

Überwiegend Mainstream

Trotz Internet mangelt es an Meinungsvielfalt in den Medien

Nach unserem Grundgesetz sind die Freiheit und die Vielfalt von Meinungen in den Medien eine wichtige Grundvoraussetzung für das Funktionieren unserer Demokratie. Subjektiv haben wir das Gefühl, dass die Meinungsvielfalt längst Realität geworden ist. Die Anzahl der Fernsehkanäle wächst ständig, im Internet kann jeder nahezu unbegrenzt seine Meinung zum Besten geben. Im Hinblick auf politische und ökonomische Ansichten herrscht jedoch ein Einheitsbrei, der kritische Standpunkte höchstens noch als Alibiposition in den Talkshows der öffentlich-rechtlichen Fernsehprogramme zulässt. Das jedenfalls meint Albrecht Müller, der als Blogger für die *NachDenkSeiten* verantwortlich ist. *tv diskurs* sprach mit ihm.

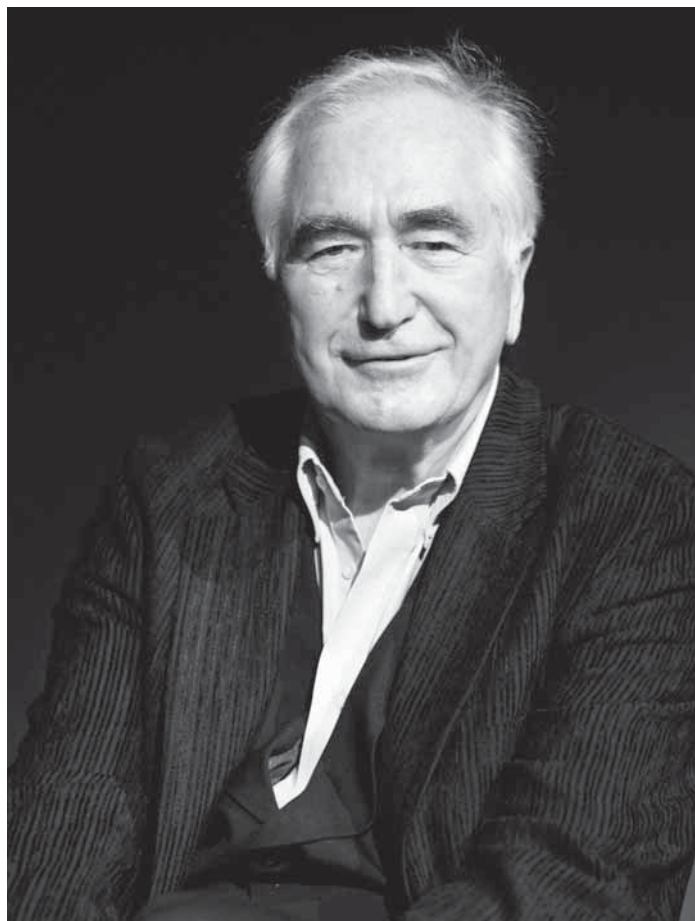
Sie betreiben den politischen Blog NachDenkSeiten – Die kritische Website. Worin liegt Ihre Motivation, wie kamen Sie darauf, diesen Blog ins Leben zu rufen?

Im Frühjahr 2001 kam ich zu der Überzeugung, dass es in Deutschland Gegengewichte zum üblichen Strom der Meinungen geben müsste. Der unmittelbare Anlass damals war die Gründung der Initiative Neue Soziale Marktwirtschaft, die erkennbar als Propagandagruppe für die neoliberale Ideologie fungieren sollte. Ich habe dann Unterstützer für mein Projekt gesucht und schließlich mit Dr. Wolfgang Lieb, der früher u. a. Staatssekretär und Sprecher der Landesregierung Nordrhein-Westfalen war, einen Partner und Mitherausgeber gefunden. Die NachDenkSeiten wollen eine Informationsquelle für alle sein, die am Mainstream der Medien zweifeln und sich über politische, gesellschaftliche und ökonomische Probleme eigene Gedanken machen wollen. Wir haben gemerkt, dass es sehr viele Menschen gibt, die dankbar für den Blick hinter die Kulissen sind.

Sie meinen, Ihre Positionen werden in den Medien ausgeblendet?

Ja, so ist es. Es gibt zu wesentlichen Behauptungen unserer gesellschaftlichen Debatte Kampagnenjournalismus, was sich anhand zahlreicher Fälle belegen lässt. Nehmen wir beispielhaft die Bankenrettung: Es wurde allorts kolportiert, jede Bank sei „systemrelevant“. Anders als z. B. in den USA haben wir jede Bank und damit auch ihre Gläubiger und darunter Spekulanten mit unseren Steuergeldern gerettet, sogenannte Anleger, die ihr Geld gegen hohe Zinsen in hochriskanten Finanzprodukten angelegt haben. Aber in einer Marktwirtschaft sollte es eigentlich so sein, dass jemand, der sein Geld riskant anlegt, auch das Risiko tragen muss. Sachliche Gründe zur Rettung jeder Bank und jedes Zockers gab es entgegen der herrschenden Meinung nicht. Wie kam dieser Medienmainstream zustande? Im Herbst 2008 wurde das agitatorische Wort der „Systemrelevanz“ in die Debatte eingeführt. Die große Koalition unter Angela Merkel und Peer Steinbrück hat mit der Hilfe des damaligen Chefs der Deutschen Bank,

Josef Ackermann, beschlossen, die Münchner Hypo Real Estate zu retten. Anschließend kam es zu einem Gespräch der Bundeskanzlerin mit den maßgeblichen Chefredakteuren unseres Landes, und von diesem Zeitpunkt an gab es kaum mehr kritische Stimmen zur Bankenrettung in den großen Medien. Ich bin studierter Ökonom. Als solcher beobachte ich auch bei vielen anderen Themen eine dem Mainstream verpflichtete Mehrheitsmeinung der Medien und der dafür stehenden Ökonomen. Es hat eine große Veränderung in meiner Wissenschaft stattgefunden. Die Pluralität der Nationalökonomie ging spürbar verloren. Man kann ohne Übertreibung von Gleichschaltung sprechen.



Hat die Bundeskanzlerin die Medien so gut im Griff, oder woran liegt das?

Zum einen beobachten wir eine starke Konzentration im Medienbereich. In der Region, in der ich wohne, gibt es z. B. nur noch eine große Zeitung. Zum anderen ist im Rundfunkbereich ein Kampf um die Einschaltquoten entfacht, der mit sich gebracht hat, dass sich die öffentlich-rechtlichen Sender immer mehr den privaten anzupassen versuchen. Das ist ziemlich deprimierend. Zudem gibt es eine gewaltige Ausweitung des PR-Einflusses. Ein prominentes Beispiel ist die Riester-Rente und die umfassende Berichterstattung darüber. Sie dürfte seit nunmehr fast 20 Jahren maßgeblich von PR geprägt sein. Dafür ist von den Interessenten der Banken und Lebensversicherer viel Geld ausgegeben worden.

Bei aller Kritik möchte ich aber auch erwähnen, dass es immer wieder Glanzlichter der Berichterstattung gibt. Aber diese ändern nichts an der Vorherrschaft des großen Stroms. Ein aktuelles Beispiel: Überall wird lobend berichtet, die Politik verlange jetzt von den Investmentbankern die Begrenzung ihrer Boni. Aber warum wird eigentlich nirgendwo nachgefragt, weshalb sie diese Sondervergütungen überhaupt erhalten? Wir haben sie doch mit unseren Steuergeldern gerettet und somit dafür gesorgt, dass sie überhaupt noch Geld verdienen. Es ist keine Kunst, heute z. B. eine Maschinenbaufirma aufzumachen, wenn man im Hintergrund jemanden hat, der die Verluste ausgleicht. Oder Air Berlin könnte die Verluste ignorieren und ewig mehr Geld ausgeben, als eingenommen wird, wenn der Staat immer für diese Verluste aufkommen würde. Aber so kann eine Ökonomie nicht funktionieren – und eben diese bissige Kritik fehlt mir.

Ihre Position klingt so ähnlich wie die der Linkspartei. Werfen wir einen Blick auf die Talkshows: Sahra Wagenknecht und Oskar Lafontaine sind hier doch recht häufig gesehene Gäste ...

Mir scheint eher, dass sie als eine Art Alibi eingeladen werden, da reicht doch schon ein Meinungsverhältnis von 3 zu 1 oder 4 zu 1, um solche Alibis wettzumachen. Das Problem liegt für mich darin, dass viele Talkshows mittlerweile von privaten Gesellschaften produziert werden, die meistens den Moderatoren selbst gehören. Das ist doch die Einflugschneise für das PR-Geschäft.

Ich war z. B. einmal in der früheren ARD-Talkshow Christiansen zu Gast. Davor hat ein Freund und Kenner der Szene mir den Rat gegeben, im Vorfeld des Talks auf einen Mann zu achten, der einfach nur rumsteht und nichts tut. So war es dann auch. Nach der Talkshow habe ich diesen Menschen wiedergetroffen und ihn angesprochen. Es war der PR-Berater von Frau Christiansen und zugleich des Bundesfinanzministers Hans Eichel. Mithilfe dieser famosen PR-Verknüpfung war es möglich, dass Hans Eichel überdurchschnittlich oft in der Sendung von Frau Christiansen auftauchen konnte. Hier hat er sein Image als Sparkommissar aufgebaut. Und so wurde aus dem in Hessen 1999 abgewählten Ministerpräsidenten plötzlich ein sehr beliebter Politiker. Auch die Macher anderer Talkshows haben PR-Berater laufen, die zugleich auch für andere große Firmen arbeiten – für den französischen Konzern Veolia beispielsweise. Dieser ist an der Privatisierung von Wasserwerken, von Schienenverkehr und anderen öffentlichen Einrichtungen interessiert und wird seinen Einfluss auf Talkshows spielen lassen. Die Auslagerung der Produktion von Talkshows in private Gesellschaften hat den Einfluss der PR-Agenturen erleichtert. Wenn die öffentlich-rechtlichen Sender ihr Renommee wirklich ernsthaft pflegen und wiederherstellen wollen, dann müssen sie die Talkshows wieder in ihre eigene Verantwortung und in eigene Redaktionen zurückholen.

Sie sind also der Meinung, dass es auch bei der Berichterstattung des öffentlich-rechtlichen Rundfunks nicht mehr um kritischen politischen Diskurs geht, sondern um Interessen Dritter, die durch finanzielle Verknüpfungen gesteuert werden?

Ja, das haben wir etwa bei Thomas Gottschalk und dem ZDF gesehen. Davon abgesehen gibt es ältere Vorgänge, die beispielhaft zeigen, dass PR-Einfluss nicht erst in jüngster Vergangenheit begonnen hat. Als Ghostwriter des früheren Bundeswirtschaftsministers Karl Schiller habe ich 1968 und 1969 eng mit einem Kreis meinungsführender Wirtschaftsjournalisten zusammengearbeitet. Einer dieser Journalisten, mit dem ich damals befreundet war, warnte mich davor zu glauben, sie erzielten ihren Hauptverdienst mit ihrer Arbeit als Wirtschaftsjournalisten. Viel mehr Geld verdienten sie mit Broschüren, Geschäftsberichten und anderen Texten für die Bundes-

regierung, für den Sparkassenverband sowie für diverse andere Verbände und Unternehmen.

Die Honorare dafür waren üppig; sie enthielten immer auch eine Prämie für freundliche Berichterstattung zugunsten der Auftraggeber. Ich war damals frisch von der wissenschaftlichen Arbeit an einem Universitätsinstitut in die Bonner Realität gewechselt. Was ich über die Praxis der PR-Arbeit unter Wirtschaftsjournalisten erfuhr, war ein Schock und zugleich eine heilsame Lehre für alles Weitere. Das war 1969. Glauben Sie nicht, dass das heute anders ist!

Das Prinzip der Verknüpfung von finanziellen Interessen und der Steuerung der veröffentlichten Meinung über Politik in den Medien ist also nichts wirklich Neues...

Natürlich! Das Motto „Früher war alles besser“ funktioniert nicht, aber der PR-Einfluss hat vermutlich gewaltig zugenommen. Das wird von der schlechten Arbeitsmarktlage der Journalisten gefördert. Ich kenne selbst den Fall eines Journalisten, der u. a. für den Deutschlandfunk arbeitet und darunter leidet, dass die finanziellen Leistungen des Senders immer mehr zusammengestrichen werden. Dann bleibt einem Journalisten oft nichts anderes übrig, als sein Gehalt durch gut bezahlte PR aufzubessern.

War es um die Pluralität der Medien und die darin präsentierten Meinungen früher besser bestellt?

Meiner Meinung nach schon. Denken wir nur an die 1960er- und 1970er-Jahre, in denen die öffentlich-rechtlichen Sender mit Monitor und Panorama sowie dem ZDF-Magazin mit Gerhard Löwenthal ein breites Spektrum abdeckten. Das ist enger geworden. Noch kritischer ist es bei den Printmedien. „Der Spiegel“ ist als wichtiges kritisches Medium ausgefallen, ebenso der „Kölner Stadtanzeiger“, die „Süddeutsche Zeitung“ und der „Stern“. Die „Frankfurter Rundschau“ gibt es eigenständig nicht mehr, und „Die Zeit“ war unter dem CDU-Mann Bucerius liberaler und pluraler, als sie es heute im Politik- und Wirtschaftsteil ist. Kritisch zu betrachten ist vor allem, dass sich auch diese genannten Medien in Kampagnen einspannen lassen. Früher kannten wir das vor allem von „Bild“ und von „Welt“.

Gerade, was die Publikation von politischen und gesellschaftlichen Randpositionen angeht, bietet doch – anders als früher – das Internet die Chance, dass Meinungen, die in den etablierten Medien schlicht herausgefiltert werden, ihre Verbreitung finden.

Gemessen an einer Talkshow oder der „Bild“ ist die Verbreitung der NachDenkSeiten nur schwach, sehr schwach. Wenn das Verhältnis der Informationsimpulse 1 zu 100 ist, dann haben Sie einfach keine Chance. Die 100 Impulse setzen sich dann durch. Dann hat man zwar seine Anhängerschaft, die bei den NachDenkSeiten aus engagierten und klugen Menschen besteht, aber die Mehrheit der Bürger steht unter dem Einfluss und Anpassungsdruck unkritischer Medien. Selbst bei früher einmal kritischen Intellektuellen beobachte ich, dass die Bereitschaft zur Anpassung hoch ist – verständlicherweise, denn viele haben nicht die Kraft, ständig gegen eine Mehrheitsmeinung anzurennen. Deshalb hat es ein Blog wie der unsere unglaublich schwer.

Gleichwohl wir für einen politischen Blog beachtlich viele Leser haben, müssten wir dringend die Verbreitung der NachDenkSeiten vergrößern. Dann bestünde nämlich sehr viel mehr als heute die Chance, dass unsere Nutzer gelegentlich anderen Leserinnen und Lesern begegnen. Wenn Sie sich einen kritischen Kopf bewahren wollen, dann brauchen Sie gelegentlich Menschen, die genauso denken und ticken wie Sie und kritisch hinterfragen. Sonst werden Sie nach einiger Zeit unsicher. Schon deshalb muss die Zahl der NachDenkSeiten-Freunde wachsen.

Nach meinem Gefühl gab es früher eine stärkere, von Bürgern organisierte Öffentlichkeit, einfach weil es mehr Kreise gab, die politisch interessiert waren. In meiner jungen Erwachsenenzeit in Bonn war es üblich, dass man bei abendlichen Treffen mit Freunden und Bekannten über politische Themen diskutierte. Heute erlebe ich so etwas kaum noch. Ich würde gern wissen, wo diese informelle, kritische Öffentlichkeit geblieben ist!

Das Interview führte Prof. Joachim von Gottberg.