstattung erfüllen können, müssen sie wirtschaftlich tragfähig sein. Meinungsfreiheit und Zugang zu Information lassen sich nur dann langfristig sichern, wenn jedes Medium ein Geschäftsmodell hat, das seine Nachhaltigkeit sichert. Dieses kann etwa auf Werbung, Gebühren, Steuern, direkten Zahlungen des Publikums oder einer Kombination daraus basieren. In Zeiten rasanter technologischer Entwicklung und digitalen Wandels geraten traditionelle Finanzierungsmodelle für Medien zunehmend unter Druck. Neue, innovative Wege müssen gefunden werden, um Pluralismus, Unabhängigkeit und professionelle Standards zu stärken. Eine allgemeingültige Lösung gibt es nicht – umso wichtiger ist die Anpassung der Geschäftsstrategie an nationale und lokale Gegebenheiten. Die DW Akademie berät in zahlreichen Projekten Sender und Verlage darin, nachhaltig zu wirtschaften und ihre Einnahmequellen zu diversifizieren. Die relevanten Fragen, mit denen sich Medienmacher weltweit beschäftigen, lauten: Wie können Medien in ihren jeweiligen Märkten finanziell bestehen? Und welche kreativen Ansätze und alternativen Modelle gibt es bereits? Die Vordenker einzelner Medienunternehmen aus verschiedenen Regionen haben uns ihre Strategien erklärt.

Qualitätsjournalismus

Wir gehen mit dem digitalen Wandel: Unsere Angebote bieten wir als Online-Abonnements an und erweitern sie stetig um weitere Dienste, wie beispielsweise Apps. Außerdem bemühen wir uns um Werbekunden, Zuschüsse und Spenden. Dabei setzen wir ausschließlich auf Qualitätsjournalismus und investigative Berichterstattung. Dies wird langfristig Leser anziehen und sie dauerhaft an uns binden. Nur so werden wir auch wirtschaftlichen Gewinn erzielen können.

Alina Radu, Direktorin Ziarul de Gardă, Print- und Online-Magazin, Republik Moldau

Gemeinsame Werte

Für unseren Radiosender ist es wichtig, mit Akteuren zusammenzuarbeiten, die genauso wie wir an die transformative Kraft der Medien glauben. Dazu gehören beispielsweise Stiftungen und Organisationen, die für Meinungsfreiheit und bürgerschaftliches Engagement einstehen. Außerdem zählen wir auf öffentliche und private Kulturförderer. Eine weitere interessante Einnahmequelle für unser Bürgerradio ist Merchandising, das wir kürzlich erstmalig ausprobiert haben. Da es erstaunlich gut angekommen ist, möchten wir diese Strategie in Zukunft stärker ausbauen.

Belén Pardo, Projektkoordinatorin Vokaribe, Bürgerradio, Kolumbien

Akzente setzen

Wir setzen auf Lokalberichterstattung und Themen, die insbesondere Frauen interessieren. Dadurch wollen wir unsere Hörerschaft vergrößern und so unseren Radiosender dauerhaft finanzieren. Wir trainieren unsere Reporter darin, lokale Themen aufzuspüren und bei der Recherche auf geschlechtsspezifische Gesichtspunkte zu achten. Unsere Radiostation kann nicht einzig durch kommerzielle Einnahmen finanziert werden. Daher versuchen wir, zusätzlich finanzielle Unterstützung durch internationale Entwicklungsorganisationen zu bekommen. Außerdem planen wir Koproduktionen mit lokalen, regionalen und internationalen Organisationen.

Maysoun Odeh Gangat, Geschäftsführerin Nisaa FM, Radio, Palästinensische Gebiete

Nachrichten aufs Handy

Mehr als 80 Prozent der Afghanen besitzen ein Handy – auf diese Entwicklung haben wir mit einem Kurznachrichtendienst reagiert und bieten unseren Abonnenten unter anderem Eilmeldungen per SMS an. Für unsere Kunden ein schnelles Nachrichtenangebot – und für unsere Nachrichtenagentur eine profitable Einnahmequelle. Ein erfolgreiches Geschäftsmodell, das wir gerne durch eine unterstützende Finanzierung von verschiedenen Entwicklungsorganisationen und Mittelgebern ergänzen würden.

Danish Karokhel, Direktor und Chefredakteur Pajhwok Afghan News, Nachrichtenagentur, Afghanistan

Präsenz zeigen, Einnahmen steigern

Unsere Strategie stützt sich auf drei Säulen: Erstens wollen wir unsere Präsenz in der Bevölkerung um ein Vielfaches erhöhen, zweitens die Werbeeinnahmen steigern und Kooperationen entwickeln. Und drittens ist für uns eine Zusammenarbeit mit Mittelgebern und Entwicklungsorganisationen interessant – allerdings nur, wenn wir dabei keine Abstriche bei unseren ethischen Standards machen müssen.

Martin Masai, Geschäftsführer Mbaitu FM, Radio, Kenia

Werbeeinnahmen

Unser Radiosender wurde von Freiwilligen gegründet, die ihn bis heute leiten. Momentan konzentrieren wir uns darauf, Werbeeinnahmen zu akquirieren. Hierzu arbeiten wir mit lokalen Geschäftsleuten zusammen: Die Werbung, die sie schalten, finanziert einen Teil der Kosten. Aber das allein reicht nicht aus. Darum suchen wir nach zusätzlichen Finanzierungsmöglichkeiten durch ausländische Entwicklungsorganisationen.

Salam Mlik, Gründer und Betreiber Djerid FM, Internetradio, Tunesien

Innovationen

So geht digital!

Medienmärkte im Umbruch und fehlende Informationsfreiheit – kreative Lösungen sind derzeit weltweit gefragt. Doch nur wenige bestehen den Praxistest. Dickens Olewe, kenianischer Journalist und Drohnen-Experte, weiß, worauf es ankommt, um nachhaltig Erfolg zu haben.

Vor fünf Jahren gab es in Kenia verheerende Überschwemmungen. Journalisten fuhren mit klapprigen Booten in die betroffenen Gebiete, riskierten ihr Leben, um über die Naturkatastrophe zu berichten. Damals wurde mir klar, dass unbemannte Fluggeräte, sogenannte Drohnen, sehr nützliche Arbeitsmittel für Journalisten sein können. Ausgerüstet mit einer Kamera machten diese Luftaufnahmen von dem überschwemmten Gebiet – ohne Gefahr für Leib und Leben. Das hatte noch einen weiteren Vorteil: Die Drohnen konnten helfen, redaktionelle Unabhängigkeit zu wahren. Schließlich war es recht auffällig, dass Reporter, die an von der Regierung organisierten Flügen über das Hochwassergebiet teilnahmen, besonders ausführlich und wohlwollend über die staatlichen Rettungsaktionen berichteten.

Aus diesen Beobachtungen entstand die Idee für das Projekt African skyCAM, das ich bis heute leite. Im Kern geht es darum, handelsübliche Drohnen für die journalistische Berichterstattung verantwortungsvoll einzusetzen. Seitdem konnten wir in einigen Pilotprojekten zeigen, wie Drohnen die Recherchen von Reportern bereichern. So gelangen uns beispielsweise Luftaufnahmen einer aufgeheizten politischen Großdemonstration. Außerdem überflogen wir die riesige Dandora-Müllhalde in Nairobi und erstellten mithilfe der Bilder ein eindrucksvolles 3-D-Modell, das die Dimensionen der Halde erfahrbar macht.

African skyCAM ist ein erfolgreiches Projekt – das hat viel damit zu tun, dass wir ein kleines, engagiertes Team sind und ausreichend Fördermittel bekommen. Wichtig ist aber auch, dass wir die kreative Freiheit haben, uns voll und ganz auf die journalistische Nutzung von Drohnen zu konzentrieren.

Auf der Basis meiner Erfahrungen in diesem und anderen Projekten – zuvor hatte ich bei der Zeitung „The Star“ eine App für Bürgerjournalismus entwickelt – habe ich eine Liste mit fünf Ratschlägen für innovative Medienprojekte zusammengestellt.

Seite 25 **Luftaufnahme der Mülldeponie Dandora in Nairobi**
© African skyCAM/Ben Kreimer
Links **Drohne im Rechercheeinsatz**
© JSK Fellowships/Stanford University
Rechts **Blick von oben zeigt: Eine Schule grenzt direkt an die Mülldeponie**
© African skyCAM/Ben Kreimer

1 Eine richtige Strategie entwickeln

Viele Redaktionen haben sich zwar den Slogan „online first" auf die Fahnen geschrieben, dahinter steht jedoch selten eine durchdachte Strategie. Konzepte für digitale Plattformen werden bei anderen abgeschaut, es gibt keine fundierte Analyse oder einen nachhaltigen Plan. Damit ist eines bereits vorprogrammiert: das Scheitern. Obwohl die meisten Redaktionen mittlerweile online sind, arbeiten sie genauso wie vor der Digitalisierung: mit zu viel Bürokratie und althergebrachten Redaktionsstrukturen. Vor einem digitalen Wandel sollte erst einmal sorgfältig geprüft werden, wie es um Ausstattung, Personal und Unternehmenskultur bestellt ist. Fortbildung ist dabei sehr wichtig, um die Belegschaft fit zu machen. Entscheidend ist, dass die Geschäftsleitung ihre Vision klar vermitteln kann.

2 IT-Know-how hat seinen Preis

In digitalen Medienprojekten sind Leute mit technischem Sachverstand – also Entwickler und IT-Experten – unerlässlich. Das wird leider oft vergessen. In Kenia läuft es meistens so, dass Redaktionen externe Entwickler für diverse Online-Tools beauftragen. Dabei arbeiten Journalisten und IT-Experten nur selten Hand in Hand. Richtig gute IT-Mitarbeiter sind stark gefragt und kosten entsprechend viel. Die wenigsten wollen sich langfristig an einen Auftraggeber binden. In vielen Fällen verzögern sich dadurch die Projekte oder scheitern ganz. Daher bin ich ein Befürworter von IT-Kompetenz im eigenen Haus. Sie ist ihr Geld wert.

3 Neue finanzielle Wege gehen

Das Rote Kreuz betreibt in Kenia eine Reihe von Hotels, um so Geld für humanitäre Projekte zu erwirtschaften. Warum kommen Medien nicht auf ähnliche Ideen? Sehr beeindruckt war ich in dieser Hinsicht von dem Mediendialog „South2South" der DW Akademie, an dem ich 2014 in Kapstadt teilnahm. Er brachte Macher von innovativen Medienprojekten aus Afrika, Asien und Lateinamerika zusammen, die sich alle in einem politisch schwierigen Umfeld mit eingeschränkter Meinungsfreiheit bewegen. Besonders interessant war es, sich über das knifflige Thema Finanzierung auszutauschen. Die Recherche-Webseite Plaza Pública aus Guatemala beispielsweise erhält Geld von einer Universität. Das bedeutet, dass sie nicht mehr – wie andere Medien in Guatemala – von Werbeaufträgen der Regierung abhängig ist und somit viel unabhängiger und kritischer berichten kann. Beeindruckt hat mich auch CGNet Swara aus Indien. Das mobile Bürgerradio hat das generelle Nachrichtenverbot für nichtstaatliche Medien mithilfe seines interaktiven Ansatzes umgangen. Und die nutzerzentrierte Perspektive eröffnet neue Finanzierungen wie beispielsweise durch Online-Abonnements.

4 Kompetenz aufbauen

Medienentwicklung sollte nicht nur punktuell einzelne Projekte unterstützen, sondern sich stärker auf Kompetenzaufbau konzentrieren. Bei einigen Geldgebern ist es gerade „in", digitale Projektideen und Formate mit Geld zu überhäufen, ohne darauf zu achten, ob die Rahmenbedingungen für eine erfolgreiche Umsetzung überhaupt gegeben sind. Mentorenprogramme und Fortbildungen sind deshalb entscheidend. Es geht nicht darum, ob digitale Ansätze im Trend liegen, sondern ob sie ein inhaltliches Konzept und ein tragfähiges Geschäftsmodell haben.

5 Regulierung im Blick behalten

In vielen Ländern des Globalen Südens beginnen Regierungen erst jetzt, sich eingehend mit den Chancen und Risiken der Digitalisierung auseinanderzusetzen. Dadurch werden digitale Innovatoren oft in die Rolle von Netzaktivisten gedrängt. Das African skyCAM-Projekt ist aktuell durch neue gesetzliche Vorschriften gefährdet, die die zivile Nutzung von Drohnen in Kenia einschränken. Derartige Veränderungen können Innovationen behindern – und gleichzeitig neue Perspektiven eröffnen: So habe ich mich entschlossen, einen afrikanischen Verband für Drohnenjournalismus zu gründen. Er wird sich für den journalistischen Einsatz von Drohnen stark machen und entsprechende Trainings anbieten.

South2South Manifesto

Pioniere erfolgreicher digitaler Projekte aus 14 verschiedenen Ländern des Globalen Südens kamen auf Einladung der DW Akademie und des Südafrikanischen Instituts für die Weiterentwicklung des Journalismus (IAJ) im Dezember 2014 im südafrikanischen Kapstadt zusammen. Während des viertägigen Mediendialogs formulierten die Teilnehmer das „South2South Manifesto". Es enthält sieben allgemeingültige Prinzipien und Empfehlungen für die innovative Nutzung digitaler Technologien zur Stärkung der Meinungsfreiheit. Die Expertise der Teilnehmer reichte von Crowdsourcing, investigativen Recherchemethoden, Nachbarschaftsjournalismus bis hin zu Datenvisualisierungen und Open-Data.

South2South Manifesto zum Nachlesen: akademie.dw.com/S2Smanifesto

Autor **Dickens Olewe**

© Hernan D. Caro

ist kenianischer Journalist und hat mehrere preisgekrönte Digitalprojekte geleitet. Derzeit ist er John S. Knight Journalism Fellow an der Universität Stanford, Kalifornien. 2014 nahm Olewe am Mediendialog „South2South" der DW Akademie teil.

©DW

50 Jahre DW Akademie

Ein halbes Jahrhundert – so lange engagiert sich die DW Akademie bereits in der internationalen Medienentwicklung. Das wollen wir in diesem Jahr gemeinsam feiern, denn diese 50 Jahre sind eine Erfolgsgeschichte. Angefangen als das Deutsche Welle Ausbildungszentrum (DWAZ), dann zu Deutsche Welle Fortbildungszentrum (DWFZ) umbenannt und schließlich als DW Akademie neu aufgestellt, ist sie heute die führende deutsche Organisation der internationalen Medienentwicklung. Als Intendant der Deutschen Welle freue ich mich darüber umso mehr, wenn ich sehe, mit wie viel Begeisterung die Wegbegleiter der DW Akademie aus der ganzen Welt in diesem Heft gratulieren. Neben Journalisten sind Medienmanager, politische Partner und Vertreter von internationalen Organisationen dabei. Daran zeigt sich, wie umfassend das Portfolio der DW Akademie in den vergangenen 50 Jahren geworden ist und welche Bandbreite sie mit ihren heutigen Langzeitmaßnahmen abdeckt.

Einen Großteil dieser Projekte finanziert sie mit Mitteln des Bundesministeriums für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung. Als dessen strategischer Partner leistet sie einen wichtigen Beitrag zur deutschen Entwicklungszusammenarbeit. Bei all ihren Aktivitäten agiert die DW Akademie komplementär zum Programm der Deutschen Welle. Beide Seiten ergänzen sich, denn sie setzen sich für dieselben Werte ein: das Recht auf freie Meinungsäußerung und den Zugang zu Informationen – mit dem Ziel, diesen Menschenrechten weltweit mehr Geltung zu verschaffen. Ich wünsche der DW Akademie und ihren Partnern weiterhin viel Erfolg für ihre Arbeit.

Peter Limbourg,
Intendant der
Deutschen Welle

Vielen Dank!

Was mit Trainings für einige wenige Medienmacher begann, hat sich bis heute zu einem umfassenden Engagement für die Medienfreiheit entwickelt. Gemeinsam mit Medienpolitikern und Medienunternehmern, Journalisten, Wissenschaftlern, Bloggern und Mediennutzern setzen wir uns für die Entwicklung von Medien weltweit ein. Den Erfolg verdanken wir unseren langjährigen Partnern und Weggefährten.

„Wir bauen auf das Engagement der DW Akademie. Nur gemeinsam wird es uns gelingen, freie Medien zu stärken – insbesondere in politisch unsicheren Zeiten."

Dunja Mijatovic,
OSZE-Beauftragte für Medienfreiheit Österreich

© OSCE/Micky Kroell

„Die DW Akademie unterscheidet sich von den unzähligen internationalen Organisationen, die derzeit nach Myanmar kommen. Sie will wirklich etwas verändern und Neues schaffen. Zum Beispiel als Mitbegründerin der ersten Journalistenschule in Myanmar überhaupt. Meinen Glückwunsch zum Fünfzigsten? Es gibt noch viel zu tun – daher hoffe ich auf den Hundertsten!"

© Patrick Benning

***U Thiha Saw**, Vorstandsvorsitzender, Myanmar Journalism Institute Myanmar*

1965

Auftakt zur Ausbildung
Die Geschichte der heutigen DW Akademie begann 1965 mit dem DWAZ, dem Deutsche Welle Ausbildungszentrum. Anfang der 1960er Jahre richtete die DW in Kigali, Ruanda, eine Relaisstation ein, um Hörfunkprogramme für die Region zur Verfügung zu stellen. Dafür schulte sie in Köln Techniker und Programmmitarbeiter aus Afrika.

1967

Auf Exkursion
Nicht nur technisches Know-how sollte den Rundfunktechnikern und Radiojournalisten vermittelt werden. Sie lernten auch deutsche Medienunternehmen kennen und bildeten so berufliche Netzwerke.

50 JAHRE MEDIEN ENTWICKLUNG

„Danke für Enthusiasmus und positiven Geist! Mithilfe der DW Akademie konnten wir unsere Lehrpläne modernisieren und eine Kooperationsplattform im Kaukasus etablieren.“

© Kakha Pkhakadze

Prof. Mariam Gersamia,
Dekanin der Fakultät für Journalistik
Staatliche Universität Tiflis
Georgien

„Wo Meinungen unterdrückt und Informationen unter Verschluss bleiben, kann keine offene und tolerante Gesellschaft entstehen. Die DW Akademie bildet Journalistinnen und Journalisten in Ländern aus, in denen diese oftmals nur unter schwierigsten Bedingungen arbeiten können. Damit leistet sie einen wichtigen Beitrag für eine demokratische und nachhaltige Entwicklung in unseren Partnerländern.“

© Bundesregierung/Kugler

Dr. Gerd Müller, *Bundesminister für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung*
Deutschland

Von der Pike auf
In den ersten Trainings stand Sendetechnik für Hörfunktechniker und -ingenieure auf dem Stundenplan. Sie lernten ihr Handwerk von der Pike auf: neueste Sendetechnik ebenso wie die Abteilungen und Abläufe der Deutschen Welle.

1968

Besuch in Berlin
Ein Gruppenfoto zum Abschied: Die Teilnehmer konnten sich neben der Fortbildung auch ein umfangreiches Bild vom politischen, kulturellen und wirtschaftlichen Leben im Gastland machen. So blieben sie mit Deutschland in Verbindung.

1969

1970

Auf Augenhöhe
Ein Training ist immer dann erfolgreich, wenn – neben der fachlichen Expertise – auch der Umgang miteinander respektvoll ist. Von Anfang an heißt die Regel in den Begegnungen mit unseren Teilnehmern und Partnern: Kommunikation auf Augenhöhe.

„Mit der DW Akademie verbinde ich vor allem den Kampf für freie und unabhängige Medien in der ganzen Welt – eine unverzichtbare Voraussetzung, um Hunger und Armut aktiv bekämpfen zu können.“

© Welthungerhilfe

Bärbel Dieckmann,
Präsidentin der Welthungerhilfe Deutschland

„Für uns ist Medienentwicklung nicht nur ein Konzept, sondern eine Notwendigkeit, wenn es darum geht, Gesellschaften zu entwickeln, Bürger zu informieren und sie in ihrer Entscheidungskompetenz zu stärken. Deshalb gehört Medienentwicklung zur globalen Entwicklungsagenda.“

***Eric Chinje,** Leiter der African Media Initiative Kenia*

© AMI

„Die Menschen, ihr Spirit und der Erfolg – das macht für mich die DW Akademie aus. Ihre Arbeit ergänzt unser weltweites Engagement für Meinungs- und Pressefreiheit.“

© DW

Gerda Meuer,
Programmdirektorin der Deutschen Welle Deutschland

„Mit unserem Radio-Netzwerk im Amazonas-Becken setzen wir uns dafür ein, die Menschen auch für das Thema Umwelt zu sensibilisieren. Die DW Akademie war dabei über viele Jahre ein wertvoller Partner.“

© Joelma Viana

***Padre Edilberto Sena,** Umwelt-Lobbyist und ehemals Leiter des Radio-Netzwerks RNA Brasilien*

1970er

Programmberatung
Nach und nach wurde das Portfolio erweitert. Die technischen Trainings wurden um journalistische Grundlagen und Programmberatung für Radiosender ergänzt. Auf dem Stundenplan standen beispielsweise redaktionelles Arbeiten und Sendeplanung.

1973

Auf Sendung
Wie werden Nachrichten professionell gesprochen? Wie eine Hörfunksendung souverän moderiert? Und wie zieht man die Zuhörer in den Bann? Antworten darauf gaben praxisorientierte Hörfunkseminare für Journalisten.

Handwerk lernen
Gelungene Interviews, spannende Reportagen oder unterhaltende Features – das journalistische Handwerk will gelernt sein! Etwa 70 Prozent der Trainingszeit floss in praktische Übungen, um die erforderlichen Fähigkeiten zu erlernen und zu verbessern.

1975

1987

Landfunk
Aufbau von lokalen und regionalen Radiosendern in Afrika: In sogenannten Landfunkkursen wurde unter anderem vermittelt, über Themen wie Alphabetisierung, Bildung oder Gesundheit zu berichten.

50 JAHRE MEDIEN ENTWICKLUNG

„Die DW Akademie ist ein wichtiger Bestandteil der Deutschen Welle, die weltweit für freie Meinungsäußerung einsteht. In zensierten Märkten ermöglicht die DW die Grundversorgung mit umfassenden und ausgewogenen Informationen. Die DW Akademie ergänzt das journalistische Angebot, indem sie zur Professionalisierung des jeweiligen Mediensektors beiträgt und so das Recht des Einzelnen auf Meinungsfreiheit stärkt.“

Vera Szackamer,
Präsidiumsmitglied des Zentralrats der Juden und Mitglied des DW-Rundfunkrats, Deutschland

© Jan Röhl

„Medienentwicklung ist ein unverzichtbarer Teil der Außenpolitik, weil freie und unabhängige Medien mit hohen professionellen und ethischen Standards wesentlich sind für die demokratische Entwicklung und die zivilgesellschaftlichen Fortschritte eines Landes. Die DW Akademie ist ein wichtiger Vermittler und Wegbereiter für die Medienfreiheit in vielen Teilen der Welt.“

© Thomas Köhler

Frank-Walter Steinmeier,
Bundesminister des Auswärtigen Deutschland

1980er

Krönung
Am Ende eines Trainings erhalten die Teilnehmer ein Zertifikat. Manchmal werden aber auch Trainer und Projektmanager für ihren Einsatz ausgezeichnet. Wie hier eine symbolische Krönung – als Zeichen der Anerkennung für den Trainer.

1988

Sportliche Großereignisse
Olympische Spiele in Seoul 1988, All African Games 1996, Women's World Cup 2011 oder Fußball-WM 2014 in Brasilien – die DW Akademie setzt die Tradition des DWAZ fort: Sportjournalisten lernen, über internationale Sportereignisse zu berichten.

1991

Erzählen im Radio
Hörspiele als Teil der Kulturförderung – das gehörte lange Jahre zur Ausbildung und den Trainings. Neben klassischem Radiojournalismus lernten die Teilnehmer auch die Produktion von Hörspielen kennen.

1992

Frauen im Fokus
Mit der Frauenrechtskonvention, die 1985 von Deutschland ratifiziert wurde, sollte der Diskriminierung und Benachteiligung von Frauen entgegengewirkt werden. Was im DWAZ begann, setzt die DW Akademie fort: die gezielte Ausbildung von Frauen.

1998

Qualifizierung
Ihr Wissen und ihre Erfahrungen geben qualifizierte Ingenieure, erfahrene Journalisten und Redakteure weiter. Dafür absolvieren sie speziell konzipierte „Train the Trainer“-Kurse – so werden aus Experten professionelle Trainer.

„Das Masterprogramm der DW Akademie bereichert den wissenschaftlichen Austausch zwischen Ägypten und Deutschland. Für mich als ägyptische Professorin eine der fruchtbarsten Erfahrungen meines Lebens.“

© Frank Norden

Prof. Enas Abou Youssef,
German University in Cairo (GUC)
Ägypten

„Die DW Akademie hat im Jemen den Aufbau des ersten Bürgerradios begleitet – eine wichtige Voraussetzung für politischen Wandel.“

Khair Aldin Al-Nsour,
Geschäftsführer Jusoor Media Company
Jemen

© Privat

„Arbeiten in drei Hauptstädten, Berichte für ein internationales Publikum liefern, in mehreren Sprachen – welches Volontariat kann das schon? Und dann noch Trainer, an die ich heute noch oft und dankbar denke.“

Maik Meuser, *Nachrichtenmoderator für DW und RTL*
Deutschland

© DW

„Der DW Akademie ist es in einzigartiger Weise gelungen, verfeindete Parteien an einen Tisch zu bringen. Dank des Mediendialogs für Medienschaffende aus dem Sudan und Südsudan konnten das Eis gebrochen und Unterschiede überwunden werden. So wurden Freundschaften geschlossen, die bis heute halten.“

© Sheila Mysorekar

Moyiga Nduru, *Direktor*
South Sudan Television (SSTV)
Südsudan

Gewaltige Aufgabe
2003 begann der Sender Voice of Vietnam (VOV) mithilfe des DWFZ damit, mehr als 50.000 Tonbandaufnahmen zu restaurieren und zu digitalisieren, darunter Reden von Ho Chi Minh. Auch in Nepal, Sri Lanka und Jemen wurde die Archivierung von Audiomaterial begleitet.

Lernen von den Profis
Unter diesem Motto bietet die DW Akademie erstmalig maßgeschneiderte Medientrainings für Fach- und Führungskräfte aus Politik, Wirtschaft und Zivilgesellschaft an, um auf einen professionellen und souveränen Medienauftritt vorzubereiten.

2005

2008

2003

2004

Medienentwicklung
Die DW Akademie, Deutschlands führende Organisation für internationale Medienentwicklung, wird ins Leben gerufen – eine institutionelle Zusammenführung der Ausbildungszentren in Bonn und Berlin.

In Zweierteams
Vier Wochen lang arbeiteten afrikanische und deutsche Journalisten in Nigeria gemeinsam zum Thema „Menschenhandel in Afrika“. In Zweierteams machten sie einzigartige Erfahrungen, knüpften ungewöhnliche Kontakte und drehten spannende Filme.

50 JAHRE MEDIEN ENTWICKLUNG

„Wenn es um Entwicklung geht, geht es auch immer um freie und unabhängige Medien. Ohne Kommunikation können Ziele wie Gesundheit, sauberes Wasser, eine funktionierende Landwirtschaft und Lebensmittelsicherheit nicht erreicht werden.“

Mary Myers, *Beraterin für Entwicklungskommunikation Großbritannien*

© Privat

„Journalismus, Medienwirtschaft, Medienmanagement – das Masterprogramm International Media Studies traf den Nagel auf den Kopf.“

© Van Trang

Danh-Quy Nguyen, *IMS-Absolvent und stellvertretender Leiter der vietnamesischen Ausgabe der Zeitschrift ELLE Vietnam*

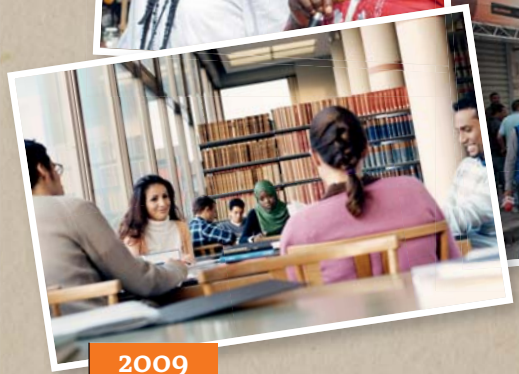
Mit Spaß
Die Deutschlernangebote der DW, die seit 1957 bestehen, gehören nun zur DW Akademie. Mit Spaß, Musik und interaktiven Übungen fällt das Lernen leichter – wie beispielsweise mit dem Bandtagebuch der Hip-Hop-Band EINSHOCH6.

Umstrukturierung
Acht Jahre nach dem Bürgerkrieg wird in Sierra Leone ein öffentlich-rechtlicher Rundfunk aufgebaut. Mehr als drei Jahre dauert die Umstrukturierung; die DW Akademie trainierte Journalisten und Manager der neuen Sierra Leone Broadcasting Corporation.

2014

2010

2012



2009

2015

Masterstudiengang
International Media Studies ist mit Forschung, Lehre und Medienpraxis ein einzigartiges Studienangebot in Deutschland. Studierende aus aller Welt profitieren davon – seit 2014 auch in Istanbul mit dem German-Turkish Master's Program.

Neue Medienprofis
Wandel begleiten: Nach dem Arabischen Frühling wird in Tunesien eine neue Generation von Journalisten, Pressesprechern und Öffentlichkeitsexperten im professionellen Umgang mit Medien trainiert.

Preisgekrönt
Am Ende eines Volontariats, welches die DW seit 1964 anbietet und das seit 2004 zur DW Akademie gehört, steht das multimediale, oft preisgekrönte Meisterstück. 2015 erhielt das Online-Projekt „Meine Oma, das Regime und ich“ den CNN Journalist Award.

Nächste Generation

Trainings und journalistische Ausbildung – damit starteten wir vor 50 Jahren in die internationale Medienentwicklung. Erreichten wir früher nur einige wenige Journalisten und Techniker, stärkt unser Engagement heute Medienlandschaften nachhaltig: durch duale Ausbildungen, Masterstudium und langfristige Partnerschaften für Medientrainings.

Seite 35 – 47

Ruanda

Mediale Alleskönner

Kamera, Ton, Schnitt – Mediengestalter beherrschen alle technischen Bereiche der Fernsehproduktion. Ein Beruf, der jetzt auch die ruandische Medienlandschaft bereichert: Gemeinsam mit dem KWETU Filminstitut startete die DW Akademie die duale Ausbildung. Und setzt damit neue Standards in Ostafrika.

Ein kleines Fernsehstudio in Kigali. Kameras, Kabel, Scheinwerfer. Ein aufgeregtes Team. Hektik. Mittendrin Kamikazi Mpyisi – sichtlich zufrieden. „Ich will in meinem Leben das machen, wofür ich brenne – Film! Und hier lerne ich, wie das geht", strahlt die 25-Jährige.

Die selbstbewusste und eloquente Kamikazi Mpyisi, von ihren Freunden Kami genannt, gehört zu den ersten Auszubildenden, die im August 2014 am KWETU Filminstitut eine zweijährige duale Mediengestalter-Ausbildung begonnen haben. Eine technik- und praxisorientierte Berufsausbildung: Nach zehnwöchigem Training in Kamera, Ton und Schnitt absolvieren die 15 Auszubildenden ihr erstes von drei Praktika. Training und Berufserfahrung ergänzen sich – die jungen Mediengestalter können ihr neu erlerntes Wissen direkt anwenden und vertiefen, so wie nun Kami Mpyisi während ihres Praktikums bei einer Produktionsfirma, die für den staatlichen Sender Rwanda TV eine morgendliche Sendung realisiert.

„Die Ausbildung zum Mediengestalter setzt mit ihrer langfristigen Perspektive dort an, wo viele andere Trainings aufhören. Hier hat Nachhaltigkeit eine wirkliche Chance."

Diese für Ostafrika neue und bislang einzigartige Ausbildung ist das Herzstück des „Rwanda Media Project", das von dem deutschen Regisseur und Oscar-Preisträger Volker Schlöndorff initiiert wurde. In der gemeinsamen Initiative setzen sich die DW Akademie, das Europäische Filmzentrum Babelsberg und das KWETU Filminstitut für eine nachhaltige Film- und Fernsehwirtschaft in Ruanda ein. Gefördert wird das Projekt vom Bundesministerium für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung (BMZ) und der Deutschen Gesellschaft für Internationale Zusammenarbeit (GIZ). „Das ‚Rwanda Media Project' bietet eine große Chance, die Medienbranche in der ostafrikanischen Region zu stärken und zu professionalisieren", schwärmt Eric Kabera, Gründer des KWETU Filminstituts. Der charismatische Pionier und Selfmademan rief 2001 mit seinem ersten Spielfilm über den Völkermord „100 Days" praktisch im Alleingang die ruandische Filmwirtschaft ins Leben. Damit nicht genug: Vor sieben Jahren gründete der Regisseur mit KWETU ein kreatives Medienzentrum für Produktion, Ausbildung und Distribution – und erfüllte sich damit einen Lebenstraum.

Auch für Kami Mpyisi ist KWETU ein besonderer Ort. Als sie zum ersten Mal davon hörte, studierte sie noch auf Wunsch ihrer Eltern Internationale Beziehungen in Nairobi, Kenia. Interessant, aber nicht so spannend wie die völlig neue Art der Ausbildung: Mediengestalter. Sozusagen „German Style". Kurzentschlossen brach sie ihr Studium ab und kehrte zurück nach Ruanda.

Mpyisis Kollege Robert Karara hat sogar schon eigene Filme gedreht. Hinter seiner zurückhaltenden Art verbergen sich Fleiß und Ehrgeiz. Als das Europäische Filmzentrum Babelsberg, Projektpartner der DW Akademie, im Mai 2014 einen dreiwöchigen Filmproduktions-Workshop bei KWETU anbot, machte Karara mit. Als Regisseur realisierte er hier einen Kurzfilm über einen jungen Mann, dem im Genozid beide Arme abgehackt wurden. Und der dennoch nicht aufgibt, ein Studium beginnt und sich sowohl als Schwimmer als auch als Sänger erfolgreich behauptet. „Damit haben wir sogar bei einem internationalen Wettbewerb in Australien den Preis für den besten Kurzfilm gewonnen", sagt Robert Karara leise und doch stolz.

Der Genozid von 1994, bei dem Schätzungen zufolge bis zu eine Million Menschen ermordet wurden, ist und bleibt überwältigendes Thema in Ruanda. Das „Never again" bestimmt den gesellschaftlichen Konsens, dem sich lange auch die Presse- und Meinungsfreiheit unterzuordnen hatte. Denn noch viele Jahre danach herrschte die Angst vor den sogenannten Hassmedien, die 1994 zum Völkermord aufriefen oder ihn verharmlosten. Inzwischen haben Staat und Gesellschaft an Offenheit gewonnen, die Bürger sind selbstbewusster und auch die Medienlandschaft ist unabhängiger geworden. Zwar kontrolliert der Staat nach

Seite 34 **Kamikazi Mpyisi, Auszubildende**
© Márk Szilágyi
Links **Übungsdreh der Mediengestalter**
© Florian Kroker
Rechts **Robert Karara, Auszubildender**
© Márk Szilágyi

wie vor die audiovisuellen Medien und das Internet, doch mittlerweile finden sich vermehrt kritische Themen wie Sexualität oder Geburtenkontrolle in der Berichterstattung wieder. Auch werden zunehmend private Fernsehsender und Produktionsfirmen gegründet. Fachkräfte sind jetzt gefragt – vielversprechende Berufsaussichten für die künftigen Mediengestalter.

Die DW Akademie engagiert sich noch aus einem weiteren Grund für die Professionalisierung der Medienberufe in Ruanda. „Entwickelte Medien sind ein entscheidendes Instrument, um Informations- und Pressefreiheit durchzusetzen. Dafür brauchen wir gut ausgebildete Medienmacher auf allen Ebenen – vor und hinter der Kamera", sagt Michael Tecklenburg, Leiter Afrika. Von 2008 bis 2013 unterstützte die DW Akademie insbesondere Journalisten der Region mit Trainings zu konfliktsensibler Berichterstattung. Das 2013 gestartete „Rwanda Media Project" geht einen Schritt weiter: Es professionalisiert nicht nur ruandische Medienmacher, sondern schafft langfristige Strukturen.

„Ich will Filme drehen, will meine Geschichten erzählen, meine Zukunft gestalten. Deshalb mache ich genau diese

Auftakt für Ausbildung

Die Erfolgsgeschichte der heutigen DW Akademie begann 1965 mit dem DWAZ, dem Deutsche Welle Ausbildungszentrum. Dessen Anfänge sind eng verbunden mit der Geschichte des Staates Ruanda und dem Engagement der Deutschen Welle für diesen damals jungen afrikanischen Staat. Die DW unterstützte Anfang der 1960er Jahre den Aufbau des ruandischen Hörfunks, errichtete in Kigali eine Relaisstation, um den afrikanischen Kontinent südlich der Sahara mit Hörfunkprogrammen zu versorgen. Dafür schulte sie in Köln Techniker und Programmmitarbeiter.

Dies war der Auftakt für die Ausbildung von sogenannten „Dritte-Welt-Journalisten" in der Deutschen Welle. Seitdem geben DW-Mitarbeiter ihr Know-how an Medienschaffende in Afrika, Asien, Europa, Lateinamerika, Nahost und Zentralasien weiter.

Wurden 1965 zunächst nur einige wenige Techniker geschult, so profitieren heute jährlich mehr als 5.000 Medienschaffende von dem Engagement der DW Akademie. Die Projekte werden durch das Bundesministerium für wirtschaftliche Entwicklung und Zusammenarbeit, das Auswärtige Amt und andere Mittelgeber wie beispielsweise die Vereinten Nationen oder die Europäische Union finanziert.

Von Köln nach Kigali – seit 1965 Techniker- und Journalistentrainings sowie Programmberatung

Ausbildung, denn sie ist in dem Bereich die beste, die es in Afrika gibt", sagt Robert Karara mit fester Überzeugung. Die Entschlossenheit der Auszubildenden beeindruckt Pamela Schobess, die die ruandische Medienlandschaft seit vielen Jahren kennt und das „Rwanda Media Project" als Projektmanagerin der DW Akademie begleitet. „Wir arbeiten hier mit hochengagierten jungen Leuten zusammen, die eine unglaubliche Leidenschaft für die Arbeit mit Bildern und Tönen mitbringen. Und die bereit sind, für ihren Traum hart zu arbeiten."

Unterstützt werden sie dabei von erfahrenen Medienprofis der DW Akademie. Für die Seminare reisen deutsche Trainer, die selbst als Videojournalisten, Kameramänner oder Cutter arbeiten, nach Kigali. Einer von ihnen ist der Fernsehreporter Niels Eixler, im Ausbildungsplan zuständig für das Journalistische und Kreative. „Die Mediengestalter-Ausbildung setzt mit ihrer langfristigen Perspektive dort an, wo viele andere Trainings aufhören. Hier hat die viel zitierte Nachhaltigkeit eine wirkliche Chance", sagt der langjährige Medientrainer. Ruanda ist eine Medienlandschaft im Aufbruch. „Die Auszubildenden gehen ganz bewusst mit uns diesen neuen Weg und wissen, dass sie sich dabei auf teilweise unbekanntes Terrain begeben", sagt Pamela Schobess.

„Ich will Filme drehen, will meine Geschichten erzählen, meine Zukunft gestalten."

Kami Mpyisi kann das bestätigen: „Meine Eltern waren dagegen, dass ich mein Studium für die duale Berufsausbildung abbreche. In Ruanda ist diese Art der Ausbildung neu und gilt daher nicht als ‚prestigous', als angesehen." Überzeugen konnte sie ihre Eltern letztlich, weil „die Inhalte und Trainer aus Deutschland kommen – das hat bei uns ein sehr hohes Ansehen." Die Sendeproduktion für die morgendliche Sendung ist wieder im vollen Gange. Kami Mpyisi taucht in den Trubel des Fernsehstudios ein. Sie muss sich um die Kamerapositionen kümmern, dann schnell noch einige Fakten im Internet recherchieren, die Grafiken erstellen, einen Soundcheck machen und die Sendung an den Fernsehsender überspielen. Stressig? Mpyisi nickt. Aber auch unglaublich erfüllend.

Autorinnen
Lina Hörske und Anke Weinreich

©DW Akademie

studieren Journalistik und Medienmanagement an der Hochschule Magdeburg-Stendal. Während eines dreimonatigen Praktikums im KWETU Filminstitut sammelten sie Erfahrungen beim Dreh, Schnitt und Marketing. In dieser Zeit lernten sie auch die Mediengestalter kennen.

Bolivien

Für Journalismus

Innovativ, praxisorientiert, multimedial: In La Paz startete mit „Pro Periodismo“ die erste duale Journalistenausbildung in Lateinamerika. Mit engagierten Nachwuchsjournalisten, die die Berichterstattung in ihrem Land verbessern wollen.

„Wenn wir verantwortungsvoll berichten, können wir dazu beitragen, dass sich die Bolivianer für die Einhaltung der Menschenrechte einsetzen.“

Das bunte Tuch, mit dem Isabel Vega ihre braunen Haare bändigt, verschafft ihr viel Aufmerksamkeit, als sie den Seminarraum betritt. Mit fröhlichem Hallo und herzlichen Umarmungen begrüßen sich die fünfzehn Auszubildenden in der Journalismus-Stiftung Fundación para el Periodismo (FPP) in La Paz. Sie gehören zum ersten Jahrgang der medienübergreifenden Journalistenausbildung „Pro Periodismo“. An diesem Montagmorgen beginnt die vierte von insgesamt neun praktischen Seminareinheiten, diesmal zur multimedialen Kulturberichterstattung.

Die Nachwuchsjournalisten simulieren eine Radioredaktion. Rollen werden verteilt, von Reportern über Moderatoren bis hin zur Chefredakteurin. Intensiv diskutieren sie die Themen für ihre Sendung. „Eine spannende Zusammenarbeit – jeder bringt andere Berufserfahrungen mit“, strahlt Isabel Vega, die seit einem Jahr als Videoredakteurin bei der katholischen Nachrichtenagentur Fides arbeitet. Berufserfahrungen sind fester Bestandteil der dualen Ausbildung und sorgen für eine enge Verzahnung von Redaktionsalltag und „Klassenraum“. Während der Praxisseminare trainieren bolivianische und deutsche Dozenten zu Themen wie Datenjournalismus, Wahlberichterstattung oder politischem Journalismus, jeweils eine Woche in der Journalismus-Stiftung FPP. Zwischen den einzelnen Modulen arbeiten die Auszubildenden in ihren jeweiligen Redaktionen und können hier ihr neu erlerntes Wissen sofort anwenden. „Die duale Journalistenausbildung hat Pioniercharakter für die gesamte Region, denn auch in anderen lateinamerikanischen Ländern fehlt es an einer praxisorientierten

Links **Isabel Vega gehört zum ersten Jahrgang der Ausbildung** *© Carlos Portugal*
Mitte **Straßenszene in La Paz**
Rechts **Interview-Training**
© Dehymar Antezana

Berufsausbildung", sagt Rodrigo Villarzú, Leiter Lateinamerika der DW Akademie. „Das hat auch die bolivianische Regierung erkannt, die das Langzeitprojekt der Deutschen Gesellschaft für internationale Zusammenarbeit (GIZ) und DW Akademie unterstützt."

Die 24-jährige Isabel Vega ist überzeugt davon, dass sie gemeinsam mit den anderen Auszubildenden künftig dazu beitragen kann, die Berichterstattung in Bolivien zu verbessern. „Medien tragen eine große Verantwortung – insbesondere wenn es darum geht, über Menschenrechtsverletzungen zu berichten", sagt die energische Frau. „Dazu brauchen wir Journalisten aber das entsprechende Wissen und Können."

Der Name „Pro Periodismo" („Für Journalismus") ist Programm, denn Verbesserungen im bolivianischen Journalismus sind dringend nötig, bestätigt auch Renán Estenssoro. Der Vorsitzende der Journalismus-Stiftung FPP ist einer der Initiatoren der dualen Ausbildung. „Seit Jahrzehnten beobachten wir massive Defizite", beklagt Estenssoro. „Informationen werden ohne Quellenangaben verbreitet, Meinungen und Fakten werden vermischt. Nur wenn wir die Ausbildung verbessern, können wir den Journalismus in Bolivien dauerhaft professionalisieren."

Wer den Beruf erlernen wollte, wurde bislang ins kalte Wasser geworfen: Die Kenntnisse brachte man sich entweder selbst bei oder war auf Hilfe von Kollegen angewiesen. Universitäten bieten zwar ein kommunikationswissenschaftliches Studium an, das jedoch vorwiegend theoretisch ausgerichtet ist. „Bislang fehlte es an einer Einrichtung, die eine qualitativ hochwertige und systematische Ausbildung mit internationalen Standards anbietet. Und die gleichzeitig auch reflektiert, welche Rolle Journalisten in einer Demokratie zukommt", beschreibt Elena Ern, Ländermanagerin für Bolivien der DW Akademie, die Ausgangslage.

Mit „Pro Periodismo" ist die DW Akademie gemeinsam mit der GIZ angetreten, diese Lücke zu schließen. „Die einjährige Ausbildung ist ein Redaktionsvolontariat à la Boliviana", sagt Elena Ern. Vorbild war zum einen die Redakteursausbildung des öffentlich-rechtlichen Rundfunks in Deutschland, welche auch die Deutsche Welle seit 1964 anbietet. Zum anderen orientiert sich das Curriculum an den Bedürfnissen der bolivianischen Medienlandschaft.

Überzeugt von der neuen Ausbildung sind auch Vertreter staatlicher wie privater Medien. Das ist ungewöhnlich: Die Polarisierung zwischen Anhängern und Gegnern der Regierung von Evo Morales schlägt sich auch in der Medienlandschaft nieder. Private und staatliche Medien bezichtigen sich gegenseitig des politischen Kampagnenjournalismus. Erstaunlich kompromissbereit zeigen sie sich hingegen bei der Ausbildung der nächsten Journalistengeneration: Beide Seiten unterstützen das Projekt mit je einem Ausbildungsplatz. „Dadurch verringert ‚Pro Periodismo' auch die Spaltung der bolivianischen Medienlandschaft", hebt Elena Ern die Signalwirkung des Projektes hervor.

Fünf Tage haben die Auszubildenden Kulturthemen recherchiert – und zwar jenseits von Theater, Museum und Literatur. „Diese sogenannte Hochkultur wird doch nur von einer kleinen Elite wahrgenommen", kritisiert Isabel Vega. Zur Kultur zählten aber auch Werte und Traditionen, ohne deren Kenntnisse die Menschen nicht für ihre Rechte einstehen können. „Wenn wir verantwortungsvoll berichten, können wir dazu beitragen, dass sich die Bolivianer für die Einhaltung der Menschenrechte einsetzen", sagt die 24-Jährige und verweist auf das Interview mit einer Schamanin, das in dieser Woche entstanden ist. Besonders imponiert habe ihr, dass die Schamanin aufgrund ihrer Stellung auch von Männern respektiert werde. „Wenn sie in unserem Interview öffentlich die Gewalt gegen Frauen anprangert, dann ermutigt das nicht nur andere Frauen, sondern zwingt auch Männer, sich mit dem Thema zu beschäftigen."

Interviews, Straßenumfragen und ein moderiertes Streitgespräch – am Ende der Woche haben die Auszubildenden eine unterhaltsame Kultursendung produziert, abgerundet von einer anspruchsvollen Multimediaseite. Isabel Vega ist zufrieden mit dem Ergebnis. Dass ihr Jahrgang der erste von „Pro Periodismo" überhaupt ist, sei kein Hindernis – im Gegenteil: In der Gruppe spüre sie einen ansteckenden Pioniergeist. „Wir sind ein sehr engagiertes Team – alle wollen einen Beitrag zu einem neuen Journalismus in Bolivien leisten. Ich wünsche mir, dass diese neue Qualität der Berichterstattung in unseren Medien und von den Nutzern anerkannt wird."

Autorin **Mirjam Gehrke**

© Charlotte Hauswedell

arbeitete viele Jahre als Redakteurin und Moderatorin im spanischen und deutschen Programm der Deutschen Welle. Seit 2014 ist sie Ländermanagerin für Ecuador bei der DW Akademie und Trainerin für „Pro Periodismo".

Volontariat

Beruf – ung!

Bis zu 700 Nachwuchsjournalisten bewerben sich jährlich auf zwölf Plätze – Tendenz steigend. Seit 50 Jahren bietet die Deutsche Welle (DW) eine Redakteursausbildung an, die sich stetig neu erfindet. Doch was macht den Kern aus? Das fragten wir den ehemaligen und den heutigen Ausbildungsleiter.

Kennengelernt haben Sie sich in einem Container …

Bernhard Graf von der Schulenburg: … das stimmt! Damals war die Deutsche Welle in Köln ansässig und die Journalistische Ausbildung in einer Baracke neben dem Gebäude untergebracht, umgeben von Rattenködern. Kein Wunder, dass ich damals, als ich 1999 vom Fernsehen zur Ausbildung wechselte, das Gefühl hatte, das Volontariat sei ein stiefmütterliches Gewächs der DW. In diesem Container habe ich übrigens Ramón kennengelernt, er gehörte zu einem der letzten Jahrgänge meiner Vorgängerin Barbara Wassermann-Spengler …

Ramón García-Ziemsen: … und ich hatte einen riesigen Respekt vor ihr! Und vor diesen uralten Schreibmaschinen. Damit sollten wir einen Beitrag über den Kohlebergbau im Ruhrgebiet schreiben.

Von Schreibmaschinen zu Smartphones – das Volontariat hat seitdem einen bemerkenswerten Sprung gemacht.

BGS: In „meiner" Dekade veränderte sich die Medienwelt in einem rasanten Tempo: von Block und Stift hin zu Mobile Reporting. Trends nicht zu verschlafen und sogar eigene zu setzen, das war wirklich spannend. Gemeinsam mit meinem Trainerteam haben wir die Ausbildungspläne stets angepasst – und ich erlebte oft, dass unsere Volontäre weiter waren als so manch ein Redakteur.

RGZ: Weißt Du, was wir jetzt wieder einführen? Block und Stift! Damit schicken wir die Volontäre auf Termine, die dann

Links **DW-Ausbildungsbeauftragte: Bernhard Graf von der Schulenburg (1999 – 2013, r.) und Ramón García-Ziemsen (seit 2014, l.)**
© Barbara Frommann

Bernhard Graf von der Schulenburg (l.) begann als Fernsehjournalist für den öffentlich-rechtlichen und privaten Rundfunk. 1990 wechselte er als Reporter zur DW und wurde später Chef vom Dienst für das TV-Magazin „Drehscheibe Europa".

Ramón García-Ziemsen (r.) arbeitete als Radiojournalist und Moderator für DW und WDR, bevor er 2007 die Leitung der DW Kulturredaktion übernahm. Als Journalistik-Dozent war er 2011 bis 2013 für die DW Akademie in Kolumbien tätig.

feststellen: Huch, was mach' ich jetzt damit? Die Welt erst einmal analog zu begreifen, das ist meiner Meinung nach verloren gegangen.
BGS: Vielleicht solltest Du im Keller mal nach den Schreibmaschinen suchen …

Das ist aber nicht die einzige Veränderung.

RGZ: Natürlich nicht. Gemeinsam mit mir startete das neu konzipierte bilinguale Volontariat. Denn so wie die DW sich verändert, so wandelt sich auch unsere Ausbildung, die jetzt entsprechend der internationalen Neuausrichtung des Senders zweisprachig ist – deutsch und englisch. Mein Vorgänger Helmut Osang hat hierzu den Ausbildungsplan komplett erneuert. Dafür bin ich dankbar und entwickle diese Linie gerne weiter. Besonders wichtig ist mir, dass die Volontäre Kommunikation von Grund auf lernen. Warum also nicht zum Beispiel etwas Schauspielunterricht?

Woher die Energie, die Ausbildung stetig neu zu denken?

BGS: Die Frage ist doch eine andere: Warum denn nicht? Bei den jährlichen Runden der Ausbildungsbeauftragten der ARD erntete ich immer wieder Unverständnis. Beispielsweise Anfang der 2000er Jahre, als es hieß: Was, ihr seid online? Braucht ihr das denn? Und ich sagte: Ja – und wir bilden jetzt auch trimedial aus! Wie die Geschichte mit dem Onlinejournalismus ausging, ist ja bekannt …
RGZ: Ich war letztens auch in dieser Runde dabei – Bernhard gilt da wirklich als Innovator. Die DW muss nun aufpassen, dass sie ihren Innovationsvorsprung nicht verliert – und das nicht nur in der Ausbildung.

Strahlt das Volontariat international aus?

RGZ: Ich habe in meinen drei Jahren als Journalistik-Dozent in Kolumbien versucht, unsere Idee von journalistischer Ausbildung zu erklären – und bin immer wieder gescheitert. In vielen Ländern sind die Wege in den Journalismus einfach andere, auch in Deutschland gibt es ja sehr unterschiedliche Modelle.
BGS: Gemeinsam mit der Medienentwicklung der DW Akademie haben wir daher vor einigen Jahren damit begonnen, unsere Ausbildungspläne weiterzugeben.
RGZ: Mittlerweile baut die DW Akademie in vielen Ländern duale Journalistenausbildungen auf – in Bolivien ist ja bereits der erste Jahrgang gestartet.

Gleichzeitig holen Sie sich die Welt nach Bonn.

BGS: Ja, mit dem Internationalen Volontariat haben wir etwas wirklich Einzigartiges geschaffen: eine globale Lehrredaktion. Diese Nachwuchsjournalisten werden überall auf der Welt gebraucht, unabhängig vom System. Nicht als Bauchredner der Opposition oder als langer Arm der Regierung, sondern als unabhängige Journalisten, die eine Meldung von einer Meinung unterscheiden können.
RGZ: Das ist etwas, was sonst kein anderer Sender macht. Sich auf journalistische Standards global zu verständigen, ist eine ziemliche Herausforderung. Jeder ist anders sozialisiert, für manche ist ein kurzes Interview eine halbe Stunde lang, für uns drei Minuten.

Nachwuchsjournalisten zu fördern und zu fordern – das stelle ich mir stellenweise anstrengend vor …

RGZ: In erster Linie aber total bereichernd!
BGS: Das kann ich unterstreichen. Getrieben von Neugier habe ich mich quasi mit jedem Jahrgang weitergebildet. Außerdem ist die grenzenlose Motivation der Volontäre ansteckend, die nächtelang an ihren Seminarprojekten arbeiten. Und du dann merkst: Für die ist Journalismus nicht Beruf, sondern Berufung.
RGZ: Es gibt kaum einen Bereich in der DW, in dem so viele Ideen auf einen zuströmen und man sich wünscht, dass diese das Licht der Welt erblicken. Und man so traurig ist …
BGS: … wenn es nicht passiert.

Bitte beenden Sie folgende Sätze. Am Ende der Ausbildung rate ich den Volontären …

BGS: … sich zu spezialisieren, um in dieser multimedialen Wunderwelt bestehen zu können.
RGZ: … nicht auf all die Leute zu hören, die ihnen Ratschläge erteilen.

Wenn ich noch einmal Jungredakteur wäre, würde ich …

RGZ: … versuchen, weniger Angst zu haben.
BGS: … ohne mein Smartphone keinen Schritt vor die Tür machen.

Interviewerin **Nadine Wojcik**

© Friederike Rohmann

ist ehemalige DW-Volontärin und arbeitet heute als Redakteurin für die Kommunikation der DW Akademie. Zudem ist sie als Reporterin für Deutschlandradio und SWR tätig.

Studium

Von Bonn an den Bosporus

Bisher war der Masterstudiengang International Media Studies einzigartig. Nun teilt die DW Akademie das erfolgreiche Konzept: In der Türkei startete das zweijährige Master-Programm in Kooperation mit der Universität Istanbul.

Es sind nur ein paar hundert Meter bis zum Großen Basar, zur Blauen Moschee, zum quirligen Gewusel der Millionenmetropole Istanbul. Doch davon ist im Foyer der kommunikationswissenschaftlichen Fakultät nichts zu spüren. Im Hintergrund laufen leise zwei Flachbildfernseher. Studierende telefonieren oder tippen auf ihren Smartphones, während sie auf ihr nächstes Seminar warten. Eine von ihnen ist Pinar Çelik, Studierende des neu gegründeten Masterprogramms International Media Studies (IMS). Lange hellbraune Haare rahmen das ernste Gesicht der 25-Jährigen ein, die im Gespräch jedoch sofort auflebt: „Ich freue mich jede Woche auf die Seminare. Sowohl bei den deutschen als auch bei den türkischen Dozenten lerne ich jedes Mal viel", lächelt die Studierende. Der Master in International Media Studies, der seit Oktober 2014 an der Universität Istanbul angeboten wird, ist ein bislang einzigartiger Studiengang am Bosporus: eine Mischung aus Medienwirtschaft, Medien- und Entwicklungszusammenarbeit, Kommunikationswissenschaften und journalistischen Praxismodulen. Das Kooperationsprojekt wurde von der Universität Istanbul, der Hochschule Bonn-Rhein-Sieg und der DW Akademie gegründet, unterstützt vom Deutschen Akademischen Austauschdienst (DAAD).

Pinar Çelik nimmt heute an der Vorlesung zur Medienwirtschaft teil. Ihr Dozent, Professor Christoph Schmidt von der DW Akademie, ist extra für das Blockseminar aus Bonn angereist. „Dieses Projekt stellt eine weitere Intensivierung der deutsch-türkischen Hochschulpartnerschaft dar und ergänzt in hervorragender Weise das Portfolio der DW Akademie. Wir sind froh, gemeinsam mit unseren Kooperationspartnern, nun erstmalig einen Doppelabschluss anbieten zu können", betont der Leiter der Akademischen Ausbildung. Denn die Studierenden erlangen nach dem zweijährigen Programm einen Master of Arts sowohl von der Universität Istanbul als auch von der Hochschule Bonn-Rhein-Sieg. Christoph Schmidt ist es gewohnt, Neuland zu betreten. Bereits 2009 initiierte der Professor für Medienökonomie und Medienmanagement den bilingualen Studiengang in Bonn, in Kooperation mit der Hochschule Bonn-Rhein-Sieg und der Universität Bonn. „Das Modell IMS ist deshalb einzigartig, weil es berufsqualifzierende Medienkompetenzen mit theoretischem Wissen verknüpft und hierdurch die Absolventen zielgerichtet auf die Tätigkeit als Medienexperten vorbereitet", so Christoph Schmidt.

IMS hat internationale Sogwirkung: So unterstützten Professor Schmidt und sein Team in den Jahren 2011 bis 2014 auch den Aufbau eines Master of Business

Links **Pinar Çelik, IMS-Studierende in Istanbul**
Rechts unten **Professor Christoph Schmidt, IMS-Gründer** *© Janine Deselaers*
Rechts **Universität Istanbul**
© Picture Alliance

IMS Curriculum

1. Semester

- Einführung in den Studiengang
- Medien, Bildung und Kommunikation
- Medien, Politik und Gesellschaft
- Journalistik
- Medienwirtschaft

2. Semester

- Medienpraxis I
- Medien und Entwicklung
- Medien- und Kommunikationswissenschaften
- Medienmanagement
- Medienpraxis II

3. Semester

- Medienpraxis III
- Management-Techniken
- Studienprojekt
- Empirische Methoden

4. Semester

- Master Thesis und Kolloquium

Administration in Medienmanagement an der German University in Cairo, der inzwischen eigenständig weiterläuft. Auch weitere Universitäten sind an dem Konzept interessiert, unter anderem in Kenia, Kolumbien, Indonesien und Myanmar.

In Istanbul werden die Seminare und Vorlesungen in englischer Sprache gehalten. Bewerben kann sich, wer bereits einen Bachelor-Abschluss und erste Berufserfahrung im Medienbereich vorweisen kann.

Kein Problem für Pinar Çelik: Sie hat ein Studium der Englischen Literatur abgeschlossen und arbeitete anschließend als Printjournalistin. Ihre Begeisterung für das Masterprogramm, in das sie sich auf Anhieb verliebt habe, sei ungebrochen: „Wenn ich mit den Professoren in eine Diskussion einsteige, spüre ich immer wieder diesen besonderen Enthusiasmus."

Das Programm habe genau dem entsprochen, was sie gesucht habe: Sich journalistisch weiterzuentwickeln und gleichzeitig ihre praktischen Kenntnisse mit einem soliden theoretischen Fundament zu versehen. Zwar weiß Çelik noch nicht genau, in welchem Bereich sie später arbeiten will, sie ist sich jedoch sicher, dass ihr der „Double Degree", der Doppelabschluss, künftig viele Türen öffnen wird. Die enge Kooperation mit deutschen Institutionen war auch für ihre Studiengangwahl entscheidend.

Als 2013 die Gezi-Proteste gegen die Erdoğan-Regierung begannen, arbeitete Pinar Çelik für ein internationales Magazin in der Schweiz. Die Proteste machten die Journalistin nachdenklich, und sie beschloss, in ihr Heimatland zurückzukehren. „Wir haben keine unabhängigen und ehrlichen Medien in der Türkei. Mit Ausnahme einiger weniger Zeitungen werden die Medien strikt kontrolliert und von der Regierung überwacht", sagt die 25-Jährige bestimmt.

Stolz berichtet Çelik, dass sie neben dem Studium als Mitherausgeberin für die Online-Zeitung Aydinlik Daily News arbeite. „Eine der wenigen wirklich kritischen Stimmen in der Türkei." Eine Gratwanderung, denn „wir wissen, dass unsere Äußerungen sich negativ auswirken können – auf uns und auf unsere Familien." Das führe häufig zu Selbstzensur, so die IMS-Studierende.

Trotz dieser für sie bedrückenden Lage blickt Pinar Çelik zuversichtlich in die Zukunft. Nach dem Studium möchte sie eventuell in Deutschland weitere Berufserfahrung sammeln, sagt sie. Einen deutschen Abschluss wird sie dann jedenfalls in der Tasche haben. Sie ist sich sicher: Durch Programme wie International Media Studies wird sich die türkische Medienlandschaft langfristig positiv verändern.

Autorin **Janine Deselaers**

© Christoph Schmidt

arbeitet als wissenschaftliche Mitarbeiterin bei der Akademischen Ausbildung der DW Akademie. Als Teil des IMS-Teams unterstützt sie die Umsetzung des deutsch-türkischen Masterprogramms in Bonn und Istanbul.

Medientraining

Rampenlicht, Lampenfieber und Lernerfolge

Wie zieht man einen Saal voller Zuschauer in seinen Bann? Wie vermittelt man komplexe Inhalte? Und was, wenn kurz vor dem großen Moment der Kloß im Hals immer größer wird? Freiwillige der Vereinten Nationen lernten beim Medientraining der DW Akademie, wie ein guter Auftritt gelingt.

Lampenfieber, das weiß Moses Zangar mittlerweile, gehört vor einem öffentlichen Auftritt dazu – aber beherrschen lässt er sich davon nicht mehr. Im Medientraining der DW Akademie hat der Liberianer gelernt, wie eine gute Vorbereitung und die richtige Atemtechnik über die größte Aufregung hinweghelfen können. Das Wichtigste aber sei, sagt der 43-Jährige, sich seiner Sache absolut sicher zu sein: „Denn wenn du Angst hast, kommen die Informationen nicht so rüber, wie du es dir wünschst."

Moses Zangar ist einer von weltweit mehr als 6.000 Freiwilligen der Vereinten Nationen, kurz UNV (United Nations Volunteers). Der Freiwilligendienst hat sich zum Ziel gesetzt, in über 130 Ländern das Erreichen der Entwicklungsziele zu fördern. Beim „UNV Partnership Forum", dem ersten Vernetzungstreffen des Freiwilligendienstes im Herbst 2014 in Bonn, sollte Zangar sich dann auf großer Bühne präsentieren: Er und sieben weitere Freiwillige bekamen bei den sogenannten „Blue Room Talks" die Gelegenheit, vor mehr als einhundert internationalen Gästen über ihre persönlichen Erfahrungen als ehrenamtliche Mitarbeiter zu berichten.

Einen solchen Auftritt bewältigt kaum jemand einfach so aus dem Stand. Deshalb hatte die DW Akademie gemeinsam mit den Vereinten Nationen den acht beteiligten Freiwilligen aus Ägypten, China, Großbritannien, Indien, Irland, Kambodscha, Liberia und Spanien vorab ein intensives Medientraining angeboten. „Jeder Einzelne hat eine spannende Geschichte zu erzählen", sagt Merjam Wakili, Projektmanagerin und Trainerin der DW Akademie. Hinter jedem Lebenslauf verbergen sich ganz unterschiedliche Beweggründe dafür, sich für eine bessere Gesundheitsversorgung, mehr Bildung oder eine höhere Wahlbeteiligung einzusetzen. „Die Herausforderung lag darin, diese Geschichten in nur fünf Minuten auf einer großen Bühne überzeugend zu präsentieren."

Nur einen Tag hatte die Trainerin Zeit, um die acht Freiwilligen auf den Auftritt vorzubereiten. Via Skype hatte sie daher alle Teilnehmer vorab kennengelernt und in intensiven Gesprächen individuelle Stärken und Schwächen herausgearbeitet. Beim eigentlichen Training in Bonn ging es dann darum, die Freiwilligen mit vielen praktischen Übungen vor der Kamera gezielt zu coachen und an den Feinheiten der Präsentation zu arbeiten.

Dass ein gelungener Auftritt bei weitem nicht nur eine Frage des Talents ist, war wohl die wichtigste Erkenntnis für die acht Teilnehmer. Er lebt von der eigenen Persönlichkeit, aber ebenso von einer guten Präsentationstechnik. „Der häufigste Fehler ist, sein ganzes Wissen in ein einziges Statement packen zu wollen", erklärt Merjam Wakili. „Oft fehlt es dann aber an einer klaren Kernbotschaft." Moses Zangar ist als ausgebildeter Journalist daran gewöhnt, Fragen zu stellen. Nun sollte er als Redner die entscheidenden Impulse geben – ein ungewohnter Rollenwechsel: „Ich spreche sonst ja nie vor Publikum oder auf öffentlichen Veranstaltungen." Doch das intensive Medientraining habe ihm und den anderen Teilnehmern die Angst davor genommen.

Bildleiste links
Außen **Vernetzungstreffen des Freiwilligendienstes in Bonn**
Mitte **Moses Zangar, Freiwilliger der Vereinten Nationen**
Rechts **Aufzeichnung der „Blue Room Talks“**
© Friederike Rohmann

„Der Freiwilligendienst ist das Beste, was mir im Leben passiert ist“, eröffnete Moses Zangar dann schließlich selbstbewusst seine Rede bei den „Blue Room Talks“. Ruhig, pointiert, aber dennoch leidenschaftlich berichtete er von seiner Arbeit als Freiwilliger, die ihn zur Mission der Vereinten Nationen in den Sudan führte. Am Ende wurden Zangar und seine Kollegen mit stehenden Ovationen für ihre mitreißenden Vorträge belohnt. Es gab sogar Anfragen, ob sie künftig auch bei weiteren Veranstaltungen von ihren Erlebnissen erzählen wollten.

Die Erfahrung, dass ein professionelles Training die berufliche oder wissenschaftliche Karriere entscheidend voranbringen kann, machen viele Teilnehmer des Medientrainings. Seit 2006 kooperiert die DW Akademie mit unterschiedlichen Organisationen der Vereinten Nationen: dem Freiwilligenprogramm, dem Entwicklungsprogramm und dem Rahmenübereinkommen über Klimaveränderungen. Neben Trainings zu Themen wie Interview, Statement oder Pressemitteilung fanden auch zahlreiche Coachings für hochrangige Führungskräfte statt. Jennifer Stapper, Leiterin der UNV-Kommunikationsabteilung, war es daher wichtig, dass die DW Akademie auch die Vorbereitung zu den „Blue Room Talks“ übernahm. „Vielen unserer Mitarbeiter wird erst durch das Medientraining klar, dass sie viel zu stark im Fachjargon verhaftet sind“, so Stapper.

Ein Aha-Erlebnis, über das sich Daniela Wiesler auch nach vielen Jahren noch freut. Sie hat 2005 das Medientraining der DW Akademie aufgebaut und seitdem zahlreiche Trainings begleitet. Die Zusammenarbeit mit den Vereinten Nationen und anderen Nichtregierungsorganisationen ist ihr besonders wichtig: „Wenn wir dazu beitragen, Menschen aus diesem Bereich sprechfähig zu machen, dann wird dadurch auch deren Arbeit sichtbarer. Das ist insbesondere dann wichtig, wenn die Öffentlichkeit diese Inhalte stärker wahrnehmen und besser verstehen soll.“

Die erfolgreiche Kooperation soll noch vertieft werden: In einer offiziellen Vereinbarung wird demnächst die langfristige Zusammenarbeit zwischen den Vereinten Nationen und der DW Akademie festgeschrieben.

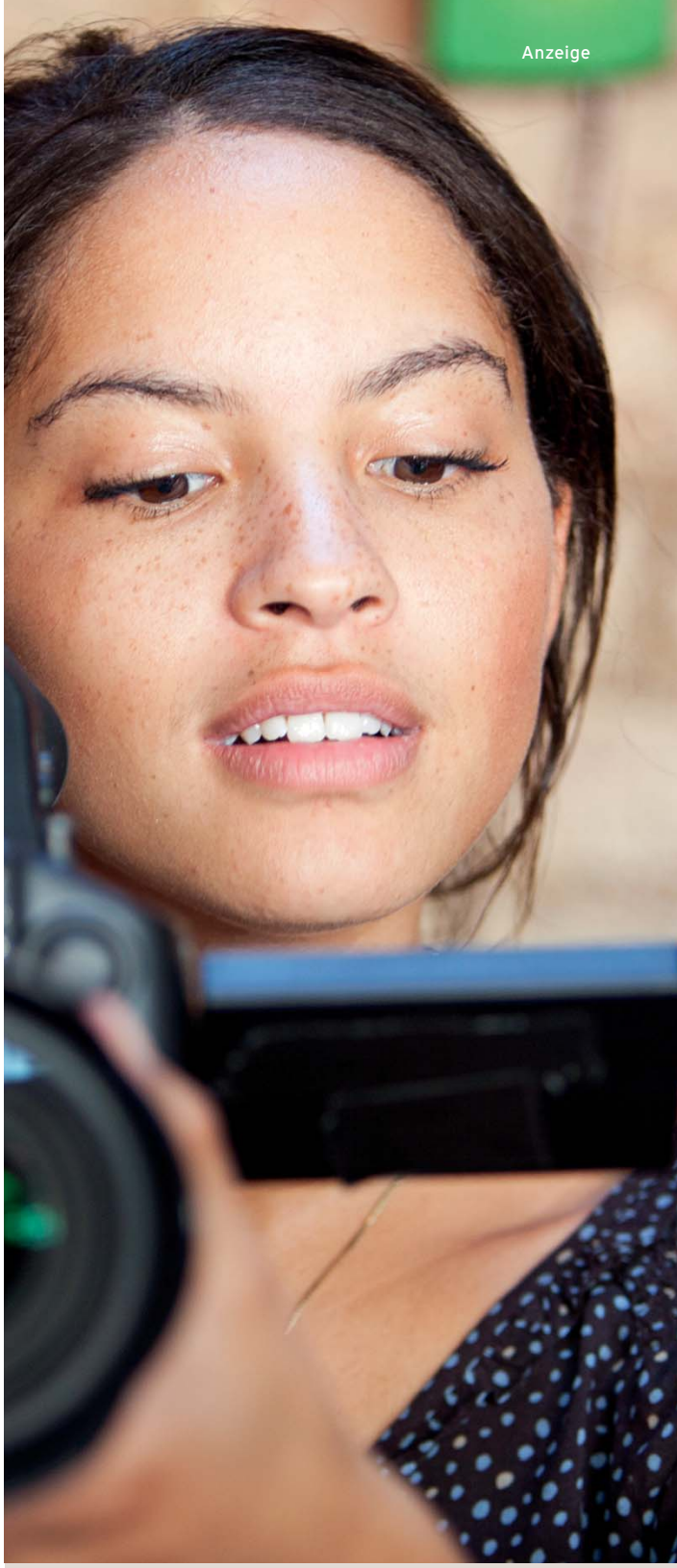
Moses Zangar, der mittlerweile beim Entwicklungsprogramm der Vereinten Nationen in Sambia arbeitet, hat aus dem Coaching der DW Akademie auf jeden Fall viel mitgenommen: „Ich kann es kaum erwarten, bei meiner Arbeit als Kommunikationsbeauftragter all das anzuwenden, was ich gelernt habe.“

Autorin **Jeanette Seiffert**

ist Trainerin und Projektmanagerin für die DW Akademie und koordiniert unter anderem Medientrainings für die Vereinten Nationen. Zudem arbeitet sie als Online- und Radiojournalistin für den öffentlich-rechtlichen Rundfunk.

© DW Akademie

Anzeige



Medientraining
Der erste Eindruck entscheidet

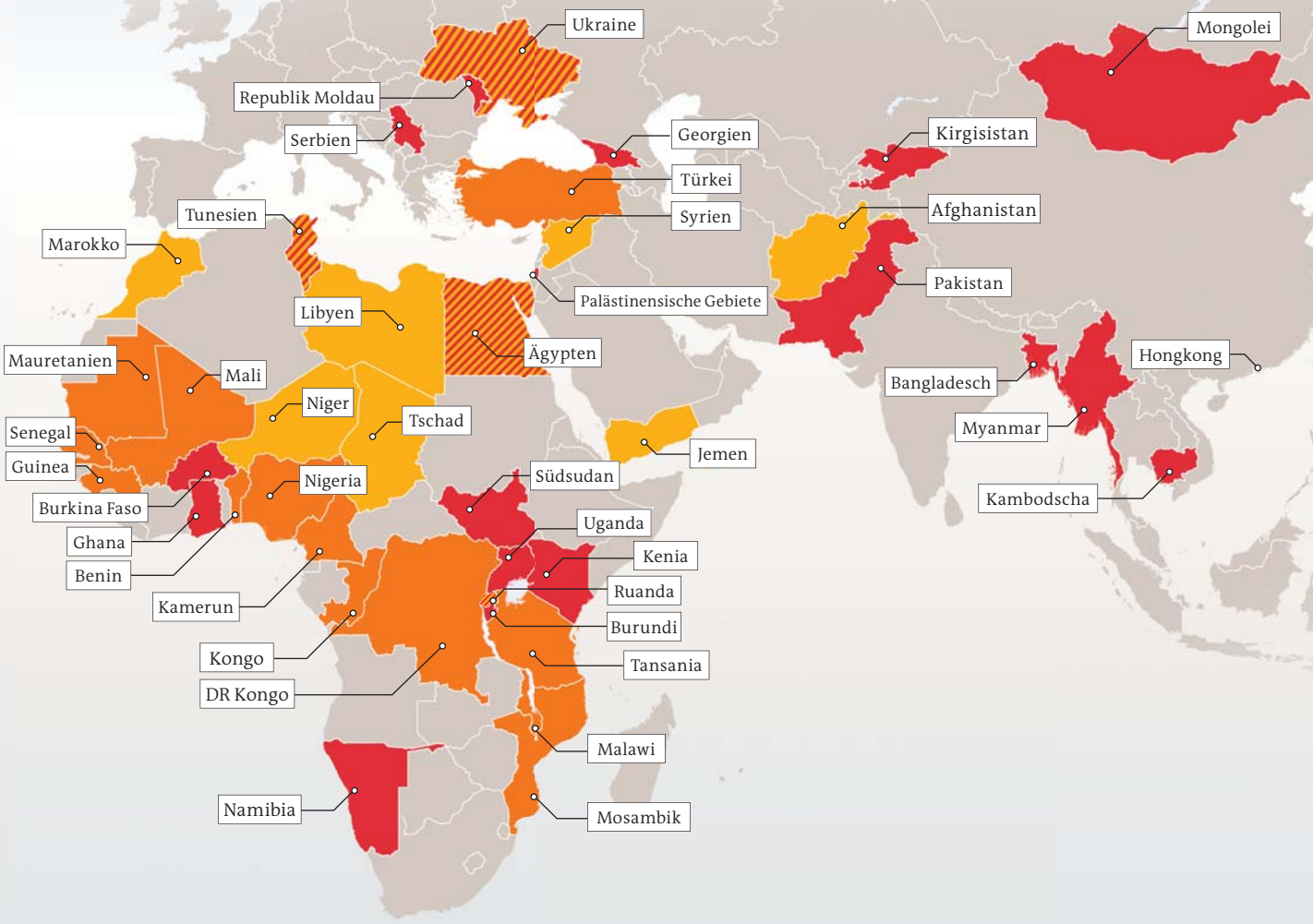
Wer ein Unternehmen oder eine Institution repräsentiert, steht im Fokus der Öffentlichkeit – auch bei Präsentationen, Veranstaltungen oder Interviews. Ein professioneller Umgang mit den Medien ist daher unverzichtbar.

Kontakt
T +49. 228. 429-3505
medientraining.akademie@dw.com
www.dw.com/medientraining

Weltweit aktiv, weltweit vernetzt

Die DW Akademie ist in fast 50 Ländern tätig. In langfristig angelegten Programmen unterstützen unsere Medienexperten, Berater und Trainer den Aufbau freier und unabhängiger Medienlandschaften.

Um dieses Ziel zu erreichen, sind wir weltweit mit mehr als 300 Partnern vernetzt. Dazu gehören Medienunternehmen, Radio- und Fernsehsender, Bürgermedien, Ministerien, internationale Organisationen, Presseräte, Journalistenverbände, Ausbildungsinstitutionen und Journalistikfakultäten. Mit unseren Projekten erreichen wir nicht nur Medienschaffende, sondern auch Mediennutzer, und können uns so gemeinsam für das Menschenrecht auf freie Meinungsäußerung und den Zugang zu Informationen einsetzen. Möglich wird unser weltweites Engagement durch Mittel des Bundesministeriums für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung (BMZ), des Auswärtigen Amts (AA), der Europäischen Union (EU) sowie weiterer Auftraggeber.



Stand: Mai 2015

tätig im Auftrag BMZ *tätig im Auftrag AA* *tätig im Auftrag AA und BMZ* *tätig im Auftrag weiterer Mittelgeber*

Engagement in Zahlen

Medienentwicklung

3.623 Meter über dem Meeresspiegel liegt der höchste Trainingsort der DW Akademie: Sopocachi in La Paz, Bolivien. Hier zu arbeiten, ist eine echte Herausforderung für die Mitarbeiter der DW Akademie. Es zeigt aber auch, mit wie viel Engagement und hohem persönlichem Einsatz sie für unsere Projekte und Programme unterwegs sind. Weltweit trainieren und beraten rund **200 Experten** unsere Projektpartner: Wie kann ich mein Lokalradio langfristig finanzieren? Wie den journalistischen Nachwuchs ausbilden oder ein öffentlich-rechtliches Mediensystem etablieren? Wie kann ich als Interessengruppe Angehörige einer Minderheit auf deren Rechte aufmerksam machen? Und wie den digitalen Wandel in Medienunternehmen oder Bürgermedien umsetzen? Um hier gemeinsam Lösungen zu erarbeiten, verfügt die DW Akademie über einen großen Pool an journalistischen Trainern und Medienberatern, der ständig erweitert und qualifiziert wird.

Studium

76 Absolventen haben bisher erfolgreich das Masterprogramm International Media Studies abgeschlossen, eine Kooperation mit der Universität Bonn und der Hochschule Bonn-Rhein-Sieg. Das zweijährige Studium wird seit 2009 angeboten und nimmt jedes Jahr maximal 30 Studierende an. Es richtet sich an Nachwuchsjournalisten, Medienmanager und Mitarbeiter von Kommunikationsabteilungen aus Schwellen- und Entwicklungsländern. Die bisherigen Absolventen kommen aus **36 Nationen**. Dass die einzigartige Kombination aus Journalismus, Kommunikationswissenschaft, Medienentwicklung und -management attraktiv ist, zeigt ihr Erfolg: Seit Ende 2014 bieten die DW Akademie und ihre Partner das Masterprogramm International Media Studies auch in Kooperation mit der Universität Istanbul an.

200 Experten

3.623 Meter

7012
Bewerber

12
Plätze

295 Seiten

5 Ranglisten

8.000
Audios und Videos

500.000
Facebook-Fans

4.800
Übungsinterviews

10
Jahre

36
Nationen

76
Absolventen

Volontariat

700 Nachwuchsjournalisten haben sich für das im Mai 2015 gestartete neue bilinguale Volontariat der Deutschen Welle beworben. Doch nur **12** davon haben einen der begehrten Plätze ergattern können. Die neuen Volontäre beherrschen sowohl die deutsche als auch die englische Sprache perfekt und werden intensiv in crossmedialer, internationaler Berichterstattung in Fernsehen, Online und Radio ausgebildet. Das 18-monatige Volontariat beinhaltet Stationen in den 30 DW-Sprachredaktionen, in der DW Akademie, in den DW-Außenstudios und – im Rahmen einer neuen Kooperation – vier Praxiswochen in den Politik- und Kulturredaktionen von Deutschlandfunk, Deutschlandradio Kultur und DRadio Wissen.

Deutsch lernen

Mit insgesamt **8.000 Audios und Videos** können Wissbegierige ununterbrochen 60 Tage lang Deutsch lernen. Und das mit vielfältigen Formaten: von langsam gesprochenen Nachrichten über die Telenovela „Jojo sucht das Glück" bis hin zu Communitys auf Facebook und Twitter sowie Live-Workshops mit der deutschen Hip-Hop-Band EINSHOCH6. Das kostenlose Angebot ist gefragt: **500.000 Facebook-Fans** folgen den täglichen Grammatik- und Vokabelübungen, mehr als sechs Millionen greifen monatlich auf die Online-Sprachkurse zu.

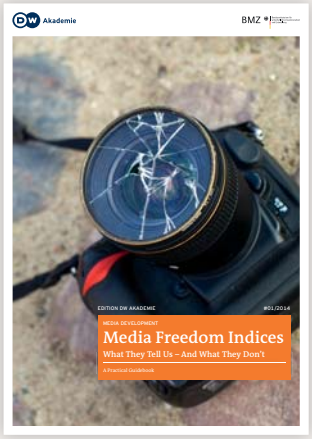
Forschung

Die **5 bekanntesten Ranglisten** zur Medienfreiheit werden in der Studie „Media Freedom Indices. What They Tell Us – And What They Don't" kritisch untersucht. Die Publikation der Edition DW Akademie zeigt die Methodik der unterschiedlichen Ansätze auf und analysiert unter anderem folgende Aspekte: Welche Organisation steht hinter der Erhebung, mit welchem Ziel? Wie werden die Daten erhoben? Medienentwicklung und Forschung – die DW Akademie publiziert regelmäßig Discussion und Briefing Papers sowie eine eigene Edition. Band 2 ist ein regelrechter Wälzer: **295** dicht beschriebene Seiten umfasst die Studie „In the Service of the Public", die die Transformation von ehemals staatlichen zu öffentlich-rechtlichen Sendern untersucht. Die Studie gibt einen Überblick über die Entwicklungen in 12 Ländern von A wie Afghanistan bis S wie Serbien.

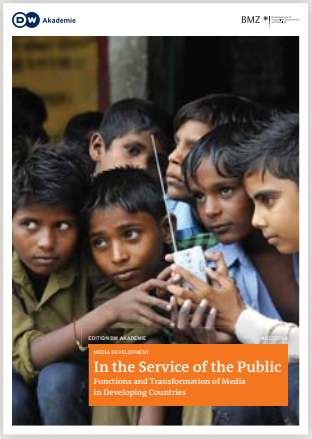
Medientraining

4.800 Übungsinterviews sind in **10 Jahren**, seit 2005, im Bereich Medientraining entstanden. Ob Interview, Statement oder Veranstaltungsmoderation – bei den Trainings der DW Akademie geht es stets darum, dass die Teilnehmer selbst vor der Kamera stehen, viel üben und professionelles Feedback erhalten. Fach- und Führungskräfte aus Politik, Wirtschaft und zivilgesellschaftlichen Organisationen trainieren so den professionellen Umgang mit Medien und Öffentlichkeit. In vielen Ländern, in denen die DW Akademie aktiv ist, stellt das Medientraining eine wichtige Ergänzung zur Medienentwicklung dar. Erst wenn Verantwortliche in Institutionen und Verbänden in der Lage sind, Informationen, Haltungen und Positionen in verständlicher Weise zu kommunizieren, kann sich eine vielfältige und transparente Medienlandschaft entwickeln.

Edition DW Akademie

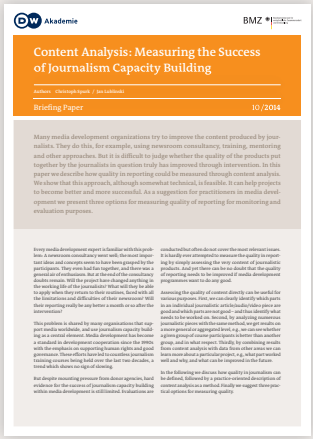


Media Freedom Indices.
What They Tell Us –
And What They Don't
#01/2014



In the Service of the Public.
Functions and Transformation of
Media in Developing Countries
#02/2014

Briefing Paper



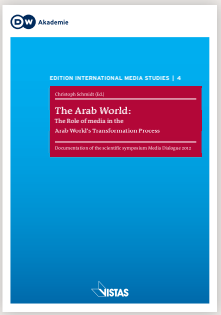
Content Analysis: Measuring the
Success of Journalism Capacity Building
2014

Edition International Media Studies

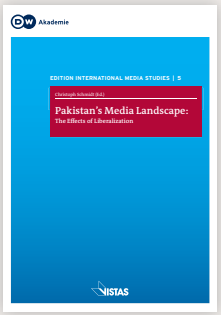
Band 1
Handbuch:
International Media Studies

Band 2
Russland:
Medien zwischen Staatslenkung und Kommerzialisierung

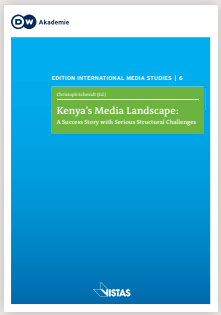
Band 3
Türkei:
Medienordnung auf dem Weg nach Europa?



Band 4
The Arab World: The Role
of Media in the Arab World's
Transformation Process



Band 5
Pakistan's Media Landscape:
The Effects of Liberalization



Band 6
Kenya's Media Landscape:
A Success Story with Serious
Structural Challenges

Downloads und weitere Publikationen: www.dw.com/dwakademie/publikationen

#mediadev
Onlineplattform der DW Akademie zu Meinungsfreiheit, Medienentwicklung und digitalem Wandel (in Englisch).
www.dw.com/mediadev

Media Freedom Navigator
Informationen und Länderübersichten zur Lage der Medienfreiheit weltweit (in Englisch).
akademie.dw.com/navigator

MITTELGEBER UND STRATEGISCHE PARTNER

Bundesministerium für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung

Auswärtiges Amt

KFW

giz Deutsche Gesellschaft für Internationale Zusammenarbeit (GIZ) GmbH

UNDP Empowered lives. Resilient nations.

IMPRESSUM

HERAUSGEBER
Deutsche Welle
DW Akademie
53110 Bonn
Deutschland

VERANTWORTLICH
Christian Gramsch

REDAKTION
Ute Lange
Ulrike Meyer
Nadine Wojcik

GESTALTUNG
Programmdirektion / Design

KONTAKT
dw-akademie@dw.com

STAND
Juni 2015

Aus Gründen der Lesbarkeit wurde im Text meistens die männliche Form gewählt. Selbstverständlich beziehen sich die Angaben auf beide Geschlechter.

Das Titelbild zeigt eine Frau auf einem Markt in Bamako, Mali.
© Florian Kroker

www.facebook.com/DWAkademie
www.dw.com/dwakademie/newsletter
@dw_akademie

www.dw-akademie.com