



„Hürriyet“-Redaktionskonferenz in Mörfelden-Walldorf: Laut schreien, um gehört zu werden

BERT BOSTELMANN / BILDFOLIO

PRESSE

„Kein Tag ohne Flammen“

Die deutsche Ausgabe der türkischen „Hürriyet“ schlingert zwischen nationalistischer Empörung und Völkerverständigung – aus Angst vor Auflagenschwund. Das selbsternannte Sprachrohr der Türken hierzulande leidet ausgerechnet unter der erfolgreichen Integration junger Landsleute.

Ozan Sessiz ist ratlos. Er versteht Deutsch, er versteht Türkisch. Doch wenn der 31-jährige Türke in diesen Tagen durch die deutsche Ausgabe der „Hürriyet“ blättert, versteht er nichts mehr. Manchmal, sagt Sessiz, stehe da, Deutschland sei „voller Neonazis“, die absichtlich Türken anzündeten. Dann wieder gehe nichts über die türkisch-deutsche Freundschaft. Was er nun glauben soll, weiß er nicht. Sessiz, der als Verkäufer im Zeitungskiosk in der U-Bahn-Station am Hamburger Rathaus arbeitet, schüttelt nur noch mit dem Kopf. Seit 14 Jahren ist er schon hier. „Hürriyet“ – die Stimme der Türken in Deutschland? „Gott bewahre“, sagt er, „meine nicht.“

Seit der Brandkatastrophe in einem Wohnhaus in Ludwigshafen, bei der neun Türken starben, ist das wichtigste türkischsprachige Medium des Landes wie elektrisiert. Neun Wochen ist das Unglück her, die Ursache ist noch immer nicht geklärt. Auf einen fremdenfeindlichen Anschlag deutet wenig hin, aber ganz ausgeschlossen ist er auch nicht. In der „Hürriyet“ aber brennt es seither fast jeden Tag, manchmal auch nur ein bisschen oder fast.

So wie in Bielefeld-Brackwede. Dort lag ein Streichholzbrief in den Briefkästen türkischer Familien, daneben ein Flugblatt gegen den Bau eines Minarets an der lokalen Moschee. Die angebliche Panik der muslimischen Gemeinde brachte es auf

den Titel der Deutschlandausgabe. „17 Brände in 23 Tagen“ hat „Hürriyet“ gezählt. „Das ist die Realität“, sagt Ertugrul Özkök, Chefredakteur des Mutterblatts in Istanbul, „und die Türken in Deutschland wollen von uns eine Antwort darauf.“

Die hat auch „Hürriyet“ nicht. Stattdessen darf an einem Tag ein Gastkolumnist schreiben, „die Deutschen assimilieren die Türken; wo sie das nicht können, verbrennen sie sie“. An einem anderen berichtet die wöchentliche deutschsprachige Beilage „Young Hürriyet“, dass in „Aylins und Daniels Liebe kein Platz für Vorurteile“ sei und preist das deutsch-türkische Paar als Beispiel für „gelungene Integration“.

Seit Wochen schon übt sich die „Hürriyet“ im Wechselspiel zwischen nationalistischer Empörung und Völkerverständigung, geistiger Brandstiftung und verständlichem Löschkommando. Dass die Auflage davon profitiert habe, streitet das Blatt ab – als Nutznießer der Katastrophe mag man nicht dastehen. Offizielle Zahlen gibt es noch nicht, aber eines ist gewiss: Die „Hürriyet“ brüllt sich ins kollektive Bewusstsein der Türken. Nicht ohne Grund, das Blatt kämpft gegen den schleichenden Bedeutungsverlust, seit Jahren schmilzt die Auflage.

Um gehört zu werden, muss die selbsternannte Stimme der Türken in Deutschland heute lauter schreien.

Noch immer aber ist „Hürriyet“ das Leitmedium. 1965, nur wenige Jahre nachdem die ersten Türken bei Ford und Daimler-Benz anheuerteten, hielten die Gastarbeiter die erste Ausgabe des deutschen Ablegers in der Hand. In einem Land, in dem Schweinebraten statt Lammspieße auf den Tellern landeten und die Sprache fremd und kehlig klang, war „Hürriyet“ die wichtigste Verbindung, die Nabelschnur in die Heimat. Und Anwalt der türkischen Diaspora: Wer sich mit den 2,7 Millionen Türken und Türkischstämmigen im Land gutstellen will, pilgert seither in die Redaktion des konservativen Boulevardblatts – wie einst Kanzler Gerhard Schröder, seine Nachfolgerin Angela Merkel oder auch Hessens Ministerpräsident Roland Koch. Das Blatt ist eine Macht im Lande. Wenn „Hürriyet“ zündelt, schlagen die Flammen hoch.

Gemacht wird die Deutschlandausgabe beim Dogan-Verlag in Mörfelden-Walldorf. Das Gewerbegebiet bei Frankfurt ist die Fleet Street der türkischen Presse im Land. Dort erscheint nicht nur die linksliberale Schwesterzeitung „Milliyet“, dort werden auch die Konkurrenzblätter „Sabah“, „Türkiye“ und die islamisch-konservative „Zaman“ produziert. Doch Auflage und Gewicht der „Hürriyet“ hat bisher keiner der Rivalen erreicht, an ihrer Deutungshoheit ändern auch die Auflagenprobleme nichts.

Für die Redaktion arbeiten 25 festangestellte Schreiber und rund hundert Freie. Sechs Lokalredaktionen fangen die Befindlichkeit der Türken im Lande ein, um elf Uhr morgens werden in der Konferenz die Themen besprochen. Der größte Teil kommt zwar noch immer aus Istanbul, doch die vier bis fünf Seiten im Innenteil bestreiten die „Hürriyet“-Redakteure in Europa. „Fair, unabhängig und objektiv“ will das Blatt sein. Übersetzt heißt „Hürriyet“ Freiheit.

In den Schlagzeilen blieb vom hehren Anspruch indes nicht immer viel übrig. Stattdessen verstand sich das Blatt über Jahre auch als Instrument, um die Exil-

türken auf Linie zu bringen. Laizistisch-liberal im Sinne des Republikgründers Atatürk, der seinem Volk 1923 die strikte Trennung von Religion und Staat verordnete, sah sich „Hürriyet“ immer auch als staatstragendes Element. Wer den türkischen Staat aus der Ferne kritisierte, wurde gern mal als Landesverräter diffamiert.

Zu spüren bekam das etwa der Grünen-Abgeordnete Cem Özdemir. Weil Özdemir Kriegsdienstverweigerer in Ankara oder die alevitische Minderheit unterstützte, überzog ihn die „Hürriyet“ mit einer Hetzkampagne. Mal, erzählt Özdemir, sei er schwul gewesen, dann habe er eine griechische Freundin gehabt.

Das Blatt forderte ihn auf, sich zu entscheiden: Entweder sei er Türke und dann Patriot oder eben Deutscher. Um schließlich das Urteil selbst zu sprechen: „Özde-

mir ist nur noch dem Namen nach einer von uns.“

Inzwischen hat „Hürriyet“ ihre aggressiven Attacken gegen die abtrünnigen Landsleute weitgehend eingestellt. „Ich werde in Ruhe gelassen“, sagt Özdemir. Nicht nur, weil der Chefredakteur der Europa-Ausgabe ausgetauscht wurde; den Meinungsmachern in Mörfelden und Istanbul dämmert, dass der Versuch einer Zwangsvereinnahmung der Türken für die heimische Sache kaum mehr gelingt: „Die türkische Gesellschaft ist fragmentierter geworden, in der Türkei und in Deutschland“, sagt „Hürriyet“-Chef Özkök.

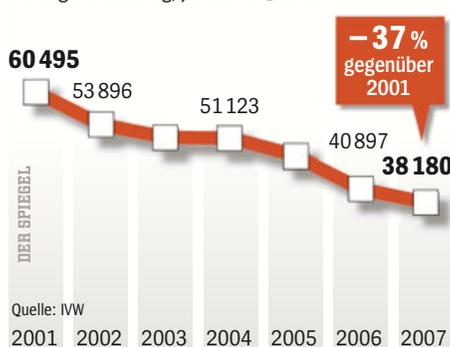
Das „Wir-Türken-gegen-die-Deutschen-Gefühl“ lässt sich auch deshalb kaum mehr herbeischreiben, weil viele junge Türken „Hürriyet“ gar nicht erst lesen. Fernsehen und Internet machen ihr, wie allen Zeitun-



Medienunternehmer Dogan*, Kanzlerin Merkel: Die Nabelschnur in die Heimat

Schwächelnder Ableger

Verkaufte „Hürriyet“-Auflage in Deutschland Montag bis Samstag, jeweils 4. Quartal



gen, die jugendlichen Leser abspenstig, zudem leidet das Blatt unter den Folgen der Integration: Viele junge Türken sprechen nur noch schlecht oder gar kein Türkisch. Der Komiker Kaya Yanar ist einer von denen, die der „Hürriyet“ verlorengegangen sind. Der 34-Jährige, der mit der TV-Sendung „Was guckst Du?!“ erfolgreich wurde, hat die Sprache seiner Vorfahren nie gelernt: „Mein Türkisch ist so schlecht, dass es für alle Türken eine Beleidigung wäre zu behaupten, ich spräche die Sprache.“

Deshalb muss „Hürriyet“ immer öfter auch integrative Töne anschlagen. Sevda Boduroglu, Geschäftsführerin der Dogan-Media-Gruppe in Deutschland, kann sich sogar vorstellen, „dass die ‚Hürriyet‘ vielleicht ir-

* Mit Ehefrau und Töchtern im Herbst 2006 bei einem Besuch der „Hürriyet“ in Mörfelden-Walldorf.

„Mut zum Risiko“

RTL-Deutschland-Chefin Anke Schäferkordt, 45, über das Spannungsverhältnis von Programm-Quote und -Qualität, gierige Eigentümer und die Frage, wie man Stars im Sender hält

gendwann einmal zweisprachig erscheint“. Bis es so weit ist, behilft sich das Boulevardblatt mit der deutschsprachigen Jugendbeilage „Young Hürriyet“. Auch das Kochmagazin „Türk Mutfagi“, übersetzt: Türkische Küche, erscheint seit Januar zweisprachig mit Rezepten und Bildchen. Viele Artikel sind serviceorientiert: Wie kann ich eine Scheidung in der Türkei anerkennen lassen? Wie schwierig sind die Deutschtests für nachziehende Ehepartner? „Wir wollen möglichst viel zur Integration beitragen“, sagt Chefredakteur Halit Çelikbudak.

Doch am Ende zählt trotz allem die Auflage. Die „Hürriyet“ wird fast ausschließlich am Kiosk und damit über Schlagzeilen verkauft. Bei Großereignissen wie dem Brand in Ludwigshafen ist die Versuchung daher groß, über Krawallzeilen das türkische Gemüt und die Auflage anzuheizen. „Wenn es eine Katastrophe gibt, liegt es in der Natur einer Boulevardzeitung, Sensationslust und nationale Befindlichkeiten zu nutzen“, sagt Rainer Geißler, Medienexperte und Professor für Soziologie an der Universität Siegen. „Da geht es dann nicht mehr um Integration.“

Seit dem Brand in Ludwigshafen greift „Hürriyet“ denn auch wieder tief in die Trickkiste des Boulevards, fischt nach Klischees und Vorurteilen und spielt mit Emotionen: „Nazi-Nest Ludwigshafen“, „Kein Tag vergeht ohne Flammen“, „Wir haben Angst“, „Mysteriöser Angriff“.

Den Vorwurf einseitiger Hetze lassen die „Hürriyet“-Macher schon deshalb nicht gelten, weil auch deutsche Medien nicht an Vorurteilen sparen. Tatsächlich hatte vor allem die „Bild“-Zeitung wochenlang ihre Seiten mit Geschichten über ausländische kriminelle Jugendliche gefüllt, nachdem vor Weihnachten ein Rentner in der Münchner U-Bahn von zwei jungen Männern verprügelt worden war – einer von ihnen ein Türke.

Laut kritisieren würden sich die beiden Boulevardblätter dennoch nicht. Mit „Bild“ teilt „Hürriyet“ nicht nur die Liebe für große Überschriften und intellektuelle Verknappung: „Bild“-Chefredakteur Kai Diekmann sitzt im Beirat der „Hürriyet“. Die beiden Blätter sind, wie Grünen-Politiker Özdemir sagt, „Brüder im Geiste“. Und weil beide so genau wissen, wie Krawalljournalismus tickt, darf auch scharf gegeneinander geschossen werden, wenn es der Auflage nützt. „Wir sind Journalisten und reden uns nicht herein“, sagt „Hürriyet“-Chef Özkök. Bevor die Emotionen allzu sehr hochkochen, veröffentlichen beide Chefredakteure einen gemeinsamen Kommentar, auf Deutsch und Türkisch, und rufen zum friedlichen Miteinander auf. Um danach ins Kriegsgebrüll zurückzufallen.

Kioskverkäufer Ozan Sessiz hält von den „Bild“-Schlagzeilen genauso wenig wie von denen der „Hürriyet“: „Ich glaube den nationalistischen Blödsinn bei beiden nicht.“

KATRIN ELGER, ISABELL HÜLSEN



Schäferkordt

SPiegel: Frau Schäferkordt, in diesen Tagen treffen sich in Cannes Fernsehmacher aus aller Welt zu ihrer großen Programm-Messe. Ist die Branche nach dem Streik der US-Drehbuchautoren noch verkater?

Schäferkordt: Wir sind mit einem blauen Auge davongekommen. Unsere Serien-Hits wie „Dr. House“ oder „CSI“ werden nach dem Streik alle fortgesetzt, es wird nur einige Episoden weniger geben. Manch schwächere Serie hat es in den USA nicht mehr auf den Schirm zurückgeschafft. Da hat sich der eine oder andere Drehbuchautor ins eigene Fleisch geschnitten, denn die großen US-Sender haben erkannt, dass sie ihr Programm günstiger und trotzdem erfolgreich mit nichtfiktionalen Stoffen wie Shows und Doku-Soaps füllen können.

SPiegel: Heißt das, selbst urdeutsches Reality-Fernsehen wie „Raus aus den Schul-

den“ mit Ihrem Pleiteberater Peter Zwegat könnte jetzt zum Exportschlager werden?

Schäferkordt: Es gab jedenfalls schon Anfragen, ob Herr Zwegat auch Englisch spreche. Gerade die USA bewegen sich sicher ein Stück weiter in Richtung Reality-TV, das in Europa schon jetzt deutlich beliebter ist.

SPiegel: Können Sie als Chefin von Deutschlands größtem Privatsender eigentlich noch unterscheiden zwischen beruflichem TV-Konsum und dem, was Ihnen privat einfach Spaß macht?

Schäferkordt: Schwer. Aber mit mir Fernsehen zu schauen ist eigentlich nicht zumutbar. Wenn ich allein bin und niemanden mit der Fernbedienung nerven kann, zappe ich wahnsinnig viel rum. Privat sehe ich gern Serien wie „Boston Legal“ oder „Grey's Anatomy“.

SPiegel: Wenig Geduld haben Sie gelegentlich auch mit Ihrem Programm. Die deutsche Serie „Die Anwälte“ mit Kai Wiesinger stoppten Sie rekordverdächtig nach nur einer Folge.

Schäferkordt: Nicht ich habe der Serie keine Chance gegeben, sondern der Zuschauer. Wir hatten nicht mehr Geduld, weil wir einfach keinerlei Hoffnung hatten. Trotz Vorabwerbung schalteten die Leute ganz bewusst weg. Das ist übrigens ein Phänomen, unter dem deutsche Serien generell sehr stark leiden in letzter Zeit. Das Publikum lässt sich höchst ungern auf Neues ein. Deutschland ist auch deshalb nicht gerade der innovativste Markt der Welt. Das kann man beklagen, aber kaum ändern.

SPiegel: Und wenn etwas erfolgreich ist, mögen es Ihre Kritiker nicht. Die Kommission für Jugendmedienschutz droht RTL mit einem Bußgeld von über 100 000 Euro, weil die Castingshow „Deutschland sucht den Superstar“ („DSDS“) junge Kandidaten der Lächerlichkeit preisgebe. Verstehen Sie den Ärger über Dieter Bohlen's Sprüche?

Schäferkordt: Man kann über die eine oder andere Szene sicher diskutieren. Das sind aber Fragen des Geschmacks, nicht der Vereinbarkeit mit dem Grundgesetz. Das Format verletzt jedenfalls nicht die Menschenwürde, wie manche gern behaupten.

RTL-TV-Sender

in Deutschland

Marktanteil bei den 14- bis 49-Jährigen, 1. Quartal 2008

