

**Rede StM Pieper bei Vorstellung des „Handbuchs der deutschen Presse
im Ausland“**

am 21. November 2012

in der Vertretung Bayerns in Berlin

Sehr geehrter Herr Lindemann

sehr geehrter Herr Akstinat,

liebe Kollegen,

meine Damen und Herren,

die Internationale Medienhilfe, die Stiftung Verbundenheit mit den Deutschen im Ausland und der Verein für Deutsche Kulturbeziehungen mit dem Ausland liefern mit dem Handbuch der deutschsprachigen Presse im Ausland, das das Auswärtige Amt gerne unterstützt hat, eine beachtliche Premiere: Sie haben über 2000 regelmäßig erscheinende deutschsprachige Publikationen in knapp 100 Ländern erhoben und auf über 300 Seiten eine beeindruckende Sammlung zusammengestellt.

Ein solches Verzeichnis der deutschsprachigen Presse im Ausland wurde zum ersten Mal erstellt. Das ist eigentlich erstaunlich, denn immerhin gehört Deutsch zu den meist gesprochenen Sprachen im Ausland. Für etwa 100 Mio. Menschen ist Deutsch ihre Muttersprache, in der EU ist Deutsch die meistgesprochene Sprache, insgesamt rund 14,5 Mio. lernen es als Fremdsprache.

Diese Deutschsprachigen und Deutschsprecher im Ausland treten auch in der Medienlandschaft ihrer jeweiligen Heimat- oder Gastländer in Erscheinung. Sie wenden sich an die deutschsprachigen Teile der Landesbevölkerung oder vorübergehend im Ausland befindliche Deutsche, aber auch an Menschen, die an Deutschland interessiert sind – Sprachschüler und Studenten, Unternehmer, Behördenvertreter und andere.

Deutschsprachige Druckerzeugnisse im Ausland spielen somit eine wichtige Rolle: Sie sind „Medium“ im doppelten Sinne, als Kommunikationsmittel, wie jedes Presseergebnis, aber eben auch als Vermittler zwischen Ländern und Kulturen. Sie befassen sich mit dem Gastland - aus einer deutsch geprägten Perspektive, und sie berichten über Deutschland – aus der Außensicht.

Sie verkörpern somit einen Ansatz, der uns in der Auswärtigen Kultur- und Bildungspolitik selbstverständlich geworden ist: den „deutschen Blick“ vor Ort, angepasst an die jeweiligen regionalen Besonderheiten.

Bei den zahlreichen in diesem Handbuch aufgeführten regelmäßig erscheinenden Publikationen wird das jeweils unterschiedlich stark ausgeprägt sein - in Abhängigkeit von der jeweiligen Zielgruppe.

Außerdem erfüllen diese Zeitungen, Zeitschriften und Mitteilungsblätter natürlich eine ganz praktische Funktion als Bindeglied zwischen Deutschsprachigen im Ausland, Orientierungshilfe für Touristen und Geschäftsleute und als Quelle für Lokalnachrichten.

„Medien“, also Vermittler, in dem genannten doppelten Sinne dürften sie aber alle sein, denn sie vermitteln einerseits ein Bild von Deutschland bzw. dem deutschsprachigen Raum im Ausland und andererseits das Ausland an Deutschsprachige.

Das Handbuch gibt erstmals einen Überblick über diese vielfältige deutschsprachige Presselandschaft – von Ägypten bis Zypern.

Sie, als die Herausgeber des Verzeichnisses, haben zugleich gezeigt, dass es Ihnen nicht allein um die *mengenmäßige* Erfassung geht. Es geht Ihnen auch um Qualität und um Anerkennung deutschsprachiger Presseerzeugnisse im Ausland, die teilweise seit vielen Jahrzehnten existieren.

Mit der Auslobung des Medienpreises, der in diesem Jahr im Mai zum ersten Mal durch die Stiftung Verbundenheit mit den Deutschen im Ausland vergeben wurde, haben Sie das unterstrichen.

Druckerzeugnisse, die auch qualitativ überzeugen, tragen zur Förderung des Deutschlandbilds bei, die uns allen am Herzen liegt. Wenn wir Menschen weltweit für unsere Werte und Ideen gewinnen wollen, ist ein positives und wirklichkeitsgetreues Bild unseres Landes im Ausland unverzichtbar.

Überzeugen kann nur, wer verstanden wird, und Verständnis setzt Kenntnis voraus. Kommunikation und Dialog sind daher auch wesentliche Bestandteile unserer Außenpolitik.

Der Reichweite deutschsprachiger Presseerzeugnisse sind allein schon sprachlich natürliche Grenzen gesetzt. Die Zahl ihrer Leser nimmt ab.

Dies ist sicher einerseits das Ergebnis von Entwicklungen vor Ort, aber auch von globalen Trends. Die weltweite Verfügbarkeit von Information und Kommunikation hat zugenommen.

Deutsche Zeitschriften und sogar Tageszeitungen erhalten Sie an vielen Orten der Welt sogar physisch, in jedem Fall aber im Internet.

Gleichzeitig verlagert sich Kommunikation zunehmend in soziale Netzwerke, bei denen geographische Distanzen kaum noch eine Rolle spielen. Wir müssen uns also auch die Frage stellen, *wo* die Zukunft der deutschsprachigen Medien im Ausland liegt.

Ich denke nicht, dass es – wie im Handbuch nahegelegt – für deutschsprachige Presse im Ausland eine Regierungsstelle als festen Ansprechpartner geben muss. Staatliche Beratung oder gar Steuerung schafft keine Leserschaft – das ist die Aufgabe der Medien selbst. Die Förderung der deutschen Sprache aber bleibt eine zentrale Aufgabe der Auswärtigen Kultur- und Bildungspolitik, für die ich mich einsetze.

Ich bin überzeugt, dass es für deutschsprachige Medien einen auf das jeweilige Land oder die jeweilige Region bezogenen Platz gibt.

Ihre Erscheinungsformen werden sich voraussichtlich ändern, und bei der Gewichtung der Zielgruppen wird es immer wieder Anpassungen geben. Das Handbuch – vielleicht auch in einer internetbasierten Variante - ist ein guter Ausgangspunkt, um diesen Entwicklungen die angemessene Aufmerksamkeit zu schenken.

Ich beglückwünsche daher die Initiatoren zu diesem wertvollen Beitrag zur Förderung der *Verbundenheit mit den Deutschen im Ausland*.