

## 5.4 Medien und Umweltschutz

Die Presse (Zeitungen, Zeitschriften, Radio und Fernsehen sowie zunehmend auch Online-Dienste) werden in manchen Schriften als die "4. Gewalt" im Staate beschrieben. Tatsächlich stehen ihnen spezifische Rechte zu, und sie haben großen Einfluß auf das Geschehen. Sie bewerten politisches Handeln, ebenso können sie es einfordern. Sie haben zwar keine direkten, d.h. formalen Beteiligungsrechte, aber erhebliche indirekte Wirkung. Da fast alle gesellschaftlichen Organisationen eine "gute Presse" als wesentliches Ziel ihrer Arbeit sehen, können Zeitungen und andere Medien sehr stark beeinflussen, welche Forderungen gestellt werden und welche Aktivitäten erfolgen. Für viele Menschen, insbesondere für die PolitikerInnen, werden Medien zum Gradmesser ihrer Beliebtheit. Als erfolgreich wird angesehen, wer in den Medien gut abschneidet. Der tatsächliche Erfolg im Umweltschutz tritt demgegenüber in den Hintergrund.

### 5.4.1 Die Medienlandschaft

Zwei scheinbar gegenläufige Trends kennzeichnen die Struktur der Presse. Zum einen findet eine ständige Vereinheitlichung durch das Sterben kleiner Medien, Aufkauf durch Große oder durch Zusammenschlüsse statt. Dadurch verarmt die Medienlandschaft, der Meinungsvielfalt werden erhebliche Schranken gesetzt, weil inzwischen viele Tageszeitungen oder Illustrierte in irgendeiner Form mit den wenigen Großverlagen der Republik (Springer, Burda usw.) verbunden sind (finanzielle Beteiligung oder Zusammenarbeit in Einzelbereichen).

Auf der anderen Seite steigt die Vielfalt durch die Ausdehnung der Medienvielfalt auf bislang unbekannte Felder. Zunächst betraf dies den Rundfunk: Neben die öffentlich-rechtlichen Sender traten freie Radios, die meist kommerzieller Natur sind, in einigen Fällen aber auch Platz für Alternativradios bieten. Ähnliche Entwicklungen hat in den vergangenen Jahren das Fernsehen durchgemacht. Viele neue Kanäle entstanden, unter anderem die regional verbreiteten "Offene Kanäle", in denen Beiträge von BürgerInnen gesendet werden. Brandneu ist die Entwicklung der Online-Dienste, d.h. des Zugriffs auf Informationen über das Internet. Hier können Nachrichten ebenso plaziert werden wie Werbung, Spiele, spezielle Informationen oder Datenbanken. Zusätzlich sind hier ein Diskussionen möglich, d.h. die NutzerInnen werden selbst zu AnbieterInnen von Informationen.

Während die Monopolbildung in jedem Fall die Presse vereinheitlicht und mehr einem gleichförmigen Block denn eine Vielfalt von Meinungen gleicht, ist der zweite Trend (Angebotsvielfalt) unterschiedlich zu bewerten. Die Auffächerung bietet alternativen Medien Möglichkeiten, sich zu etablieren. Andererseits drohen diese, in der Medienüberflutung unterzugehen. Ausgeprägt trifft das auf die "Offenen Kanäle" im Fernsehen zu, deren ZuschauerInnenzahlen sehr niedrig sind. Auch das Programm enthält kaum Nachrichten oder politischen Sendungen, sondern ist meist das Werk von Hobby-VideofilmerInnen, die über bestimmte Lieblichsthe-

men oder ihren Urlaub berichten. Etwas besser sieht es im Radiobereich aus. Dort halten sich einige alternative Sender, die sehr bewußt HörerInnen oder BürgerInnengruppen zu Wort kommen oder sogar eigene Sendungen machen lassen. Schwierigkeiten gibt es zum einen mit den Aufsichtsämtern (Landesanstalten für privaten Rundfunk), die bestimmte gesellschaftspolitische Positionen nicht dulden, sowie mit der Frage der Finanzierung. Der Druck der kommerziellen Radios und deren Möglichkeiten, auch außerhalb des Senders für sich zu werben, sind groß. Über Werbeeinblendungen sind kaum Einnahmen möglich. Oft werden die Radios über einen Stamm von FördererInnen finanziert.

Im Bereich der Printmedien ist die Zeit der Alternativzeitungen weitgehend vorbei. Zum einen haben viele ehemalige RedakteurInnen ihre Idee zum Beruf gemacht und geben heute Zeitungen heraus, von denen sie auch leben. Dabei sind die ursprünglichen Inhalte "mainstream"-Themen wie Öko-lifestyle (Wohnen, Kleidung, Ernährung), Agenda oder 3-l-Autos gewichen, das Layout hat sich in gleicher Richtung verändert, denn so lassen sich besser AnzeigenkundInnen gewinnen. Andere Zeitschriften, die den ursprünglichen Ideen treu bleiben, wurden durch die Übersättigung der Medienlandschaft immer weniger beachtet und starben schließlich am Siechtum der Frustration einer Redaktion, die immer weniger Rückmeldungen erhielt und sich ihre letzten Jahre mit der "Hoffnung auf bessere Zeiten" über Wasser hielt.

In allen Medien hat das Ringen um die Finanzierung deutliche Spuren hinterlassen. Bei kommerziellen AnbieterInnen, die ihre Einnahmen zum überwiegenden Teil aus Anzeigen oder Werbeminuten finanzieren (Tages- und Wochenzeitungen, viele Illustrierte, Anzeigenblätter, privates Fernsehen und Rundfunk, einige Online-Dienste), sind den inhaltlichen Redaktionen oft sogar die Hände gebunden. Wieviel Platz (Seiten, Sendeminuten) einem Thema oder einer Sendung zur Verfügung stehen, diktieren die Werbeabteilungen. Was Geld bringt, rückt in den Vordergrund. Gänzlich ausgeschlossen sind oft kritische Berichte über die Firmen, die mit ihrer Werbung das jeweilige Medium finanzieren. Das trifft selbst auf Tageszeitungen zu, in denen regionale Konzerne, z.B. Warenhäuser und Autofirmen regelmäßig mit großen Anzeigen vertreten sind.

### **Politfilz in den Redaktionen**

Ab einem bestimmten Dienstrang (Redaktionsleitung und höher) sind viele bei Medien beschäftigten Personen Mitglied einer der etablierten Parteien. Entsprechend fällt auch die Berichterstattung aus. Meist lassen sich die Medien bestimmten Parteien zuordnen, in Einzelfällen gibt es innerhalb einer Zeitung oder eines Senders unterschiedliche Konstellationen, so daß z.B. verschiedene Teilredaktionen verschiedenen Parteien nahe haben.

Kommerziell ausgerichtete Medien, vor allem die privaten Rundfunksender, fehlt oftmals diese Nähe zu Parteien nicht, weil bei ihnen die Apparate fehlen, die solche Auswahl nach Parteibuch treffen würden. Daher haben unabhängige Gruppen bei

ihnen bessere Möglichkeiten als bei den öffentlich-rechtlichen Anstalten, jedoch bieten die privaten insgesamt viel weniger Zeit für thematische Beiträge und sind wegen der Finanzierung aus Werbung sehr wirtschaftsfreundlich.

#### **5.4.2 Umwelt-Berichterstattung**

Die Berichterstattung über Umweltthemen ist zunächst (80er Jahre) in Quantität und Qualität stark angestiegen, seit einigen Jahren allerdings stark rückläufig, z.T. schon kaum noch vorhanden. Das hat mehrere Gründe. Zum einen ist der Umweltschutz als gesellschaftliches Thema insgesamt in den Hintergrund getreten (ähnlich verwandten gesellschaftspolitischen Themen wie Eine-Welt, Frieden usw.).<sup>1</sup> Umweltschutz ist zum langweiligen Allgemeinbegriff geworden. Alles nennt sich Umwelt, jede Parteien ist die "wahre Umweltpartei", und jedes alte oder neue Produkt, das verkauft werden soll, ist umweltgerecht. Umwelt ist kein Thema mehr, das besonderes Interesse erregt. Darum berichtet die Presse kaum noch – und wenn, dann als Lückenfüller über Vorgänge, die in der Tat des Berichtes kaum wert sind, z.B. Pflanzung eines Baumes oder das Öko-Audit für eine Firma.

Ein zweiter Grund für die nachlassende Berichterstattung der Medien ist die immer geringer werdende Aktivität der Umweltbewegung. Klare politische Forderungen bleiben aus, zudem hat sich der Arbeitsstil vieler Gruppen von öffentlichen Auseinandersetzungen zu einer Lobbyarbeit in den Hinterzimmern der Politik gewandelt. Politische Nähe zu den EntscheidungsträgerInnen wird mit Zurückhaltung bei der Öffentlichkeitsarbeit erkauf, viele Umweltschutzgruppen, gerade der großen Verbände, verzichten bewußt auf öffentliche Kritik.

Vor einigen Jahren gab es in der Presse sogar eine Phase, bei der es modern war, Skandale in Umweltverbänden aufzudecken. Auch das hat zwei Gründe. Zum einen stellen sich die Umweltschutzverbände gerne als Verbündete der Mächtigen dar und werden so für EnthüllungsjournalistInnen eine interessante Zielgruppe. Zum anderen machte es die nachlassende Sympathie der Bevölkerung für den Umweltschutz möglich, deren VertreterInnen direkt anzugreifen. Das bekannteste Beispiel waren Artikel über den Geldumgang bei Greenpeace.<sup>2</sup> Die Kritik in der Presse hatte erhebliche Auswirkungen auf den Spendeneingang, allerdings nur vorübergehend. Weitere Kritik mußten z.B. der WWF und der BUND einstecken. Nur ein Teil der Berichte stimmt: Einzelne, zutreffende Anlässe wurden in sensationistisch-journalistischer Manier um weitere Effekte ergänzt, aber ohne Recherche.

Der Blick in die weiter zurückliegende Vergangenheit zeigt, daß in den 70er Jahren das Thema in die Medien schwappte als (überwiegend kritische) Berichterstattung über die für die damalige Zeit ungewöhnlichen und daher spektakulären Auseinandersetzungen um Atomkraftwerke oder, etwas später, die Startbahn West. In den 80er Jahren verändert sich diese Bild völlig. Das Waldsterben sowie der Reaktorunfall von Tschernobyl füllten nicht nur die Medien, sie schufen auch eine

durchgreifende Veränderung in der Form der Berichterstattung. Die Medien selbst wurden nun zu den BefürworterInnen von Umweltschutzmaßnahmen, berichteten oft und ausführlich über Umweltschutzaktivitäten (z.B. von Greenpeace und Robin Wood, aber auch im lokalen Rahmen auf den Lokalseiten der Tageszeitungen) und schufen damit Umweltschutzgruppen auch eine erhebliche Akzeptanz in der Allgemeinbevölkerung sowie eine Durchsetzungskraft gegenüber der Politik. Ende der 80er Jahre schwächte sich dieser Prozeß ab, die Themen wiederholten sich, die Aktivitäten der Umweltschutzverbände und -gruppen ließen nach. Ein erheblicher Teil des Protestes war über die Grünen in parlamentarische Arbeit eingebunden, die Berichterstattung über eine Partei folgt aber bei den von ParteibuchinhaberInnen durchgezogenen Redaktionen anderen Gesetzmäßigkeiten als über BürgerInnengruppen. Viele Ex-Bürgerinitiativen waren im BUND aufgegangen oder hatten sich aufgelöst – in beiden Fällen gab es kaum noch eigenständige Öffentlichkeitsarbeit (von der ständigen Selbstbelobigung der Vereine einmal abgesehen, regelmäßig in jährlichen Erfolgsberichten<sup>3</sup> wiederkehrend). In vielen Magazinen kippte sogar die Meinung zur Kritik an UmweltschützerInnen (siehe oben) und zur Berichterstattung über die Notwendigkeit der Industrieförderung.

**Im Original: Auszüge aus dem Spiegeltext "Das neue Schlaraffenland" in der Ausgabe 15/1997 (S. 210-223)**

Um die drohende Katastrophe zu verhindern, schleichen sich Öko-Anarchos nachts auf die Versuchsfelder der Chemie- und Saatgutkonzerne, um die angepflanzten Genrüben herauszurufen oder (weniger umweltfreundlich) wegzuzüchten. Allein im letzten Jahr haben militante Gentechnik-Gegner über ein Dutzend Versuchsfelder plattgemacht.

Doch die Scharmützel auf dem Acker sind in Wahrheit nichts anderes als Rückzugsgefechte. Hinter all dem Schlachtengetümmel vollzieht sich eine erstaunliche Wende. Der Widerstand gegen den "Gen-Fraß" bröckelt. Immer mehr Kämpfer verlassen die Truppe.

Einer wachsenden Zahl von Gentechnik-Gegnern dämmert, daß sie mit ihren apokalyptischen Warnungen mächtig übertrieben haben. Der Verzehr von Gengewächsen, geben viele frühere Kritiker zu, sei offensichtlich ungefährlich.

In Rundfunk und Fernsehen wurde die Berichterstattung über Aktionen und Themen des Natur- und Umweltschutzes in gleicher Weise zunächst ausgedehnt. In den 80er Jahren entstanden eigene Sendungen, die umweltpolitische Themen behandelten (nicht mehr nur Natursendungen ohne klare umweltpolitische Forderungen wie z.B. die Sendungen von Heinz Sielmann und anderen). Eigene Umweltredaktionen wurden jedoch nur selten geschaffen, z.B. im Hessischen Rundfunk. Mit der Ausdehnung des Fernsehangebotes sowohl im Tagesverlauf (Ganztagsfernsehen) als auch mit der Menge an privaten Anbietern konnte die Zahl der Umweltsendungen zwar eher noch gesteigert werden, diese wurden aber auf unattraktive Sendezeiten abgeschoben. Heute laufen verschiedene Sendereihen nebeneinander, ohne noch Impulse setzen zu können. Sie sind meist in der Hand eines festen Redaktionsstabes, der seit Jahren über die gleichen Kontakte verfügt und daher nur noch ein einfach zusammengestelltes Spektrum an Umweltthemen anbietet. So ist die Fernsehreihe "Globus" wesentlich vom BUND geformt, während die ZDF-Reihe "Kampfplatz Natur" z.B. viele Informationen der Stiftung Eu-

ropäisches Naturerbe verarbeitet. Deren Moderator Wolfgang Angres zeigte seine bevorzugten Außenkontakte in einem beeindruckenden "Deal" mit NABU-Präsident Jochen Flasbarth. Der Naturschutzbund verlieh Angres seinen Journalistenpreis, dafür erhielt Flasbarth in einer Sendung einen hervorgehobenen Platz im Dialog mit dem damaligen Bundesumweltminister Klaus Töpfer.<sup>4</sup>

Der Kampf um Gewinne hat in den letzten Jahren noch zu einem anderen Prozeß geführt. Die Redaktionen wurden personell ausgedünnt oder bei Anzeigenblättern kaum noch vorhanden. Da gilt der Spruch "Zeit ist Geld". Berichte werden weniger sorgsam recherchiert, eingehende Texte oft originalgetreu abgedruckt oder nach dem einfachsten Prinzip (hinten etwas abschneiden) gekürzt. Diesen Umstand haben sich viele Firmen zunutze gemacht, die (ähnlich den Presseagenturen) ständig Texte an die Redaktionen schicken. Oftmals beauftragten sie dafür professionelle JournalistInnenbüros<sup>5</sup> oder geben sich selbst einen Decknamen, der nach Unabhängigkeit klingt. Diese Texte machen in vielen Zeitungen inzwischen einen erheblichen Anteil der Berichterstattung aus, vor allem füllen sie Sonderseiten wie die typische "Wochenendausgabe", zu Bauen und Wohnen, Garten, Umwelt, Auto oder Reisen. Was wie ein Text der Redaktion scheint, stammt in Wirklichkeit aus der Werbeabteilung von Firmen oder Firmenzusammenschlüssen.

Vieles, was von Medien ausging, hatte mit Umweltschutz nichts zu tun, sondern diente nur der Unterhaltung, der Auflagensteigerung oder der Eigenwerbung. Offenbar herrscht das Motto, daß richtig ist, was die Auflage steigert: Krieg, Sex, Skandale, Kriminalität und ab und zu eben auch Umweltschutzberichte. Ob sie wahr sind, sinnvoll oder was auch immer, spielt kaum eine Rolle.

**Beispiel: Umweltpreis der "Neuen Revue" (1986)**

Die Verleihung an den Alpenschützer Karl Partsch fand auf den Treppen zum Bundesumweltministerium statt. Der damalige Umweltminister Walter Wallmann wurde ebenso in die Preisverleihung einbezogen wie die Chefetage der "Neuen Revue". Makaber: Um ein fotogenes Objekt zu haben, wurde ein lebender Seelöwe nach Bonn geschleppt und auf die Steinstufen gesetzt. Alle Beteiligten, auch Karl Partsch, lächelten dazu.

**Beispiel: Titelschlagzeile der "Bunten" jeweils im Herbst 1983 und 1984**

Die schönste Nachricht des Herbstes: Der Wald wird wieder gesund. (Heft 42/83)  
Waldsterben: Weihnachten zum letzten Mal mit Christbaum? (Heft 50/84)

Ohnehin gehören Umweltpreisverleihungen zum Standardrepertoire der Medien – und die Umweltgruppen gehen in der Regel kritiklos damit um. So nahmen die Artists United for Nature 1995 einen Preis der BILD-Zeitung an. Schon jahrelang vergibt der Springer-Verlag den Sven-Simon-Preis, den viele Umweltgruppen erhielten und annahmen.

### 5.4.3 Umweltschutz-Medien

Seit es die Umweltschutz-Basisbewegung gibt, d.h. Gruppen außerhalb der etablierten Verbände, gibt es auch eigene Zeitungen und seit kurzem weitere Medien

wie Radio, Videos und CDs. In den 80er Jahren erlebten regionale Umweltschutzzeitungen ihren Höhepunkt, in fast jedem Kreis und jeder größeren Stadt gab irgendeine Gruppe eine solche Zeitung heraus. Manchmal arbeiteten auch verschiedene Gruppen zusammen an solch einem Medium.

Schon in den 70er Jahren erschienen einige auch über Verbandsgrenzen hinaus verbreitete, bundesweite Naturschutzzeitschriften.

### **Zeitschrift "natur"**

Den Durchbruch zu einer breiten Öffentlichkeit und Aufmerksamkeit schaffte 1980 als erstes die Zeitschrift "natur", vorbereitet von einem Team um den Journalisten Horst Stern. Ihr Erscheinen schuf eine wesentliche Neuerung, nämlich eine Zeitschrift, die selbst als Quelle für andere diente, also eine wichtige Stellung im Zeitschriftenmarkt erreichen konnte (zumindest vorübergehend). Zudem steht die Zeitung für eine Höhepunktphase der Umweltbewegung insgesamt. In verschiedenen Formen versuchte die Redaktion, die aktive Umweltschutzbasis am Zeitungsprojekt zu beteiligen. So gab es zeitweise besondere Rubriken mit Berichten aus Initiativen oder sogar Beilagen regionaler Verbänden.<sup>6</sup> Die bedeutende Rolle von "natur" zerbrach an ähnlichen Prozessen, die auch die Umweltbewegung ab Mitte der 80er Jahre erlahmen ließ. Die "natur"-Redaktion war jedoch nicht nur Opfer, sondern auch Täterin, denn ihre Berichterstattung und der Wechsel der Schwerpunkte ihrerseits die Umweltbewegung. Dabei standen im Vordergrund:

– Auseinandersetzung zwischen Ideal und Kommerz: Die Zeitschrift "natur" wurde von etablierten Ringier Verlag herausgegeben, in dessen verlegerisches Konzept Umweltschutzkriterien nicht einfließen. Für ihn war "natur" ein kommerzielles Projekt neben anderen. Von Beginn an hatte die Redaktion keine Mitsprache bei der Auswahl der AnzeigenkundInnen. Zwar bot das Magazin mit dem Ökomarkt kleineren Firmen günstige Tarife, ansonsten dominierten aber große Konzerne mit ein- oder zweiseitigen Farbanzeigen das Heft. Anzeigen schalteten unter anderem: Iduna-Versicherungen, Lotteriegesellschaften, Siemens, Toyota, Verband der chemischen Industrie, BMW, Volks- und Raiffeisenbanken, Landesbausparkassen, Tabak (verschiedene Marken, u.a. Marlboro, Philipp Morris), Desowag (Holzschutzmittelhersteller, in Holzschutzmittelprozesse verstrickt), Dresdner Bank, Kopfschmerztabletten-Hersteller, Lufthansa, VW, Campari, Welt am Sonntag, Flugreisenanbieter, interRent. Die Anzeigenschaltung führte einige Jahre später, im Sommer 1990, zum Bruch in der Redaktion. Mehrere kritische RedakteurInnen verließen das Blatt, nachdem Werbeanzeigen für Atomkraftwerke in "natur" zu finden waren.<sup>7</sup>

Veränderung der Schwerpunkte: Ab Mitte der 80er Jahre veränderten sich die Schwerpunkte der Umweltgruppen und der in ihnen einst aktiven Menschen erheblich. Politische Auseinandersetzungen gerieten in den Hintergrund, Themen aus dem Bereich des "privaten Glücks" (lifestyle) gewannen die Überhand: Ernährung, Partnerschaft, Garten oder Wohnen. Der Wechsel wurde auch bei den AnzeigenkundInnen rund um den Ökomarkt deutlich. Statt umweltpolitischer Bü-

cher u.ä. gab es nun Kornmühlen, Bio-Ferien und -Klamotten bis zu esoterischen Angeboten. Immerhin: Von esoterischen Themen hielt sich "natur" weitgehend fern. Ab Anfang der 90er Jahre, nach vielen Wechseln in der Redaktionsleitung und -besetzung, pendelte sich die Linie der Zeitschrift bei einer Mischung verschiedener Themen ohne politische Ecken und Kanten ein. Sie ist damit Abbild der politisch geschwächten bis enthaltsamen Umweltbewegung dieses Jahrzehnts.

– **Neigung zu Prominenten:** Ein klassisches Merkmal der Zeitschrift "natur" war von Beginn an die Neigung, prominente Personen vorzustellen oder ebensolche zu Wort kommen zu lassen. Das bedeutete eine ungerechtfertigte Propaganda für oft zweifelhafte Persönlichkeiten aus Parteien oder der Wirtschaft (Lothar Späth, Jo Leinen, Kurt Biedenkopf u.a.), gleichzeitig führt das zu einer Mißachtung des vielfältigen, im Gegensatz zu den Prominenten ehrenamtlichen Engagements an der Basis. "natur" war immer eine Zeitschrift des "Öko-Establishments". Sie mißachtete die UmweltkämpferInnen vor Ort, diese mißachteten aber auch "natur". In vielen Umweltgruppen war die Zeitung unbekannt, gelesen wurden dort staatliche oder verbandliche Organe. Dieser Trend hat sich mit dem Aussterben der Bürgerinitiativen noch verstärkt. "natur" ist ein Blatt für linke, reiche BürgerInnen mit dem Hauptthema genußvollen Öko-Lebens.

**Im Original: Dirk Maxeiner, Ex-Chefredakteur von "natur" im Sommer 1996 in der Zeitschrift UmweltMagazin, S. 3 (Gastkommentar)**<sup>6</sup>

Fundamentalismus ist immer wohlfeil und verpflichtet zu nichts – vor allem nicht zum Nachdenken. ...

(zur Forderung des Grünen-MdBs Kiper, bei der Gentechnologie pragmatisch zu entscheiden) ... Doch da hat er die Rechnung ohne seine Parteifreunde gemacht: "Es ist absurd, dem 'Weißer als Weiß' und der Entfernung selbst unsichtbarer Flecken auch noch das Etikett einer nachhaltigen Umweltverträglichkeit aufzudrücken", watschte die grüne Bundestagsabgeordnete Hiltrud Breyer ihren Forschungssprecher umgehend ab. Irgendeinen sachdienlichen Hinweis, beispielsweise zu der Frage, womit die umweltbewußte Hausfrau denn nun waschen solle, bleibt Frau Breyer schuldig. Bloß keine Ablenkung durch Details. ... Der Pragmatiker muß damit leben, daß der Beifall der Massen ausbleibt: Sobald sie in die Verantwortung gehen, werden einst populäre Umweltschützer mit Liebesentzug abgestraft. Umweltaktivist Jo Leinen setzte sich als saarländischer Umweltminister für Müllverbrennung ein, Chemiekritiker Fritz Vahrenholt (Seveso ist überall) fordert heute als Hamburger Umweltsenator Fairneß gegenüber seinen ehemaligen Gegnern: "Die deutsche chemische Industrie hat die Seveso-ektion gelernt". Monika Griefahn erkannte, daß der Bau der Erdgasleitung Europipe durch den Wattenmeer Nationalpark annehmbar sei.

Ein Plädoyer für Pragmatismus hat im übrigen nichts zu tun mit der Aufforderung zur Prinzipienlosigkeit. Bei Grundwerten wie den Menschenrechten dürfen keine Kompromisse gemacht werden. Heben wir uns unseren Fundamentalismus dafür auf.

Mit dem natur-Kindergipfel griff die Zeitschrift Anfang der 90er Jahre sogar selbst in das Verbandsgeschehen ein und begründete eine eigene Kinderumweltarbeit. Dabei hatte die angesprochene Basis (Kinder und Kindergruppen) vor allem den Sinn, die jeweiligen Kindergipfel vorzubereiten. Regionale Kindergipfel bereiteten die Ergebnisse vor. Das Endziel des ersten Gipfels war die Unterzeichnung eines Generationenvertrags, ein PR-Schauspiel in der Frankfurter Paulskirche. Im Mittelpunkt standen nicht die Kinder, sondern die Medien

und die wichtigen Gäste, z.B. Umweltminister Klaus Töpfer. Ein Kind konnte eine Rede verlesen, aber die stammte aus der Feder von Erwachsenen. Eine Gruppe von in Umwelt-Kindergruppen organisierten Kids wollte bei der Abschlusszeremonie gegen den Mißbrauch der Kinder zu Showzwecken demonstrieren. Die natur-Leute hatten den Braten aber gerochen. Die Paulskirche bot eine einfache Möglichkeit, den Protest zu unterdrücken. Im engen Gang stellten sich den Kindern ein paar Erwachsene entgegen – und schon kam keineR mehr nach vorne. Die Fernsehkameras, die sich auf das Geschehen vorne und die dortigen ProminentInnen, u.a. Peter Maffay und Günter Jauch, konzentrierten, registrierten den Vorfall nicht. Ganz nebenbei sei erwähnt: Sponsoren des Kindergipfels waren die RWE (Atomkraftkonzern), Daimler-Benz (Autos, Rüstung), Mannesmann (Rüstung), AEG (Daimler-Tochter) und Lufthansa. Beim Empfang im Römer gabs Wein für die Erwachsenen und Cola für die Kinder, natürlich aus Plastikflaschen. Verantwortlich dafür war Tom Koenigs, grüner Umweltdezernent von Frankfurt, der natürlich hinterher auch Versprechungen machte, sich nach besten Kräften um die Zukunft der Kinder zu bemühen.<sup>9</sup>

### Öko-Test

Die zweite, bundesweit bedeutende Zeitung im Umweltschutzbereich ist "Öko-Test". Sie entstand aus der sich entwickelnden Neigung vieler Menschen, in ihrem Privatbereich auf umweltfreundliche Materialien zu achten, also einer oft eher egoistischen Einstellung, die nicht mit umweltpolitischen Ideen verbunden sein muß. Ähnlich den typischen BioladenkundInnen sind es oft Familien mit kleinen Kindern oder das linke BürgerInnentum, das der umweltgerechten Alltagsgestaltung positiv gegenübersteht (wenn auch auf Eigenheim, Auto oder Flugreisen nicht verzichtet wird). Folglich erlebte "Öko-Test" seinen Aufschwung in der Phase nach der umweltpolitischen Kampfzeit, als die Schwerpunkte mehr auf den Privatbereich wechselten. Nichtsdestotrotz ist Ökotest mehr als "natur" ein Produkt der Umweltbewegung. Die GründerInnen stammen teilweise aus Aktionsgruppen und auch der Verlag ist mehr den in der radikalen 80er-Jahre-Umweltbewegung geformten Werten von Selbständigkeit, Unabhängigkeit und Glaubwürdigkeit verpflichtet. Der Druck erfolgt auf Recyclingpapier, unter den Anzeigen finden sich fast nur Firmen mit Umweltschutzprodukten. Die Redaktion versucht weiterhin, auch Nachrichten von Umweltaktionen und -gruppen unter den Kurzmitteilungen unterzubringen. Reguläre und Sonderhefte sind von dem Ziel geprägt, nur glaubwürdige Informationen zu verbreiten.

Völlig anders verlief ein anderes Projekt desselben Verlages: Anfang der 90er Jahre startete der Öko-Test-Verlag eine neue Zeitung. Zur Finanzierung wurde ein fester Partner gesucht, der in jede Ausgabe 20.000 DM investieren sollte. Der Verlag fand als Partner die Berliner Chemiefirma Schering, Hersteller von Pestiziden, den vor allem im Trikont politisch mißbrauchten und in einigen Formen stark gesundheitsschädlichen Anti-Baby-Pillen sowie gemeinsam mit der Hoechst AG In-



haber der Gentechnik-Firma AgrEvo. Das Magazin mit dem Titel "World-Watch" konnte sich am Markt aber nicht durchsetzen. Unter den RedakteurInnen des Öko-Test-Verlages war die Zweckehe umstritten, der entscheidende Befürworter des Projektes, Geschäftsführer Günter Berger, verließ den Verlag nach dem Scheitern des Projektes.

**Im Original: Auszüge aus der Politischen Ökologie, Oktober 1992 (S. 63)**

Der Öko-Test-Verlag in Frankfurt ist ins Gerede gekommen. Umstritten ist das Sponsoring der deutschen Ausgabe des amerikanischen World Watch Magazins durch den Pharmakonzern Schering. ...

... lebhaftes Diskussion ... Am Ende gab es dann eine Mehrheit für die "Zweckehe", über die aber nicht alle Redakteure froh waren. Für sie steht das gute Image ihres Verlages auf dem Spiel. Schließlich werden dem Berliner Pharma-Multi Exporte von gefährlichen Pestiziden sowie umstrittenen Verhütungsmitteln in die Dritte Welt vorgeworfen.

**Auszug aus der ÖkoLinX, März/April 1994 (S. 38)**

Ätisch, Ökoimperialisten! Das kommt dabei heraus, wenn man sich auf Ökosponsoring und andere schmutzige Deals einläßt: Jeweils 20.000 DM für 6 Ausgaben von World-Watch-Magazin zahlte der Pharmakonzern Schering AG seit 1992. Trotzdem hat World-Watch-Magazin dem Öko-Test-Verlag 200.000 DM Schulden eingebracht. Der Konzern hat seine Zahlungen inzwischen eingestellt.

## **Strömungsmedien**

Im Zuge der stärker werdenden Umweltbewegung in den 80er Jahren entstanden weitere Blätter, die sich in der Regel auf einzelne Themenbereiche konzentrierten und hier neben der Berichterstattung auch eine Vernetzungsfunktion übernahmen. Soweit diese Zeitungen überlebt haben, sind sie heute von kleinen Redaktionen getragen, die meist auch nicht mehr versuchen, eine breite Plattform herzustellen. Gleiches gilt für andere gesellschaftspolitische Bereiche.

**Beispiel: anti atom aktuell (ca. monatlich, A4-Heft, 5 DM)**

Das Blatt lebt von Aktionsberichten sowie Darstellung atompolitischer Hintergrundberichte. Dabei vertritt die Redaktion eine recht einheitliche Linie, die inhaltlich relativ radikal ist. LeserInnenzuschriften werden auch bei abweichenden Meinungen abgedruckt. Die aaaa ist das zentrale Vernetzungsblatt der autonomen Anti-AKW-Bewegung, die RedakteurInnen sind auf den Anti-Atom-Konferenzen usw. auch zu finden.

**Graswurzelrevolution (monatlich, Berliner Format, 3,50 DM)**

Was ursprünglich einen revolutionären gewaltfreien Ansatz hatte, ist zu einem Szeneblatt geworden, das nur noch sehr wenigen Aktions-Ideologien offen ist. Dabei werden Berichte, die der eigenen Position widersprechen, zensiert. Per eMail verbreitete Patrick Schmidt aus Lübeck einen offenen Brief an die Redaktion, in der er diese der bewußten Zensur bezichtigte. Sein Text beschrieb die Antipädagogik, die er in einen bewußten Gegensatz zur libertären Erziehung setzte. Bemerkenswert ist auch ein Brief der GWR an die "anti atom aktuell" (aaaa Mai 1997), keine Kritiken am zentralen "X-tausendmal quer"-Funktionär Jochen Stay abzdrukken. Stay war Redakteur der GWR. Die Zeitung stellte "X-tausendmal quer" als "Sternstunde des Widerstandes" dar und zensierte Kritik.

Bemerkenswert sind auch die Positionen, die die von GWR-Leuten dominierte Zeitschrift "Taktlos" zum Festival AufTakt (1993) vertrat: Deutliche Sympathie für spirituelle Aktivitäten und Inschutznahme der als ökofaschistisch geltenden, im konkreten Fall aber wirtschaftspolitisch konfusen FreiwirtschaftlerInnen (Theorien von Silvio Gesell) gegenüber Kritik von AufTakt-TeilnehmerInnen (siehe Kap. 3.6). Ganz ähnliches Verhalten zeigte sich um Silvester 1997/98, als GWR-Leuten Arbeitskreise auf dem Jugendumweltkongreß verboten wurden (siehe Kap. 3.6). Auf eine harte Kritik an den VeranstalterInnen verzichtete die GWR-Redakti-

on zunächst, denn verantwortlich für die Zensur waren auch befreudete Projekte wie die Umweltwerkstatt Verden oder JANUN, das GWRlerInnen teilweise finanziert.<sup>10</sup>

**Beispiel: Contraste**

Die Zeitung hat ihren Schwerpunkt in der selbstverwalteter Ökonomie, Betriebe werden vorgestellt, theoretische Abhandlungen füllen teilweise mehrere Seiten. Im Kern ist das Blatt von einer Person gemacht, einige andere Menschen schreiben regelmäßig, zum Teil gibt es Themenredaktionen. Durch die geringe Zahl der RedakteurInnen fehlt eine breite, vielfältige Berichterstattung. Als eine der wenigen Zeitungen veröffentlichte die Contraste schon im Vorfeld Texte aus der Recherche zu diesem Buch.<sup>11</sup>

**Beispiel: Öko-LinX**

Das Blatt der MacherInnen der Ökologischen Linken (Partei, die nach der Abspaltung der "Fundis" von den Grünen gegründet wurde), darunter im Kern Jutta Dittfurth, Manfred Zieran und Peter Bierl, ist bekannt dafür, heiße Themen anzupacken und radikale Positionen zu vertreten. Etliche Texte sind Haßtexte einzelner Personen mit geringem Rechercheniveau (vieles ist schlicht falsch), zudem ist auffällig, daß fast alle anderen Personen, Organisationen und Aktionen regelrecht runtergemacht werden in einer aggressiven Mischung aus Sachverhalten und Schimpfworten, andererseits die eigene Arbeit (als Zeitung bzw. als Partei) bejubelt und gelobt wird. Die "ÖkoLinX" ist wichtig, da sie auch die Themen anpackt, die selbst in linken und alternativen Gruppen tabu oder unbeachtet sind. Zudem haben die ÖkoLinX-RedakteurInnen die angesichts der politischen Lage wichtige Aggressivität, (e den anderen Zeitungen fehlt). Sie ist aber ein Parteiorgan und scheint kein Interesse daran zu haben, vernetzend zu wirken oder andere Personen oder Gruppen mit anzusprechen. Hinzu kommt, daß die Standardthemen in allen Texten zum Mittelpunkt werden, vor allem die Vorwürfe des Ökofaschismus.<sup>12</sup>

**Beispiel: Politische Ökologie**

Schwerpunkt der Zeitung des ökom-Verlages ist die theoretische Debatte über Fragen des Umweltschutzes. Ihr kommt eine ganz besondere Schrittmacherfunktion zu. In Schwerpunkten und einzelnen Texten kommen hochrangige UmweltschutzfunktionärInnen zu Wort. Sie greifen in der Regel aktuelle Themen der Umweltschutzdebatte auf. Dabei zeigt sich eine deutliche Tendenz zu angepassten, systemkonformen Positionen. Schwerpunkte sind die Nachhaltigkeit, die ökologische Steuerreform und Dialogformen zwischen Wirtschaft und Umweltschutz. So ist die Politische Ökologie das Sprachrohr der Befürworter von Mediationsverfahren und Konsensprozessen auf allen Ebenen. Dem stehen nur wenige kritische Artikel gegenüber. Diese oft einseitige Darstellung, die viele Problemfelder völlig ausschließt, kommt auch deshalb zustande, weil in der Zeitschrift aktive Basis-UmweltkämpferInnen nicht zu Wort kommen. AutorInnen sind WissenschaftlerInnen, Staatsbedienstete oder TopfunktionärInnen von großen Verbänden oder Instituten. Der richtige und wichtige Ansatz, Theoriediskussionen zu fördern, geht durch die elitäre Auswahl der Meinungen wieder verloren. Veränderungen könnten aber schnell deutlich bessere Ergebnisse bringen.

**Beispiel: eurotopia**

Die Zeitung vernetzt alternative Lebensgemeinschaften, berichtet aus diesen und bringt Sachtexte zum Gemeinschaftsleben. Im Kern wird sie nur von einer Person redaktionell erstellt. Die Zeitung entstand nach dem Höhepunkt der Umweltbewegung, als die politischen Inhalte den Sehnsüchten nach privater Idylle wichen. In dieser Zeit entstanden Vorbereitungsgruppen für Ökodörfer oder die esoterischen Projekte (von großen, skandalträchtigen wie dem ZEGG bis zu vielen kleinen Projekten mit zwei bis fünf Personen). Sie sind abzugrenzen von den wenigen politischen Kommunen in Deutschland, die über andere Vernetzungsstrukturen verfügen (siehe Kap. 3.8). Im Jahr 1996 setzten sich in der Vernetzung der Lebensgemeinschaften esoterische Projekte, allen voran das ZEGG, durch und nutzen die "eurotopia" als ihre Plattform. Nachdem das erkennbar wurde, gaben einige politische Projekte Erklärungen gegen das ZEGG oder bestimmte Texte in der "eurotopia" ab. Trotz Zusagen wurden diese nicht mehr abgedruckt, sondern nur noch Distanzierungen von der Kritik am ZEGG oder an ökofaschistischen Positionen. Im Frühjahr 1997 fusionierte die "eurotopia" mit der Selbsterfahrungszeitung "ICH" und beendete deutlich sichtbar jede Neigung, politische Texte oder Ideale überhaupt noch beachten zu wollen. Seit Sommer 1997 liegt die Redaktionsadresse im ZEGG selbst. Die "eurotopia" ist ein wichtiger Baustein bei dem Versuch, Heilslehren in die Alternativbewegung hineinzutragen. Das gelingt durch Integration von in

der Umweltbewegung verankerten Gruppen in die Zeitung (Kommune Niederkaufungen, VERbunt-Projekt), denen die Veröffentlichung eigener Werbetexte offenbar wichtiger ist als die klare Abgrenzung zu SexistInnen oder rechtem Gedankengut.

**Beispiel: Ö-Punkte**

Im Herbst 1997 erschien diese neue Umweltzeitung erstmals. Ihr Ziel war der Infoaustausch zwischen den Umweltgruppen und -projekten. Neben der zentralen, kleinen Redaktionsgruppe, die sich vor allem um Finanzierung, Layout und Vertrieb kümmert, soll schon die Arbeit an der Zeitung die Vernetzung fördern: Die einzelnen ThemenredakteurInnen sind selbst im jeweiligen Bereich aktiv. Die Redaktionen sind autonom, d.h. die zentrale Gruppe übt keinerlei Zensur aus. Bemerkenswert ist die Verteilung der "Ö-Punkte": Statt eines eigenen Verteilers wird sie mit bestehenden Infodiensten mitgeschickt – und macht für diese auch Werbung, damit die thematische Vernetzung gestärkt wird. Angesprochen waren auch die Umweltverbände und andere etablierte Einrichtungen. Doch diese lehnten fast alle die Zusammenarbeit oder Verteilung ab.<sup>13</sup> In Netzwerken oder Kreisen unabhängiger BürgerInnen- und Umweltgruppen ist die Verbreitung aber recht vollständig.

### **Verbandszeitschriften**

Etliche Zeitschriften werden von den großen Umweltverbänden herausgegeben. Teilweise enthalten sie politische Texte, so im Greenpeace-Magazin, aber auch in den Verbandszeitschriften von BUND (BUNDmagazin, ehemals Natur&Umwelt) sowie NABU (Naturschutz heute). Prägend ist aber die Selbstdarstellung, die eigene Mitglieder- und Spendenwerbung. Nur das Greenpeace-Magazin ist im Zeitschriftenhandel zu bekommen. Die BUND-Zeitschrift enthält fast nur Verbandswerbung, obwohl der Verband über viele Fachleute verfügt. Etwas mehr Inhalt findet sich in der "Naturschutz heute". Die Zeitung des NABU ist damit oft politischer als der Verband selbst, der vielerorts noch stark im Vogelschutz verhaftet ist und nur selten umweltpolitische Aktionen durchführt. Grund ist, daß des NABU-Präsidium schon früh beschloß, die Redaktionsarbeit in die Hände von NichtvorständlerInnen zu geben und professionelle ZeitungsmacherInnen zu bezahlen. Insgesamt ist die Szenerie der Verbandsblätter kaum überschaubar. Ein gemeinsames Zeitungsprojekt, das auch an den Kiosken Chancen hätte, ist unvorstellbar angesichts der Fülle von Verbandswerbung in den Blättern. Neben den genannten Vereinen geben der WWF das WWF-Journal, Robin Wood die gleichnamige Zeitung, der Bundesverband Bürgerinitiativen Umweltschutz den phasenweise nur noch unregelmäßig erscheinenden "BBU-Infodienst" sowie der LBU in Niedersachsen seinen Infodienst "Umweltschutz in Niedersachsen" heraus. Der Regenwaldreport, die Alaska, "Ökologie&Landbau", verschiedene Tierschutzhefte und andere versorgen die Mitglieder der entsprechenden Verbände. Der Bereich der Informationsdienste und Zeitungen zeigt, wie wenig Zusammenarbeit besteht.

### **Zeitschriften von staatlichen Stellen**

Das Bundesumweltministerium gibt die Zeitschrift heraus "Umwelt". Einige Fachämter, Landesministerien oder sonstigen staatlichen Einrichtungen (Naturschutzzentren oder -akademien, Biologische Stationen, Nationalparkämter usw.) geben Naturschutzblätter heraus. Ein Teil ist offen auch für Texte aus den Naturschutzverbänden geöffnet. Wo das geschieht, nehmen die Verbände das auch wahr – jedenfalls in dem Umfang, in dem ihr schwerfälliger Apparat in der Lage

ist, terminbezogene Pressearbeit zu leisten. Beim Umgang mit den Zeitungen zeigt sich, wo die Verbände stehen: In der Nähe der staatlichen, staatsnahen Organe oder "normalen" Tageszeitungen. Unabhängig herausgegebene Umweltschutzveröffentlichungen werden von den anerkanntesten Naturschutzverbänden meist mißachtet. Das schwächt die Blätter erheblich, weil ein großer Teil der Menschen, die sich für Natur- und Umweltschutz interessieren, den Umweltverbänden beigetreten ist.<sup>14</sup>

#### **Beispiel: LÖBF-Mitteilungen (früher LÖLF-Mitteilungen)**

Die wohl größte der auf Landesebene herausgegebenen Zeitschriften wird vom zuständigen Landesamt in Nordrhein-Westfalen (LÖBF, ehemaliger Name "LÖLF") redaktionell verwaltet und wesentlich gefüllt. Die staatlich getragene Zeitschrift bemüht sich darum, möglichst viele Termine und Texte auch aus den Naturschutzverbänden zu erhalten und trägt somit zu einer Vernetzung staatlicher und staatsnaher Naturschutzarbeit bei.

#### **Beispiele aus anderen Ländern**

In vielen Ländern werden weniger aufwendig gestaltete und/oder unregelmäßig erscheinende Zeitschriften herausgebracht, so z.B. die Zeitschrift "Vogel und Umwelt" in Hessen, Rheinland-Pfalz und Saarland (Herausgeber: Staatliche Vogelschutzwarte) oder vergleichbare Veröffentlichungen aus anderen Ländern. Hinzu kommen Veröffentlichungen als Mischung von Zeitschrift und Rundbrief aus Naturschutzzentren, Akademien und Fachämtern.

### **Fachzeitschriften**

Während und nach dem Höhepunkt der Umweltbewegung (Mitte 80er bis Anfang 90er Jahre) nutzten kleinere Redaktionen, Institute und kommerzielle Verlage, z.T. auch Firmen, das entstandene Interesse an fachlichen Fragen. Es entstanden Fachzeitschriften, die jeweils zu einem Themenkomplex, vor allem im Bereich Energie und Abfall, Fachtexte, Termine usw. verbreiteten. Daraus haben sich inzwischen Magazine entwickelt, deren Ziel die Verbreitung von technischen Verfahren sowie Management-Know-How ist, also eine den Konzernen dienende Berichterstattung. Anzeigen von Umweltschutzfirmen (Entsorgung, Recycling, Energieversorgung usw.) sind denn auch die Haupteinnahmequelle der teilweise sogar gratis versandten Hefte. Nur wenige Fachzeitschriften haben überlebt, die auch umweltpolitische Positionen behandeln (z.B. MüllMagazin, Das Bessere Müllkonzept). Hinter ihnen stehen Verbände oder Institute, die die Zeitschrift auch zur Öffentlichkeitsarbeit für sich selbst und ihre Positionen nutzen.

### **Weitere Blätter**

Neben den als Beispiel genannten Zeitschriften gab es einige Versuche, thematisch umfassende Blätter auf dem Markt zu etablieren. Den Schwerpunkt auf ökologische Lebensweise und Ernährung legt die "Natürlich", in der auch Umweltaktionen dargestellt werden. Nicht lange hielt sich "Chancen", ein Blatt, das dem Beispiel von "natur" nachempfunden wurde, aber noch wesentlich stärker Reportagen ohne politische Aussage in den Vordergrund stellte.<sup>15</sup> Am Ende stand die Fusion mit "natur" einschließlich der Weiterarbeit von Chancen-RedakteurInnen in der "natur"-Redaktion, was zum nachlassenden Niveau der "natur" beitrug. Mitte der 90er Jahre versuchte es die Aktion Fischotterschutz mit der Zeitschrift

"Fauna" im offenen Zeitschriftenmarkt. Das Heft verschwand aber schnell wieder bzw. lebt als Veröffentlichungsorgan ohne breite Streuung weiter<sup>16</sup>. Erfolgreicher waren die Tierschutzzeitungen, die an das Herz der TierliebhaberInnen appellieren und prominente Persönlichkeiten als Zugpferde präsentieren. Die wichtigste Person ist dabei Heinz Sielmann, Tierfilmer und immer wieder Unterstützer politisch anspruchlosen Arten- und Biotopschutzprojekte. Wo z.B. Sielmanns aktuelle Zeitschrift "Sielmanns Abenteuer Natur" steht, zeigte sie bei einer Pressemitteilung, als auf dem Deckblatt die Unterstützung durch Lufthansa, Karstadt und die Deutsche Bahn erwähnt wurden.<sup>17</sup> Die Zeitschrift "Das Tier" erschien lange eigenständig und fusionierte dann mit "Sielmanns Tierwelt". "Das Tier" kooperierte mit dem Esso-Konzern.<sup>18</sup>

Die "Ökologischen Briefe" stellten 14-tägig aktuelle Informationen für UmweltschützerInnen zusammen. Der relative hohe Bezugspreis machte sie allerdings nur für Firmen, Büros, Verwaltungen und Verbandsgeschäftsstellen zugänglich. Gründer des Verlages der ökologischen Briefe war Jürgen Reusch, Ex-Redakteur von Öko-Test, also eher ein Vertreter eines unabhängigen Journalismus.<sup>19</sup> Wie Ökotest verzichteten auch die Ökologischen Briefe auf Anbiederung oder Finanzierung durch große Konzerne. Hinzu kamen aus dem gleichen Verlag die "Kommunalen Briefe". Sie konkurrierten mit verschiedenen anderen Blättern um den Themenbereich "Umweltschutz in der Gemeinde" (weitere Blätter: Umwelt kommunal, Rathaus und Umwelt). Mitte der 90er Jahre kam für drei von ihnen das Aus. Die Titelrechte wurden an den Raabe-Verlag verkauft, der seitdem versucht, mit dem Dreifach-Titel "Umwelt kommunal(e), ökologische Briefe" wenigstens eine Zeitung am Markt zu halten. Spürbar verbunden ist damit ein Wandel hin zu einer auffallend industrie- und verwaltungsfreundlichen Berichterstattung. Beigelegt werden die Umwelt-Management-Briefe.

### **Regionale Zeitungen**

Neben den "Großen", d.h. bundesweiten Zeitschriften und einigen landesweiten, oft auch von Naturschutzverbänden herausgegebenen Blättern, entwickelte sich eine Fülle von regionalen Umweltschutzzeitungen oder allgemeinpolitische Alternativblätter, an denen sich UmweltschützerInnen beteiligten. Nur selten gelang es, für ein solches Blatt unabhängige und etablierte, d.h. verbandliche, Natur- und Umweltschutzgruppen unter einen Hut zu bringen. In einigen Städten oder Landkreisen wurden Umweltschutzzeitungen von staatlicher Seite herausgegeben, in der Regel arbeiteten dann nur die verbandlichen Gruppen mit. Andernorts entstanden unabhängige Magazine, bei denen BIs und autonome Gruppen mitwirkten.

Die regionalen Umweltschutzzeitschriften gediehen sehr unterschiedlich. Die meisten sind wieder verschwunden. Einige existieren als professionelles, aber inhaltsleeres Anzeigenblatt weiter, andere haben sich in der Nische radikalpolitischer Inhalte dank des Durchhaltevermögens der RedakteurInnen unter finanzieller Selbstausschöpfung gehalten. Große Wirkung aber haben sie nicht mehr.

Wo autonome, regionale Umwelt- und Politikzeitungen verschwunden sind,

bedeutet das ein Monopol für die bürgerliche Presse und damit eine Schwächung der Umweltschutzarbeit. Sie ist von den etablierten Umweltgruppen mitverschuldet, die solche Zeitungen meistens gemieden oder sogar behindert haben.<sup>20</sup>

#### **5.4.4 Umweltmedien und ihre Probleme**

Obwohl die Zahl der Umweltzeitungen, Radio- und Fernsehsendungen sowie der offenen Kanäle unübersehbar groß ist, gibt es doch bei allen die gleichen Tendenzen, daß sich in der Regel diejenigen durchsetzen, die unter Verzicht auf inhaltliche Positionen nach politischer Anerkennung oder Gewinnmaximierung schießen. Hinzu kommt, daß erfolgreiche Medienprojekte ein gesellschaftlicher Machtfaktor sind. Sie werden damit zum Ziel politischer Unterwanderung oder Beeinflussung. Die Chance, über lange Zeit und mit inhaltlich-politischer Wirkung Medienarbeit zu machen, ist sehr gering, wenn die Unabhängigkeit gewahrt bleiben soll.

#### **Geld**

Jedes Medium muß finanziert werden. Bei vielen Redaktionen kommt nach einiger Zeit zudem der Wunsch hinzu, sich selbst oder eine hauptamtliche Kraft finanzieren zu können. So entstehen Abwägungsprozesse ("wenn ich das Thema weglasse, bekomme ich diese Anzeige oder jene Förderung), die schließlich ein ideelles Ziel nach dem anderen verdrängen. Der Gegensatz von politischer Radikalität und Wirtschaftlichkeit prägt nicht nur Zeitungsprojekte, sondern alle Aktivitäten spätestens dann, wenn Umweltschutz vom Hobby zum Beruf werden soll. Ob Energieanlagen, Ökozentren, Tagungshäuser und eben auch Umweltzeitungen: Wenn mit einem Projekt Geld gemacht werden soll, stellt sich politische Aktion als Gegensatz heraus – sie verschlechtert das Geschäft. Im Zuge des bei den meisten Menschen mit der Zeit einsetzenden persönlichen Etablierungsprozesses und dem Bedürfnis nach finanzieller Sicherheit fällt dann die Entscheidung zugunsten der Wirtschaftlichkeit. Zeitungen, die von vorneherein ein wirtschaftliches Projekt oder nicht selbständig sind, starten schon mit dieser Schere im Kopf.

#### **LeserInnen**

Die an Umweltschutzfragen interessierten Teile der Bevölkerung haben sich verändert. War in den 70er und 80er Jahren neben den eher im Verborgenen arbeitenden, alten Vogel- und Heimatschutzgruppen eine eindeutige Prägung durch studentische Kreise, Jugendumweltgruppen und radikale BIs und Basisgruppen typisch, so ist diese tragende Schicht des Umweltschutzes inzwischen älter, etablierter und vor allem reicher geworden. Im Mittelpunkt steht jetzt das eigene Leben: Öko-Lifestyle. Genuß, Luxus und viele Handlungen zur Gewissensberuhigung (Wein aus Portugal, aber eben mit Bio-Etikett) stehen auf der Tagesordnung. Gefragt sind nicht mehr politischer Kampf und Enthüllungen, sondern Berichte über Öko-Reisen, das umweltgerechte Auto oder die neuesten Dämmstoffe. Kleidung

und Ernährung sind "in", Demos und Aktionen "out". Diese LeserInnenenschaft ist überwiegend wohlhabend, entsprechend interessiert sind AnzeigenkundInnen wie Kosmetikstudios, Kleiderfirmen oder MühlenherstellerInnen an einer Schaltung, wenn die Zeitung die Zielgruppe der reichen linke BürgerInnen erreicht. Wer mit der eigenen Zeitung Geld verdienen will, hat kaum eine andere Chance als diese Themensetzung mitzumachen.

Es gibt zwar, gerade seit Mitte der 90er Jahre auch eine wiedererstarkende, autonome und politische Bewegung (z.B. im Anti-AKW-Bereich), aber die hat wenig Kaufkraft und ist deshalb für AnzeigenkundInnen wenig interessant.

### **AutorInnen**

Kein Medium kann überleben, wenn es niemanden interessiert. Und keines hat eine Chance, wenn niemand etwas zu ihm beitragen will. Während das erste unmittelbar einleuchtend ist und von der Radikalität des Inhaltes wenig abhängt (oftmals werden radikale Thesen sogar intensiver wahrgenommen, da sie verständlicher und spektakulärer sind, zudem schafft politischer Schlagabtausch Aufmerksamkeit), wird der Mangel an Menschen, die zu einem Medium durch eigene Texte und Berichte beitragen, schnell zu einem Problem. Je radikaler eine Zeitschrift berichtet, z.B. Enthüllung politischer Skandale wie Bestechung, Fälschungen oder Lügen, desto weniger gesellschaftliche Gruppen sind bereit, ihre Texte und Termine einzubringen. Offenbar fürchten sie um ihren guten Ruf bei den PolitikerInnen und Firmen, vielleicht auch um Mitglieder, die der Politik oder Wirtschaft nahestehen. Viele Redaktionen regionaler Alternativzeitungen, seien es nun Zeitschriften aus Projektwerkstätten, Infoläden oder von anderen, teilweise noch unabhängigen Stellen, klagen darüber, daß die örtlichen und regionalen Umweltgruppen genauso wie andere gesellschaftliche Gruppen (Frauen-, Eine-Welt-Gruppen, soziale Einrichtungen, Gewerkschaften usw.) sich weigern, ihre Mitteilungen an die Redaktion zu schicken. Diese versorgen nur die oft konservativen, umweltschutzkritischen Tageszeitungen, Rundfunksender und sogar Anzeigenblätter und verhalten sich gegenüber JournalistInnen oft unterwürfig. So tragen viele Umweltgruppen selbst dazu bei, daß eine Gegenöffentlichkeit nicht besteht oder unbedeutend bleibt. Sie geraten selbstverschuldet in die Abhängigkeit der gleichgeschalteten Presse, die Teil des politischen Filzes ist und zur Zeit regelmäßig gegen Umweltschutzforderungen Stellung bezieht. Doch selbst das hat nicht zu einer Veränderung des Verhaltens etablierter Umweltgruppen geführt.

Am deutlichsten ist das beschriebene Verhalten bei den Untergliederungen der anerkannten Umweltschutzverbände (BUND, NABU usw.) zu beobachten, während die wenigen noch verbliebenen, unabhängigen BIs oder Jugendumweltgruppen alternative Blätter in ihrer Arbeit oft noch berücksichtigen oder gar unterstützen, wenn sie nicht insgesamt zu erlahmt sind, um überhaupt noch Pressearbeit zu leisten.

### **Redaktionen machen Politik**

In vielem gleicht eine Umweltzeitung einem Umweltverband. Die AbonnentInnen sind wie Mitglieder, denn ein Verband erreicht seine Mitglieder in der Regel auch nur über die Verbandszeitung. Zudem verfügen Zeitungsredaktionen über ein wirtschaftliches Potential (AnzeigenkundInnen), das auch für Aktionen nutzbar gemacht werden kann. Umweltzeitungen treten auf als (Mit-)VeranstalterInnen von Ökofesten, Aktionstagen, Kampagnen oder auch größeren Ereignissen wie der erwähnte natur-Kindergipfel. Regionale Umweltzeitungen sind oft bei regionalen Veranstaltungen beteiligt. Mit eigenen Vorschlägen, Wahlprüfsteinen oder Kommentaren greifen sie auch in politische Debatten ein.

Daß über Zeitungen Politik gemacht wird, ist oft auch ein Nachteil – dann nämlich, wenn Zeitungen mißbraucht werden, um Parteipolitik oder Propagande für ökofaschistische oder esoterische Ideen zu machen unter dem Deckmäntelchen des Naturschutzes. Viele Umweltzeitungen stellen sich in den Dienst rotgrüner Reformvorschläge (Nachhaltigkeitsdebatte, ökologische Steuerreform)<sup>21</sup> oder berichten aus Projekten wie dem ZEGG und NEPAL oder über Themen der rechten Ökologie, z.B. die Freiwirtschaft (siehe Kap. 3.7 und 3.8).<sup>22</sup>

### **Umweltzeitschriften als Schrittmacher der Entradikalisierung**

Betrachtet man die Gesamtentwicklung, so sind die Umweltschutzzeitschriften, vor allem die vielen bundesweiten Zeitschriften und Fernsehsendungen, der Entwicklung der Umweltschutzbewegung immer einige Jahre vorausgeeil. Umgekehrt wird daraus klar, daß sie Schrittmacherdienste für die dann eintretenden Entwicklungen geleistet haben. So bereiteten die ersten Zeitschriften Anfang der 80er Jahre die Verbreiterung der Basis und die Herausbildung neuer Organisationsformen wie der Grünen oder des ersten Deutschen Umwelttages vor. Die massive Kritik an den reformunfähigen Altparteien sowie die Heraushebung der dort für (meist begrenzte) Reformen kämpfenden Personen förderte die Veränderung der Parteienlandschaft. Ab Mitte der 80er Jahre trugen die Medien zu einer Verlagerung der Umweltschutzdebatte in fachliche Auseinandersetzungen bei. Berichte über konkrete Aktionen, vor allem über den Widerstand in der Region, gingen zurück oder verschwanden ganz. Zu "HeldInnen" im Umweltschutz wurden nun WissenschaftlerInnen oder PolitikerInnen, die (meist nur in begrenztem Umfang) für Umweltschutzideen einstanden. Hinzu kamen Firmen, die umweltgerechtere Produkte herstellen oder auf solche Produktionsverfahren umstellten. Schon Jahre, bevor die Umweltverbände (vor allem mit Erscheinen der Studie "Zukunftsfähiges Deutschland") ihre Vorliebe für den Dialog mit der Wirtschaft, konsensuale Prozesse, die unverbindlichen Runden Tische zur Agenda 21 usw. entdeckten, machten die Umweltmedien dafür Werbung. Direkte Aktion war "out", der Widerstand gegen Autobahnen (Hüttendorfer usw.), den CASTOR und die Genfelder fand sich in den überregionalen Umweltmedien kaum wieder. Dafür häuften sich Kolumnen und kritische Kommentare zu den lernunfähigen AktionistInnen, die noch nicht begriffen hätten, daß partnerschaftlicher Dialog angesagt sei.

Im Original: Artikel über die Umweltorganisation WWF mit Lob für die Kooperation mit



**dem Dosenbierfabrikanten Klaus Asche (Chef der Holstenbrauerei) (natur 11/86, S. 28)**  
 Bereits seit Jahren engagiert sich die Brauerei für den Naturschutz ... Mit dem WWF hat das Unternehmen einen "ausgezeichneten Partner", so Pressesprecher Jan-Peter Reeh. ... Das klare Konzept der Artenschutzorganisation, die Erfolge in der Naturschutzarbeit, vor allem aber die "Effizienz und die Managermethoden" überzeugen den Konzern, ...  
 Unter der Überschrift: "Geben Sie Ihre Stimme der Natur, entscheiden Sie über die nächsten Naturschutzmaßnahmen des Holsten-Edel-Naturschutzfonds", schlugen die Marketingexperten der Brauerei dem Leser fünf Naturschutzprojekte vor, ... Knapp 10.000 Leser schnitten den Wahlschein aus .... 30 Prozent gaben ihre Stimme dem Wattenmeer- und Seehundschutz ... - und demonstrierten damit eine neue Form von Basisentscheidung im Naturschutz.  
**Tips für Umweltgruppen vor Ort, eine Inventarisierung der Landschaft vorzunehmen, um damit weitere Biotopzerstörungen zu verhindern (natur-Rubrik "machbar")<sup>23</sup>**  
 Sie sollten vier Listen erstellen: 1. Bau- und Bodenbesonderheiten, 2. Bäume an der Straße und im Feld, 3. Gewässer, Feuchtgebiete, 4. Besonderheiten, die eine Nachfrage erfordern. ... Laden Sie rechtzeitig zur Mittagspause Honoratioren des Gemeinderates, der Landespflege, Lehrer, den Pfarrer und (wichtig!) die Presse (gegebenenfalls Rundfunk) ein. Locken Sie mit ortsüblicher Feldverpflegung. Berichten Sie auf dieser "Pressekonzferenz": 1. über Ihre Absicht, die Unverwechselbarkeit der Landschaft zu erhalten, 2. über Ihr Konzept, nur zu loben oder nur konstruktive Vorschläge zu machen ... 5. Geben Sie Kopien der Listen an Behörden, Verbände, Architekten, Fremdenverkehrsvereine und an die Presse.

Im September 1997 erschien die Zeitschrift "natur" mit einer umfangreichen Berichterstattung zum Thema "Gentechnik". Breiten Raum widmete sie dabei den VerfechterInnen einer sogenannten differenzierten bzw. vorurteilsfreien Sichtweise. Schon im Vorwort dazu schrieb Chefredakteur Gerd Pfitzenmaier ganz offen, daß die Redaktion mit dem Schwerpunktthema eine Öffnung der Diskussion hin zu neuen Standpunkten erreichen wolle, war sich also ihrer Rolle als Schrittmacher voll bewußt. Das gilt auch für andere Redaktionen.

#### **Im Original: Auszüge aus einer Selbstdarstellung der Politischen Ökologie**

Einzelne Schwerpunktthemen – oft sind es genau die Themen, die erst Monate oder Jahre später ins Rampenlicht einer breiten Fachöffentlichkeit geraten – werden in enger Kooperation mit Fachleuten aus der Umweltforschung erstellt. Dazu gehört zum Beispiel das Sonderheft 1 über "Nachhaltiges Wirtschaften", das schon 1990 in Zusammenarbeit mit ... entstand und heute als einer der Wegbereiter der erst Jahre später in einer breiten Öffentlichkeit geführten Diskussion über Nachhaltigkeit bezeichnet werden kann. Auch dem in Zusammenarbeit mit dem Bund für Umwelt und Naturschutz erarbeiteten Heft "Lebensstil oder Stilleben" war ein ähnlicher Erfolg beschieden, wurde in ihm doch vorgedacht, was später in zahlreichen Zeitschriften und der Studie "Zukunftsfähiges Deutschland" als Suffizienzrevolution seinen Ausdruck fand.

Daß die Medien der Entradikalisierung und Dialogorientierung im Umweltschutz Schrittmacherdienste leisteten, ist bei näherer Betrachtung gar nicht überraschend. Mehrere Gründe sind ausschlaggebend:

– Zeitschriften sind kommerzielle Produkte, d.h. sie sind stark von den Wünschen ihrer GeldgeberInnen abhängig. Das aber sind in ersten Linie die Einnahmen über die Werbung. Während zur Hochzeit der Umweltbewegung vor allem umweltorientierte Produkte und Firmen auf dem Markt kamen und die Medien beeinflussten bzw. gar zur Gründung von Zeitschriften führten (z.B. Ökotest), sind es seit Ende der 80er Jahre die großen Konzerne, die teilweise sogar Gemeinschaftsanzeigen mit Umweltverbänden (WWF, BUND usw.) schalten, um die neue Dialogorientie-

rung zu vertreten. Wenn eine Redaktion gegen solche Prozesse Stellung beziehen würde, blieben die Anzeigen aus und die wirtschaftliche Basis der Zeitschrift wäre gefährdet.

– Im ständigen Konkurrenzkampf um Aufmerksamkeit und AbonnentInnenzahlen müssen nicht nur spektakuläre Berichte entstehen, sondern auch bekannte Namen her. So werden nur selten lokale Initiativen oder UmweltschützerInnen vorgestellt, sondern eher bekannte PolitikerInnen und WissenschaftlerInnen. Die Zeitschrift "natur" stellt als VorkämpferInnen für den Umweltschutz nur selten BI-Leute oder andere WiderständlerInnen vor, dafür aber die (Pseudo-)ReformpolitikerInnen aus den Parteien wie Lothar Späth, Kurt Biedenkopf, Klaus Matthiesen, Jo Leinen, bekannte und höchst dubiose Größen aus den Umweltverbänden (wie HGON-Chef und Industriemanager Willy Bauer oder andere). Deren Positionen lassen jegliche Radikalität vermissen.

Noch schlimmer sind einige Texte über Personen in Großkonzernen, die deren Persönlichkeit und ihr Bemühen um Umweltschutz im Kleinen darstellen, während dieselben Personen für großflächige Zerstörungen verantwortlich sind.

– Während die großen Verbände durch ihre hierarchisch-schwerfälligen Strukturen und z.T. bis heute vorhandenen Überalterung in den Spitzengremien auf die aktuellen gesellschaftlichen Prozesse erst mit jahrelanger Verzögerung reagieren und so dem Zeitgeist immer hinterherlaufen, agieren die Redaktionen der Umweltzeitungen schnell und flexibel. Der Austausch der Personen ist ebenso unproblematisch wie der von Meinungen. Moderneres Management heißt, die Wünsche der Zielgruppen und der AuftraggeberInnen (z.B. von Anzeigenwerbung) schnell zu erfassen und sich darauf einzulassen. Die bundesweiten Medien waren also schon längst auf eine positive Linie gegenüber der Großindustrie eingeschwenkt, als z.B. im Naturschutzbund noch die Ornithologen herrschten. Erst Anfang der 90er Jahre modernisierten die großen Umweltverbände ihr Management und zogen gegenüber den Umweltmedien nach.

– Die Persönlichkeitsprozesse vieler RedakteurInnen haben Schwerpunkte verlagert. Wurden die meisten Umweltmedien noch aus dem Idealismus heraus geboren, Umweltziele, -aktionen- und forderungen zu verbreiten, so wuchs aus Frustration über den ausbleibenden inhaltlich-politischen Erfolg, mangelnder Unterstützung aus der Umweltbewegung und dem eigenen größeren Anspruch an die "Professionalität" das Bedürfnis, ein Blatt zu machen, in dem zeitgemäßes und aufwendiges Layout, Farbe und die allgemeinen journalistischen Regeln prägend waren. Kämpferische Beiträge wurden einem "mainstream"-Stil geopfert mit dem Ziel, so das Blatt breiteren Bevölkerungsschichten zugänglich zu machen. Das mißlang allerdings, denn ein reiner Wechsel der Aufmachung schafft kein Interesse für den Umweltschutz. Das Weglassen spektakulärer Berichte und kämpferischer Forderungen reduzierte eher die Zahl derer, die ein Blatt regelmäßig lasen. Heute sind fast alle Umweltmedien für die gleiche Zielgruppe geschaffen: Die linke BürgerInnenschicht, die sich für Umweltthemen interessiert, aber gesellschaftlich konformistisch verhält und daher kämpferische Blätter aus Angst, die eigene Untä-

tigkeit zu spüren, meidet.

Teil der Debatte um "Professionalität" ist die Frage, ob es einen objektiven Journalismus gibt. Während selbst in bürgerlichen Medien weitgehend anerkannt ist, daß es einen solchen nicht geben kann, sondern tendenziöse Wertungen nur mehr oder weniger gut versteckt werden,<sup>24</sup> führen gerade solche Blätter, denen von außen Parteilichkeit (z.B. für die Umwelt) vorgeworfen wird, Streit darüber, ob wertfreie Texte das Ziel sind. Statt zum Ziel zu haben, als "parteiisch für die Umwelt" in der Öffentlichkeit dargestellt zu werden, bemühen sich viele UmweltschützerInnen darum, als objektiv oder nicht einseitig zu gelten – zur Frustration all derer, deren Texte eindeutige Umweltpositionen enthalten und die in den eigenen Umweltmedien zurechtensiert werden. Viele UmweltschützerInnen in alternativen Medien hat der gleiche Wahn befallen wie in Verbänden und Institutionen: Sie wollen als neutral gelten. Sie möchten für den Umweltschutz arbeiten, aber keine R soll es merken. Damit schwächen sie ihre Position.

**Denkstück: Alfred J. Ayer, 1976, "Die Hauptfragen der Philosophie", München, S. 22**

Es ist ein vergebliches Bemühen, die Welt, wie sie an sich ist, von der Welt, wie wir sie begreifen, zu unterscheiden.

**Begriff "Objektivität" aus dem Philosophischen Wörterbuch (Kröner Verlag)**

... das Freisein von subjektiven Zutaten, subjektiven Einflüssen; Sachlichkeit, Neutralität. Objektivität nennt man auch die Fähigkeit, etwas "streng objektiv" zu beobachten und darzustellen. Eine solche Fähigkeit besitzt der Mensch nicht; ...

Durch das Streben nach scheinbarer Objektivität geschieht in alternativen Medien nichts anderes als das Weglassen klarer Positionen z.B. für den Umweltschutz. Damit wird den Tageszeitungen, Sendern und anderen Medien, die staatskonforme und wirtschaftsfreundliche Positionen vertreten, das Feld der Meinungsmache ohne Gegenwehr überlassen.

## 5.4.5 Buchverlage

Was für Zeitschriften gilt, trifft ähnlich auch auf Buchverlage zu. Die Veränderungen des Marktes, geprägt von einem Desinteresse an politischen Themen und konkreten Aktionen, nötigen viele Verlage zu Veränderungen ihres Buchprogrammes. Einige der typischen linken Verlage (z.B. Werkstatt in Göttingen) finanzieren durch verkaufsstärkere Bücher zu unpolitischen Themen wie Fußball oder Pflanzenfärberei die Werke mit politischem Anspruch mit.<sup>25</sup> Andere Verlage bleiben ihren bisherigen Themen treu, erreichen aber nur noch niedrige Verkaufszahlen. AutorInnen müssen oft noch Geld einbringen, damit ein Buch überhaupt verlegt wird. Am besten verkauften sich in den letzten Jahren Bücher zu esoterischen Themen oder naturbezogene Hobbies.

## Quellen zu 5.4

- 1 Auf verschiedenen Ebenen ist das nachweisbar, so unter anderem bei Umfragen nach den brennendsten Problemen, wo Umweltschutz vor Jahren noch regelmäßig unter den ersten Begriffen war, heute jedoch ganz unten rangiert. Selbst unter Jugendlichen, also klassischem Protestpotential, spielen Umweltschutz oder andere gesellschaftskritische Themen kaum noch eine Rolle (siehe z.B. aktuelle Shell-Studie).
- 2 **Die Woche vom 13.12.1996. Greenpeace-Pressemitteilung vom 22.10.1997** zu einem Artikel im Stern.
- 3 Sowohl auf lokaler wie auch auf überregionaler Ebene enthalten die Bilanzen der Umweltverbände und -gruppen kaum eine Bewertung der Erfolge und Mißerfolge im Umweltschutz, sondern nur bezogen auf die eigene Organisation: Anzahl der Mitglieder, Anzahl (nicht Wirkung) von Aktionen, Veranstaltungen, PolitikerInnengespräche usw.
- 4 Mündliche Mitteilung von Mitarbeitern der Sendung.
- 5 Dadurch entsteht der Eindruck neutral recherchierter Artikel. Viele freie JournalistInnen arbeiten wie Werbeagenturen für Firmen, nur daß sie die Firmenwerbung in die Form von Pressetexten bringen.
- 6 Z.B. "Naturschutz in Niedersachsen" der Biologischen Schutzgemeinschaft Hunte-Weser-Ems in Niedersachsen.
- 7 Mündliche Mitteilungen aus der Redaktion.
- 8 Maxeiner veröffentlichte 1996 mit Michael Miersch das Buch "Öko-Optimismus", das voller solcher Formulierungen und haarsträubender fachlicher Fehler steckt. Obwohl nicht mehr Chefredakteur, schreibt Maxeiner weiter für "natur". Leider führt Maxeiner seine letzte These nicht weiter, warum Umweltschutz kein Grundwert mehr sein soll und was er unter Menschenrechten versteht.
- 9 Mündliche Berichte von TeilnehmerInnen mit MitorganisatorInnen. Einladungen, Presseunterlagen, TeilnehmerInnenrundbrief.
- 10 **Mail von Patrick Schmidt** auf ComLink-Brettern am 11.4.1997. Text "**Eine Sternstunde gewaltfreier Aktion und sozialer Verteidigung**" in der **GWR April 1997**. Debatte in der **anti atom aktuell von November 1996 bis zum Sommer 1997**. Flugblatt der GWR zur Ausgrenzung auf dem Jugendumweltkongreß. Bericht zum Jugendumweltkongreß in der **GWR Februar 1998** (die dann auch Kritik an den KongreßorganisatorInnen enthielt). Von JANUN gefördert wird der Seminarveranstalter Patchwork, hinter dem die GWR-Leute stecken (siehe Selbstdarstellung und Programme).
- 11 Wofür sie teilweise heftige Kritik und auch Drohungen der kritisierten Personen aus etablierten Projekten erhielt.
- 12 Durch ihre Fixierung auf diese Themen übersehen ÖkoLinX-RedakteurInnen ständig interessante Projektansätze, aber auch Skandale, die mindestens ebenso interessant, aber eben nicht ökofaschistisch sind. So hält sich die Kritik an der Jugendumweltbewegung in Nebensächlichkeiten auf, während die wirklich bedeutenden Etablierungs- und Entpolitilisierungsprozesse fehlen. Berichtet wird nur, ob Ökofaschismus zum Vorschein kommt und wo die Ökolinken selbst im Einsatz waren. Ein brauchbares Gesamtbild ergibt sich aus solchen Berichten nicht (**ÖkoLinX Okt. 1993**, S. 4+5 und **März 1994**, S. 21+22).
- 13 Angesprochen und einzeln besucht wurden u.a. Greenpeace, Robin Wood, die Verbraucher-Initiative und der ADFC. Sie waren entweder auch nach einem Jahr nicht in der Lage, Entscheidungen zu fällen, oder lehnte die Verwendung an die Basisgruppen ab, weil dann auch politische Aktionen mittransportiert würden (so z.B. beim ADFC, mündliche Mitteilung).
- 14 Sie tun das bewußt oder aus Mangel an Alternativen und Informationen, was für eine Organisation sie mit ihrer Mitgliedschaft tatsächlich unterstützen. Daher sind die Umweltverbände eine wichtige Zielgruppe, wenn es um die Umweltschutzarbeit geht. Selbst in den Verbänden, die überregional verkrustet und angepaßt sind, gibt es viele interessante Personen an der Basis.
- 15 Vergleichbar mit der oberflächlich-reißerischen Art der politischen Berichterstattung in "Stern" oder "Focus".
- 16 Herausgeber ist die Gruppe Naturschutz GmbH, der wirtschaftliche Zweig der Aktion Fischotterschutz.
- 17 **Pressemitteilung von April 1997**.
- 18 **Das Tier extra: Rettet die Tiger** (Co-Produktion mit Esso). Esso gehört zum Exxon-Konzern.
- 19 Der Öko-Test-Verlag war auch weiter als Verleger und Bestelladresse für die Abos dabei.
- 20 Viele verbandliche oder konservative, lokale Gruppen bedienen oft mit ihren Presseinformationen nur die bürgerliche Presse. Zeitungen unabhängiger Redaktionen, Projektwerkstätten, Infoläden usw. werden boykottiert.
- 21 Obwohl aus der Grundidee von Nachhaltigkeit inzwischen ein inhaltsleerer, herrschaftsstützender Wahlkampf von Grünen und linken SPDlerInnen geworden ist, machen UmweltschützerInnen dennoch immer weiter Werbung dafür. Das geht bis in die die Cheftage der großen Tages- und Wochenzeitungen. So wehrt z.B. der FR-Umweltredaktionsleiter Hans-Joachim Wille die Kritik an SPD und BUND ab, weil er deren Politik für unterstützenswert hält (gleichzeitig bezeichnet er die Anti-Atom-Bewegung als "ältere Leute, die ihre Heimat schützen wollen"). Der stellvertretende Chefredakteur der taz ist ebenso beteiligt an den rotgrünen Diskussionen um die Nachhaltigkeit, z.B. in der Arbeitsgruppe "Aufbruch 21" (siehe 5.1.4).
- 22 So gab es nach dem Tod von Rudolf Bahro, einem der führenden Köpfe der ökosoterischen und ökofaschistischen Gruppen, völlig unkritische, Bahro lobende Abschiedstexte in der taz, der Graswurzelrevolution, dem Raben Ralf u.a. (siehe **ÖkoLinX, Winter 1997**, S. 53).
- 23 Das Weitergeben von Kartierungsergebnissen stärkt den Umweltschutz nicht, weil es den Eingriffsbehörden hilft, Straßen, Flurbereinigungen oder andere Zerstörungen mit geringerem Aufwand und Kostenersparnis zu verwirklichen. Mit der Einteilung in wertvolle und weniger wertvolle Landschaft wird die weniger wertvoll der Ausbeutung freigegeben. Autor Wolfgang Meiners ist BUNDler.
- 24 Siehe Fachbücher zum Journalismus und Beiträge von JournalistInnen in Seminaren oder bei Diskussionen.
- 25 Mündliche Mitteilung aus dem Verlag.