

Dirk Halm

Die Medien der türkischen Bevölkerung in Deutschland: Berichterstattung, Nutzung und Funktion / The Media of the Turkish Population in Germany: Coverage, Reception and Function

2006

<https://doi.org/10.25969/mediarep/12214>

Veröffentlichungsversion / published version

Sammelbandbeitrag / collection article

Empfohlene Zitierung / Suggested Citation:

Halm, Dirk: Die Medien der türkischen Bevölkerung in Deutschland: Berichterstattung, Nutzung und Funktion / The Media of the Turkish Population in Germany: Coverage, Reception and Function. In: Rainer Geißler, Horst Pöttker (Hg.): *Integration durch Massenmedien / Mass Media-Integration – Medien und Migration im internationalen Vergleich Media and Migration: A Comparative Perspective*. Bielefeld: transcript 2006, S. 77–92. DOI: <https://doi.org/10.25969/mediarep/12214>.

Erstmalig hier erschienen / Initial publication here:

<https://doi.org/10.14361/9783839405031-003>

Nutzungsbedingungen:

Dieser Text wird unter einer Creative Commons - Namensnennung - Nicht kommerziell - Keine Bearbeitungen 3.0 Lizenz zur Verfügung gestellt. Nähere Auskünfte zu dieser Lizenz finden Sie hier:

<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/3.0>

Terms of use:

This document is made available under a creative commons - Attribution - Non Commercial - No Derivatives 3.0 License. For more information see:

<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/3.0>

Dirk Halm

**Die Medien der türkischen
Bevölkerung in Deutschland
Berichterstattung, Nutzung und Funktion**

**The Media of the Turkish
Population in Germany
Coverage, Reception and Function**

Abstract

Der Beitrag gibt einen Überblick über die von in Deutschland lebenden Türkeistämmigen genutzten Print- und elektronischen Medien und verschafft einen Einblick in die Berichterstattung über Deutschland in diesen Medien anhand von Beispielen sowie einer statistischen Auswertung der in türkischen Tageszeitungen behandelten Themen in einem Zwei-Monats-Zeitraum des Jahres 2004. Die Darstellung wird ergänzt durch Umfrageergebnisse des Zentrums für Türkeistudien zur Nutzung deutscher und türkischer Medien durch die türkische Community. Die Darstellung fokussiert die Frage nach dem Zusammenhang von Mediennutzung und (Des)integration. Insgesamt sprechen die Inhalte der türkischen Medien wie auch das Mediennutzungsverhalten dafür, dass diese Medien in Deutschland eher als Komplementär- denn als Konkurrenzangebot zu deutschen Medienprodukten zu begreifen.

The article gives an overview on the usage of print and electronic media by Turkish migrants in Germany. It also gives insight to the reports made in these means of media with regard to Germany as well as a statistical analysis of the topics which were addressed in the Turkish media in a two month period in the year 2004. The contribution is enhanced with the results of a questionnaire undertaken by the Center for Studies on Turkey with regard to the usage of German and Turkish media in the Turkish Community. The text focuses on the questions of relation, media usage and (dis)integration. In general the information of media usage by the Turks and the Turkish media point towards the fact Turkish media is a complementary product rather than a competitive product to German media commodities.

* * *

1 Einleitung

Muttersprachliche Medien bilden einen festen Bestandteil des Lebens der türkischen Bevölkerung in der Bundesrepublik. Einen wichtigen Anteil haben die Printmedien. Allerdings nahm die Bedeutung des Fernsehens mit Einführung des Kabels, der Satelliten und des Privatfernsehens an Bedeutung wesentlich zu. Die heimat Sprachlichen Medien bilden zum einen eine Brücke in die Heimat, bieten zum anderen jedoch auch die Möglichkeit, die Situation in der Migration zu problematisieren und zu artikulieren, die die deutschen Medien nicht geben.

Medien sind eine zentrale Meinungsbildungsinstanz. Dies gilt für den permanenten Prozess der Identitätsbildung ebenso wie für das Wissen über und die Einstellung zu politischen und gesellschaftlichen Themen. Darüber hinaus prägt die Berichterstattung insbesondere im Fernsehen und in den Tageszeitungen die Wahrnehmung dessen, was wichtig und relevant ist und was nicht. Gerade in „abstrakten“ Bereichen, die sich einer „direkten“ Beobachtung entziehen – Politik, Kultur etc. –, sind Medien nicht nur Informations- sondern auch Bewertungs- und Interpretationslieferant und somit eine zentrale Meinungsbildungsinstanz.

Die neuen Techniken der Fernsehübertragung und die Einführung des Privatfernsehens, das in der Türkei zeitgleich zu dem der Bundesrepublik entstand, haben ebenso wie die Differenzierung der türkischen Presselandschaft in Deutschland im letzten Jahrzehnt das Medien-nutzungsverhalten der hier lebenden türkischen Migranten verändert. Durch die Möglichkeiten, immer mehr Fernsehprogramme aus dem Herkunftsland zu empfangen und immer mehr türkische Tageszeitungen zu kaufen, haben sich weite Teile der Migrantengemeinschaft von den deutschen Medien ab- und den heimat Sprachlichen Sendern und Zeitungen zugewandt. Nutzten die Migranten bis Ende der 80er Jahre die von den deutschen öffentlich-rechtlichen Fernseh- und Rundfunkanstalten produzierten Zielgruppensendungen für die in Deutschland lebenden Ausländer ebenso wie die regulären Angebote der deutschen Sender, werden nun türkische Sender bevorzugt (vgl. Eckhardt 2000, 271).

Diese Entwicklung ist hinsichtlich ihrer Wirkung auf die Integration von Mehrheits- und Minderheitsgesellschaft ambivalent: Einerseits bietet sich den Migranten inzwischen eine mediale Vielfalt, die zur Konsolidierung der ethnisch-kulturellen Identität beitragen und das Defizit, das in den deutschen Medien über die Belange und Interessen der türkischen Migranten herrscht, ausgleichen kann. Die heimat Sprachlichen Medien dienen darüber hinaus als eine Plattform für die Problematisie-

rung der Situation der Migranten, die die deutschen Medien ihnen nicht bieten, und die für die Integration von nicht zu unterschätzender Bedeutung ist. Berücksichtigt werden muss auch, dass gerade für die erste Generation, die häufig mit Sprachproblemen zu kämpfen hat, von großer Bedeutung ist, aktuelle gesellschaftspolitische Entwicklungen und politische Diskussionen in Deutschland – beispielsweise über die Renten- oder Steuerreform bis zum Ausländerrecht – mittels der Muttersprache wahrnehmen zu können. Andererseits kann diese Entwicklung aber auch eine mediale Ghettoisierung verursachen. Besonders bei den türkeistämmigen Migranten besteht aufgrund des großen Angebotes an heimat Sprachlichen Medien die Gefahr, dass sie sich durch den Konsum staatlicher und kommerzieller Fernsehsender aus der Türkei und die Lektüre meist stark boulevardistisch ausgerichteter Zeitungen in eine massenmediale Isolation begeben. Der Integration wäre eine solche Entwicklung zweifellos abträglich. Denn zum einen bietet die türkische Berichterstattung ein eingeschränktes Meinungsspektrum und einen Informationsfluss aus den aktuellen Prioritäten und Blickwinkeln der Türkei, die bestimmte Themen, die in Deutschland von Bedeutung sind, nicht auf die Agenda setzen, während die Europaseiten zwar aufnahmelandorientiert, aber dennoch migrationsspezifisch berichten. Zum anderen kann der Rückzug der Migranten auf heimat Sprachliche Medien und hier insbesondere auf das Fernsehen, den vielseitig beklagten Rückgang der deutschen Sprachkenntnisse türkeistämmiger Kinder unterstützen. Befürchtet wird, dass eine Abwendung der Migranten von der deutschen Medienlandschaft die Segmentierung und Ethnisierung der Gesellschaft unterstützt, die sich seit dem Aufflammen rechtsradikaler und fremdenfeindlicher Gewalttaten Anfang der 1990er Jahre auch bei der zweiten und dritten Generation der Zuwanderer bemerkbar macht.

Ein genauerer Blick auf das Mediennutzungsverhalten zeigt aber, dass diese Befürchtungen mit Blick auf die „heimat Sprachlichen“ Medien weit übertrieben sind.

2 Türkische Tageszeitungen

Türkische Tageszeitungen sind bereits seit geraumer Zeit zu einem festen Bestandteil der Presselandschaft in der Bundesrepublik Deutschland geworden.

Ende der sechziger Jahre erschienen die türkischen Tageszeitungen *Tercüman* und *Akşam* als erste auf dem deutschen Medienmarkt, wobei *Akşam* schon nach kurzer Zeit seine Publikation einstellen musste. Nach-

dem in den darauffolgenden Jahren auch die Versuche anderer türkischer Zeitungen (*Cumhuriyet*, *Sabah*, *Meydan*, *Güneş*), in der Bundesrepublik Fuß zu fassen, scheiterten, erscheinen heute neun türkische Tageszeitungen mit eigenen Europa-Ausgaben. Außerdem publiziert *Cumhuriyet* seit Oktober 1990 eine Wochenzeitung in der Bundesrepublik. *Dünya*, eine Wirtschaftszeitung, erscheint seit 1992 wöchentlich.

Abb. 1: Auflagenhöhe und politische Ausrichtung türkischer Zeitungen in Deutschland (nach Angaben der Verlage 2002)

	Redaktionelle Linie	Auflage in der BRD	Erstes Erscheinungsjahr
<i>Hürriyet</i>	Liberalkonservativ mit deutlicher Neigung zur Boulevardpresse	110.000	1971
<i>Milliyet</i>	Linksliberal	22.000	1972
<i>Türkiye</i>	Konservativ-traditionell	50.000	1988
<i>Zaman</i>	Konservativ-religiös	13.000	1990
<i>Milli Gazete</i>	Religiös-fundamentalistisch	10.000	1973
<i>Evrensel</i>	Links	3.000	1995
<i>Özgür Politika</i>	Kurdische Zeitung in türkischer Sprache, links	12.000	1995
<i>Vakit</i>	Religiös-fundamentalistisch	3.000	2000
<i>Tercüman</i>	Konservativ-national	4.000	2002
Wochenzeitungen			
<i>Dünya Hafta</i>	Wirtschaftszeitung	13.000	1992
<i>Cumhuriyet Hafta</i>	Linksliberal	4.800	1990

Alle Zeitungen werden in Frankfurt/Main gedruckt. Dort befindet sich der Hauptsitz der Redaktionen. Hauptamtliche Journalisten arbeiten in verschiedenen Großstädten der Bundesrepublik wie Bonn, Hamburg, Berlin, München und Köln.

Einen Großteil der Berichterstattung übernehmen ca. 130 nebenamtliche Lokalreporter, die sich auf ganz Deutschland verteilen. Fast die Hälfte arbeitet in Nordrhein-Westfalen, wo sich der relativ größte Teil der türkischen Bevölkerung befindet. Da sich die Berichterstattung dieser

Lokalreporter speziell auf Kommunales bezieht, werden ihre Artikel von der Leserschaft mit großem Interesse aufgenommen.

Hürriyet, eine der traditionsreichsten Tageszeitungen der Türkei, erscheint schon seit 1972 mit einer speziellen Deutschlandausgabe. Mit einer Auflage von 110.000 Exemplaren ist sie die türkische Zeitung mit den meisten Lesern und daher dem potentiell größten Einfluss. *Hürriyet* ist im konservativen politischen Spektrum angesiedelt, mitunter mit liberalen Zwischentönen.

Nach eigenem Selbstverständnis bemüht sich *Milliyet* um seriösen Journalismus, geht davon aus, dass die meisten Türken dauerhaft in der Bundesrepublik bleiben und möchte deshalb ausführlich über die Entwicklungen in der Bundesrepublik informieren. Sie vertritt die These einer wechselseitigen Integration und vermeidet bewusst die Aufbauscheidung von Ausländerfeindlichkeit, weil sie an guten Beziehungen zwischen Deutschen und Türken interessiert ist. *Milliyet* hat eine tägliche Auflage von 22.000 Exemplaren und tendiert zum linksliberalen Lager.

Die Zeitung *Türkiye* ist ein auch in der Türkei eher junges Blatt, aber mit einem großen Leserkreis. In der Bundesrepublik erscheint sie erst seit 1988. *Türkiye* ist rechtskonservativ geprägt. Nach Angaben der Herausgeber wird sie täglich in einer Gesamtauflage von 50.000 Exemplaren in der Bundesrepublik hergestellt.

Ein Sonderfall ist die *Milli Gazete*, ein streng islamisch ausgerichtetes Blatt, das ausschließlich an Abonnenten ausgeliefert wird. Nach Angaben der Redaktion beträgt die Auflage z.Zt. 10.000 Exemplare. *Milli Gazete* wurde 1973 als Zeitung für die Muslime in der Türkei gegründet. Sie setzt sich bewusst von dem boulevardistischen Stil herkömmlicher Zeitungen der Türkei ab und kritisiert die Pseudo-Religiosität einiger rechtsgerichteter Zeitungen. Sie hat sich selbst die Verschmelzung von Islam und Journalismus zum Ziel gesetzt.

Die Tageszeitung *Zaman* ist stark islamisch geprägt und hat eine konservative Redaktionslinie. *Zaman* erreicht inzwischen eine Auflagenhöhe von 13.000 Exemplaren. Darüber hinaus erscheint mit *Özgür Politika* auch eine kurdische Zeitung – allerdings in türkischer Sprache – in einer Auflage von immerhin 12.000 Exemplaren. Mit einer Auflage von 3.000 Exemplaren so gut wie bedeutungslos ist die linksorientierte *Eyrensel*, ebenso wie *Vakit* und *Tercüman*.

Der türkische Zeitungsmarkt in Deutschland unterliegt raschen Wandlungsprozessen – in schneller Fluktuation begeben sich einige Zeitungen auf den europäischen Markt, um ebenso rasch wieder zu verschwinden. Die durchaus populären Blätter *Sabah* und *Star* haben sich

wieder vom deutschen Markt verabschiedet, *Tercüman* hatte sein Erscheinen in den neunziger Jahren vorrübergehend eingestellt.

Die türkische Presse ist bemüht, nicht nur eine Informationsfunktion für ihre Leserschaft zu erfüllen, sondern auch selbst eine aktive Rolle in der gesellschaftlichen Entwicklung zu spielen. Ein spezifisches Selbstverständnis trifft für alle hier erscheinenden Zeitungen, unabhängig von ihrem politisch-ideologischen Standpunkt, zu: Die türkische Presse versteht sich heute explizit als Anwalt ihrer jeweiligen Leserschaft. Dieses Selbstverständnis prägt die Art ihrer Berichterstattung. Ihre selbst übernommene anwaltschaftliche Funktion zwingt die Zeitungen nachzuweisen, sich gegenüber öffentlichen Institutionen und Behörden massiv für die Interessen ihrer Leserschaft eingesetzt zu haben.

Eine weitere Besonderheit der türkischen Zeitungen besteht in ihrem äußeren Erscheinungsbild: Sie legen ausgeprägten Wert auf das Visuelle, so dass für ausländische Beobachter ein Vergleich mit der europäischen Boulevardpresse nahe liegt. Die Schlagzeilen erscheinen kürzer und größer als in europäischen Blättern. Fotos beanspruchen einen großen Teil des zur Verfügung stehenden Raumes.

Ein Großteil der Tageszeitungen erscheint in Deutschland einen Tag später als die Europa-Ausgaben der in der Türkei erscheinenden Tageszeitungen. Ihr Umfang variiert zwischen 12 und 18 Seiten; sie erscheinen siebenmal in der Woche. Alle heute in Deutschland gedruckten Zeitungen sind privatwirtschaftlich organisiert. Türkische Redakteure in Istanbul und in Frankfurt gestalten die Zeitung gemeinsam. Nachdem die Originalausgabe von türkischen Redakteuren in der Türkei vorbereitet und veröffentlicht wurde, gestaltet sie die Redaktion für die entsprechende Auslandsausgabe je nach Menge des von der Frankfurter Redaktion beschafften Materials und der Deutschlandanzeigen um und schickt die ganze Filmvorlage per Flugzeug oder via Satellit nach Frankfurt. Zusätzliche Änderungen werden noch in Deutschland vorgenommen. Gegen Abend gehen die Zeitungen in Druck, werden von den deutschen Verteilernfirmen abgeholt und in der Bundesrepublik und anderen europäischen Ländern vertrieben (vgl. auch Goldberg in aid 3/96, 4f.).

3 Deutschland- und europabezogene Themen in türkischen Printmedien

Das Zentrum für Türkeistudien wertet im Auftrag des Bundespresseamtes die in Deutschland erhältliche türkische Tagespresse mit Blick auf die Berichterstattung über die Politik der Bundesregierung und den Themen-

bereich Türkei-EU aus. Bei der Politik der Bundesregierung werden ausdrücklich nicht nur integrationspolitische und ausländerrechtliche Themenbereiche berücksichtigt, sondern das gesamte politische Spektrum. Ausgewertet wurden die in Deutschland erhältlichen Zeitungen *Hürriyet*, *Milliyet*, *Türkiye*, *Tercüman*, *Zaman* und *Evrensel* sowie die nur in der Türkei erhältlichen *Aksam*, *Sabah* und *Radikal*. Für die sechs ausgewerteten, in Deutschland erhältlichen Zeitungen wurde für den Zeitraum vom 15. März bis 15. Mai 2004 eine inhaltliche Kategorisierung der Artikel zu Deutschland und Europa vorgenommen. Statistisch stellt sich die thematische Gewichtung für diesen Zeitraum wie folgt dar:

Abb. 2: Deutschlandbezogene Themenfelder in türkischen Tageszeitungen vom 15.03.-15.05.2004

Themenfeld	Anzahl Artikel	%
Bilaterale Beziehungen	41	8,3
EU-Beitritt	155	31,4
Ausländer-, Zuwanderungspolitik	170	34,5
Sonstige deutsche Innenpolitik	86	17,4
Sonstige deutsche Außenpolitik	30	6,1
Andere Themen	11	2,2
Gesamt	493	100

Die Auswertung bestätigt die Dominanz der Themenbereiche EU – mit 31% der ausgewerteten Artikel – sowie Ausländer- und Zuwanderungspolitik – mit 35% der ausgewerteten Artikel. Im gesamten Frühjahr 2004 stand bei der Berichterstattung über die deutsche Innenpolitik die – von den deutschen Medien eher vernachlässigte – Diskussion um einen Zuwanderungskompromiss einschließlich der in diese Debatte eingebrachten Fragen des Ausländerrechts und der Terrorbekämpfung im Mittelpunkt. Weiteres wichtiges Thema war die Debatte um ein Verbot des Kopftuches für Lehrerinnen und im öffentlichen Dienst. Ungeachtet der Tatsache, dass die EU-Beitrittsdiskussion im Berichtszeitraum keine erwähnenswerte Wende nahm, genossen Verlautbarungen deutscher Politiker zum EU-Beitritt der Türkei regelmäßige Aufmerksamkeit. Seit sich die Bundesregierung 1999 maßgeblich für die Gewährung des Status ei-

nes Beitrittskandidaten zur EU an die Türkei eingesetzt hatte, hat sich der Tenor in der Berichterstattung über Deutschland generell stark zum Positiven gewandelt. Der Großteil der Berichterstattung über die bilateralen Beziehungen entfiel auf die Wirtschaft, wobei im Berichtszeitraum insbesondere die Eröffnung mehrerer deutsch-türkischer Kooperationsprojekte im Mittelpunkt stand. Im Themenfeld Innenpolitik dominierte die Arbeitsmarktentwicklung sowie die Debatte um die Umsetzung der „Agenda 2010“ der Bundesregierung. Die sonstige außenpolitische Berichterstattung ist durch den deutschen Afghanistan-Einsatz bestimmt.

Im Ergebnis wird deutlich, dass die untersuchten Europaausgaben ausgesprochen migrationsspezifisch berichten. Deutsche Innenpolitik und ihre Implikationen für die türkischen Migranten sind insgesamt stärker gewichtet als die internationalen Fragen und sogar der EU-Beitritt der Türkei.

4 Ein Tag in den türkischen Printmedien in Deutschland – 5. Mai 2004

Exemplarisch werden unten die Berichte des 5. Mai 2004 skizziert, um einen Eindruck der Qualität der Berichterstattung zu vermitteln.

4.1 Zuwanderungsgesetz und Ausländerpolitik

In *Hürriyet* ist ein Bericht über die Bewertung der Ausländerbeauftragten der Bundesregierung, Marieluise Beck, zu den Entwicklungen in der Zuwanderungsfrage zu lesen. Hier heißt es, die Forderungen der CDU/CSU in den Zuwanderungsgesprächen würden die Einführung eines modernen Zuwanderungsrechts verhindern. Die Unionsparteien hätten bisher die Offenheit und Kompromissbereitschaft, die man an sie von Regierungsseite herangetragen habe, ausgenutzt, so Beck.

Neben diesem Bericht steht unter der Überschrift „Aufruf, nicht zu blockieren“ ein kurzer Artikel zur Stellungnahme von Bundeskanzler Gerhard Schröder zum Thema. So habe dieser, an die CDU/CSU gerichtet, geäußert, dass es ein großer Fehler wäre, wegen eines Punktes – der Sicherheitsverwahrung – die Verabschiedung des gesamten Zuwanderungskompromisses aufzugeben.

In einem weiteren Abschnitt wird die Äußerung des Saarländischen Ministerpräsidenten Peter Müller aufgegriffen, der angeregt habe, dass eine Einigung unter Ausschluss der Grünen möglich sein könnte.

Zu diesem Thema berichten auch alle anderen Zeitungen.

4.2 Türkei – EU

Hürriyet berichtet unter der Überschrift „Das Türkei-Duell zweier Brüder“ über die unterschiedlichen Standpunkte der Brüder Wulf und Jörg Schönbohm, beide CDU, zu einer EU-Mitgliedschaft der Türkei. Während der Innenminister von Brandenburg, Jörg Schönbohm, sich gegen einen EU-Beitritt der Türkei ausgesprochen habe, habe der jüngere Wolf Schönbohm, Vertreter der Konrad-Adenauer-Stiftung in Ankara mit den Worten: „Die Türkei ist in jeder Hinsicht wichtig für die EU. Der Zug ist abgefahren, es gibt kein zurück mehr. Das Land ist ein Beweis dafür, dass Islam und Demokratie in einem Rechtsstaat, wie es die Türkei einer ist, vereinbar sind“ eine türkische Mitgliedschaft unterstützt.

Hierzu berichten außerdem *Milliyet* und *Zaman*.

„Eine scharfe Warnung an Europa“ lautet die Schlagzeile in *Türkiye* zu dem Bericht über aktuelle Äußerungen des türkischen Ministerpräsidenten Erdoğan zur EU-Frage. Erdoğan wird wie folgt zitiert: „Eine EU, die die Türkei ausschließt, wird in Zukunft Schwierigkeiten haben, von den Idealen Europas zu sprechen. So betrachtet, wird im Dezember diesen Jahres nicht die Türkei, sondern vielmehr Europa geprüft werden.“ Wenn die EU keinen Verhandlungstermin festlegt, werde man andere Möglichkeiten finden, das starke Potential der Türkei einzubringen und zu nutzen, so Erdoğan weiter.

Ein ähnlicher Bericht ist in *Zaman* zu lesen.

Zaman berichtet unter der Überschrift „Umfrage der CSU ergab klares JA für eine Mitgliedschaft der Türkei“, dass eine Umfrage auf der Internetseite der CSU, die von der bayrischen Landtagsgruppe der Partei initiiert wurde, ergab, dass 69 Prozent der Besucher der Seite, die an der Umfrage teilnahmen, positiv über einen türkischen EU-Beitritt dachten. Rainer Steenblock von Bündnis 90/Die Grünen habe daraufhin die CSU aufgerufen, in ihrer künftigen Türkeipolitik diese Umfrageergebnisse zu berücksichtigen.

„Casini: Die Türkei muss Mitglied werden“ lautet die Überschrift unter der *Türkiye* auch berichtet, der italienische Parlamentsvorsitzende, Casini, habe sich während seines Besuchs in Ankara seinem türkischen Amtskollegen gegenüber für eine türkische EU-Mitgliedschaft ausgesprochen. Die EU brauche die Türkei sowie auch die Türkei die EU brauche. Ein Beitritt der Türkei zur EU sei ganz sicher notwendig, so Casini.

4.3 Bewertung

Auffällig ist, dass in den beiden Themenbereichen, die die quantitativ wichtigsten in der Auswertung sind, sehr detailreich berichtet wird. Es fanden Nachrichten Eingang in die Berichterstattung, die den Weg in die deutschen Zeitungen – zumindest in diejenigen mit etwa vergleichbarer Ausführlichkeit – nicht geschafft haben. Dies gilt am 05.05.2004 sogar durchgängig für alle zitierten Nachrichten und Artikel. Inhaltlich wie in der Quantität der behandelten Themenbereiche deutet also vieles darauf hin, dass die türkischen Zeitungen ein zu den deutschen Angeboten komplementäres Angebot für die Migrantinnen und Migranten darstellen.

5 Fernsehen

Nutzen die Migranten bis Ende der 80er Jahre die von den deutschen öffentlich-rechtlichen Fernseh- und Rundfunkanstalten seit 1964 produzierten Zielgruppensendungen für die in Deutschland lebenden „Gastarbeiter“ ebenso wie die regulären Angebote der deutschen Sender rege, verschob sich die Nutzung der Medien mit zunehmendem Angebot zugunsten der heimat Sprachlichen Medien.

Bis 1990 strahlte nur der staatliche Sender TRT, dessen Inhalte an der jeweiligen Regierungspolitik ausgerichtet sind, sein Programm in Deutschland aus. Seit 1991 kann der eigens für die Migranten produzierte Ableger (*TRT-Int*) über Kabel empfangen werden, der zunächst große Teile der türkeistämmigen Zuschauer an sich binden konnte. Der Anteil an Nachrichten- und Informationssendungen ist hier deutlich höher als bei kommerziellen Sendern, die Unterhaltungssendungen sind auf türkische Produktionen begrenzt. Auch die musikalischen Beiträge beschränken sich auf türkische Musik. *TRT-Int* verfügt über einen relativ großen Mitarbeiterstab im Ausland, vorwiegend in Deutschland, teilweise werden Sendungen auch in Deutschland produziert. Der Sitz des Senders ist Berlin. Obwohl innenpolitische Themen der Türkei im Vordergrund stehen, werden in verschiedenen Sendungen Probleme und Perspektiven der türkischen Migranten in Deutschland thematisiert. Ziel des Senders ist aber primär, die Verbundenheit der Migranten mit der Türkei zu fördern und aufrechtzuerhalten.

Als erster Privatsender ging 1990 *Star 1* (später umbenannt in *Interstar*) via Satellit auf Sendung. Nach und nach kamen eine ganze Reihe weiterer Privatsender hinzu (*Show TV, HBB, Tele On, Tele On, TGRT, atv, Kanal D, Kanal 7, NTV, TV 8*). Somit war die Monopolstellung von

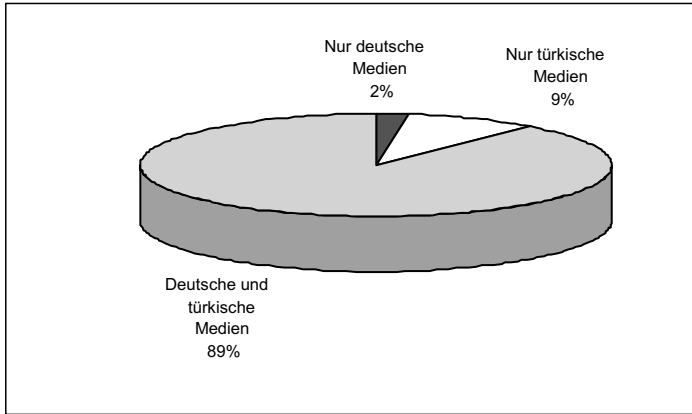
TRT-Int beendet. Die meisten der privaten Sender sind kommerziell ausgerichtet, ihre Programmstruktur konzentriert sich auf Unterhaltungssendungen. Es existiert inzwischen auch ein Pay-TV Kanal (*Cine 5*), ein eigener Musiksender (*Kral TV*), private Nachrichtensender (*NTV/CNN-Türk*). Auch die Kanäle *BRT* und *Samanyolu TV* können über Satellit empfangen werden. Es gibt einige Sender, die offensiv eine bestimmte politische, oft konservativ-traditionelle Linie vertreten, wie *Kanal 7*, der der ehemaligen Wohlfahrts- und späteren (seit kurzem verbotenen) Tugend-Partei nahe steht, oder wie *TGRT*, die der IHLAS-Gruppe gehört. Die Nachrichtensendungen und Politmagazine sind jedoch in der Regel nicht politisch gesteuert.

6 Deutsche oder türkische Medien?

Die starke Nutzung türkischer Medien ist nicht automatisch ein Hinweis auf eine oft vermutete „mediale Ghettoisierung“. Vielmehr ist die Mediennutzung durchaus differenziert und korrespondiert mit der Lebenswirklichkeit in der Migration. Das ZfT hat 2002 in einer bundesweiten telefonischen Befragung 1000 erwachsenen Türkeistämmige – also auch Eingebürgerte – zu Ihrem Mediennutzungsverhalten befragt. Fast alle Befragten (98%) nutzen türkischsprachige Medien. Zugleich nutzen 91% aber auch deutsche Medien. Daraus ergeben sich 89% aller Befragten, die sowohl türkische als auch deutsche Medien nutzen. Nur 9% nutzen ausschließlich türkische und 2% ausschließlich deutsche Medien.¹

1 Diese Verteilung entspricht den Ergebnissen vorangegangener Untersuchungen zur Mediennutzung türkischer Migranten durch das ZfT und weiteren Erhebungen (vgl. Zentrum für Türkeistudien 2001 und Weiß/Trebbe 2001).

Abb. 3: Nutzung deutscher und türkischer Medien (Prozentwerte)



Frauen nutzen etwas häufiger als Männer nur türkische, zugleich etwas seltener nur deutsche Medien. Deutlicher sind die Unterschiede zwischen den Altersgruppen bzw. Generationen: Jüngere Befragte nutzen seltener nur türkische und häufiger deutsche sowie deutsche und türkische Medien als ältere Befragte, unter denen sich gar keine Nutzer nur deutscher Medien befinden. Dennoch ist zu beachten, dass auch unter den älteren Migranten nur eine kleine Gruppe um 11% ausschließlich türkische Medien nutzt.

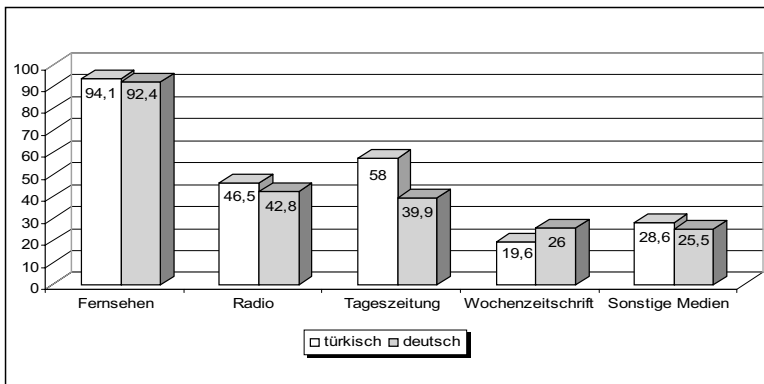
Selbstverständlich wirken sich die Sprachkenntnisse darauf aus, in welcher Sprache Medien genutzt werden. Allerdings nutzen Befragte mit guten Türkischkenntnissen nur türkische Medien unterdurchschnittlich häufig, dafür sowohl deutsche als auch türkische Medien überdurchschnittlich. Erstaunlich ist, dass Befragte mit mittelmäßigen und schlechten Türkischkenntnissen dennoch überproportional häufig nur türkische Medien nutzen, diejenigen, die schlecht Türkisch können, jedoch auch überproportional häufig nur deutsche Medien.

Diejenigen Befragten, die über gute Deutschkenntnisse verfügen, nutzen zwar leicht überdurchschnittlich häufig nur deutsche Medien, jedoch auch überdurchschnittlich häufig sowohl türkische als auch deutsche Medien. Befragte mit mittelmäßigen oder schlechten Deutschkenntnissen nutzen dagegen naturgemäß deutlich seltener deutsche Medien, sie greifen überproportional häufig auf türkische Medien zurück. Allerdings nutzen auch mehr als 80% derjenigen, die schlecht Deutsch können, sowohl türkische als auch deutsche Medien.

Die Nutzung zumindest auch türkischer Medien durch Befragte mit guten Deutschkenntnissen belegt, dass türkische Medien keineswegs nur als Kompensation schlechter Deutschkenntnisse genutzt werden, sondern als zusätzliche Informationsquelle Verwendung finden.

Das bevorzugte Medium ist dabei erwartungsgemäß das Fernsehen, 94% sehen türkische und 92% deutsche Sender. Türkische Tageszeitungen werden von 58% der Befragten genutzt, deutsche Tageszeitungen von 40%. Radio hören die Befragten fast gleichermaßen in Deutsch (43%) und in Türkisch (46%). Wochenzeitungen werden dagegen eher in Deutsch (26%) als in Türkisch (20%) gelesen. Daneben nutzen rund ein Viertel der Befragten andere Medien, vor allem das Internet in Deutsch und in Türkisch, um sich zu informieren.

Abb. 4: Genutzte türkische und deutsche Medien (Prozentwerte, Mehrfachnennungen)



Die Mediennutzung gibt also keinen Hinweis auf die Entwicklung einer türkischen „Parallelgesellschaft“ – im Gegenteil nimmt die Nutzung der deutschen Medien unter den Jüngeren sogar wieder eher zu als ab. Eben so wenig zeigt die jüngere Altersgruppe bei ihrer Mediennutzung jedoch einen Trend zur Assimilation, da mit der verstärkten Nutzung deutscher Medien keine Abkehr von den herkunftssprachlichen Medien einher geht.

Die in diesem Mediennutzungsverhalten zu Tage tretende Doppelidentität der Türkeistämmigen ist – obwohl von „medialen Ghettos“ keine Rede sein kann – nicht unproblematisch. Die oft geschmähte „Multikulturalität“ kennzeichnet nicht nur das Zusammenleben von Zuwande-

ren und Deutschen, sondern oftmals die Lebenswirklichkeit der Migranten selbst (vgl. Güntürk 1999).

Die in neuerer Zeit entworfene Alternative der interkulturellen Gesellschaft, die in Abgrenzung zur Multikulturalität den intensiven Kulturaustausch im Sinne eines gesamtgesellschaftlichen Akkulturationsprozesses betont, würde sich indessen durch ein Mehr an authentische Kulturproduktion und -rezeption von Zuwanderern auszeichnen und weniger die Entwicklung von Patchwork-Identitäten befördern.

Da weder Medien des Herkunftslandes noch der Aufnahmegesellschaft dem Lebensgefühl der Zuwanderer immer gerecht werden, sind authentische Angebote von Migranten für Migranten nicht nur unerlässlich, sondern auch erfolgreich – so etwa das türkischsprachige Privatradio *Metropol FM*, der von türkeistämmigen Jugendlichen in Berlin inzwischen meistgehörte Sender. Auch *WDR/Funkhaus Europa* in Nordrhein-Westfalen etabliert sich zunehmend und emanzipiert sich deutlich vom „Gastarbeiterfunk“ früherer Jahre. An Bedeutung gewinnen auch Druckerzeugnisse, die von Deutschtürken für Deutschtürken konzipiert wurden. Ein positives Beispiel war die Wochenzeitung *Funkhaus Europa*, die von September 2000 bis Mitte 2001 erschien und mit der Donnerstagsausgabe der *taz* vertrieben wurde. Sie wurde in Deutschland produziert, erschien zweisprachig und verstand sich inhaltlich als Gegengewicht zur sonst in Deutschland vertriebenen türkischen Presse. Zeitweilig erschienen auch deutschsprachige Magazine wie *Etap*, *Hayat* oder *Türkis*, konzipiert speziell für türkische Jugendliche. Gerade das Projekt *Etap* war einmalig, weil sich erstmals ein deutschsprachiges Lifestyle-Magazin an eine anspruchsvolle junge türkische Leserschaft wandte. Diese Emanzipationsbestrebungen der Deutschtürken fanden unglücklicherweise auf einem von scharfer Konkurrenz geprägten und unter großem Kostendruck stehenden deutschen Pressemarkt statt, weshalb kein Projekt lang überlebt hat.

7. Ausblick

Die komplementäre Nutzung deutscher und türkischer Medien durch die türkische Community in Deutschland wird auch mittel- bis langfristig Bestand haben. Weder deutsche noch türkische Medien allein korrespondieren momentan hinreichend mit der Lebenswirklichkeit der Migranten. Die Debatte um die integrative oder desintegrative Konsequenz dieses Mediennutzungsverhaltens wird in Politik und Wissenschaft auf breiter Basis geführt. Ein Schritt zu mehr Integration wäre ohne Frage die Aus-

weitung der von Migranten für Migranten in Deutschland produzierten Medienangebote. Dessen ungeachtet sind die traditionellen Angebote inzwischen auch aufnahme-, nicht nur herkunftslandorientiert. Für eine Einschätzung der desintegrativen Folgen der Nutzung türkischer Medien durch die Migranten ist der Kenntnisstand aber eigentlich nicht ausreichend. Insbesondere fehlen, über die vorhandenen Kenntnisse zur (quantitativen) Nutzung deutscher und türkischer Medien hinaus, qualitative Erkenntnisse zur Medienwirkung. Es gibt aber deutlich empirisch-wissenschaftliche Hinweise darauf, dass die Zuwanderer den von ihnen genutzten Medien durchaus kritisch gegenüberstehen.² Welche Glaubwürdigkeit wird seitens der Migranten deutschen bzw. türkischen Medien zugeschrieben? Gibt es „belletristische“ Rezeptionsweisen einzelner Medien usw.? Die Beantwortung dieser Fragen durch die Medienwirkungsforschung steht erst am Anfang.

Literatur

- Eckhardt, Josef (2000): Mediennutzungsverhalten von Ausländern in Deutschland. In: Schatz, Heribert/Holtz-Bacha, Christina/Nieland, Jörg-Uwe (Hrsg.): Migranten und Medien. Neue Herausforderungen an die Integrationsfunktion von Presse und Rundfunk. Wiesbaden: Westdeutscher Verlag, S. 265-271.
- Goldberg, Andreas (1996): Türkische Medien in Deutschland. In: aid – Ausländer in Deutschland. Informationsdienst zu aktuellen Fragen der Ausländerarbeit. 3/1996, 12. Jahrgang, S. 4f.
- Güntürk, Reyhan (1999): Mediennutzung der Migranten – mediale Isolation? In: Butterwegge, Christoph/Hentges, Gudrun/Sarigöz, Fatma (Hrsg.): Medien und kulturelle Gesellschaft. Opladen: Leske & Budrich, S. 136-143.
- Hafez, Kai (2002): Türkische Mediennutzung in Deutschland: Hemmnis oder Chance der gesellschaftlichen Integration? Eine qualitative Studie im Auftrag des Presse- und Informationsamtes der Bundesregierung. Hamburg/Berlin.
- Weiß, Hans-Jürgen/Joachim Trebbe (2001): Mediennutzung und Integration der türkischen Bevölkerung in Deutschland. Ergebnisse einer Umfrage des Presse- und Informationsamtes der Bundesregierung. Potsdam 2001.

2 Als einzige Studie hierzu bisher siehe Hafez 2002.

Zentrum für Türkeistudien (2001): Mediales Ghetto bei türkischen Migranten? Eine Analyse des Medienkonsums türkischer Migranten in Deutschland. ZfT-aktuell Nr. 86, Essen.

Der Autor

Dirk Halm, Dr. phil; seit 1999 wissenschaftlicher Mitarbeiter der Stiftung Zentrum für Türkeistudien an der Universität Duisburg-Essen.

Studium der Sozialwissenschaften an der Universität Münster; Promotion 1997; wissenschaftlicher Mitarbeiter bei der Deutschen Stiftung für internationale Entwicklung in Berlin; 1998-1999 wissenschaftlicher Mitarbeiter am Arbeitsbereich Linguistik der Universität Münster.

Publikationen (Auswahl): mit Martina Sauer: Das Zusammenleben Deutschen und Türken. Entwicklung einer Parallelgesellschaft? In: WSI-Mitteilungen 10/2004 (Bund-Verlag, ISSN 0342-300 X), S. 547-554; mit Martina Sauer: Freiwilliges Engagement von Türkinnen und Türken in Deutschland. In: Zeitschrift für Ausländerrecht und Ausländerpolitik 11/12/2004 (Nomos, ISSN 721-5746), S. 416-424; mit Faruk Sen: Kulturelle Infrastrukturen türkischstämmiger Zuwanderer. In: Thomas Röhke/Bernd Wagner: Jahrbuch für Kulturpolitik 2002/2003. Essen 2003 (Klartext, ISBN 3-9861-184-1), S. 86-95.