

- > Bernd Neumann startet „Nationale Initiative Printmedien“ /Kinder sollen Zeitschriften und Zeitungen lesen
- > Aktionen von Verlagen und Institutionen sollen besser koordiniert und vernetzt werden
- > Informationsplattform im Internet /Jährlicher Schülerwettbewerb zum Umgang mit Printmedien

„Leseförderung und Erziehung zum mündigen Bürger müssen stärker miteinander verknüpft werden“

> Interview mit Bernd Neumann, Staatsminister für Kultur und Medien



> Bernd Neumann

Geboren: **6. Januar 1942**

1963 bis 1966 Studium der Pädagogik

1966 bis 1971 Lehrer im Schuldienst Bremens

1971 bis 1987 Mitglied der Bremischen Bürgerschaft

Seit **1979** Landesvorsitzender der CDU Bremen

Seit **1975** Mitglied des Bundesvorstandes der CDU

Seit **1987** Mitglied des Bundestages

1991 bis 1998 Parlamentarischer Staatssekretär

Seit **November 1998** Obmann der CDU/CSU-Fraktion für Kultur und Medien

Seit **November 2005** Kulturstaatsminister

Der Staatsminister für Kultur und Medien Bernd Neumann hat im Bundeskanzleramt in Berlin die „Nationale Initiative Printmedien - Zeitungen und Zeitschriften in der Demokratie“ gestartet. Staatsminister Bernd Neumann betonte: „Mit der ‘Nationalen Initiative Printmedien’ werden wir ein bundesweites Netzwerk schaffen, unter dessen Dach die beteiligten Akteure das öffentliche Bewusstsein für die Bedeutung der Printmedien als politische Leitmedien stärken wollen. Insbesondere für junge Menschen sollte das Lesen von Zeitungen und Zeitschriften wieder selbstverständlicher werden. Die Aktivitäten der Initiative knüpfen an die erfolgreichen Projekte der einzelnen Mitglieder an und werden mit der ‘Nationalen Initiative Printmedien’ nicht bloß punktuelle Maßnahmen, sondern eine auf Dauer angelegte Kampagne ins Werk setzen.“

promedia: Herr Neumann, die Verlage bauen Internetportale aus, mehr als 60 Prozent der Bürger nutzen regelmäßig das Internet und vor kurzem haben Sie ein „Netz für Kinder“ gestartet. Jetzt initiieren Sie eine „Nationale Initiative Printmedien“. Ist das nicht ein Anachronismus?

Neumann: Nein, das Gegenteil ist der Fall. Denn aus meiner Sicht, die ja auch von allen Partnern der Initiative geteilt wird, liegt die Zukunft nicht in den onlinegestützten elektronischen Medien allein, sondern in einem

intelligenten Medienmix, in dem Zeitungen und Zeitschriften trotz zunehmender Konkurrenz durch elektronische Medienangebote eine wichtige Rolle spielen werden. Periodische Printmedien vermitteln nachhaltige, profunde Information und Orientierung, laden zu gründlicher und kritischer Lektüre ein. Sie schulen den Umgang mit der Sprache, machen die Lektüre auch zu einem im wahrsten Sinne des Wortes greifbaren Erlebnis. All das können elektronische Medien kaum bieten. Kinder und Jugendliche sollen deshalb die Quali-

täten von Zeitungen und Zeitschriften neu erleben können. Dabei geht es allerdings nicht darum, unsere Kinder und Jugendlichen von Computer und Internet fernzuhalten. Das wäre kontraproduktiv und würde an der Lebenswirklichkeit vorbei gehen. Wir wollen vielmehr dazu beitragen, dass Kinder und Jugendliche die spezifischen Vorzüge von Zeitungen und Zeitschriften erkennen und nutzen, und die so gewonnenen Fähigkeiten auch in der digitalen Medienwelt einsetzen. Denn gerade ein sicherer und kritischer Umgang mit der Sprache und gesellschaftlich oder politisch relevanten Themen wird sie in die Lage versetzen, die enormen Chancen des Internet zu nutzen und in dessen gewaltiger Informationsfülle den für ihr persönliches, berufliches und gesellschaftliches Leben gleichermaßen wichtigen Überblick zu behalten.

promedia: Die Mediennutzung verändert sich, neue Verbreitungswege werden genutzt. Glauben Sie, dass Sie mit dieser Initiative diesen Prozess stoppen können?

Neumann: Unbestreitbar ist, dass wir mit weiteren Verschiebungen der Mediennutzung zu Lasten von Zeitungen und Zeitschriften rechnen müssen. Die seit Jahren rückläufigen Reichweiten periodischer Printmedien gerade bei Kindern und Jugendlichen reflektieren den Paradigmenwechsel von analog zu digital in der Medienwelt, den junge Menschen selbstverständlicher und energischer vollziehen als ältere. Diesen Prozess kann man nicht aufhalten, geschweige denn rückgängig machen. Das bedeutet aber, wie ich eben dargelegt habe, noch lange nicht das Ende gedruckter Medien. Alle Prognosen, die in Zeitungen und Zeit-

schriften ein Auslaufmodell sehen, sind aus meiner Sicht verfehlt. Lassen Sie mich in diesem Zusammenhang den amerikanischen Pulitzer-Preisträger und Journalismus-Professor Michael Parks zitieren, der vor wenigen Tagen in einem Interview mit der Süddeutschen Zeitung festgestellt hat: „Solange Zeitungen ihren Zeitungseffekt haben, solange es noch diesen Glücksmoment gibt, umzublättern und auf etwas Unerwartetes zu stoßen, so lange wird es Zeitungen geben.“ Diese Einschätzung gilt übrigens aus meiner Sicht für Zeitschriften nicht minder. Allerdings können wir trotz dieses Befundes die Hände nicht einfach in den Schoß legen.

Wie alle kulturellen und zivilisatorischen Leistungen jungen Menschen nahe gebracht werden müssen, um ihnen Bedeutung und Dauer zu geben, muss Kindern und Jugendlichen auch der angemessene Umgang mit Zeitungen und Zeitschriften vermittelt werden, damit sie in Zukunft Teil unserer medialen und politischen Kultur bleiben können. Hier gibt es inzwischen leider deutliche Defizite, die viele Gründe haben, auf die ich an dieser Stelle nicht im Einzelnen eingehen kann. Mit unserer Initiative wollen wir einen wirksamen Beitrag dazu leisten, diese für unsere Gesellschaft wichtige Aufgabe zu erfüllen.

promedia: Was war für Sie persönlich der Anlass, diese Initiative ins Leben zu rufen?

Neumann: Zunächst einmal sind es natürlich die Sachgründe, die ich Ihnen soeben dargelegt habe. Aber ich bin auch selbst passionierter Leser von Zeitungen und Zeitschriften. Deshalb liegt es mir auch ganz persönlich sehr am Herzen, dass junge Menschen diese Form, die Welt kritisch und in Muße zu erschließen, für sich neu entdecken können. In zahlreichen Gesprächen, die ich über dieses Thema mit Verlegern, Journalisten und Medienwissenschaftlern, aber gerade auch mit Pädagogen und vielen jungen Leuten geführt habe, wurde mir deutlich, dass wir unsere medienpädagogischen Anstrengungen nicht nur bei den elektronischen Medien, sondern insbesondere bei Zeitungen und Zeitschriften deutlich erhöhen müssen.

Aus den von mir in den Bereichen Film und Internet mit verantworteten bzw. angestoßenen medienpädagogischen Aktionen „Vision Kino“ und „Ein Netz für Kinder“ weiß ich zudem, dass man nur mit nachhaltig angelegten Projekten Erfolge erzielen kann. Schließlich ist eine breite Unterstützung aus der Wirtschaft und anderen branchennahen Institutionen wichtig. Dies alles hat mich dazu ermuntert, die „Nationale Initiative Printmedien – Zeitungen und Zeitschriften in der Demokra-

tie“ als auf Dauer angelegtes Gemeinschaftsprojekt von insgesamt elf starken Partnern anzugehen.

promedia: Sie möchten mit der Initiative „das Bewusstsein für die Bedeutung einer freien Medienordnung für die Demokratie wecken“. Könnten Sie bitte den Zusammenhang zwischen Zeitungslesen und Demokratie noch ein wenig erläutern.

Neumann: Trotz zunehmender Konkurrenz elektronischer Angebote gehören Zeitungen und bestimmte Zeitschriften nach wie vor zu unseren politischen Leitmedien. Wer sich gründlich und verlässlich über die wesentlichen politischen und gesellschaftlichen Debatten informieren und an der öffentlichen Kommunikation teilhaben möchte, kann auf die Lektüre dieser Printmedien schlecht verzichten. Es gibt immer mehr Stimmen, die einen Zusammenhang zwischen der abnehmenden Nutzung von Printmedien, sinkender Lesefähigkeit und wachsendem Desinteresse an politischen und gesellschaftlichen Fragen sehen, auch wenn – soweit ich im Moment weiß – insoweit noch keine empirisch belegten Studien vorliegen. Deshalb ist es nicht nur für den Fortbestand einer pluralistischen Medienordnung, sondern auch für die Zukunft unserer Demokratie insgesamt lebenswichtig, dass besonders junge Menschen stärker über die klassischen schulischen Angebote hinaus an einen mündigen Umgang mit Zeitungen und Zeitschriften herangeführt werden. Leseförderung und Erziehung zum mündigen Bürger in der Demokratie müssen viel stärker als bisher miteinander verknüpft werden.

promedia: Sehen Sie auch einen Zusammenhang zwischen einem Rückgang an Zeitungslernern und einer rückläufigen Wahlbeteiligung bzw. Politikmüdigkeit?

Neumann: Dazu kenne ich keine belastbaren Umfragedaten. Aber ein Zusammenhang von Printmediennutzung und dem Interesse an Gesellschaft und Politik scheint mir geradezu auf der Hand zu liegen. Diejenigen, die sich regelmäßig über die aktuellen gesellschaftlichen und politischen Debatten informieren und an ihnen teilnehmen – das sind die Nutzer der Informationsangebote in allen Medien, aber besonders die Zeitungslerner. Sie werden sicher eher von ihrem Wahlrecht Gebrauch machen als diejenigen, die nicht lesen und politische Themen weitgehend ignorieren. Eine Demokratie ist unbedingt auf den informierten Bürger angewiesen. Nur wer zu einer differenzierten Bewertung gesellschaftlicher und politischer Vorgänge in der Lage ist, wird für die mitunter langwierigen,

schwierigen und manchmal auch schmerzlichen Willensbildungs- und Entscheidungsprozesse in der Demokratie Verständnis aufbringen und sich nicht von jenen politischen Kräften blenden lassen, die vermeintlich einfache Patentlösungen feil bieten. Das schließt ein, von seinen politischen Mitwirkungsrechten Gebrauch zu machen und sich nicht in den Schmollwinkel einer resignativen „Ich kann ja doch nichts verändern“- Haltung zurückzuziehen.

promedia: Hängen die Demokratiedefizite unbedingt mit einer Veränderung der Mediennutzung zusammen oder liegt es nicht auch daran, dass die Politik es nur unzureichend vermag, sich auf die neuen Medienwege und ein verändertes Medienverhalten einzustellen?

Neumann: Natürlich sind die Veränderungen in der Haltung gegenüber Gesellschaft und Politik, die wir bei vielen unserer Mitbürgerinnen und Mitbürger heute feststellen, nicht allein auf ein bestimmtes Mediennutzungsverhalten zurückzuführen. Hier spielen viele Ursachen eine Rolle, auch wenn man die Rolle, die Medien und die Art ihrer Nutzung dabei spielen, keineswegs unterschätzen darf. Sicher hat die Politik die Bedeutung der Veränderungen des Mediennutzungsverhaltens gerade junger Menschen für unsere politische Kultur in den letzten Jahren nicht sofort erkannt. Es hat lange gedauert, bis die politischen Parteien und Institutionen Online-Angebote präsentiert haben, die adressatengerecht und technisch wie funktional auf der Höhe der Zeit waren. Die Situation hat sich hier inzwischen erheblich verbessert.

promedia: Die Nutzung von Printmedien ist zwar gerade bei jungen Leuten seit Jahren stark rückläufig. Bietet aber nicht das Internet, auch mit seinen Diskussionsforen, ausreichende Möglichkeiten, sich politisch zu informieren?

Neumann: Die Stärken des Internet liegen in seiner Schnelligkeit, Aktualität und Interaktivität. Das sind Vorzüge, die auch die politische Information, Kommunikation und Teilhabe sehr fördern können. Andererseits haben wir heute gesicherte empirische Befunde, dass Vielleser von Zeitungen und Zeitschriften auch die elektronischen Informations- und Kommunikationsangebote überproportional häufig nutzen, während Nichtleser nicht nur die gedruckten, sondern auch häufig die elektronischen Informationsangebote ignorieren und ihren Medienkonsum im Wesentlichen auf Mainstreamunterhaltung, Sportsendungen und Spiele beschränken. Ich wage daher die These: Wer Zeitungen und Zeitschriften nicht

liest, schöpft auch die Informations- und Partizipationsmöglichkeiten des Internet nicht aus und hat vielleicht oft auch nicht die Fähigkeit, sich kritisch mit den Inhalten elektronischer Medienangebote auseinander zu setzen. Diese Kompetenz ist aber gerade im Internet gefragt, denn dort sind die Vertrauenswürdigkeit einer Quelle und die Validität von Informationen oft nur schwer zu beurteilen. Printmedien und Internet stehen also im Hinblick auf die politische Information, Kommunikation und Teilhabe in unserer Gesellschaft nicht in einem gegensätzlichen, sondern in einem komplementären Verhältnis zueinander.

promedia: Bereits heute existieren Initiativen der Printmedien, um Kinder und Jugendliche zu erreichen. Dazu gehören: Zeitungen und Zeitschriften in der Schule, Kinderzeitungen u.ä. Was schafft die Initiative dazu an Neuem?

Neumann: Es gibt in der Tat eine Reihe bekannter und auch erfolgreicher Projekte. Ich möchte hier nur beispielhaft die Initiative der Zeitungsverlage „Zeitung in der Schule“ und die vom Presse-Grosso „Zeitschriften in die Schulen“ - letztere steht unter meiner Schirmherrschaft - nennen. Trotz ihrer Erfolge bleiben diese Projekte bisher jedoch sektorspezifisch und damit in ihren Wirkungen begrenzt.

Auch lassen sie den Zusammenhang zwischen der Nutzung von Printmedien, der politischen Kommunikation in der Demokratie und dem Bestand einer freiheitlichen, auf Vielfalt ausgerichteten Medienordnung nicht immer hinreichend erkennen. Nicht zuletzt können die Projekte insbesondere in Schulen immer wieder auf Vorbehalte treffen, wenn Lehrerinnen und Lehrer, aber auch Eltern sie als verdeckte Promotion bzw. Werbung für bestimmte Unternehmen oder Produkte ansehen.

Unsere Initiative soll allerdings nicht an die Stelle der vorhandenen und nach wie vor eigenverantwortlich von den einzelnen Initiativpartnern betriebenen Projekte treten, sondern diese unterstützen und verstärken. In diesem Sinne wird die „Nationale Initiative Printmedien“ in folgenden vier Schwerpunktbereichen aktiv werden:

I. Den Initiativpartnern wird ein Forum für den Austausch der in den Einzelprojekten gesammelten Erfahrungen und Erkenntnisse geboten. Auf diese Weise können wichtige Synergieeffekte erzielt werden, welche die Wirksamkeit der einzelnen Projekte deutlich verbessern können. Zu diesem Zweck wird es jährliche Initiativtreffen auf politischer Ebene geben, die durch häufigere regelmäßige Arbeitstreffen auf Fachebene vorbereitet, ergänzt und vertieft werden.

2. Die Initiativpartner werden in dem beschriebenen organisatorischen Rahmen einen ständigen Dialog mit externen Praktikern und Wissenschaftlern führen, um rechtzeitig neue Entwicklungstendenzen in den relevanten Arbeitsbereichen erkennen und darauf reagieren zu können. Besonders wichtig wird dabei die Frage sein, wie Zeitungen und Zeitschriften für Kinder und Jugendliche attraktiver gestaltet werden und welche Rolle crossmediale Strategien dabei spielen können.

3. Es wird ein zentrales Anliegen der Initiative sein, Kinder und Jugendliche unmittelbar in ihre Aktivitäten einzubeziehen. Denn wir wollen nicht nur über die Kinder und Jugendlichen sprechen, sondern mit ihnen. Deshalb werden wir jedes Jahr einen Schülerwettbewerb ausloben. Im Rahmen der von den Initiativpartnern durchgeführten Fördermaßnahmen können Schulklassen Arbeiten einreichen, die unter einem jährlich wechselnden Generalthema stehen und einen Bezug zu Zeitungen oder Zeitschriften haben müssen. Eine fachlich ausgewiesene Jury wird die besten drei Arbeiten auswählen.

Die siegreichen Schulklassen gewinnen eine zweitägige Reise nach Berlin, die einen Besuch des Deutschen Bundestages und die Siegerehrung im Rahmen des politischen Jahrestreffens der Initiative im Bundeskanzleramt einschließt. Das Thema des ersten Preisausschreibens lautet: „Mein Land Deutschland – 60 Jahre Bundesrepublik“.

4. Auf der Internetseite des Beauftragten der Bundesregierung für Kultur und Medien (www.kulturstaatsminister.de) betreibt die Initiative inzwischen eine Informationsplattform für alle interessierten Institutionen, Vereinigungen und Bürger, insbesondere aber für Schülerinnen und Schüler, Lehrerinnen und Lehrer sowie Eltern. Dort wird zukünftig nicht nur über die Initiative selbst und ihre originären Aufgaben, sondern auch über die von den Initiativpartnern durchgeführten Maßnahmen und den jährlich ausgeschriebenen Schülerwettbewerb informiert. Die Internetseite wird zudem Verlinkungen zu allen Initiativpartnern enthalten, so dass sich Interessierte von dort aus unmittelbar um die Teilnahme an einzelnen Maßnahmen bewerben können. Ferner wird die Internetseite eine umfassende Dokumentation sämtlicher Jahrestreffen enthalten und den Zugriff auf alle dort gehaltenen Reden, Statements und Fachvorträge ermöglichen.

Last but not least wird sie alle im Schülerwettbewerb ausgezeichneten Arbeiten dokumentieren. Auf diese Weise wird eine gemeinsame, wirkungsvolle Öffentlichkeitsarbeit erreicht, die den Maßnahmen der Initiativpartner zugute kommt. (HH)

900.000 Jugendliche nehmen an Zeitungsprojekten teil

Rund 900.000 Kinder und Jugendliche nehmen im Schuljahr 2007/2008 an Leseförderungsaktivitäten der deutschen Zeitungen in Kindergärten, Schulen und anderen Bildungseinrichtungen für junge Leute teil. „Noch nie hat es so viele, so verschiedene und qualitativ so anspruchsvolle Tageszeitungsangebote für Kinder und Jugendliche gegeben wie heute“, sagte dazu Valdo Lehari jr., Mitglied des erweiterten Präsidiums des BDZV und Präsident des Europäischen Zeitungsverlegerverbands ENPA. Bemerkenswerterweise kämen viele „Leuchtturmprojekte“, die in den vergangenen Jahren nicht nur in Deutschland, sondern auch über die Grenzen hinaus Nachahmer gefunden hätten, aus kleinen und mittelgroßen Verlagen. „Das spiegelt sehr gut unsere typische mittelständisch strukturierte Zeitungslandschaft wider.“ Die Leseförderungsprojekte der Zeitungen in Schulen und Kindergärten haben eine Dauer von zwei Wochen (etwa in Kindertagesstätten und Grundschulen) bis zu drei Monaten (an weiterführenden Schulen). In dieser Zeit liefern die Verlage insgesamt rund 760.000 Wochenzeitungen und 23 Millionen Tageszeitungen unentgeltlich an die Projektteilnehmer, um Kindern und Jugendlichen die intensive Beschäftigung mit „ihrer Zeitung“ zu ermöglichen.

Zeitschriftenverleger unterstützen „Nationale Initiative Printmedien“

Der VDZ Verband Deutscher Zeitschriftenverleger beteiligt sich an der „Nationalen Initiative Printmedien – Zeitungen und Zeitschriften in der Demokratie“. Der Initiative geht es darum, Kindern und Jugendlichen den Wert von Zeitungen und Zeitschriften als Leitmedien zu vermitteln und das Bewusstsein für die Bedeutung einer freiheitlichen Presse in der Demokratie zu wecken. „Diese Initiative hat für uns große Bedeutung, weil die Medienlandschaft im Begriff ist, sich dramatisch zu verändern“, erklärt VDZ-Geschäftsführer Wolfgang Fürstner. „Die Zukunft von Zeitungen und Zeitschriften ist sehr viel ungewisser geworden. Das Internet hat zu neuen Kanälen der Wissensvermittlung und Unterhaltung geführt und hat das Potenzial, Zeitungen und Zeitschriften als Leitwährung abzulösen“. Zu den bereits früher eingeleiteten Maßnahmen zur Förderung des Lesens von Zeitungen und Zeitschriften durch Jugendliche gehört unter anderem das Projekt „Zeitschriften in die Schulen“, das der VDZ Verband Deutscher Zeitschriftenverleger zusammen mit der Stiftung Presse-Grosso und der Stiftung Lesen auf den Weg gebracht hat.