



netzwerk  
recherche

## nr-Dossier mit interessanten Hintergrundinformationen

Liebe Kolleginnen und Kollegen,

neben der eingeführten nr-Broschüren-Reihe „werkstatt“, den nr-Studien und unsere Publikationsreihe im lit-Verlag Münster mit relevanten Dissertationen und Diplomarbeiten, präsentieren wir Ihnen heute eine neue Publikationsreihe: das nr-Dossier.

Ziel dieser Publikation ist es, journalistische und medienpolitische Fragen vertieft zu behandeln und stichhaltige Argumente zu unseren Themenfeldern zu liefern.

Den Aufschlag macht nr-Mitglied Günther Bartsch, der drei wichtige Neuerscheinungen rund um Journalismus und Medienpolitik vorstellt. Tissy Bruns, Lutz Hachmeister und Gerhard Hofmann haben zusammen etwa 1.000 Seiten Darstellung und Analyse vorgelegt. Im nr-Dossier können Sie sich auf 15 Seiten einen Überblick verschaffen und eine Orientierung im Thesen-Angebot finden.

Die drei Neuerscheinungen illustrieren einen wichtigen Trend. Bislang galten solche Titel als „unverkäuflich“, Lektoren und Agenten nahmen nicht einmal die Exposéés zur Kenntnis. Weil Debatten, die auch auf unseren (Jahres)-Konferenzen eine wichtige Rolle spielen, in den vorgestellten Büchern vertieft werden, bieten wir Ihnen heute diesen Service an. Gerne können Sie das Papier auch an Ihre Kolleginnen und Kollegen weiterreichen.

Die Reihe wird nur aufleben, wenn Sie von Zeit zu Zeit Ideen einspeisen und wichtige, unveröffentlichte Texte anbieten.

Hoffentlich finden Sie einige Impulse und Anregungen.

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Thomas Leif'. The script is fluid and cursive, with a prominent flourish at the end.

Dr. Thomas Leif

[www.netzwerkrecherche.de](http://www.netzwerkrecherche.de)

## Renaissance der Medienkritik in deutschen Sachbüchern

Bruns, Hachmeister und Hofmann analysieren problematische Tendenzen im deutschen Journalismus

Von Günter Bartsch ([www.guenterbartsch.de](http://www.guenterbartsch.de))

„Sie haben ihn weg geschrieben“

Am 22. Mai begann Gerhard Hofmann, Chefkorrespondent von n-tv und RTL in Berlin, mit den Aufzeichnungen für sein Buch – denn von da an rechnete er mit einer „außergewöhnlichen Zeit“. An diesem Tag verkündete Franz Müntefering die Pläne für Neuwahlen – doch von Gerhard Schröders Kritik an „Medienmacht und Medienmanipulation“ vier Monate später, am Wahlabend des 18. September 2005, ahnte da noch niemand. Diese Vorwürfe sind es aber, die Hofmanns Buch schließlich seinen Titel gaben: „Die Verschwörung der Journaille zu Berlin“.

Sein „Politisches Tagebuch“ hat Hofmann auf gut 350 Seiten niedergeschrieben. Detailliert zeichnet er dort die Ereignisse vom 22. Mai bis 12. Oktober und ihre mediale Begleitung nach. Dieser „wahren Fleißarbeit“ (Deutschlandradio Kultur) folgt eine Analyse über den „Streit um die Medienverschwörung gegen Rot-Grün“ mit dem Ergebnis, dass die Koalition „genügend eigene Gründe für das Scheitern gelegt“ habe und es daher nicht „der medialen Verschwörung“ gegen sie bedurfte. Jedoch – und darauf kommt es Hofmann an: „Zu diesem Ende beigetragen hat aber unzweifelhaft das in diesem Buch beschriebene Verhalten der Medien. Wer weiß? Möglicherweise wäre bei ethisch weniger angreifbarem Agieren des deutschen politischen Journalismus gar ein gewisser Gerhard Schröder noch Bundeskanzler. Es fehlte nur ein Prozentpunkt. Insofern haben die publizistischen Macher einen Teilerfolg erzielt. Sie haben ihn weggeschrieben.“

Für seine These liefert Hofmann umfangreiches Material, etwa die „Irrtümer“ der Medien, die FAS-Autor Stefan Niggemeier eine Woche vor der Wahl aufgelistet hatte – von denen „die Wahl ist gelaufen“ das am weitesten verbreitete Vor- und Fehlurteil gewesen sei. Auch mit Blick auf die veröffentlichten Fotos stellt Hofmann eine Hinwendung zu Angela Merkel feststellen: „Alle Printmedien und Fernsehsender bringen seit dem 30. Mai, dem Tag der Kanzlerkandidatinnenkür, ausschließlich Bilder einer glücklich lächelnden Merkel ...“ Der Autor nennt aber auch Erklärungen dafür: „Die Bildchefs der Agenturen erklären ihre seltsam übereinstimmende Auswahl damit, dass man sich eben an der Stimmung des Motivs, an der überwiegenden Stimmung des Tages orientiere. Man könne auch nicht von einer Beerdigung als einziges Bild das drucken, auf dem jemand glücklich lächele. Und Angela Merkel war an diesem Tag glücklich. Sie musste sich nicht verstellen.“

### Nebensächliches wird zur Sensation

Hofmann kritisiert auch Grundsätzliches: „Längst sind alte Unterscheidungsmuster zwischen wichtig und unwichtig aus dem Blickfeld geraten. Lappalien werden zu Topstories aufgeblasen, Nebensächliches wird zur Sensation, die allerdings auch nach einem halben Tag wieder vergessen ist. Die Medienmaschine dreht immer schneller, verlangt immer mehr und in immer rascherer Abfolge Treibstoff. Wir ertrinken im Scheinbaren.“ Als Zeugen benennt Hofmann Jürgen Leinemann und zitiert aus dessen Vortrag bei der Jahrestagung des Netzwerks Recherche im Juni 2005: „Es sei ja nicht nur der Bundeskanzler, der auch im deutschen Journalismus ‚einen Trend in Richtung Boulevardisierung, Personalisierung und auch Skandalisierung‘ feststelle. Die Neigung, auch Politik vor allem nach ihrem Unterhaltungswert zu beurteilen, wachse auch in seriösen Redaktionen.“

„Anhimmeln“ sei damals die neue journalistische Disziplin gewesen, meint Hofmann und zitiert überschwängliche Kommentare des „großkolumnistischen stern-Meinungs-Machers“ Hans-Ulrich Jörges. Und er vermutet, dass die Hinwendung zu erwarteten Sieger eine Rolle spielte: „Merkel oben – wir dabei, man ist eben lieber beim Sieger. Opposition ist Mist, hat Münte gesagt, es ist nicht lange her,

aber er hat Recht, gilt auch für uns. Verlierer mögen wir nicht. Verlierer sind out. Im Wortsinn. Losers don't sell. Und jetzt: Merkel sell's. Wer hätte das gedacht? Nur noch wenige Nostalgiker von uns blicken zurück – im Zorn, in Trauer. Die meisten schauen nach vorn, freuen sich auf neue Gesichter, neue Features, neue Hypes. Vor allem jüngere Zutftvertreter erliegen dieser Versuchung.“

In erster Reihe von „Merkels Musketiere“ sieht Hofmann den Spiegel: Auch dort Bilder eines grimmig drein schauenden Gerhard Schröder und einer gut gelaunten, lächelnden Angela Merkel. Hofmann erzählt von einem Redaktionsgespräch des Spiegel mit der SPD-Kandidatin für das Amt des Bundespräsidenten, Gesine Schwan. Die habe bei den Redakteuren zwar einen besseren Eindruck hinterlassen als zuvor ihr Konkurrent Köhler. Doch mit einer positiven Berichterstattung konnte sie nicht rechnen: In „entwaffnender Offenheit“ habe ihr ein Spiegel-Redakteur mitgeteilt: „Das können wir leider nicht. Denn wir haben beschlossen, dass Rot-Grün weg muss!“ – Gesine Schwan wirft dem Spiegel deshalb Missbrauch von Medienmacht vor, der Spiegel bestreitet dies.

### „Das Blatt ist beliebig“

Hofmann kritisiert auch den im Spiegel mehrmals unkommentiert aufgeführten Vergleich zwischen alten und neuen Arbeitslosenzahlen, obwohl in die neuen auch die Sozialhilfeempfänger hineingerechnet wurden. Die rot-grüne Regierung werde in dieser Zeit gnadenlos runter geschrieben: „Herunter geschrieben von einem Spiegel, dem es noch bis vor kurzem nicht schnell genug mit den Reformen gehen konnte, der dann aber die eintretenden Folgen als Verschulden der Regierung geißelte.“ Hofmann stimmt mit Tom Schimmeck überein: „Vom Sturmgeschütz der Demokratie zur Spritzpistole der Angela Merkel.“ Spiegel-Chef Aust habe sein Blatt gewendet. „Wenn früher jahrelang vehement der Atomausstieg gefordert worden sei, so ist der Spiegel dagegen, seit Rot-Grün ihn beschlossen hat. Lange ist das Dosenpfand befürwortet worden, bis nur noch die Auseinandersetzungen der Einführung interessierten – fast kein Wort darüber, dass es inzwischen gut funktioniert.“ Vertreter der alten Spiegel-Linie hätten sich früh gewehrt und seien wie Spiegel-Politikchef Hans-Joachim Noack ausgesondert worden. Das Magazin habe an Legitimität verloren. Es gelte alles, was Auflage mache. „Ob populistisch gegen Windräder, ob völlig daneben mit falschen Zahlen für Kirchhof, oder ob kleinliches Verschweigen des Auftritts einer Präsidentenkandidatin, das Blatt ist beliebig, Politisches wird wie verstecktes Fett in der Wurst in Geschichten verpackt, die Wissen vorgeben, wo Meinung drin ist. Noch ist das an der Auflage nicht abzulesen. Noch. Aber als Leitmedium hat der Spiegel eindeutig verloren. Seit 1993 ist ihm die Hälfte seiner journalistischen Bewunderer abhanden gekommen.“

Nicht weniger kritisch urteilt Hofmann über stern und Bild, bei letzterer belegt er das mit „Scheinskandal-Aufdeckungen“ wie der „Beförderungswelle“. Trotz zahlreicher Streitfälle und Niederlagen (wieder von Niggemeier aufgelistet) setze die Bildzeitung ihren Kampf für einen Unions-FDP-Wahlsieg „unerschrocken“ fort, wenn sie etwa vor „10 Millionen Arbeitslose bei Rot-Rot-Grün“ warne. „Neid und Empörung stützen die Auflage“, schreibt Hofmann und meint nicht nur die Bild.

Als „seltsame journalistische kollektive Fehlleistung“ bezeichnet Hofmann die Nachbetrachtung des Fernsehduells – dabei und noch mehr nach dem Wahltag habe sich eine bisher ungenannte Verlierergruppe herauskristallisiert: „Wir, die Journalisten, die Berliner Korrespondenten, Chefredakteure, Kommentatoren. Wir, der Aufklärung verpflichtet, der unabhängigen Information, hatten in einer der wichtigsten Disziplinen versagt: Mit den Füßen auf dem Boden bleibend zu errahnen, was die Wähler wollen. Wir hatten Umfragen eins zu eins für Stimmungsberichte aus dem Volk genommen.“ Die Inszenierung sei oft wichtiger gewesen als der Gehalt, Exklusivität sei vor Bedeutung gegangen. „Viele haben sich opportunistisch hinter Merkels kaltem Sozialabbau versammelt, haben begeistert die Meinungsumfragen für bare Münze genommen und ihre Kanzlerschaft herbei geschrieben und gesendet, allen voran Spiegel und stern.“

## Auf die Täterseite gewechselt

Mancher sei von der Beobachter- auf die Täterseite übergewechselt und habe sich ganz unverhohlen in die Politik eingemischt. „Gott sei Dank war die Einmischung nicht von Erfolg gekrönt. Das Volk ist klüger und weniger beeinflussbar als von den Beeinflussern gedacht.“ Wieder mit Leinemann kritisiert Hofmann „wie gefährlich es sein kann, wenn Journalisten sich selbst als Teil der Politik verstehen, und nicht als deren Beurteiler, Bewerter, Kommentatoren“. Manche verantwortliche Journalisten in verantwortlicher Position würden sich heute ungenierter denn je zu ihrem Anspruch bekennen, im politischen Geschäft als gleichberechtigter Macht-Mitstreiter agieren zu wollen, obwohl sie von niemanden gewählt und legitimiert sind.

Hofmann bildet auch einige „Rechtfertigungen“ ab, so etwa die „neue Unabhängigkeit“. Im Gegensatz dazu habe es laut Spiegel Zeiten gegeben, „als die Redaktionen versuchten, die Bonner Schlachtordnung in ihren Reihen abzubilden“. Das Ergebnis sei ein „Gesinnungs-Journalismus“ gewesen, den Rote und Grüne, Steinmeier und Fischer „schmerzlich vermissen“. Hofmann lässt das nicht so stehen: „Dass es einen Journalismus geben könnte, der aus Überzeugung gewisse Dinge tut und andere lässt, schreibt oder sagt, scheint den Auflagen-Opportunisten fremd zu sein. Weit weg der Gedanke, dass sie selbst, die sich als die neuen Un-Ideologischen verkaufen, viel ideologischer sind als die Gescholtenen.“

## Verschwörung ja, aber keine richtige

Laut Hofmann gab es „keine Verschwörung mit Versprechen in die Hand und ritueller Blutsbruderschaft. Aber sicher eine Mischung aus Absicht und Zufall“, meint der Autor und nennt vielfältige Gründe: „Die einen wegen der Auflage, die anderen, weil’s mehr fetzte, wieder andere, weil sie schon immer gegen Rot-Grün waren, wieder andere aus Geltungssucht, einige, weil man so eher Talkshow-interessant wird, und schließlich die Spät-Enttäuschten, die eigentlich Rot-Grün-nahe aber dann etwa durch Joschka Fischers arrogantes Gott-Vater-Gehabe verprellt worden sind – all das hat zu der Wahrnehmung geführt, dass da eine geschlossene und entschlossene, gesteuerte und steuernde Macht am Werke war, die Schröder und Fischer so schnell wie möglich in der Opposition sehen wollte. Dass viel telefoniert worden ist, liegt in diesem Gewerbe auf der Hand. Und dass man einander in solchen Telefonaten der Übereinstimmung versicherte, darf unterstellt werden. Anders sind viele Parallelen nicht zu erklären.“ Und es habe einen Vorläufer gegeben, meint Hofmann: die gemeinsame Rückkehr der Blätter zur alten Rechtschreibung.

Was man im zweiten Teil vermisst, schiebt Hofmann im dritten Abschnitt seines Buches nach: Kritisches über Rot-Grün. „Nicht ehrlich“ sei die Koalition gewesen, so viel „personalisiertes Inszenierungstheater“, so viel Geschiele auf Wirkung, Umfrage- und Popularitätswerte wie nie habe es gegeben. „Und nie so wenig substanzielle öffentliche Debatte jenseits des Talk-Show-Politainments. Man kann zugespitzt sagen: Typisch für die rot-grünen Jahre waren schöne Bilder und mehr oder weniger gute Inszenierungen, aber karge Ergebnisse. Oder, noch kürzer: Mehr Schein als Sein.“ Dennoch, meint Hofmann: „Nicht alles war mies.“ Unter anderem nennt er dafür die Umwelt- und Verbraucherpolitik, den Atomausstieg, die Homo-Ehe, ein modernes Staatsbürgerschaftsrecht, die Zwangsarbeiter-Entschädigungen. Hofmanns Buch hat „in Teilen Thrillerformat“ (Deutschlandradio Kultur) ist stellenweise „fesselnd“, aber alles in allem „zäh zu lesen“ und „phasenweise langatmig“ (Das Parlament) – und manches darin ist sicher redundant. Es kann aber dank der großen Materialsammlung auch in Zukunft als hilfreiches Nachschlagewerk dienen. Für seine Thesen führt Hofmann zwar viele Belege auf – noch leichter könnte man ihm aber Glauben schenken, wenn auch sein Verhältnis zu Rot-Grün etwas distanzierter wäre.

## Die Neocons des deutschen Journalismus

Arbeit, Familie, Vaterland und Religion. Das sind laut Lutz Hachmeister, Gründungsdirektor des Instituts für Medien- und Kommunikationspolitik in Berlin, jene „intellektuellen Ankerplätze“, welche die publizistischen Wortführer „im Meer der alten Werte“ suchen. Eine Gruppe von „Volkspädagogen“ sei sie,

die publizistische Elite, deren journalistische Stile und Richtungen sich jedoch so stark annäherten, dass von einem „zentristischen Mainstream“ gesprochen werden könne, der „in nervösen Kettenreaktionen zur Verteidigung des eigenen komfortablen Wohlstands“ aufrufe. In seinem Buch „Nervöse Zone“ untersucht Hachmeister „die Facetten dieser Entwicklung hin zu einem spätbürgerlichen Neo-Journalismus, der mit einem Börsenbegriff als volatil zu beschreiben ist“ und beschreibt die publizistische Elite. Wer nach der 75 Seiten langen Einleitung noch nicht weiß, worauf Hachmeister hinaus will, erhält davon einen Eindruck ab Seite 85, wo der Autor die „Ausgangslage“ zusammenfasst (bevor er dann zu Fallanalysen und Momentaufnahmen schreitet). Besonders deutlich wird dabei die bereits oben erwähnte These des sich nach rechts bewegenden meinungsführenden Journalismus – in Richtung eines „neokonservativen Zentrismus“. Dies habe mit dem Abgang der prägenden Nachkriegspublizisten und Herausgeber zu tun, mit spätbürgerlichen Vorstellungen der heute tonangebenden Journalisten, mit dem Gefühl von latent bedrohtem deutschen Wohlstand in der Globalisierung, aber auch mit dem fehlenden Bezugspunkt eines modernen linksliberalen Projekts in der zeitgenössischen Politik. Weiter meint Hachmeister, dass die wortführenden Journalisten mit Unternehmensberatern, PR-Strategen, Experten für politische Kommunikation und Ökonomen zu einer neuen publizistischen Klasse zusammengewachsen sind. Die Herausbildung dieser geschlossenen Gesellschaft sei durch das groß- und hauptstädtische Gefüge Berlins gefördert worden.

### Pessimistische Prognose für die Reportage

Durch die technologische Medienkonkurrenz, Beschleunigungsformen und Rationalisierungsbestrebungen würden die Ressourcen Recherche und Stil, Zeit und Geld knapper. „Nimmt man die Ökonomisierung des Journalismus und die spirituellen und nationalromantischen Bewegungen in der journalistischen Elite zusammen, so ist davon auszugehen, dass in Deutschland Deutungsjournalismus, gelehrtes Feuilleton und reiner Nachrichtentransport weiterhin über die Reportage, die ‚delicacy of perception‘, dominieren werden.“

Im Deutungskampf zwischen politischer und kommentierender Klasse erweise sich das Politische als „erstaunlich resistent“, weil es die Rituale der Mediengesellschaft nicht nur bediene, sondern zunehmend auch kalkulieren könne. Wer sich als Politiker mit medienökonomischen und -politischen Konstellationen ernsthaft beschäftige, eher im Hintergrund Allianzen schmiede und einen stärker kontrollierten Umgang mit den publizistischen Medien pflege, könne lange gegen publizistische Stimmungen regieren (wie Helmut Kohl, in Ansätzen Gerhard Schröder in seiner zweiten Amtszeit, verstärkt Angela Merkel).

Das öffentlich-rechtliche Fernsehen ist laut Hachmeister weitgehend entpolitisiert. Es habe seine Rolle im Konzert der politischen Leitmedien verloren. Seine Manager und Redakteure begriffen das Medium nicht mehr wesentlich als Faktor der politischen Meinungsbildung, sondern als „moderierendes Forum für politischen Talk und ökonomischen Service“. Die politischen Ressorts der gedruckten Tageszeitungen seien deutlich geschwächt, Online-Medien, Wochenblätter und Sachbücher würden intensiver genutzt.

### Keine Opfer-Perspektive

Hachmeister kündigt schon im Vorwort eine Perspektive an, die sich von denen anderer unterscheidet: „Journalisten, Intellektuelle und Politiker sehen sich gern, auf unterschiedliche Weise, als Opfer der kommunikationstechnologischen Beschleunigung, als Objekte von ‚Kolonisierungen‘ irgendwelcher überstaatlicher Mächte oder ‚globaler Entwicklungen‘. Mit diesen Systemargumenten werden individuelle Handlungsrollen und Verantwortlichkeiten verwischt.“

Der Twist zwischen Politikern und Journalisten sei häufiger als wechselseitige Vorteilsgemeinschaft analysiert worden, die persönliche Profilierung auf der einen, Nähe zur Macht auf der anderen Seite verspreche. Zudem stellten politische Journalisten per se eine Verbindung zwischen Politik und Mediensystem her. „Aber der gehobene Journalismus und die handelnde Politik bedingen und stabili-

sieren sich vor allem gegen neue technologische und ökonomische Supersysteme.“

Die unattraktiver und unkenntlicher werdende Politik habe Folgen für jeden Journalismus, der sich als „politisch“ verstehe. „Der Alarmismus, der die publizistischen Medien in Deutschland gerade während der rot-grünen Jahre ergriffen hat, resultiert vor allem aus Unsicherheiten über die eigene Berufsrolle, aus den Ängsten der Wortführer, in Zeiten von Internetwirtschaft und expandierender Entertainment-Industrie als Profession abgehängt zu werden.“

Wie Tissy Bruns in ihrem Buch „Republik der Wichtigtuer“ stellt auch Hachmeister fest, dass immer mehr Journalisten Prominente werden – so am Beispiel einer Diskussion mit Gabor Steingart, Matthias Matussek und Henryk M. Broder: „An diesem Abend konnten mehr als 300 Besucher den gehobenen deutschen Journalismus zu Beginn des 21. Jahrhunderts in einem Zirkuszelt dabei beobachten, wie er Prominenz, Entertainment und politische Spekulation mühelos vereinte und sich in Rage redete, Exponat und Karikatur des Berufsstandes zugleich.“

Anhand von Magazinen wie „Vanity Fair“ und „Park Avenue“ sowie der SS- beziehungsweise HJ-Affären um Günter Grass und Jürgen Habermas erläutert Hachmeister, wie sich der Journalismus verändert hat: „Der Journalismus ist in den letzten Jahren, insbesondere in der herausgehobenen Form seiner Taktgeber und Tonmeister, kindischer, selbstbezüglicher, verspielter und flatterhafter geworden.“

### Ermüdung und Missvergnügen

Ähnlich wie Bruns geht Hachmeister mit der Vielzahl an Journalisten- und Politikerpreisen, der Berater-Branche und der Kongresse des Helios Media Verlages hart ins Gericht: „Diese Kongresse setzen die Form der politischen Fernseh-Talkshow im Fachrahmen fort.“ An der Bedeutung, die Günther Jauchs Absage bei der ARD in den deutschen Medien erhalten hatten, verdeutlicht der Autor: „Bei solchen Erregungszuständen geht es um Prominenzjournalismus, um das Amalgam von Publizistik, Politik und Entertainment – um eine bestimmte Kultur der wöchentlichen Entäußerung der politischen Klasse im Fernsehen, die längst bei vielen Beteiligten Ermüdung und Missvergnügen ausgelöst hat.“

Kennzeichen eines neuen, in den 90er Jahren entstandenen medialen Überbaus seien „der Fernsehtalk als eine Art politische Dauerkonferenz, die erhöhte visuelle Präsenz einer kleinen Gruppe von Politikern und Interpretatoren und die herumlungende ‚Meute‘ der Berichterstatter“. Eine kleine Gruppe von Journalisten sei jetzt selbst Teil des „People“-Journalismus. Und wie Politiker begründeten sie ihr Handeln häufig mit dem Zwang der Verhältnisse, „mit der Notwendigkeit, dabei zu sein, ‚mitzuspielen‘, damit Deutungsgewinne im Dienste von Vernunft und Problemlösung erzielt werden können“. Zu welchen Widersprüchen dies führt, zeigt Hachmeister am Beispiel des Leiters des Berliner stern-Büros, Hans-Ulrich Jörges, der in einem Vortrag die „Flut an sogenannten politischen Talkshows“ kritisierte, obwohl er selbst zu jenen politischen Journalisten gehört, die am häufigsten in solchen Sendungen auftreten.

Hachmeister stellt im Weiteren einerseits die Empfehlung von PR-Berater Klaus Kocks für die Überführung einer relativ komplexen Persönlichkeit in ein einfaches und klares Rollenkonzept dar, wonach „Authentizität eine bestimmte Art der Inszenierung“ ist. Auf der anderen Seite Gegenbewegungen wie Erhard Epplers Kritik an den Medien („Die Wiederkehr der Politik“, 1998): „Sie belohnen Verhaltensweisen, die Politik erschweren oder gar ausschließen, sie bedienen sich der Profilierungssüchtigen, der Eitlen und stempeln solide Arbeiter zu Langeweilern.“ Der Journalismus ironisiert laut Eppler, was für jede Politik unerlässlich sei, „ein Mindestmaß an Solidarität und Rücksichtnahme innerhalb einer Partei, Respekt vor dem gemeinsam Erarbeiteten.“ Ähnlich die Analyse der Göttinger Politikwissenschaftler Franz Walter und Tobias Dürr über Publikumsgesellschaften und Telepolitiker, die einen Fernsehauftritt der Arbeit in parlamentarischen und gouvernementalen Institutionen vorzögen – in der Hoffnung auf eine „höhere Zustimmungsprämie bei den Wählern“. Den Telepolitikern fehle es „chronisch an Zeit“ zum gründlichen Nachdenken und zur differenzierten Reflexion. Sie müssten auf Schlagwörter zurückgreifen, mit denen die komplexe Realität nicht zu fassen sei – und würden „Schwämme demoskopisch ermittelter Stimmungen. Sie saugen Mehrheitstrends auf, aber sie prägen keine Entwicklungen und

führen nicht mehr politisch.“ Als Profiteurin des „gemeinsamen Beschleunigungstrips von Politikern und Journalisten“ nennt Hachmeister die Beraterklasse.

Die Journalisten könnten vor allem dadurch wirkungsmächtig werden, „indem sie bestimmte Themen nachhaltig setzen und weiterverfolgen, personalisieren und skandalisieren“. Im redaktionellen Journalismus gebe es Netzwerke, innere Zirkel und Informantenbeziehungen, die in der Regel nicht öffentlich würden. Gerade bei den „großen Blättern“ und etablierten Sendern gebe es eine historische und soziale Identität sowie Erinnerungsgemeinschaften und Generationsbewusstsein, stilistische und publizistische Vorbilder.

### Mediokratie durch mehr Journalisten?

Hachmeister diagnostiziert einen Rollenwechsel der Handelnden vom Kritiker zum Mitherrscher, „wobei die Kritikerrolle nun wie ein Schneckenhaus mit sich geführt wird“. Mit Bezug auf den Ökonomen Joseph Schumpeter erklärt Hachmeister die Gefahren einer „Mediokratie“ und nennt die quantitative Ausweitung der Medienberufe „ebenso beeindruckend wie beängstigend“. Das gelte auch für den engeren Bereich des Journalismus angesichts der „enormen quantitativen Ausweitung des journalistischen Feldes“ im 20. Jahrhundert. Überdies habe sich durch die technologische Entwicklung eine große Spannweite journalistischer Ausdrucks- und Einflussphären ergeben – von der Nachrichtenagentur über audiovisuelle Formen in Hörfunk und Fernsehen, Illustrierte und Boulevardblätter bis hin zu den neuen Online-Medien. Außerdem hätten sich die mit dem Journalismus verbundenen Berufe, wie PR-Spezialisten, Umfrageexperten, Politikberater, weiter aufgefächert. „Der Journalismus hat damit die politische und intellektuelle Sphäre schon allein durch die quantitative Präsenz (und die damit verbundenen raumzeitlichen Rituale) mit seinen Wirkungsmechanismen beeinflusst.“

Hachmeister referiert Niklas Luhmanns 1994 geäußerte Vorstellung von Journalisten. Luhmann erweitere die Vorstellung vom Journalisten als Gatekeeper, der externe Inhalte auswähle und verarbeite, um die Einsicht einer zunehmenden Autonomie des massenmedialen Systems, von der auch die journalistische Elite profitiert. Der Erkenntnis, dass bestimmte Wortführer eine „Elite in der Elite“ darstellen könnten, widerspricht die von Siegfried Weischenberg 2005 veröffentlichte Studie, wonach der Berufsstand so professionell wie nie zu vor ist und nur einige Wichtigtuer aus der Reihe fallen. Die meisten Journalisten sähen sich heute als professionelle Vermittler aktueller Informationen. Hachmeister entgegnet: „Dies mag stimmen, aber die Schwächen der Methode liegen auf der Hand: Sie verlässt sich auf Selbstauskünfte, beobachtet keine realen Arbeitsabläufe und vernachlässigt Hierarchien, indem sie die Elite des Berufsfelds zu Außenseitern erklärt, die über die Stränge schlagen. Dies ist ungefähr so, als würde man in einem Fußballteam vor allem die unauffälligen Handwerker in den Blick nehmen und die Starspieler zu ‚Wichtigtuern‘ erklären.“

Nach Hachmeister herrschen in der gehobenen Schicht des Journalismus Stammesrituale, die mit den jeweiligen publizistischen Häusern, ihren Mentalitäten und Konkurrenzen zu tun hätten, „mit dem Wettbewerb um Erfolg und Aufmerksamkeit der Ressorts in diesen Unternehmen und schließlich auch mit dem Balzverhalten und den Eitelkeiten einzelner Führungsfiguren“. Als Beispiel für die neue Rolle der Wortführer – vom Beobachter zum Akteur der Politik – nennt Hachmeister den Schulterchluss zwischen Stefan Aust, Mathias Döpfner und Frank Schirrmacher bei der Rückkehr zur alten Rechtschreibung im Jahr 2004.

### Schnelle Loyalitätswechsel bei Steingart und Jörges

In der Gruppe der Wortführer habe sich der Typus des journalistischen Managers herausgebildet, der sich von den früheren Rollenmustern der Lizenzinhaber, Verleger oder Chefredakteure erheblich unterscheidet. Zukünftig spielten ideologische Frontstellungen kaum noch eine Rolle – ökonomische Motive dominierten. „Sicherlich werden sich Zeitungen, Magazine, Fernsehformate und Online-Auftritte schon wegen der ökonomisch-publizistischen Konkurrenz um Aufmerksamkeit, jüngeres Publikum und jeweils

moderne Formensprache voneinander unterscheiden müssen, aber diese Unterscheidungen haben immer weniger mit den überkommenen Rechts/Links-Schemata zu tun. Sie bewegen sich auf einem engeren-spätbürgerlichen Terrain, sind selbstbezoglicher, an der Medien- und Nachrichtenszene orientiert, persönlichkeits- und stimmungsabhängiger.“ In diesem Zusammenhang erinnert Hachmeister an seinen Aufsatz von 2002 über die „Elite ohne Bewusstsein“. Diese hätte damals abgestritten, einer identifizierbaren, homogenen Gruppe anzugehören. „Das hat sich inzwischen geändert. Viele Wortführer und journalistische Manager stehen heute explizit zu ihren gesellschaftspolitischen Themensetzungen, haben ein geschärftes Bewusstsein für ihren politischen und sozialen Status und ihre gesellschaftlichen Wirkungsmöglichkeiten entwickelt.“ Dabei gehe es nicht einmal um Kumpanei oder enge persönliche Freundschaften, sondern um das Wissen von den Möglichkeiten wechselseitiger Protektion, Auflagensteigerung oder auch um ein selbstbewusst distanzierendes Verhältnis zur operativen Politik. Sehr offen, etwa von Hans-Ulrich Jörges oder Gabor Steingart, werde auch der schnelle Loyalitätswechsel im Verhältnis zur Politik und ihren führenden Repräsentanten propagiert, „und die politische Klasse, die seit 1945 länger anhaltende Treue oder Gegnerschaft gewöhnt war, hat einige Probleme, sich damit zu arrangieren“.

Zur Verdeutlichung der „Berliner Windmaschine“ zitiert Hachmeister die österreichische „Presse“ vom Oktober 2006: „Und so gedeiht zwischen Kanzleramt, Reichstag und den in Berlin-Mitte angesiedelten Redaktionen ein Treibhausklima an Gerüchten, Teil- und Halbwahrheiten, die je nach Nachrichtenlage einen eigenen Drall erhalten und die geradezu Gegenreaktionen, Kommentare und Dementis herausfordern. Und die sich anderntags oft genug als Kehrseite der Wahrheit herausstellen.“

In seinen Fallanalysen widmet sich Hachmeister den Phänomenen Gerhard Schröder, Sabine Christiansen, Frank Schirrmacher und Horst Köhler – inklusive jeweils passender Kurzbiografien besonders auffällig agierender Journalisten.

Im Schröder-Teil ist von dessen Kritik an „Medienmacht und Medienmanipulation“ und der medialen Debatte darüber die Rede sowie zum Verhältnis des Medienkanzlers zu Journalisten (sowie zu seinen „letzten Freunden“ Manfred Bissinger und Frank A. Meyer). Die Hauptattacke Schröders gegen politische Journalisten in Berlin, „die den Kanzler am Volk vorbei hätten wegschreiben wollen“, sei zweifellos gegen Gabor Steingart, den Kronprinzen von Spiegel-Chefredakteur Stefan Aust, und gegen Hans-Ulrich Jörges geführt worden. Steingart sieht in der Berichterstattung des Spiegel „eine völlig saubere politisch-publizistische Auseinandersetzung“ – Rot-Grün habe schon vor der NRW-Wahl keine gesellschaftliche Mehrheit mehr gehabt. Im Meinungskampf seien Journalisten und Politiker auf Augenhöhe. „In Parteien machen wir nicht mit, im Meinungsstreit eben schon. Das ist genau unser Grundgesetzauftrag“, zitiert Hachmeister den Chef des Berliner Spiegel-Büros.

Laut Hachmeister vermissten politische Journalisten, Gabor Steingart und Hans-Ulrich Jörges vorneweg, den Streit und die Maskeraden der Schröder-Jahre - vor allem, weil personalisierbare Aufreglichkeiten den Wert der Politikressorts innerhalb der jeweiligen Blätter steigerten. „Die Große Koalition profitiert von den günstigen wirtschaftlichen Rahmendaten, für die sie wenig kann, und ihre Akteure haben schnell gelernt, dass man mit einer breiten parlamentarischen Mehrheit gegen die Wortführer und die kommentierende Klasse tatsächlich durchregieren kann.“

### Auf Talkshows fixiert

„Sabine Christiansen regierte von 1998 bis 2007, etwas länger als Gerhard Schröder“, schreibt Hachmeister zu Beginn des Folgekapitels. Die Wirkung des Polit-Talks von Sabine Christiansen sieht der Autor unter anderem in der Neudefinition dessen, was zeitgenössische „Politik im Fernsehen“ war. „Damit sind andere Formen des politischen Journalismus marginalisiert worden, wie Dokumentarfilme, die politische Prozesse über einen längeren Zeitraum beobachten, politische Magazine und Politiker-Portraits. Natürlich gibt es solche Formate immer noch in den Programmen, vor allem bei ARD und ZDF, aber die politische Klasse hat sich völlig auf die Talksendungen fixiert, weil sie hohe formale Reichweiten und positive Wirkungen miteinander verwechselte.“



Im Unterschied zu ihrem ZDF-Pendant Maybritt Illner strahle Christiansen eine „paradoxe Distanznähe“ aus: „Mit Politikern und Lobbyisten zu sehr auf Tuchfühlung, der Presse gegenüber zu unnahbar.“ Nach Hachmeisters Analyse war die Talkshow „im Grunde Unternehmensberater-Fernsehen, in dem sich Experten und Interessenvertreter um den Zustand der Wirtschaftsrepublik Gedanken machten, und damit war ‚Sabine Christiansen‘ in den Schröder-Jahren anschlussfähig, als der Berater-Jargon der McKinsey, Boston Consulting und Roland Berger zur offiziellen Politiksprache in Deutschland wurde.“ Im Kapitel über „Super-Horst“ Köhler fällt besonders das Urteil über stern-Vizechef Hans-Ulrich Jörges auf, der den Bundespräsidenten so konsequent wie kein anderer Journalist „aufgebaut, mit Kommentaren umschmeichelt und taktisch ins Spiel gebracht“ habe – jener Jörges, der später die „journalistische Versippung mit der Politik“ so vehement anprangerte. Köhler und sein Amtsverständnis seien „in weiten Teilen eine Erfindung von Journalisten“, so Hachmeister. Den umstrittenen FAZ-Herausgeber Frank Schirrmacher behandelt der Autor in einem eigenen Kapitel – ihn zählt er zu den drei einflussreichsten Journalisten der Republik, neben Bild-Chef Kai Diekmann und Spiegel-Chef Stefan Aust. Schirrmacher sei „Welterklärer, publizistischer Bewegter mit scharfem Bewusstsein für das Timing von Kampagnen, Intellektueller und Zukunftsdeuter“.

### Gegen den Neo-Nationalisten Matussek

Im letzten Kapitel beleuchtet Hachmeister die „neue Deutschwerdung“ – insbesondere und in schonungsloser Weise die des „Neo-Nationalisten“ Matthias Matussek, Leiter der Spiegel-Kulturredaktion. Ihm und anderen gehe es „um die Verteidigung westlicher Werte und Sicherheiten gegen den islamistischen Terror, den chinesischen Staatskapitalismus, gegen das aufstrebende internationale Prekariat“. Sie wollten für diesen Kampf im „Weltkrieg um Wohlstand“ im Inneren eine nationale Wertegemeinschaft organisieren, eine neue formierte Gesellschaft, deren Kern die heilige bürgerliche Familie bilde. „Die publizistischen Wortführer sehen sich plötzlich in einer Elitenkonstellation mit Politikern und Industriellen, die auf Verteidigung und Bewahrung gegründet ist, eine Art geistige NATO.“ Der Journalismus, so Hachmeister, sei aber in seiner historischen Identität kein konservativer Beruf. „In seinen besten Leistungen ist der Journalismus stets ironisch, distanziert und respektlos gegen die jeweils Mächtigen gewesen. In den Königsdisziplinen des Journalismus, in der Recherche und der Reportage, hat es nie bedeutende bürgerliche oder konservative Mitspieler gegeben.“

Hachmeisters Buch, in weiten Teilen eine Nacherzählung des Geschehens seit 1998, glänzt durch einen großen Materialreichtum – darunter viele Ausschnitte aus medienkritischen Veröffentlichungen und ausführliche, speziell für das Buch gegebene Auskünfte der Porträtierten. Der Leser lernt die (vermeintlich) wichtigsten Journalisten, ihre Redaktionen und Medienhäuser, ihre Verflechtungen aus der Nähe kennen – nicht immer ist die Einordnung Hachmeisters aber so eindeutig wie bei Matthias Matussek. Der Blick auf die „publizistische Elite“ ist gelungen – das Lesen bereitet mitunter Vergnügen und Gruseln zugleich. Es darf jedoch bezweifelt werden, ob diese Perspektive ausreicht, um die Situation des politischen Journalismus in Deutschland hinreichend zu beschreiben. Etwa die zahlreichen Regionalzeitungen und die nicht wenigen erfolgreichen Rechercheure fallen weitgehend unter den Tisch.

### Latente Abwertung des Politischen

Vom „Raumschiff Bonn“ sprach früher, wer die Isoliertheit des ehemaligen Regierungssitzes charakterisieren wollte – viel Hoffnung war daher verbunden mit dem Umzug nach Berlin. Doch die Erwartung, die Politik würde näher an die soziale Realität heranrücken, wurde „gründlich enttäuscht“. Das schreibt Tissy Bruns, Leiterin des Tagesspiegel-Parlamentsbüros, in ihrem Buch „Republik der Wichtigtuer – Ein Bericht aus Berlin“. Der Abstand zur Lebenswirklichkeit der Bürger sei sogar gewachsen, Berlin-Mitte sei Bühne von Politik und Medien, „das Zentrum des politikverdrossenen Deutschland“. Politiker und Medien beleuchteten und beklatschten sich auf dieser Bühne gegenseitig, als Darsteller, Publikum und Kritiker. „Von den Bürgern werden sie als eine selbstbezogene Kaste wahrgenommen, die in einem Boot sitzt, durch eine gleichartige Lebensweise verbunden, auf der sicheren Seite und jenseits der Risiken, die sie in Ausübung ihrer öffentlicher Macht den Bürgern zumuten.“

Die veränderte Medienwelt berge neue Versuchungen für Politiker wie Journalisten, mache Journalisten zu Prominenten, verschaffe Politikern öffentliche Allgegenwart – und biete beiden die Möglichkeit, sich hinwegzutäuschen über den Bedeutungsverlust, den Politiker in der globalisierten Welt und politische Journalisten in der digitalisierten erlitten hätten. In Wahrheit seien beide Getriebene einer Medienentwicklung, „deren Zwänge wie nie zuvor und auf allen Ebenen die Kommunikation und Gestaltung der öffentlichen Angelegenheiten bestimmen und durchdringen“.

Bruns schreibt über den „glanzvollen Niedergang“ der Medien, die es zum wenig schmeichelhaften Bild der „Meute“ gebracht hätten. „Menschen, die vorher individuelle Solitäre waren, agieren wie Herdentiere.“ – aus vielfältigen Gründen: Gerhard Schröders sprichwörtliche „Inszenierungen“, ein nicht gekannter Medienauftrieb um Spitzenpolitiker, die Zunahme an Fernsehkameras und Parlamentsjournalisten: Hatte die Bundespressekonferenz, deren Vorsitzende Bruns von 1999 bis 2003 war, im Jahr 1990 nur 19 Mitglieder aufgenommen, waren es 134 im Jahr 2000, dem ersten nach dem Regierungsumzug.

### Leitmedium Bild-Zeitung

Latenten Wahrheitsgehalt genieße Schröders Wort, wonach man zum Regieren nur »Bild, BamS und Glotze« brauche: Die politische Kommunikation finde in erster Linie über Bildmedien statt. Und die Bild-Zeitung erobere sich in Zeitungsredaktionen und Korrespondentenbüros den Ruf des Leitmediums „jedenfalls wird das unbemerkt zur feststehenden Tatsache, über deren Legitimität so wenig nachgedacht wird wie darüber, ob sie überhaupt zutrifft.“

Vergangenheit sei die fragwürdige Bonner „Nähe“, also der exklusive Dialog einer überschaubaren Zahl von Journalisten und Politikern. Diese Nähe sei jedoch nicht durch geläuterte Distanz, sondern eine „geradezu physische Belagerung“ abgelöst worden. Zwischen Politikern und Medien mache sich Misstrauen breit. Politiker würden die Erfahrung machen, dass jede Äußerung gleichermaßen öffentlich ist – und deshalb keine Vorüberlegung, keine unausgereifte Idee mehr preisgeben.

Anhand der gewachsenen Bedeutung von Talkshows und Politikerrankings verdeutlicht Bruns, dass machttaktische Erörterungen zunehmend wichtiger als Sachfragen genommen werden. Selten sei die Politiker-Frustration über die Medien so direkt ausgesprochen worden wie von Friedrich Merz, als dieser Sabine Christiansen zur 250. Ausgabe ihrer Sendung mit folgenden Worten gratuliert habe: „Diese Sendung bestimmt die politische Agenda in Deutschland mittlerweile mehr als der Deutsche Bundestag. Das betrübt mich, aber das ist ein großer Erfolg.“

Eine Halbwahrheit ist laut Bruns die Behauptung von Politikern, wonach die Medien immer gleich alles zerredeten. Denn hauptsächlich seien es Politiker, die „mit schnellen Antworten auf schnelle Statements anderer Politiker“ den Prozess des „Zerredens“ in Gang setzten. Wer in den Medien vorkomme, werde bekannt und damit wichtig. „Der Ruhm ist ein Faktor der Politik geworden, der Ruhm des Moments wiegt für viele Abgeordnete mehr als der Einfluss auf die Gesetzgebung.“

### Genug Abweichler und Hinterbänkler

In den rot-grünen Jahren hätten sich für Spitzenpolitiker wie Hinterbänkler die Bühnen für öffentliche Auftritte vervielfältigt: „Talk im Fernsehen, Mikrofone vor jeder Fraktionssitzung, Zeitungen und Online-Medien, die den big shot in Gestalt des Spitzenpolitikers brauchen, um exklusive Meldungen zu produzieren – oder den Abweichler aus dem Lager dieses Spitzenpolitikers, der unabhängig von seinem wirklichen Einfluss immer dazu taugt, innerparteiliche Widersprüche für einen ganzen oder halben Tag aufzuladen.“ Bruns erinnert dabei an den SPD-Bundestagsabgeordneten Karl Lauterbach: Als die Regierungsfraktionen die Gesundheitsreform aushandelten, sei kaum ein Tag ohne die kritische Kommentierung durch den Gesundheitsexperten vergangen.

Interne politische Beratungen fänden ihren Weg in die Öffentlichkeit jetzt unmittelbar und direkt. Die SMS aus laufender Sitzung sei mittlerweile so üblich wie das Gespräch zwischen Politikern und Journalisten danach. Die Politiker wüssten, dass deshalb kein Meinungsstreit mehr sachlich geführt, kein Fehler mehr wirklich analysiert und keine neue Idee mehr gefahrlos erwogen werden könne. „Die öffentlichen Versuchungen sind stärker als die Regierendisziplin.“

Als Gründe für die Kluft zwischen den großen Sachproblemen und der Fähigkeit, sie zu lösen, benennt Bruns die europäische Integration und die Globalisierung sowie die Selbstblockaden des politischen Systems, das dem Bundesrat und dem Bundesverfassungsgericht erheblichen Einfluss auf die Bundespolitik gebe. „Im Windschatten beider Faktoren gedeiht die taktisch motivierte Feigheit der Politiker, die – wegen der nächsten Landtagswahl, des bevorstehenden Parteitags, der Konkurrenz um die Spitzenkandidatur – das nicht anpacken, was von der Sache her längst für richtig befunden worden ist.“

### Hintergrundkreise: So sieht's die Autorin

Bruns verteidigt die Berliner Hintergrundkreise und widerspricht dem in der Reportage „Strippenzieher und Hinterzimmer“ gezeichneten Bild einer konspirativen Welt der Entscheider. Die Hintergrundgespräche könnten dazu dienen, Spekulationen über Sachverhalte, Personen, Prozesse in Wissen zu verwandeln – oder umgekehrt vermeintliche Sicherheiten zu erschüttern. „Sie können, und um diesen Ertrag geht es Journalisten in der Hauptsache, verlässlicher machen, was wir an unsere Leser, Zuhörer, Zuschauer herantragen. In Hintergrundkreisen werden selten Geheimnisse ausgebreitet und schon gar keine Absprachen getroffen. Und in Berlin wird weniger ausgeplaudert als in Bonn.“

„Ökonomische Kategorien werden wichtiger als die journalistischen“, kritisiert Bruns mit Blick auf die gewachsenen Bedeutung von Messungen via Einschaltquote und „Medientenor“. Das Wort von der „Exklusivitis“ als neuer Medienkrankheit mache die Runde und die Präsentation von Politik werde wichtiger als deren Inhalte. So habe eine Auswertung des Bundestagswahlkampfes 2002 gezeigt, dass die Medien sich mehr mit Wahlkampfzentralen, mit den Politikstrategen der Parteien, mit Inszenierungen, „kurzum: mit Metathemen des Wahlkampfes beschäftigt haben als mit denen, über die das Wahlvolk bei der Wahl zu entscheiden hatte“.

Die Autorin spricht von einer „symbiotischen Umklammerung“ von Politik und Medien und einer „Spirale der gegenseitigen Herabsetzung“: Die öffentlichen Akteure hielten sich gegenseitig vor, wozu sie sich vom jeweils anderen verführen lassen. Die öffentliche Kaste habe sich auf neue Weise selbst eingekapselt: als Misstrauensgemeinschaft – weit entfernt von der Wirklichkeit.

Deutliche Kritik übt Bruns an der in Berlin entstandenen „neuen Welt der Berater“, deren erstaunlichstes Phänomen sei, dass der offenkundige Widerspruch zwischen Vertrauensverlust und Berateraufschwung niemanden ernsthaft beschäftige. „Nie zuvor hat es so viele Kommunikationsprofis gegeben – und noch nie war der Dialog zwischen Regierten und Regierenden so gestört wie heute.“ Der ökonomische Druck, der seit der Medienkrise auf dem Journalismus laste, spiele auch hier eine Rolle. Unter den jungen Beratern in Berlin-Mitte sei der Leitsatz im Medienkodex des Netzwerks Recherche „Ein Journalist macht keine PR“ mit Verbitterung quittiert worden: Hier wisse eine saturierte Schicht offensichtlich nicht, wie der Nachwuchs kämpfen müsse. Angesichts der Arbeitsmarktlage für junge Akademiker könne man die Empörung verstehen, schreibt Bruns, will sich damit aber nicht abfinden: „Beides ist legitim: der unabhängige Journalismus und die zweckgerichtete Auftragsarbeit von PR-Leuten. Doch beides braucht einen je eigenen Platz, sonst wird der Anspruch der Öffentlichkeit auf Transparenz verletzt.“

Die sichtbare Fassade der Berater-Branche sei der Verlag Helios Media. Deren Chef Rudolf Hetzel wolle „Communities“ vernetzen, nachdem die rheinische Übersichtlichkeit in Berlin verloren gegangen sei. „Geschaffen hat er, in großem Stil, eine neue Variante von Klüngel, der abgetrennt vom Rest der Welt unaufhörlich untereinander kommuniziert.“

**„Bekanntheit frisst Glaubwürdigkeit“**

Ähnliches Unbehagen lösen bei Bruns auch „Alphajournalisten“ aus, zu denen die Autorin „mächtige Macher“ wie Kai Diekmann, Frank Schirrmacher, Mathias Döpfner und Stefan Aust sowie „populäre Gesichter“ wie Günther Jauch und Sabine Christiansen und „allgegenwärtige Kommentatoren“ wie Hans-Ulrich Jörges zählt. Das Merkmal der „Alphajournalisten“ sei die Übernahme einer Prominentenrolle in der Öffentlichkeit, die sie als Personen zum Objekt des öffentlichen Interesses mache. Die Medien personalisierten sich selbst über ihre Spitzenleute – „wieder einmal, um auf sich selbst aufmerksam zu machen“. Bruns fragt kritisch: „Aber wer braucht in der Kommunikation der öffentlichen Angelegenheiten die Botschaft des ‚personalisierten‘ Mediums? Nur die Medien selbst. Muss der Alphajournalist einstehen für die Glaubwürdigkeit, die Fernsehen, Zeitungen, Magazine verloren haben, weil sie verlässliche Informationen über Politik nur noch schwer vermitteln können?“ Bekanntheit sei gefährlich, besagten Umfragen. Denn sie sei nicht identisch mit Ansehen und könne sogar schaden: „Bekanntheit frisst Glaubwürdigkeit.“

Mit Blick auf die vergangenen Wahlkämpfe analysiert Bruns die Rolle der Medien als Bühne. Anders als vorhergesagt sei Angela Merkel 2005 weit unter den Erwartungen gelandet, Schröder deutlich darüber. Der „Medienkanzler“ habe seinen letzten Wahlkampf gegen die Medien geführt – aber durchaus nicht ohne deren Hilfe. Er habe die elektronischen Medien zu seiner Bühne gemacht und dabei ihre Moderatoren, Redakteure und Korrespondenten als Vermittler beiseite geschoben. „Er nutzt die Macht der Medien, um sich gegen ihre Macher und Meinungen durchzusetzen.“

Bruns diagnostiziert eine Empfindlichkeit der Bürger gegen Bevormundung – auch dann, wenn sie von Medien ausgehe. Diese habe sich Schröder zunutze gemacht, als er bei Wahlveranstaltungen mit deren Formel „Glaubt denen nicht“ (den Medien, für die das Wahlergebnis feststand) argumentierte. Sie sei bei den Wahlkundgebungen gut angekommen, „diese Verbeugung vor dem Souverän, der über den Ausgang von Wahlen zu entscheiden hat – und nicht die Medien, die vorgeben, schon Wochen vorher zu wissen, wie die Sache ausgehen wird.“

Im Kapitel „Beschleunigung“ beschreibt Bruns die Diskrepanz zwischen Politik, die „unvermeidlich ein langsamer Prozess“ sei und den Veränderungen der Medienlandschaft. Zeitungsredaktionen, Online-Dienste, Fernsehsender wetteiferten um Einwände, Blockaden, Hindernisse, Streit. „Das jeweilige Sachthema allein kann die Maschinerie nämlich nicht füttern.“ Vieles werde veröffentlicht, bevor Zeit sei für die eigentliche journalistische Aufgabe, „nämlich für die Fragen nach Relevanz und Einordnung der bereits vermeldeten Neuigkeiten. So entstehen Nachrichten mit geringer Verlässlichkeit“. Hier lobt Bruns die Haltung von Kanzlerin Merkel, die jeder vordergründigen Inszenierung abschwöre und mit Erfolg ihre eine „Stilistik der präsidentiellen Selbstbescheidung“ betreibe. Weil Merkel selbst kein Getöse mache, provoziere sie auch keines. Das drossle das Tempo. Was viele Journalisten als zäh und langweilig empfänden, gefalle den Bürgern ganz gut. „Es ist einfach mehr Ruhe und Nüchternheit eingekehrt.“

Nicht anders, aber erfolgreicher als Schröder nutze Merkel die Gesetze der Medien zur Reform ihrer Partei: Wo öffentlicher Rückhalt zu erwarten sei, wie in der Familienpolitik, bewege sie die CDU zu neuen Positionen, und das medientypische Streitmuster helfe dabei.

Mit ihrer Methode, Ereignisse zum Konflikt zu stilisieren, riskierten die Medien Ermüdung. „Wer zehnmal wegen eines politischen Konflikts Macht- oder Personalwechsel suggeriert, die nicht kommen, vermag beim elften oder zwölften Mal kaum noch Interesse dafür zu wecken.“ Das Tempo, das stündlich Neues bieten will, sei in Wahrheit ein großer Gleichmacher, wenn es um Fragen geht, die Wochen, Monate oder Jahre für ihre Entwicklung brauchen. Das Tempo beraube die Journalisten ihrer elementaren aufklärerischen Aufgabe: Informationen, Entwicklungen, Machtkämpfe nach ihrer Relevanz und Bedeutung auszuwählen, einzuordnen und zu vermitteln. Das koste Vertrauen bei Lesern, Zuhörern und Zuschauern. „Sie spüren, dass immer unglaubwürdiger wird, was Zeitungen und Fernsehen ihnen vorsezen.“

## Jagd nach Aufmerksamkeit

„Wenn die Ermüdung die Kehrseite des schnellen Tempos ist, dann ist Gleichgültigkeit die Kehrseite der Jagd nach Aufmerksamkeit“, schreibt Bruns im darauffolgenden Kapitel. Um das Politische müsse in allen Medien gekämpft werden. Bei den Nachrichten der privaten Fernsehsender rangiere es ohnehin auf den hinteren Plätzen „nach Katastrophen, Promis, Problem- oder Eisbären“. Politiker und politische Journalisten, beide angewiesen auf einen Ort für das Politische, würden aus ihren Nöten jedoch keine Tugend machen, sondern sich immer offensichtlicher gemeinsam auf die Jagd nach Aufmerksamkeit begeben. Politiker kommunizierten untereinander häufig über die Medien und suchten via Google oder in der Presseschau „nach ihren Spuren in der Öffentlichkeit“, während Journalisten darauf aus seien, dass ihre Exklusivgeschichten auch über die Agenturen verbreitet werden.

„Die Aufmerksamkeit der Bürger, die durch Zuspitzung, Tempo und steile Thesen erreicht werden soll, diese Aufmerksamkeit wird durch ständigen Gebrauch abgenutzt und verspielt. Wer nur noch Säue durchs Dorf laufen sieht, kann doch gleich dorthin schalten, wo echte Unterhaltung geboten wird“, schreibt Bruns. Für Aufmerksamkeit werde sogar politische Wirkung geopfert, macht die Autorin am geschwundenen Rückhalt Oswald Metzgers bei den Grünen und am „Seeheimer Kreis“ der SPD fest, der sich mit Johannes Kahrs einen Sprecher leiste, „der als hochgradig unseriös gilt“. Und die Rückkehr des Verantwortungsflüchtlings Oskar Lafontaine sei „in erster Linie eine Rückkehr ins Rampenlicht“. Gefahren sieht Bruns angesichts der neuen Online-Möglichkeiten: „Im Wettlauf um die neuen Plattformen und Verbreitungswege bleibt wenig Kraft und Zeit für Ideen, was denn eigentlich auf ihnen verbreitet werden soll. Auf den Inhalt kommt es nicht mehr an.“ Print sei unter Druck, aber nicht ohne Hoffnung, meint Bruns angesichts erfolgreicher Blätter wie der Süddeutschen und der Zeit (zumal schon die bisherige Mediengeschichte besage, dass ein neues Medium noch nie ein altes verdrängt habe). Daher müsse man Habermas' Gedanken nach staatlichem Schutz für die Qualitätspresse nicht folgen. Mehr als angemessen sei aber die „argwöhnische Beobachtung“, zu der er auffordert, „weil sich keine Demokratie ein Marktversagen auf diesem Sektor leisten kann“.

Bruns spricht vom „Verlust des gemeinsamen Ortes“, der früher im Programm der wenigen öffentlich-rechtlichen Sender bestanden habe. Heute seien „zerstreute Öffentlichkeiten“ die Realität, die schon 1999 einer Konferenz des Bundespresseamts den Titel gegeben hätte.

Zweifelhaft nennt Bruns den inhaltlichen Einfluss der Medien, was die Reformdiskussion in Deutschland zeige: Der öffentliche Grundsound von Zeitungskommentaren und Fernseh-Talk, der seit Jahren den Stillstand beklage und für mehr, schnellere, schmerzhaftere Reformen plädiere, habe die Mehrheit der Bürger nicht überzeugt. „Man kann sogar behaupten: ganz im Gegenteil. Sie wollen nicht die schärfste Reform, sondern dass beim Reformieren Gerechtigkeit herrscht.“

### War's früher besser?

Die medialen Lagerwelten der Vergangenheit hatten laut Bruns einen großen Vorteil: der garantierte Pluralismus der öffentlichen Meinung. Die Medien seien ein politischer Faktor gewesen, eine Rolle, die das Bundesverfassungsgericht in seinem ersten Fernsehurteil bestätigt habe: Danach sind Medien nicht nur „Medium“, sondern auch „eminenter Faktor“ der öffentlichen Meinungsbildung. „Davon kann heute keine Rede sein“, meint die Autorin, in der Vielzahl an Fernsehkanälen werde Politik zum Konsumgut neben vielen anderen, der Souverän, von dem die Staatsgewalt ausgeht, zum Nutzer oder Konsumenten der Polit-Ware.

„Bitter“ ist Bruns' Urteil über die politische Macht der Medien. Sie bestehe in der latenten Abwertung des Politischen, in einem unangemessenen Einfluss auf die „Logik“ der Politik, die immer noch treffend und gültig beschrieben sei als ein „langsames Bohren dicker Bretter“.

Die Auflösung der politischen Lager aufgrund des geschrumpften Identifikationspotenzial von Parteien und Programmen habe auch Auswirkungen auf die Medien: Politische Meinungsbildung in und über die

heutigen Massenmedien verlaufe nicht nur flüchtiger. Sie müsse auch den Verlust des natürlichen Unterhaltungswerts kompensieren, den die Politik in festen sozialen und kulturellen Lagerwelten hatte - den Unterhaltungswert eines sportlichen Zweikampfs, den die Politik in den alten Lagerwelten hatte. „Was tritt an die Stelle der verödeten Lager, der fad gewordenen Programme, der Parteien, die sich so ähnlich sehen? Es ist der Spitzenpolitiker, der diesen leer gewordenen Raum ausfüllen muss.“ Trotz dieser Diagnose stellt Bruns einen deutlichen Unterschied zwischen dem Inszenierer Schröder und der Pragmatikerin Merkel fest: Das öffentliche Bild Merkels entstehe in erster Linie in der Amtsausübung.

### **Bild missachtet Pressekodex**

Nicht ohne Risiken und Nebenwirkungen seien Politiker-Inszenierungen – „vor allem dann, wenn das Private politisch instrumentalisiert werden soll“. Neben den freiwilligen begrenzten Einblicken seitens verschiedener Politiker und prominenter Journalisten erwähnt Bruns auch das Beispiel aus der CSU: „Die Grenze ist zweifellos überschritten, wenn Bild über das Berliner Privatleben von Verbraucherschutzminister Horst Seehofer in einer Weise berichtet, die nach dem freiwilligen Pressekodex der Zeitungen eindeutig unerlaubt ist.“ Im Großen und Ganzen herrschten in den deutschen Medien aber noch keine britischen Verhältnisse. Das Privatleben der Politiker sei immer noch fast tabu, wenn sie nicht selbst Fenster und Türen öffneten.

Große Bedenken äußert Bruns an der unkritischen Haltung der Journalisten gegenüber der Demografie. „Die seit einiger Zeit übliche öffentliche Dauerpräsenz von Umfragen ist ein Beitrag zur unterschwellige Delegitimierung gewählter Regierungen. Wahlen schaffen Fakten, die bis zur nächsten Wahl bindend sind und Mehrheiten legitimieren. Wöchentliche Momentaufnahmen, selbst wenn sie sehr genau wären, haben in der Ordnung einer repräsentativen Demokratie keinen Rang, der irgendetwas oder irgendwen legitimiert.“ Da sich immer mehr Wähler erst in letzter Minute entscheiden würden, stiegen die Unsicherheitsfaktoren von Umfragen, die Wochen oder Monate vor Wahlen veröffentlicht werden. Von den Medien werde die Demoskopie nicht als Hilfsmittel benutzt, um die eigene Sicht auf die Wirklichkeit und ihre Deutung auf eine bessere Grundlage zu stellen, sondern als Ersatz für die eigene Sicht. Das untergrabe bei Politikern und Medien das Verantwortungsgefühl für die je spezifischen Leistungen, die sie im Interesse des Gemeinwohls zu erbringen hätten. „Umfragen sind zum leicht verfügbaren Wirklichkeitsersatz geworden.“

Und auch die unreflektierte Nutzung von Umfragen seitens der Politiker sieht Bruns als Problem: Die Umfrage als Argument sei reiner Populismus, der zulasten der Institutionen und Verfahren der repräsentativen Demokratie gehe. Wenn es zur politischen Alltagskultur werde, mit Verweis auf Umfragen zu behaupten, das Volk wolle dieses so oder jenes nicht, dann könne nur schwer Verständnis aufkommen für langsame und komplizierte politische Prozesse, die Interessenunterschiede, Widersprüche, Kompromisse als wichtige, konstruktive, unvermeidliche Faktoren aushalten und austragen müssen. Bruns bemängelt Kommunikationsverluste zwischen Bürgern und Politikern: Die Nutzung von Medien als politisches Kommunikationsmittel gehe auf Kosten der „Fähigkeit zum direkten Gespräch, zur Kommunikation im Altersheim oder Betrieb, im Bierzelt, vor großen Versammlungen oder Parteitag“. Zudem verschwinde die Kontroverse in der Politik. Die Volksparteien seien aufgrund des höchsten Gebotes aller Parteiführer, der Geschlossenheit, nicht mehr streitfähig. Schuld daran seien Umfragen, die im Gefolge innerparteilicher Auseinandersetzungen stets schlechte Werte auswiesen, und von den Medien, die jeden Konflikt zur Zerreißprobe oder Machtfrage hochstilisieren. „Das Zusammenspiel von beidem hat den Führern der Volksparteien den Schneid abgekauft.“

### **Geringer Ehrgeiz, Missstände aufzudecken**

Wahrnehmungslücken stellt Bruns sowohl bei Politikern als auch den Medien fest. Bei Politikern, die den persönlichen Einsatz für reale Begegnungen reduzierten, beispielsweise lieber Seniorenbriefe schickten, als selbst ins Altersheim zu gehen - obwohl ein Abgeordneter nur dort „hören, sehen, riechen und schmecken“ könne, was die alte Menschen dort bewegt. Und bei Journalisten, die weniger als

früher denen eine Stimme geben, die wenig oder keinen Zugang zur Öffentlichkeit haben. Die klassische Sozialreportage habe in deutschen Medien einen schweren Stand. „Bei manchen Fragen setzt eher als die Öffentlichkeit das Bundesverfassungsgericht die Politik unter Druck, den die Medien nicht mehr erzeugen, weil ihr Ehrgeiz, Missstände aufzudecken, gering geworden ist.“

Dabei befinde sich das bedeutendste Labor der Republik direkt vor der Tür der Bundespolitik: Berlin. Bruns führt den Fall der Hoover-Realschule auf, in der Eltern, Schüler und Lehrer gemeinsam entschieden hatten, dass im Unterricht und in den Pausen deutsch gesprochen wird. Der erfolgreiche Versuch habe die öffentliche Meinung nicht interessiert, wohl aber die von „Hürriyet“ angestoßene Debatte um „Sprachverbot“ und „Zwangsgermanisierung“. „Eine peinliche Schlappe für den Aufregungsjournalismus“ nennt Bruns den Fall. „Und ein Lehrstück über die Fähigkeit bzw. die Unfähigkeit der Politik, die Probleme ihrer Bürger wahrzunehmen.“ Die Wirklichkeit in Deutschland brauche heute die aufputschende „Meinungsmacherei“, um zu den Meinungs- und Politikmachern überhaupt erst einmal vorzudringen.

„Geht es auch anders?“ fragt Bruns im letzten Kapitel und kritisiert Themen wie Eisbär Knut und Paris Hilton im Nachrichtenteil. Die Hauptkundschaft des Qualitätsjournalismus verliere so das Gefühl, verlässliche Informationen und glaubwürdige Orientierungen zu finden. Der Quotenzwang, dem die Fernsehmacher, und die Marktzwänge, dem die Zeitungsleute unterlägen, erdrückten die Bedürfnisse der politisch interessierten Zuschauer und Leser. Das könne langfristig auch ökonomisch prekär werden. Und bezogen auf die Öffentlich-Rechtlichen: „Bisher hat noch keine einzige Anpassung des Niveaus nach unten nachweislich zur Verjüngung des öffentlich-rechtlichen Nachrichtenpublikums geführt. Kann man sie dann nicht ebenso gut unterlassen?“

### Bruns selbstkritisch

Eine Therapie könne auch sie nicht liefern, schreibt Bruns. Kaum eine Sünde ihrer Branche gebe es, die sie nicht selbst begangen habe. Wer fange an mit der Entschleunigung? „Das steht nicht in meiner und nicht in der Macht der vielen Kolleginnen und Kollegen, die ein ähnliches Unbehagen an der Entwicklung der Medien empfinden. Aber Unbehagen kann doch ein Motor sein, ein besserer jedenfalls als Selbstzufriedenheit, denn die hat die Menschheit noch nie einen Schritt voran gebracht.“

Gefragt seien Fernsehintendanten, die neuen Formaten Zeit gäben und dem Quotendruck entzögen, sowie Zeitungsredaktionen, die „nach wilden Diskussionen und in bestem Wissen und Gewissen entscheiden: Das und dies ist für unsere Leser interessant – und jene Sau müssen wir nun wirklich nicht durchs Dorf treiben. Wir brauchen politische Journalisten, die daran glauben, dass sie den Menschen nicht nur die jüngsten Kabalen der Macht zu erzählen haben, sondern etwas beizutragen haben zum Verständnis der Zeit, in der wir leben.“ Wenn alle Thesen steil seien, dann seien auch alle flach. Ambivalent fällt die Beurteilung der Politiker aus: Die Politik beginne – das belegt Bruns an Christian Wulff – Kommunikationswege jenseits der Medien zu suchen. Wulffs Plädoyer für mehr direkte Bürgerbegegnung bei der Jahrestagung des Netzwerks Recherche treffe sich mit den Bedürfnissen vieler Bürger: Nach einer dimap-Erhebung würden es vier Fünftel der Bürger begrüßen, wenn es mehr Möglichkeiten gebe, mit führenden Politikern direkt zu sprechen. Die Politiker seien jedoch noch mehr als Journalisten dazu geneigt, über die Medien eine Gestaltungskraft zu suggerieren, die sie nicht mehr hätten. Tissy Bruns hat die Veränderungen des politischen Journalismus in Berlin scharf beobachtet und kurzweilig zusammengefasst. Pflichtlektüre für jeden Hauptstadt-Journalisten – auch wenn es manchem wehtun wird.

*Günter Bartsch*

Tissy Bruns: Republik der Wichtigtuere. Ein Bericht aus Berlin. Herder Institut, Freiburg 2007; 224 Seiten, 19,90 Euro.

Lutz Hachmeister: Nervöse Zone - Politik und Journalismus in der Berliner Republik. Deutsche Verlags-Anstalt, München 2007; 288 Seiten, 16,95 Euro.

Gerhard Hofmann: Die Verschwörung der Journaille zu Berlin. Ein Politisches Tagebuch samt Schlussfolgerungen. Bouvier Verlag, 2. verbesserte Auflage, Bonn 2007; 470 Seiten, 29 Euro.

Ein Tipp zum Thema: [www.bildblog.de](http://www.bildblog.de)

BILDblog ist ein unabhängiges, journalistisches Internetangebot, das sich seit Juni 2004 kritisch mit „Bild“, „Bild am Sonntag“ und Bild.de auseinandersetzt - mit den kleinen Merkwürdigkeiten und dem großen Schlimmen, mit ihrem Selbstverständnis und ihrer Wirkung auf andere Medien.

Bildblog veröffentlicht auch regelmäßig die Auflagen von BILD und BamS: Seit 1998 ist BILD von 4,71 Mio. auf 3,55 Mio. Auflage gesunken. Im selben Zeitraum fiel die Auflage der BamS von 2,65 Mio. auf 1,87 Mio. Exemplare (3. Quartal IVW).

# medienkodex

## PRÄAMBEL

Neue Technologien und zunehmender ökonomischer Druck gefährden den Journalismus. Um seine Qualität und Unabhängigkeit zu sichern, setzt sich das netzwerk recherche für dieses Leitbild ein.

1. JOURNALISTEN\* BERICHTEN UNABHÄNGIG, SORGFÄLTIG, UMFASSEND UND WAHRHAFTIG.  
SIE ACHTEN DIE MENSCHENWÜRDE UND PERSÖNLICHKEITSRECHTE.
2. JOURNALISTEN RECHERCHIEREN, GEWICHTEN UND VERÖFFENTLICHEN NACH DEM GRUNDSATZ „SICHERHEIT VOR SCHNELLIGKEIT“.
3. JOURNALISTEN GARANTIEREN UNEINGESCHRÄNKTEN INFORMANTENSCHUTZ ALS VORAUSSETZUNG FÜR EINE SERIÖSE BERICHTERSTATTUNG.
4. JOURNALISTEN GARANTIEREN HANDWERKLICH SAUBERE UND AUSFÜHRLICHE RECHERCHE ALLER ZUR VERFÜGUNG STEHENDEN QUELLEN.
5. JOURNALISTEN MACHEN KEINE PR.
6. JOURNALISTEN VERZICHTEN AUF JEGLICHE VORTEILSNAHME UND VERGÜNSTIGUNG.
7. JOURNALISTEN UNTERSCHIEDEN ERKENNBAR ZWISCHEN FAKTEN UND MEINUNGEN.
8. JOURNALISTEN VERPFLICHTEN SICH ZUR SORGFÄLTIGEN KONTROLLE IHRER ARBEIT UND, WENN NÖTIG, UMGEHEND ZUR KORREKTUR.
9. JOURNALISTEN ERMÖGLICHEN UND NUTZEN FORTBILDUNG ZUR QUALITÄTSVERBESSERUNG IHRER ARBEIT.
10. JOURNALISTEN ERWARTEN BEI DER UMSETZUNG DIESES LEITBILDES DIE UNTERSTÜTZUNG DER IN DEN MEDIENUNTERNEHMEN VERANTWORTLICHEN. WICHTIGE FUNKTIONEN HABEN DABEI REDAKTIONS- UND BESCHWERDEAUSSCHÜSSE SOWIE OMBUDSSTELLEN UND EINE KRITISCHE MEDIENBERICHTERSTATTUNG.

\* ES SIND STETS BEIDE GESCHLECHTER GEMEINT.

[www.netzwerkrecherche.de](http://www.netzwerkrecherche.de)  
[info@netzwerkrecherche.de](mailto:info@netzwerkrecherche.de)

