



Kommentar der ATR-Herausgeber aus ATR-Ausgabe Nr. 97 vom 01.07.2006

Für wen wurde das geschrieben?

Vorab: Für unsere wöchentlichen Kommentare haben wir uns eine Selbstbeschränkung aufgelegt, was die maximale Länge betrifft. Doch in dieser Woche müssen wir ausnahmsweise einmal von dieser Selbstverpflichtung abweichen. Bei unserem mehr oder minder regelmäßigen Studium der nicht-türkischen Print-Medien sind wir auf zwei Exemplare gestoßen, die uns sehr nachdenklich gemacht haben. Die Gedanken, die uns dabei in den Kopf gekommen sind, möchten wir an unsere Leserinnen und Leser weitergeben. Natürlich würden wir uns wünschen, wenn wir damit auf Zustimmung stoßen würden, stehen aber auch kritischen Stellungnahmen offen gegenüber.

Kommen wir damit zum eigentlichen Thema: Die Deutschen sind schwierig, zeigen mit den Fingern auf Andere und wissen alles besser! Als typisches Beispiel gilt dafür - zumindest für eine türkische Alanya-Zeitung - die Vorsitzende eines deutschen Vereins in Alanya. Die Vorwürfe sind so alt wie unrichtig, aber steter Tropfen höhlt den Stein. Das sagte sich vor kurzem auch wieder einmal die älteste der deutschsprachigen Zeitungen aus der Region und präsentierte die Storys anno 2004 in einem Kommentar.

Verständlich, dass sich besagte Vorsitzende zur Wehr setzte - diesmal mit einem gerichtlichen Verfahren. Das Gericht machte einen Versöhnungsvorschlag, der den Beklagten einiges Geld kosten würde. Dass die Vorsitzende vorab deutlich gemacht hatte, diesen Betrag - es handelt sich um 20.000 YTL - gemeinnützigen Zwecken zukommen lassen zu wollen, war für eine Pressemeldung ungeeignet.

Da galt es Abhilfe zu schaffen und just wird die bereits seit 2005 abgeschaffte türkische Währung mit ihren vielen Nullen aus dem Müllimer hervorgeholt. So stand für die Titelstory als Überschrift die dramatische Zahl von 20.000.000.000 (!) türkischen Lira zur Verfügung! Damit konnte man die Vorsitzende als geld-gierig an den Pranger stellen.

Nun - warten wir ab, was aus dem Streit der Beiden werden wird. Die Leser besagter Zeitung hatten jedenfalls etwas zu lesen und in der Region gibt es wieder mal eine Geschichte, die in die Kategorie „Deutsche gegen Deutsche“ passt. Großen Schaden aber wird sie dem Image der Deutschen kaum bereiten..

Kommen wir zum zweiten Thema. Nicht nur schädlich, sondern geradezu gefährlich für das Zusammenleben von Menschen verschiedener Nationalitäten, ist die gezielte Auswahl von Nachrichten und deren Veröffentlichung, wenn dadurch eine Minderheit diffamiert wird. Genau dieses geschah vor wenigen Tagen in einer deutsch-englischsprachigen Beilage, die einmal in der Woche einer türkischen Regionalzeitung hinzugefügt, aber auch einigen Stellen kostenlos verteilt wird.

Um rechtliche Auseinandersetzungen zu vermeiden, wollen wir der Beilage einen frei erfundenen Namen geben: DIE ZITRONE. Schon einmal hat uns die Redakteurin deutscher Herkunft rechtliche Schritte angedroht. Damals arbeitete sie noch in einem anderen deutschsprachigen Blatt mit, das zwischenzeitlich eingestellt wurde. Seinerzeit ging es darum, dass sie einer türkischen Bevölkerungsgruppe die Schuld für ein schlechtes Image der

Türkei angelastet hatte. Dieses fanden wir nicht gut, und kritisierten die Darstellungen in einem Kommentar unserer Zeitung.

Aktuell geht es um eine Kampagne gegen die Deutschen. Auf Seite 1 stellt DIE ZITRONE mit Bild und natürlich vollem Namen einen Mann vor mit der Riesen-Überschrift «Angeblich Betrogener als Betrüger entlarvt». In dem kurzen Artikel wird berichtet, dass der Betroffene nach seinen Aussagen in der Türkei einen Prozess führe, weil der von einem türkischen Bürger um drei Millionen Euro betrogen worden sei.

Mehr wird über diesen Fall nicht geschildert, wohl aber, dass man jetzt endlich Klarheit habe. Klarheit? B. sei im Jahre 1998 wegen Betruges angezeigt worden und es gebe eine Akte (aus dem Jahre 2000), weil er ein gefälschtes Dokument benutzt habe, heißt es in den wenigen Zeilen, die der Artikel umfasst.

Ebenfalls auf Seite 1 stellt DIE ZITRONE - ebenfalls mit Bild - zwei Deutsche als „importierte Diebe“ vor. Im kurzen Artikel heißt es dann: «Der Billigtourismus zeigt seine Auswirkungen in immer deutlicheren Ausmaß. Nicht genug damit, dass die Umsätze ... stark zurückgegangen sind, nun fangen die Touristen auch noch an, die Geschäftsleute in Alanya zu bestehlen.»

Was dann folgt, ist die Schilderung eines gescheiterten Versuchs, wie zwei wenig ehrenwerte Deutsche versuchten, einem türkischen Immobilienhändler sein Handy zu stehlen!

Wer bis dahin immer noch nicht kapiert hat, wie böse die deutschen Touristen sind, dem hilft die Kommentatorin auf Seite 3 in einem Kommentar «Wer im Glashaus sitzt ...» nach. Geschrieben hat sie ihn nach ihren eigenen Worten, weil es die Gunst der Woche zuließ, denn der englischsprachige Kolumnenautor sei wegen Arbeitsüberlastung ausgefallen. (Merkwürdig nur, dass sich auf Seite 7 der gleichen Ausgabe ein langer Kommentar eines englischsprachigen Kommentators befindet.)

Im Kommentar dürfen wir lesen: «Wer dieser Tage meint, als „Europäer“ die Türkei und seine Menschen kritisieren zu müssen, sollte sich bitte unseren Nachrichtenseiten gut anschauen. ... Deutsche Zechpreller in Alanya, die türkischen Geschäftsleuten ihre Handys klauen, deutsche Frauen, die nachts mit unbekanntem Männern Touren in Wälder unternehmen, und dann tags darauf Anzeigen wegen Vergewaltigung bei der Polizei aufgeben, deutsche Makler in Alanya, die ihre eigenen Landsleute betrügen und Deutsche gestrandete, die auf der Straße um Geld betteln sind längst keine Seltenheit mehr!»

Mit Ausnahme der beiden eingangs zitierten kurzen Nachrichten sucht man für die anderen Behauptungen in der Zeitung vergeblich Nachrichten!

Frage: Für wen wird DIE ZITRONE eigentlich gemacht? Eine mögliche Antwort liefert der Kommentar vielleicht schon selber in den ersten Sätzen: «Von fremdsprachlichen Zeitungen in Alanya werden vor allem zwei Schwerpunkte erwartet: Der eine ist, die Leser über Stadt und Land zu informieren und Imagearbeit zu leisten. Der andere ist, durch Klatsch und Tratsch Leser an sich zu binden.

Aha, Imagearbeit ist wohl der Grund, warum DIE ZITRONE gemacht wird

Jürgen P. Fuß

& Andre Morawe