

Zwischen Symbiose und Verachtung

Über das Verhältnis von Politik und Medien

Tilman P. Gangloff



Medien sollen ihre Nutzer mit Informationen versorgen und sie so in die Lage versetzen, sich eine eigene Meinung zu bilden. Das hat im Lauf der Zeit dazu geführt, dass sich Politiker und Journalisten wie ein Liebespaar in einer Amour fou verhalten: Sie können nicht mit-, aber auch nicht ohneeinander. In Interviews mit Journalisten sowie aktuellen und ehemaligen Spitzenpolitikern setzt sich das Buch *Die gehetzte Politik* mit der „neuen Macht der Medien“ auseinander. Im Folgenden dienen seine Beiträge als Grundlage für eine Beschreibung des Verhältnisses von Politik und Medien in einer Gesellschaft, in der Informationen dank ihrer umgehenden Verbreitung durch das Internet immer kurzlebiger werden.

Es ist eine ganz besondere Beziehung, die Journalisten und Politiker miteinander verbindet. Vordergründig scheint die beiden Berufsgruppen eine Symbiose zu einen: Ohne Medien ist Politik nicht möglich. Politiker sind darauf angewiesen, dass ihre Arbeit dem Volk vermittelt wird. Auf der anderen Seite liefern sie die Informationen, die die Medien für ihre Berichterstattung brauchen: öffentlich, etwa in Interviews oder bei der Bundespressekonferenz, aber auch im Rahmen privater Hintergrundgespräche. Gerade diese zuweilen fast intim anmutende Ebene hat dazu geführt, dass die Grenzen gelegentlich verwischen. Selbstredend hat die Nähe zur Macht nicht notwendigerweise Distanzverlust zur Folge, aber sie ist verführerisch. Dass dies auch andersrum gilt, haben zuletzt die Affären um Karl-Theodor zu Guttenberg und Christian Wulff gezeigt. Beide sind im Aufzug mit „Bild“ nach oben gefahren, wie Springer-Chef Mathias Döpfner dies mal formuliert hat. Den Absturz Guttenbergs nach Aberkennung seines Dokortitels konnte das Boulevardblatt nicht aufhalten, am Rücktritt Wulffs war es als Fahrstuhlführer maßgeblich beteiligt. Nach seiner Wahl zum Bundespräsidenten glaubte der frühere Ministerpräsident, der als Landespolitiker in Niedersachsen eine innige Beziehung zu „Bild“ gepflegt hatte, er könne dem Blatt ungestraft seine Liebe entziehen. Die Konsequenz: „Bild“ initiierte eine Kampagne, der sich schließlich auch seriöse Publikationen wie der „Spiegel“ und die „Frankfurter Allgemeine Zeitung“ anschlossen.

Kein Wunder, dass viele Politiker mindestens Respekt, wenn nicht gar Furcht vor den Medien haben. Im Zusammenhang mit der Berichterstattung über die Finanzkrise erscheinen sie ohnehin wie Getriebene der Märkte. Infolge dieser Furcht stellen sich Politiker nur noch in Ausnahmefällen für Interviews mit kritischen politischen Magazinen wie *Report* aus Mainz, *Monitor* oder *Panorama* zur Verfügung: weil sie keinen Einfluss auf den Rahmen haben, in den das Gespräch gebettet wird. In einer Talkshow dagegen sind gerade medien-erfahrene Politiker in der Regel Herr des Geschehens. Die Themen sind bekannt und abgesprachen, weshalb es nur selten vorkommt, dass ein Politiker hier aus der Rolle fällt. Wie groß das Kontrollbedürfnis ist, zeigt der Umgang mit Interviews für Presseerzeugnisse: Die Abschrift des Gesprächs muss dem Büro des

Politikers grundsätzlich zur Freigabe vorgelegt werden, ein Prozedere, das in der heutigen Medienlandschaft derart selbstverständlich ist, dass selbst die PR-Agenturen von Schauspielern aufs Gegenlesen bestehen. Die Gewissheit, eventuelle Fehlritte später noch korrigieren zu können, hat zwar möglicherweise zur Folge, dass die Gesprächspartner ungezwungener reden; allerdings hat der Journalist nicht viel davon, wenn die Pressesprecher später die interessantesten Antworten entschärfen.

Gezielte Verstöße

Alte Hasen wie Horst Seehofer nutzen diese vonseiten der Journalisten akzeptierten Gepflogenheiten gern, indem sie gezielt und strategisch dagegen verstoßen. Nur aus diesem Grund war es so aufsehenerregend, als der bayerische Ministerpräsident im Mai 2012 nach der aus Sicht der Union verlorenen nordrhein-westfälischen Landtagswahl im Gespräch mit *heute journal*-Moderator Claus Kleber den CDU-Spitzenkandidaten Norbert Röttgen deutlich kritisierte. Die anschließend viel zitierte Schelte Seehofers fand erst statt, als das eigentliche Interview beendet war. Als Kleber eine Bemerkung seiner Kollegin Marietta Slomka zitierte, die Nachgespräche seien meist interessanter als das, was auf Sendung gehe, sagte Seehofer: „Das können Sie alles senden.“ Der Vorfall zeigt, wie sehr Politiker auch im persönlichen Gespräch die Spielregeln bestimmen. Gerade bei Begegnungen im sogenannten Hinterzimmer wird vorher festgelegt, ob Journalisten die erhaltenen Informationen absolut vertraulich behandeln müssen („unter drei“) oder ob sie sie zwar verwenden können, aber keine konkrete Quelle nennen dürfen („unter zwei“). Natürlich haben Verstöße gegen die Vorgabe keine juristischen Konsequenzen, aber man kann getrost davon ausgehen, dass man nie wieder zu einem Hintergrundgespräch eingeladen wird.

Diese Absprachen sind keine Begleitscheinung der „Berliner Republik“: sie galten auch schon, als die Bundeshauptstadt noch Bonn hieß. Zu den ungeschriebenen Gesetzen gehörte damals zudem Diskretion. Es verstand sich von selbst, dass über die diversen Affären der verschiedenen Spitzenpolitiker nicht berichtet wurde. Durch das Internet aber haben sich die medialen Rahmenbedingungen völlig verändert, und zwar für beide Seiten. Gerade

Onlinemedien müssen ihre Auftritte ständig aktualisieren und immer wieder vermeintlich frische Schlagzeilen produzieren, um möglichst hohe Klickzahlen zu erreichen. Infolgedessen wird der ohnehin notorisch überdrehte Medienbetrieb noch kurzatmiger. Aktion und Antwort folgen in immer kürzeren Abständen. Dieses Reiz-Reaktions-Modell hat natürlich auch Folgen für die Politik, denn die Medien erwarten umgehende Stellungnahmen. Wer lieber erst mal eine Nacht über ein Ereignis schlafen will, bevor er an die Öffentlichkeit tritt, muss selbstverständlich das Gefühl haben, die Medien trieben ihn vor sich her. Infolge dieses publizistischen Klimawandels, so schreiben Bernhard Pörksen und Wolfgang Krischke im Vorwort ihres Buches *Die gehetzte Politik*, sei das Leitmotiv der aktuellen Politik vor allem „Vermeidung, nicht aber die programmatische Gestaltung“ (S. 8). Untrennbar verbunden mit der schon seit einigen Jahren zu beobachtenden Personalisierung ist auch die Skandalisierung: Im Gegensatz zum selbst für Experten kaum durchschaubaren internationalen Finanzgebaren böten Skandale etwa um angebliche oder tatsächlich plagierte Doktorarbeiten „den Vorteil der Überschaubarkeit und Eindeutigkeit“ (S. 20). Anders als bei der Katastrophe von Fukushima gibt es zu den meisten Sachfragen keine spannenden Bilder. Gerade Boulevardmedien müssten Politik daher „anhand von Persönlichkeiten erzählen können“ (S. 46), sagt Nikolaus Blome, Leiter des „Bild“-Hauptstadtbüros. Das gilt naturgemäß erst recht, wenn sich ein Wasser predigender Politiker beim Wein erwischen lässt. Bei Ole von Beust (CDU), dem ehemaligen Ersten Bürgermeister von Hamburg, hat dies ein Gefühl der Wehrlosigkeit zur Folge: „Wenn die Journalisten einen mögen, wird man – oft auch unangemessen – gelobt. Aber wenn sie das Gefühl haben, jetzt sei Ihre Zeit abgelaufen, werden Sie für dieselben Dinge in die Pfanne gehauen“ (S. 36). Blome kontert: „Politiker, die Angst vor den Medien haben, sind im falschen Beruf“ (S. 50).

Hetzjagd auf den „Weiberhelden“

Wie begründet diese Angst allerdings ist, zeigt das abrupte Karriereende des früheren schleswig-holsteinischen Politikers Christian von Boetticher (CDU). Er legte seine Kandidatur für das Amt des Ministerpräsidenten nieder, als

sich die Medien z. T. genüsslich über seine Beziehung zu einer 16-Jährigen hermachten. Ähnlich wie im Fall Wulffs waren es allerdings Parteifreunde, die den Stein ins Rollen gebracht hatten. Gängige Tageszeitungen, sagt von Boetticher, hätten die Affäre hart, aber fair behandelt. Den Boulevardmedien jedoch wirft er eine „Hetzjagd“ vor; die „Hamburger Morgenpost“ prangerte ihn als „Weiberheld von der Waterkant“ an (S. 57). Der Politiker hat seine Erfahrungen als „Abgrund an journalistischer Meinungsmache“ erlebt. Derartige Formen von „Persönlichkeitszerstörung“ hätten seiner Ansicht nach in Deutschland immer erschreckendere Ausmaße angenommen: Im Boulevard gehe es oft nur noch darum, „Menschen kaputt zu schreiben“ (S. 57f.). Kein Wunder, dass Politiker im sicheren Gefühl, rund um die Uhr beobachtet zu werden, laut von Beust potenzielle „Minenfelder“ (S. 35) tunlichst vermeiden und sich selbst bei halböffentlichen Auftritten im Zweifelsfall lieber ins sichere „Politikdeutsch“ zurückziehen (S. 36). Allerdings kann sich niemand sicher sein, ob brisante Informationen selbst im kleinen Kreis nicht umgehend an vertraute Medienpartner durchgesteckt werden.

Auf der anderen Seite wird das Verhältnis zwischen Presse und Politik von einem gegenseitigen Geben und Nehmen bestimmt, denn es gehört seit jeher eher zum Selbstverständnis der Politik, die Medien für ihre Interessen zu instrumentalisieren. Die Arbeit eines Politikers, sagt der Philosoph und Publizist Richard David Precht, bestehe heutzutage „zu 5 % aus Entscheidungsfindung und zu 95 % aus der Entscheidungsvermarktung“ (S. 264). Finanzminister Wolfgang Schäuble (CDU) betrachtet die Medien als „Transmissionsriemen“ (S. 294). Hinzu kommt die Ebene der Eitelkeit: Gerade zu Beginn der Karriere sei es „ein prickelndes Gefühl, das eigene Foto dauernd in der Zeitung zu sehen“ (S. 34), gesteht Ole von Beust. Diese Wechselseitigkeit kann im Extremfall zu einer „Versippung“ führen, wie sie „Stern“-Chefredakteur Hans-Ulrich Jörges beklagt (S. 143). Die Politsatire *Der Minister* (Sat. 1) hat anhand der engen Verbundenheit von Karl-Theodor zu Guttenberg und „Bild“-Chefredakteur Kai Diekmann in amüsanten Weise parodiert, welche Züge die „Versippung“ annehmen kann. Genüsslich weidet sich der Fernsehfilm daran, dass die Sympathie zwischen den beiden Männern sogar in der iden-

tischen Frisur zum Ausdruck kommt. Ein Journalist, sagt Jörges, dürfe aber „kein Mensch sein, der an einem Vorgang ein persönliches, wirtschaftliches, soziales oder politisches Interesse hat.“ Journalisten sollten „neutral und unbefangen berichten, aber dennoch mit Haltung kommentieren“ (S. 148).

Laut Giovanni di Lorenzo sei jedoch gerade unter Journalisten die Angst groß, sich gegen den Mainstream zu stellen: Sie „wollen gemocht und von Lesern und Kollegen nicht verurteilt werden“ (S. 218). Mit diesem Konformitätsdruck unter den Medien erklärt der Chefredakteur der „Zeit“ auch die Einhelligkeit der Wulff-Kampagne: „Sich außerhalb des medialen Chores zu positionieren, ist zur Mutprobe geworden“ (S. 219). Er plädiert daher für eine Debattenkultur, in der man beispielsweise Christian Wulff verteidigen könne, ohne an den Pranger gestellt zu werden. Jörges ergänzt die Diagnose Konformitätsdruck um die Symptome Haltungslosigkeit und Skandal-sucht (S. 145), sieht aber dennoch nicht die Medien als Verursacher der gegenwärtigen Politikverdrossenheit, sondern vielmehr die Art, „wie und von welchen Menschen Politik betrieben wird“ (S. 147).

Gewissermaßen als Ausgleich bieten Twitter und Facebook Politikern die Möglichkeit, ihre Wähler direkt und ungefiltert anzusprechen. Die Wirkung einzelner Publikationen wie „Spiegel“, „Zeit“ oder „Süddeutsche Zeitung“ sei früher viel größer gewesen, glaubt di Lorenzo: „Gerade weil es heute eine große Pluralität der Medien gibt, weil das Internet an Bedeutung gewinnt und die Fernsehlandschaft zersplittert, kümmern Politiker einzelne Verrisse überhaupt nicht mehr“ (S. 222). Der Umkehrschluss, klassische Medien hätten keinen Einfluss mehr, trifft allerdings offenbar auch nicht zu: Giovanni di Lorenzo hält zumindest „die seriöse Presse“ im Sinne Jürgen Habermas' nach wie vor für das „Rückgrat der politischen Öffentlichkeit“ (S. 224).

Literatur und Zitatnachweise:

Pörksen, B./Krischke, W. (Hrsg.): *Die gehetzte Politik. Die neue Macht der Medien und Märkte.* Köln 2013

Tilmann P. Gangloff lebt und arbeitet als freiberuflicher Medienfachjournalist in Allensbach am Bodensee.

