

Auf einmal macht es doch noch „bumm“. Vielleicht ein Motorplatz auf der verkehrsreichen Straße vor dem Hotel, wo sich die kurdischen Parteien mit auf Toyota-Pick-ups montierten Lautsprechern Wahlkampf-schlachten liefern. Vielleicht war jemand auf der benachbarten Baustelle unvorsichtig. Auf jeden Fall zucken die westlichen Teilnehmer des deutsch-irakischen Journalisten-Workshops kurz zusammen. Für vier Tage haben wir uns im „Sulaimani Palace“ zusammengefunden, dem Top-Hotel der 1,2-Millionen-Einwohner-Stadt Suleymaniah – und auch wenn wir wissen, dass wir in der relativ sicheren Föderalen Region Kurdistan-Irak sind, im Norden des Landes, so sind wir doch im Irak. Und der Irak ist das Land, das dazu da ist, „bumm“ zu machen.

Geschichten aus dem Irak müssen negative sein, sonst sind sie keine. Autobomben, Selbstmordattentäter, Bürgerkrieg. Der Workshop ist zusammengelassen, um das zu ändern, um ein realistisches Bild vom Irak zu zeichnen. Expertise für Explosionen aller Art ist im Raum natürlich vorhanden. Zaineb zum Beispiel, eine schmale 35-jährige Irakerin mit spöttischen Augen. „Das war keine Bombe, ich bin Spezialistin für Bomben, ich wohne in Bagdad!“ Alle lachen. Und dass gelacht wird, das zeigt schon längst geht es im Irak nicht mehr nur um Bomben. Im Irak erhebt ein Phänomen sein Haupt, von dem Sozialwissenschaftler in deutschen Universitäten täglich träumen: die viel zitierte Zivilgesellschaft. Die Journalistenrunde, die Erzählungen von Erfahrungen mit kritischem und investigativem Journalismus werden es beweisen. Nur dass es in Deutschland keinen interessiert. Denn eine positive Folge der amerikanischen Invasion von 2003 darf aus Sicht vieler Deutscher nicht sein.

Zaineb gehört zu den zehn Teilnehmern des Journalisten-Workshops, zu dem der Medienberater Klaas Glenewinkel und der Journalist Ralf Grauel geladen haben. Die Iraker sollen in dem Workshop erklärt bekommen, wie westlicher Journalismus funktioniert. Das ist nicht nur interessant für die irakischen Teilnehmer, sondern löst, wie sich später herausstellt, auch bei den westlichen Referenten unerwartet die Frage aus: Ja, wie eigentlich?

Glenewinkel ist ein Irak-Veteran der besonderen Art: Im Juni 2003, als auf deutschen Straßen gerade die „Pace“-Fahnen eingerollt wurden und damit jegliches weitergehende Interesse am Irak erlosch, reiste Glenewinkel nach Bagdad. Glenewinkel erkannte: Jetzt geht's erst richtig los. Es war klar, dass eine historisch einmalige Situation entstanden war: ein arabisches Land, im Umbruch, in dem neue, freie Medien entstanden.

Während die meisten Deutschen wollten, dass der neue Irak scheitert, damit sie in ihrer Kriegsablehnung recht behalten, wollte Glenewinkel dabei sein, wenn Geschichte gemacht wird. Seine konstruktive Opposition gegen die Invasionsmacht Vereinigte Staaten, die für fast nichts, aber für die Gründung neuer, freier Medien einen Plan hatte, ging so: „Das dür-

fen wir nicht den Amerikanern allein überlassen. Da sind wir dabei.“ Eine Haltung, die Glenewinkel tatsächlich den Vorwurf eintrug, ein Kriegsgewinnler zu sein. Glenewinkel traf sich mit irakischen Journalisten und half bei der Gründung von Radiostationen. Schließlich gründete er 2004 die Organisation MiCT – „Media in Cooperation and Transition“, die von Berlin aus gemeinsam mit einem Netzwerk junger Journalisten im ganzen Irak Beiträge über irakische Themen produziert. Diese können von irakischen Sendern auf einer Internetseite heruntergeladen werden. Im Schnitt tun dies täglich 16 Sender; für einige ist es die einzige Möglich-

Der Workshop in Suleymaniah funktioniert vor allem als Themenkonferenz für die WPI. An zwei Tagen werden die Teilnehmer allerdings auch in einer Art Crashkurs über Grundtatbestände einer marktwirtschaftlichen Wirtschaftsordnung unterrichtet: In einem Land, in dem bis heute mehr als siebzig Prozent der Wirtschaft in Staatshand sind, scheint das dringender notwendig.

Für den Verfasser dieses Berichts, der mit dem Begriff „Sturmgeschütz der Demokratie“ als Chiffre für die positive Macht des Journalismus aufgewachsen ist, wird es zu einer bewegenden Erfahrung, mit Journalisten zu sprechen,

Westen schon lange gibt: Hussein al-Shamari, 38, ist Betreiber einer irakischen Nachrichtenagentur. Kürzlich berichtete er über Diäten und Privilegien irakischer Parlamentsabgeordneter. Sofort wurde er bedroht, wie das im Irak üblich ist. Doch dann passierte etwas, das vielleicht wichtiger war als der Bericht selbst: Hussein bekam Unterstützung von der Bevölkerung und zahlreiche positive Kommentare. Eine Bevölkerung, die sich für eine Sache engagiert und kontrovers diskutiert, nennt man Öffentlichkeit. Der friedliche Austausch und die Verständigung über Themen und Ideen ist die Triebkraft für die bürgerliche Öffentlichkeit. Im Irak ist

und Bernstein, berichtete von der „Spiegel“-Affäre, von Strauß und Flick. Doch erst als der tote Barschel auf die Wand geworfen wird, kommt Stimmung auf. Der Mann in der Wanne beschäftigt die Phantasie der Teilnehmer. Ein toter Politiker, ermordet wegen Meinungsverschiedenheiten, das meint man hier gleich zu verstehen. Nur das mit der Wanne – im Irak eine ungewöhnliche Tötungsart. Hat die Presse ihn umgebracht? Ich: Nein, nicht direkt, das hat er selbst gemacht, weil er keinen Ausweg mehr wusste. Doch alles Erklären nützt nichts. Tief hat sich den Teilnehmern die Macht der Presse am Barschel-Bild eingeprägt.

gungen arbeiten: Text für Cash, hundert Dollar gibt es für einen längeren Text. Salam al-Maliki, der schiitische Radiomann zum Beispiel, möchte für die WPI-Seite vom Uranschrott in Basra berichten. Die Amerikaner haben im Krieg urangehärtete Munition verschossen. Almetallhändler verwerteten den Munitionsschrott und lagern ihn nun mitten in Basra, um ihn zu verkaufen. „Gut, machen!“, sagt Chefredakteur Grauel. „Gutes Thema.“ Es ist kritisch, und es hat mit Ökologie zu tun, zwei urdeutschen Themen. Ein anderes Thema bringt Faris Haram aus Nadschaf, der eigentlich Dichter ist und schon zwei Lyrikbände veröffentlicht hat, auf: die umfangreiche Bautätigkeit im Nordirak. Es gibt bereits zwei sogenannte „German Villages“, von deutschen Firmen gebaute Luxuswohnanlagen. Faris soll, regt Grauel an, erst mal herausfinden, ob es bei der Vergabe der Aufträge Korruption gab. Und Faris soll sich auch noch auf die Suche nach einer irakischen Mittelschicht machen, die womöglich schon in solchen Apartments wohnt. In der Folge entbrennt eine Kontroverse, ob es diese irakische Mittelschicht wirklich gibt und bei welchem Einkommen sie beginnt. Faris, der Dichter, der ein wenig aussieht wie ein irakischer George Clooney, wird es herausfinden.

Khalid Jadoa aus Babil hingegen interessiert sich für die schwedische Spur. Schweden hat während der schlimmsten Zeiten des irakischen Bürgerkriegs besonders viele Flüchtlinge aufgenommen. Viele von ihnen kommen jetzt in ihr Heimatland zurück und importieren den familienfreundlichen Geist des skandinavischen Landes. Irakische Schweden haben den ersten modernen Kinderspielplatz im Irak gebaut. Und schwedische Rückkehrer haben das erste irakische Familienrestaurant gegründet, in dem auch Frauen essen dürfen. Die männlichen Angestellten schämen sich, Frauen zu bedienen, berichtet Khalid. „Wenn du noch mehr Beispiele für einen speziellen Unternehmergeist schwedischer Rückkehrer findest, dann bringen wir eine Geschichte über diese „Schweden-Connection“, schlägt Chefredakteur Grauel vor.

Schließlich bekommt die stille Zaineb, die für die deutsche Handelsvertretung in der „Green Zone“ in Bagdad arbeitet, auch noch einen journalistischen Auftrag. „Zaineb, wir würden gerne wissen, wie es ist, in der Green Zone zu arbeiten“, sagt Grauel. Und so bekommt Zaineb, die, um nach Suleymaniah zu kommen, zum ersten Mal in ihrem Leben ein Flugzeug bestiegen hat, gleich eine ganze Kolumne: das „Green-Zone-Tagebuch“.

„Der Kulturschock ist, dass es keinen gab“, sagt Ralf Grauel als Resümee des viertägigen Workshops. „Es gab kaum Missverständnisse, und wir hatten sofort mit den Leuten eine journalistische Ebene.“

Das stimmt nicht ganz. Einmal gab es kurz Streit. Die frierenden Teilnehmer aus der Öko-Nation schlechthin wollten, dass die brüllende Klimaanlage heruntergefahren wird, die Iraker waren dagegen. Strom ist im Irak einfach zu billig. Und eine grüne Partei gibt es auch nicht. Aber das kommt sicher noch. JOST KAISER



Der Portier des Konferenzhotels



Wahlplakat in Suleymaniah



Konferenzteilnehmer Awat Ali, ein Journalist aus dem Nordirak

Fotos WPI

Bleib ruhig, oder du stirbst

Eine Erfolgsgeschichte aus dem Irak: Längst hat sich dort ein freier, kritischer Journalismus etabliert. Bericht von einer Konferenz

keit, überhaupt an journalistisch und technisch gut gemachte Radiobeiträge zu kommen.

Das neueste Produkt von MiCT ist die Internetseite WPI – Wirtschaftsplattform Irak (www.wpi-irak.de). Ralf Grauel, ein Wirtschaftsjournalist, der unter anderem für „Brand eins“ arbeitet, publiziert auf dieser Website Wirtschaftsnachrichten, die deutschen Unternehmen Informationen zu möglichen Investitionen liefern sollen. Diese Nachrichten werden von irakischen Kollegen geliefert. Das Auswärtige Amt finanziert die Seite, die aber als irakisches Projekt firmiert: Deutschen Investoren wird geholfen, Informationen über den Irak zu bekommen und irakische Partner zu finden. So fließt Geld ins Land. Aufbauhilfe, privat finanziert sozusagen.

Irakische Journalisten wiederum, die für die Seite schreiben, werden in professioneller Arbeitsweise geschult und verdienen auch noch Geld.

die auch mit der Macht herkömmlicher Sturmgeschütze vertraut sind: Fast jeder der anwesenden Journalisten ist schon einmal bedroht worden, weil er etwas berichtete, was irgendetwas Mächtigen in Clans, Religion oder Politik nicht passte. Das zeigt aber auch: Kritischen Journalismus gibt es längst im Irak. Und das ist die schlechte Nachricht für notorische Islamexperten, die einem hierzulande unablässig auf allen Kanälen erzählen, der Araber könne keine pluralistische Gesellschaft und Demokratie – Diktatur und autoritäre Gesellschaft als kulturelle Eigenart sozusagen.

Es ist beschämend zu sehen, dass die westliche Öffentlichkeit diese These, Demokratie und Pluralismus seien grundsätzlich Fremdkörper in islamischen Ländern, bis heute noch allzu gern glaubt.

Die Geschichten, die man in Suleymaniah hört, gehen anders, und sie zeigen – der irakische Journalismus ist auf dem Weg zu denselben Nachrichten-Evergreens, die es im

Abschluss und eigentlicher Höhepunkt des Workshops ist dann die Redaktionskonferenz. Wenn man schon von Entwicklungshilfe oder, wie es seit einigen Jahren weniger hierarchisch heißt, Entwicklungszusammenarbeit spricht, dann ist das Prinzip von MiCT und WPI ein ganz anderes, als das herkömmliche, zuweilen weltfremde Helfersyndrom, unter dem die Branche sonst leidet: „Früher hat man den Leuten eine Wasserpumpe ins Dorf gestellt und wollte damit Gutes tun. Aber keiner konnte sie bedienen. Unsere Leute werden nicht theoretisch in Journalismus unterrichtet, sondern wir gestalten reale Medien mit realen Themen, die von den Leuten geliefert und sofort bearbeitet werden“, sagt Ralf Grauel. Und so hat man nie das Gefühl, in einer Veranstaltung zu sitzen, in der die eine Seite der anderen etwas beibringt. Man sitzt in einer normalen Themenkonferenz mit ganz normalen irakischen Journalisten, die unter normalen Bedin-

gungen arbeiten: Text für Cash, hundert Dollar gibt es für einen längeren Text. Salam al-Maliki, der schiitische Radiomann zum Beispiel, möchte für die WPI-Seite vom Uranschrott in Basra berichten. Die Amerikaner haben im Krieg urangehärtete Munition verschossen. Almetallhändler verwerteten den Munitionsschrott und lagern ihn nun mitten in Basra, um ihn zu verkaufen. „Gut, machen!“, sagt Chefredakteur Grauel. „Gutes Thema.“ Es ist kritisch, und es hat mit Ökologie zu tun, zwei urdeutschen Themen. Ein anderes Thema bringt Faris Haram aus Nadschaf, der eigentlich Dichter ist und schon zwei Lyrikbände veröffentlicht hat, auf: die umfangreiche Bautätigkeit im Nordirak. Es gibt bereits zwei sogenannte „German Villages“, von deutschen Firmen gebaute Luxuswohnanlagen. Faris soll, regt Grauel an, erst mal herausfinden, ob es bei der Vergabe der Aufträge Korruption gab. Und Faris soll sich auch noch auf die Suche nach einer irakischen Mittelschicht machen, die womöglich schon in solchen Apartments wohnt. In der Folge entbrennt eine Kontroverse, ob es diese irakische Mittelschicht wirklich gibt und bei welchem Einkommen sie beginnt. Faris, der Dichter, der ein wenig aussieht wie ein irakischer George Clooney, wird es herausfinden.

Khalid Jadoa aus Babil hingegen interessiert sich für die schwedische Spur. Schweden hat während der schlimmsten Zeiten des irakischen Bürgerkriegs besonders viele Flüchtlinge aufgenommen. Viele von ihnen kommen jetzt in ihr Heimatland zurück und importieren den familienfreundlichen Geist des skandinavischen Landes. Irakische Schweden haben den ersten modernen Kinderspielplatz im Irak gebaut. Und schwedische Rückkehrer haben das erste irakische Familienrestaurant gegründet, in dem auch Frauen essen dürfen. Die männlichen Angestellten schämen sich, Frauen zu bedienen, berichtet Khalid. „Wenn du noch mehr Beispiele für einen speziellen Unternehmergeist schwedischer Rückkehrer findest, dann bringen wir eine Geschichte über diese „Schweden-Connection“, schlägt Chefredakteur Grauel vor.

Als das Internet seinen Klassensprecher an den Kommerz verlor

Aufregung in der Gemeinschaft der Blogger: Ihr Repräsentant Sascha Lobo lässt sich von Vodafone bezahlen. Was ist daran überraschend?

Irgendetwas muss schiefgelaufen sein, diese Woche, mit den basisdemokratischen Funktionen des Internets: Innerhalb weniger Tage standen auf einmal zwei Figuren als Repräsentanten digitaler Lebenswelten im Rampenlicht, und wer auch immer sie dorthin gebracht hatte: die Weisheit der Massen war es eher nicht. Die Netzcommunity also hatte den Auftritt von Jörg Taus auf dem Parteitag der Piratenpartei noch nicht verkraftet, da maßte sich schon der nächste Semiprominente an, für sie zu sprechen. Auf einer live im Internet übertragenen Pressekonferenz aus dem Inneren eines Lastwagens präsentierte das Mobilfunkunternehmen Vodafone ein neues „Markensprechen“, das mit dem Slogan „Es ist deine Zeit“ Menschen der „Generation Upload“ erreichen will – so jedenfalls hatte die Werbeagentur Scholz & Friends sich das ausgedacht. Als Vertreter jener Generation stellte sich, neben ein paar weiteren Bloggern, der frisurenauffällige Sascha Lobo zur Verfügung.

Dass es nicht lange dauerte, bis ihm scharfe Kritik bis zur üblen Verachtung entgegenschlug, daran war Vodafone nicht ganz unschuldig: Als Zeichen dafür, dass es der Konzern ernst meint mit den Floskeln wie „Empowerment“ und „Helden des Alltags“, mit denen er um sich warf, waren auf der Internetseite, auf der die Pressekonferenz zu sehen war, auch Live-Kommentare von Facebook-Nutzern zu lesen. Und wenn tatsächlich die *heavy user*, die sich dort über Lobo und die Kampagne lustig machten, die Zielgruppe sein sollen, dann konnte man sehr schnell relativ sicher sein, dass das Ganze nicht unbedingt nach vorne losging. Wenn der Spott und die Häme, die man dort lesen konnte, als Indikatoren für den Misserfolg der Kampagne gelten können, dann scheiterte der Anbiederungsversuch an die vermeintliche Zielgruppe komplett.

So lächerlich aber die Stilisierung eines Großkonzerns zum Sympathisanten einer Bewegung

war, die den „Upload als Geisteshaltung“ verinnerlicht hat, so bemerkenswert war die Empörung der Kommentatoren über Lobos Bereitschaft, sich vor den Karren der Kampagne spannen zu lassen. Dass gerade Vodafone bei vielen Bloggern einen schlechten Ruf genießt, weil dem Unternehmen nachgesagt wird, beim Errichten der umstrittenen Internetsperren besonders kooperativ gewesen zu sein, zeugt zwar nicht unbedingt von der Konsequenz Lobos, der sich als Online-Berater der SPD noch deutlich gegen die Stoppschilder im Netz ausgesprochen hatte. Aber es geht um mehr: Mit schwach verklausulierten Prostitutionsvorwürfen werden Lobo Geldgier und Käuflichkeit vorgeworfen, die schlimmste Befürchtung aber lautet: „Blogger sind im Mainstream angekommen, der Ausverkauf der Blogosphäre hat begonnen.“

Irgendwo zwischen Amtsanmaßung und Verrat scheint Lobos Verbrechen zu liegen, und wenn



Sascha Lobo im Dienst

Foto ddp

die Prämisse für dieses Sakrileg annähernd stimmen würde, dann könnte man sich jetzt Gedanken darüber machen, ob sein demnächst bundesweit plakatiertes Irokesenkopf den – sagen wir ruhig mal: politischen – Zielen einer Bevölkerungsguppe dient, die sich trotz aller Heterogenität durch ihre digitalen Kompetenzen identifiziert.

Worin aber Lobos Glaubwürdigkeit bestehen sollte, deren Verlust ihm nun bescheinigt wird, ist völlig rätselhaft: Als Integrationsfigur einer womöglich sowieso grandios überschätzten digitalen Subkultur, die nicht nur, wie Millionen andere auch, die zeitgenössischen Mittel der Kommunikation nutzt, ohne eine Lebenshaltung daraus abzuleiten, als Klassensprecher einer diffusen gegen Kommerz und Mainstream gerichteten „Web 2.0“-Bewegung eignete sich auch schon vor dem Vodafone-Deal kaum jeher weniger schlecht als Lobo. Seine Vergangenheit und Gegenwart als Werber hat er nie verschwiegen.

DIE LIEBEN KOLLEGEN

VON HARALD STAUN

Vielleicht war es doch nicht die beste Idee, die Antwort auf die schwierigste Frage gleich an den Anfang zu stellen. Sie wolle die „taz“ „wieder weiter links positionieren“, sagte Ines Pohl vor zwei Wochen dem „Spiegel“, eine Äußerung, die konsequenterweise zur Folge hatte, dass die neue Chefredakteurin ziemlich viel zu erklären hatte, als sie sich ein paar Tage später der Redaktion vorstellte: Warum sie es nicht ganz so gemeint hatte – den einen; warum doch – den anderen. Und bevor sie überhaupt ihr Amt angetreten hatte, muss Ines Pohl nun Kurzreferate zum undankbaren Thema halten, was das eigentlich sei: links. Dass ihr dazu auch nur die üblichen Versatzstücke einfällen, „soziale Gerechtigkeit“, „kritische Öffentlichkeit“, Einsatz für die „Schwächeren in der Gesellschaft“, liegt eher an der Abgriffenheit der Frage. Aber wer weiß: Vielleicht sind solche Debatten bei der „taz“ auch nur eine Form, „hallo“ zu sagen. Willkommen in der Debattenkultur.

Auf den ersten Blick jedenfalls scheint es, als wäre die 42-Jährige für ihre neue Position perfekt geeignet. Ihr Weg von der Mutlangen Friedensbewegung, wo sie damals Müllbälle an Polizisten verteilte, bis hinein in jene „gutbezahlte Mainstream-Hängematte“ beim Verlagshaus Ippen, aus der sie nun der Ruf der „taz“ aufschreckte, ist nicht weit weg vom Klischee einer prototypischen „taz“-Leserin. Wenn Pohl schon jetzt „wir“ sagt, wenn sie von der Zeitung spricht, bei der sie am 20. Juli zu arbeiten anfängt, klingt das völlig plausibel. Und andererseits scheint die diplomatische Haltung, um die sie sich nun bemüht, um nicht schon vorher zwischen die Blöcke innerhalb der Redaktion zu geraten oder in die „Strömungen“, wie es mittlerweile im „taz“-Jargon heißt, andererseits also scheint die neue Unverbindlichkeit die angestrebte Profilierung der Zeitung dann fast wieder zu dementieren. An Bascha Mika schätze sie, sagt Pohl, „dass sie die ‚taz‘ aus der Ideologieecke herausgeholt hat“, an den Kollegen die Offenheit und ihr Engagement, und schon allein, um den Pluralismus nicht zu beschädigen, der eben auch die „taz“ ausmache, verstehe sie sich eher als Moderatorin, bei der die Diskussionen zusammenlaufen. „Ich habe schon Ideen, ich komme aber nicht wie Moses vom Berg mit den zehn Geboten“, meint Pohl. Ich kann mich nicht mehr so genau erinnern, aber ich schätze: So einen Satz hätte auch Bascha Mika autorisiert.

Am Ende des Gesprächs ist nicht mehr viel übrig von dem kämpferischen Eindruck, den Pohl im „Spiegel“ hinterlassen hatte. Sie lobt dann noch die Alten mit ihrer großen Erfahrung und die Jungen, die noch „unverbraucht und frisch daherkommen, bis hin zu unbedarft, aber das ist ja manchmal auch gar nicht so schlecht“. Einerseits. Und andererseits. Und irgendwo dazwischen, wie „Frau Kachelmann mit dem Strömungsbarometer“, steht Ines Pohl.

Mit seiner Firma „Adnation“ trieb er die Vermarktung von Blogs nicht gerade heimlich voran. Und den Beweis dafür, dass seine eigene Person schon lange im Zentrum dieses Marketingprojekts steht, trägt er sehr sichtbar auf dem Kopf. Man darf zwar auch die Möglichkeit noch nicht ganz ausschließen, dass hinter Lobos Selbstinszenierung der Wille steckt, die bizarre Bereitschaft zu demaskieren, einer solchen Social-Media-Folklore ganz ernsthaft zu folgen – ein Phänomen, das Lobo immerhin zum SPD-Berater und begehrten Talkshow-Exoten bei „Maybrit Illner“ gemacht hat. Die Frage wäre nur, ob Lobo nicht schon längst in dieser Rolle hängengeblieben ist. Zur Community des Netzes jedenfalls verhält er sich wie Brüno zu jener der Homosexuellen – ob mit oder ohne Absicht.

Seinen strategisch aufgesetzten Irokesenhaarschnitt trägt Lobo schließlich nicht zum Spaß. Man nennt das nicht umsonst ein „Markenzeichen“. HARALD STAUN