

Politik und Medien – Wer setzt die Themen? Wer hat die Macht?

Das vierte Zukunftskolloquium Politikberatung

Am 07. Dezember 2005 fand das vierte Zukunftskolloquium Politikberatung statt. Auf Einladung der Deutschen Gesellschaft für Politikberatung (degepol) und Johanssen + Kretschmer diskutierten Hans Langguth (stellvertretender Regierungssprecher unter Gerhard Schröder), Klaus-Peter Schmidt-Deguelle (Politik- und Medienberater) und Carl Graf Hohenthal (ehem. stellvertretender Chefredakteur der *Welt* und der *Berliner Morgenpost*) die Frage: Politik und Medien – Wer setzt die Themen? Wer hat die Macht? Die Medienexperten blickten zurück auf ein Jahr, das von vielfältiger Medienkritik gezeichnet war und unternahmen eine kritische Analyse des Wechselspiels von Macht und Medien.

Politik und Medien sind aufeinander angewiesen: Politik braucht Öffentlichkeit und Medien brauchen exklusive, aktuelle Informationen. Das Verhältnis von Politik und Medien steht jedoch in der Kritik und beide Seiten werfen einander den Versuch der Einflussnahme vor. Gibt es einen „politisch-medialen Komplex“? Wo liegen die Grenzen im Ringen um Information und Meinungsmacht und wie geht man mit den aktuellen Veränderungen in der Medienlandschaft um, die von Kostendruck und Konzentrationsentwicklungen geprägt sind?

Trennung von Nachricht und Meinung

Die Medien sind in den vergangenen Monaten vielfach kritisiert worden – nicht zuletzt durch den ehemaligen Bundeskanzler Gerhard Schröder in der „Elefantenrunde“. Es stellte sich die Frage, ob die Medienberichterstattung während des Wahlkampfes zu parteiisch war – eine Frage, die von Graf Hohenthal überraschend bejaht wurde. Man könne ja manche Kollegen sogar namentlich benennen. Wobei es ein „Runterschreiben“ von Personen oder der Politik zu keinem Zeitpunkt gegeben habe. „Runterschreiben“, so Graf Hohenthal, sei das systematische Veröffentlichen von negativen und auch falschen Meldungen. Die Trennung von Nachrichten und Meinung sei nach wie vor Grundvor-

aussetzung für gute Berichterstattung und diese werde auch beachtet. Natürlich sei die wichtigste Aufgabe der Medien, Nachrichten wiederzugeben.

Pressefreiheit oder Verlagefreiheit?

Hans Langguth war ganz anderer Meinung: Einzelne Medieneliten agierten, als wären sie die besseren Politiker mit den besseren politischen Konzepten. Der ehemalige Regierungssprecher erinnerte an die Rolle der Medien bei der Rechtschreibreform. Bei diesem parteipolitisch unverdächtigen Thema ließe sich gut zeigen, dass Journalisten nicht nur erhebliche Sachkompetenz für sich in Anspruch nähmen. Sie agierten auch als politische Akteure, ohne hierfür je ein Mandat oder eine legitimierende Mehrheit erhalten zu haben.

Klaus-Peter Schmidt-Deguelle verschob den Akzent noch stärker auf die Strukturbedingungen, unter denen Journalisten agieren. Die Pressefreiheit sei letztlich eine Verlagefreiheit geworden. Der einzelne Journalist stehe unter einem enormen Erfolgs- und Lieferdruck. Der Frage, wer wie oft zitiert wird, würde ungeheure Bedeutung beigemessen. Dies und zunehmend schlechte Recherche auf Seiten der Schreibenden sei ein direktes Ergebnis der Kosteneinsparungen bei den Verlagen. So habe er bei den Diskussionen um den europäischen Stabilitätspakt im März erlebt, wie Pressevertreter versuchten, die Verhandlungen als massiven Konflikt darzustellen – weil sie ihren Bericht bei den Heimatredaktionen sonst nicht unterbringen könnten.

Dieser Auffassung widersprach der Journalist Graf Hohenthal. Zwar sei durch den erhöhten Wettbewerb der Druck bei den Medien größer geworden. Es gelte aber immer noch die Verpflichtung für Journalisten, wahrheitsgemäß und richtig zu berichten.

Die Geister, die man rief

Der Vorwurf einer parteiischen sowie unprofessionellen Berichterstattung verkennt jedoch die Rolle der Politik. Heiko Kretschmer erinnerte an bewusste Indiskretionen und lancierte Berichte von Seiten der Politik, mit denen die eigene mediale Präsenz und machtpolitische Ziele gesichert würden – eine Tendenz, die auch von Schmidt-Deguelle bestätigt wurde.

Doch ist die allgemeine Entwicklung nicht auch von den individuellen Stilen der jeweiligen Politiker abhängig? Das jedenfalls ist die Ansicht von Graf Hohenenthal: Während Kanzler Kohl die Medien viele Jahre auf Abstand gehalten hatte, waren die Bonner Hauptstadtkorrespondenten seinerzeit überrascht, wie offen sich Gerhard Schröder nach seiner Amtsübernahme gab. Man konnte den Kanzler – nach einer gewissen Zeit als Journalist vor Ort – sogar duzen. Eine solche Nähe habe vielleicht nicht nur Vorteile. Man müsse abwarten, welchen Stil Angela Merkel entwickeln würde. Es spräche aber einiges dafür, dass der Abstand wieder etwas größer werden und das Verhältnis von Politik und Medien auch wieder etwas ruhiger werden könnte. Medien hätten zwar Macht, aber die Handlungsmacht läge doch bei der Politik. Die Politik brauche die Öffentlichkeit, um den Wähler zu erreichen und Politik zu erklären. Trotzdem sei es ein Fehler, zu sehr nach den Medien zu „schielen“ und dabei zu versuchen, über die Medien Inhalte zu gestalten.

Reformen braucht das Land – Eine Verantwortung der Medien?

Gerade im Bereich Reformen gäbe es natürlich viel Arbeit – sowohl für Medien als auch für die Politik. Denn schließlich, so Heiko Kretschmer, gäbe es einen Wunsch nach Reformen, aber niemand möchte persönlich von ihnen betroffen sein.

Gerade hier seien die Gestaltungsversuche jedoch durch unsachgemäße Medienberichterstattung erschwert worden, kritisierte Langguth. Bei der Einführung von Hartz IV – letztlich die umfangreichste Sozialreform in der Geschichte der Bundesrepublik – hätten die Medien in offensichtlicher Weise versagt. Denn während den parlamentarischen Beratungen hierzu habe das Interesse nicht etwa dem extrem komplexen Gesetzesvorhaben gegolten, sondern ausschließlich der Frage, wie viele Abweichler es in der Koalition geben würde. Erst als das Gesetz längst verabschiedet war, widmete sich die Presse den Inhalten – um dann anhand von Einzelschicksalen ein Gesamtreformwerk zu diffamieren, das die Kommentatoren nur wenige Monate zuvor immer wieder gefordert hatten. Doch welchen Beitrag sollen und können die Medien zur Förderung sinnvoller Reformen leisten? Haben Medien für diese Prozesse eine Mitverantwortung?

Graf Hohenthal bejahte diese Verantwortung allein aufgrund der Lautsprecherfunktion, die Medien in modernen Demokratien haben. Die klare Trennung von Nachricht und Meinung spiegele diese Verantwortung wider. Zudem aber forderte er eine bessere, nach Möglichkeit zweigleisige Qualifikation von Journalisten. Gerade wegen des wachsenden Zeitdrucks und der knapperen Zeit für Recherchen sei es unumgänglich, dass Journalisten neben ihrer journalistischen Ausbildung über eine universitäre Qualifikation in einer Fachrichtung, wie zum Beispiel Wirtschaftswissenschaften, verfügten. Solche Mitarbeiter seien natürlich teurer als andere Kollegen, die „nur“ Publizistik studiert hätten.

Diesen Gedanken führte Schmidt-Deguelle fort. Er forderte die Journalisten auf, mehr Zeit auf die Darstellung eigentlicher Inhalte zu verwenden und weniger auf die Macht der populistischen Schlagzeile zu hoffen.

Emanzipation der Leser und Zuschauer

Eine Berichterstattung, die sich – im schlimmsten Fall – von subjektiven Impulsen leiten lässt, läuft auch Gefahr, von ihren Konsumenten nicht mehr Ernst genommen zu werden. Eine solche Entwicklung hält zumindest Hans Langguth für möglich. Exemplarisch dafür sei das Ergebnis der Wahl am 18. September 2005 gewesen. Für Langguth ein „Faszinosum“, weil sich die Wählerschaft deutlich unbeeindruckt von Medienberichten zeigte, die die Wahl als „schon entschieden“ beschrieben hatten.

Doch spielt in diesem Zusammenhang nicht auch das Internet eine Rolle, indem es das Nachrichtenmonopol der Nachrichten einschränkt? Graf Hohenthal gab sich mit Blick auf diese neuen Entwicklungen skeptisch. Meldungen aus der „Blogosphäre“ könnten nicht auf ihren Wahrheitsgehalt überprüft werden und seien daher aus journalistischer Sicht mit Vorsicht zu genießen. Langguth hingegen nahm den Hinweis als Beleg für seine Vermutung, dass viele Bürger sich zunehmend mit Informationen aus erster Hand ein eigenes Bild machen wollten. Die Meinung in der Bevölkerung könne sich so von der veröffentlichten Meinung ablösen.

Schlechte Zeiten für Meinungsforscher

Sind dies Entwicklungen, die auch die Branche der Demoskopie vor neue Herausforderungen stellen? Schließlich sei, so Cornelius Winter, die Erwartung des Wahlausgangs ja stark von den Veröffentlichungen der Demoskopen beeinflusst worden.

Langguth verwies auf den zunehmenden Anteil Kurzsentschlossener, die bis wenige Tage vor der Wahl ihre Entscheidung noch nicht treffen. Möglicherweise sei diese Größe mit den Methoden der Demoskopie gar nicht einzufangen. Die wirtschaftliche Zukunft der Institute sei indes nicht bedroht, vermutete der ehemalige Regierungssprecher amüsiert: Ein Journalist habe ihm am Wahlabend erzählt, mit demoskopischen Zahlen künftig vorsichtig zu sein – und dann doch am nächsten Tag eine neue Umfrage veröffentlicht.

Roberto Heinrich von infratest dimap wies darauf hin, dass die demoskopischen Instrumente sehr fortgeschritten seien. So habe es Zahlen verschiedener Institute vor der Wahl gegeben, die in der Tendenz dem tatsächlichen Wahlergebnis recht nahe waren. Die Frage sei doch eher, wer diese Ergebnisse dann wie verwende. Medien, die entsprechende Studien veröffentlichten, müssten verantwortlich vorgehen und den Lesern erläutern, was daraus tatsächlich hervorgehe und was nicht.

Die Medienlandschaft verändert sich

Die Veröffentlichung von ungenauen Umfrageergebnissen ist also teilweise auch auf unsachgemäße Verkürzungen zurückzuführen. Doch wo liegen die Ursachen dafür?

Journalisten seien dem Druck der großen Online-Portale ausgesetzt – diese setzten Themen, über die sowohl Heimatredaktionen als auch in der Folge Hauptstadtkorrespondenten berichten müssten – so Graf Hohenthal und Klaus-Peter Schmidt Deguelle. Michael Geffken (freier Journalist und Berater) warf in diesem Zusammenhang die Frage auf, wie der Aspekt der Beschleunigung von Informationen und der wirtschaftliche Druck auf die Verlagsunternehmen mit Blick auf mögliche bevorstehende Konzentrationen (Springer-ProSieben) zu bewerten sei. Reguliert sich der Medienmarkt selbst oder muss

von anderer Stelle interveniert werden? Während Schmidt-Deguelle sich skeptisch zeigte, was die Selbstregulierungskraft des Marktes anging, gerade weil hier crossmediale Konstellationen möglich würden, riet Graf Hohenthal zur Gelassenheit. Der deutsche Markt könne Deregulierung brauchen, auch die Sorge vor ausländischen Investoren in der deutschen Medienlandschaft sei übertrieben.

Mehr Zeit...

Wo könnten Auswege liegen? Klaus-Peter Schmidt-Deguelle forderte spontan – vielleicht nicht nur im Scherz – ein Jahr Fernsehverbot für Bundespolitiker und auch Fernsehauftrittsverbote für Talk-Shows. Aber auch die übrigen Podiumsteilnehmer wünschten sich eine Besinnung auf das Wesentliche und rieten, bei der Gestaltung von Reformen nicht permanent auf die mediale Aufmerksamkeit zu achten. Wenn die Politik stimmt, stimmt auch die Kommunikation. Dann klappt's auch mit den Medien.