

# Talkshows: Politiker in den Fesseln der Medien ?

## Vortrag

KAS-Veranstaltung:  
Talkshows und TV-Duelle  
(05.03. – 07.03.2008)

# Gliederung 1/2

## Einleitung

- Titel des Beitrags
- Übergang von der Bonner in die Berliner Republik

## Risiken der Medialisierung

## Politische Talkshows und ihre Vorläufer

## Die These der „Talkshowisierung“ (und ihr Test)

## Gliederung 2/2

**Sendungsanalyse 1:**

***Hart, aber fair* – Anspruch und Wirklichkeit**

**Sendungsanalyse 2:**

**Politische Talkshows im Sommer 2006**

**Fazit:**

**Polit-Talkshows in Zeiten der Großen Koalition**

## Titel des Vortrags

Nach dem Medienrechtler Wolfgang Hoffmann-Riem befinden sich die Politiker „in den Fesseln der Mediengesellschaft“

Indizien liefert die Berichterstattung über das offizielle und mehr noch das private Rollenhandeln der politischen Akteure

Auseinandersetzung über die „Mediendemokratie“

# Übergang von der Bonner in die Berliner Republik

Ökonomisierung des Mediensektors

verändertes Selbstverständnis der Journalisten

aktuelle Beschreibungen:

- Nervöse Zone (L. Hachmeister)
- Republik der Wichtigtuer (T. Bruns)

# Übergang von der Bonner in die Berliner Republik

## Veränderungen im **Verhältnis von Politik und Medien**

- Angebot an die Konsumenten wird immer größer
- Marktbedingungen (nicht das Programm bestimmt die Quote, sondern immer öfter die Quote das Programm)

## von Bonn nach Berlin

soziale Gegensätze und gesellschaftliche Widersprüche;  
preußisch-protestantische Mentalität;  
schneller, ungeduldiger, auch proletarischer

# Risiken der Medialisierung 1/5

Aus politikwissenschaftlicher Sicht ergeben sich 3 Fragen:

- Gibt es einen Wandel von der politischen ‚Elite‘ zur medienfixierten (un)politischen ‚Prominenz‘?
- Welche Rolle spielen die traditionellen politischen Institutionen und Verfahren?
- Wie verändern sich politische Prozesse im Kontext von Regierung von Regierung, Parlament und Parteien, wenn diese zunehmend medienfixiert agieren?  
(Sarcinelli 2002: 12)

## Risiken der Medialisierung 2/5

Angesichts

- des Abschieds vom Nationalstaat,
- der Krise des Föderalismus und
- der „Unregierbarkeit“ der Bundesrepublik

gelangt die **Rolle des Mediensystems** bei der Suche nach einem Ausweg auf die Tagesordnung (vgl. Schatz/Nieland 2003)

# Risiken der Medialisierung 3/5

Strukturveränderungen der politischen Kommunikation in der Bundesrepublik Deutschland

- Politainment ist kein Schimpfwort mehr
- differenziertes Bild: sowohl von der Wissenschaft als auch den Politiker ist akzeptiert, dass
  - **politische Inszenierung stattfindet und**
  - **keine strikte Trennung zwischen Darstellung- und Entscheidungspolitik mehr möglich ist**

# Risiken der Medialisierung 4/5

## Thesen zum Verhältnis von Medien und Politik 1/2

1. Verselbstständigung des Rundfunks
2. Entpolitisierungswelle in den Medien
3. Verändertes Akteursspektrum: neue, international tätige Unternehmen
4. Verbesserte Informationsqualität  
(Übertragungsgeschwindigkeit und Verfügbarkeit)

# Risiken der Medialisierung 5/5

## Thesen zum Verhältnis von Medien und Politik 2/2

5. Personalisierung, Hierarchisierung, Konzentration auf wenige „Darsteller“
6. Zunehmende Emotionalisierung der Politikdarstellung
7. Konkurrenzdruck zwischen den einzelnen Anbieter führt zur Skandalisierung politischer Vorgänge
8. Divergenzen in der Temporalstruktur von Politik und politischer Berichterstattung führt zu einem gewissen Ungleichgewicht

# Politische Kommunikation in Zeiten der Großen Koalition

Welche Rolle spielen die Medien? (Mitspieler,  
Gegner)

Verschwinden der Grenzen zwischen Wirtschaft und  
Politik (Die fünfte Gewalt)

Sichtbare Politik nur einen Bruchteil dessen, was  
„wirklich“ passiert

„Abstand“ zwischen Journalisten und Fachleuten  
wächst

# Politische Talkshows und ihre Vorläufer in der Bundesrepublik



## Die Pioniere: Internationaler Frühschoppen (ARD)

- 1953 – 1987, sonntäglich moderiert von Werner Höfer
- Sechs Journalisten verschiedener Länder diskutierten vorwiegend außenpolitische Themen
- Wesentlicher Orientierungspunkt im politischen Meinungs- und Willensbildungsprozess in der BRD bis in die 70er Jahre hinein

# Die Pioniere: Internationaler Frühschoppen (ARD)

„Wir lassen uns an keinem Sonntag W. Höfers Frühschoppen entgehen, aber da gibt es immer Konflikte wegen des Mittagessens und neuerdings wegen des Sonntagskonzerts. Der Frühschoppen läge doch um 11 Uhr viel richtiger, denn beim Sonntagskonzert stört es nicht, wenn die Mutter den Tisch deckt!“

## Die Pioniere: Journalisten fragen – Politiker antworten (ZDF)

- 1963 – 1991, alle vier Wochen (mit mehrjährigen Unterbrechungen), moderiert von Reinhard Appel
- Prominente Politiker aus dem Bundestag sowie ausgewählte Journalisten liefern sich vor laufenden Kameras einen politischen Schlagabtausch



Bild: Reinhard Appel



Reinhard Appel (links) im Gespräch mit Alt-Bundeskanzler Helmut Schmidt

**Jörg-Uwe Nieland**

Talkshows: Politiker in den Fesseln der Medien ?

## 70er Jahre – politische Fernsehdiskussionsrunden verlieren das Image des Elitendiskurses

- Erstmals werden auch die Bürger in die Fernsehrunden mit einbezogen
- Beispiele: „Bürger fragen – Politiker antworten“ (ZDF), mittlerweile eingestellt; „Jetzt red i“ (BR)

Die Sendungen können (u.a.) als Vorreiter politischer Talkshows gelten, da folgende formatstypischen Stilmerkmale vorhanden sind: Live-Charakter, Anwesenheit von Studio- und Saalpublikum, Vermischung von sachlich-themenorientierter wie emotional-unterhaltsamer Auseinandersetzung

## 70er Jahre – „Je später der Abend“

- 1973 wird erstmals eine programmatisch ausdrücklich *nicht*-politische Prominenten -Talkshow live ausgestrahlt: „Je später der Abend“, moderiert von Dietmar Schönherr



Bild: Dietmar Schönherr 1973

## 70er Jahre – „Je später der Abend“

- „Je später der Abend“ spielt die Vorreiterrolle bei einer Reihe von Sendungen („*Der heiße Draht*“ (SWF, 1973), „*Ill nach 9*“ (SFB, 1974), „*Kölner Treff*“ (WDF, 1976)), die bewusst durch Gast- und Themenauswahl Fernsehrituale, Traditionen und Werte in Frage stellen.



Alfred Bielek und Dieter Thoma im „Kölner Treff“



Ulrich Gellert und Wolfgang Menge am 10. März 1978



Helmut Kohl am 9. Oktober 1975

## 70er Jahre – „Je später der Abend“

- Entsprechend erregen diese Talkshows öffentliche Kritik: Die Rede ist von „fehlendem sozialen, politischen oder philosophischen Tiefgang“, „lapidar-oberflächlichen Befragungen von Stars und Prominenz“, von einer zu starken Personen- und zu schwachen Themenzentrierung

## 80er Jahre – Einführung privater Fernseh-/Rundfunkanstalten

- Die ersten Talkshows privater Anbieter verstoßen nachhaltiger als je zuvor gegen die im öffentlich-rechtlichen Fernsehen etablierten Programm- und Diskussionsnormen. Der Diskursstil punktet vielmehr durch Konfrontation, Dreistigkeit, Schlagfertigkeit und Sarkasmus.
- In diesem Zeichen stehen z.B. Sendungen wie: „Dall-As“ (RTL, 1985), „Explosiv – Der heiße Stuhl“ (RTL, 1989), „Einspruch“ (SAT.1, 1992), die als Formen des „Confrontational Talks“ gelten.

## 90er Jahre – Talkshowboom

- Die Talkshow kann sich im Laufe ihrer weiteren Entwicklung als ein eigenständiges, publikumswirksames Format etablieren. So geschieht die Herausbildung verschiedener Subgenres bei einer breiten Angebotspalette, um unterschiedliche Zielgruppen zu erreichen. Beispiele solcher Subgenres sind: Daily-, Bekenntnis-, Versöhnungs-, Jux-, Late-Night-, Portrait-, Prominenten – und Thementalkshow.



Harald Schmidt und Cordula Stratmann  
in „Harald Schmidt“ am 28.09.2005,  
Foto: ARD (Fulvio Zanetti)

## 90er Jahre – Talkshowboom

- Zugleich vergrößert sich auch die den Talkshows eingeräumte durchschnittliche Sendezeit von insgesamt 40 Minuten auf 400 Minuten am Tag, dies zusammengenommen bei den fünf großen Sendern ARD, ZDF, SAT.1, RTL und ProSieben
- Während sich Genres wie die Daily-Talks nach einem rasanten Boom in der Vielheit ihres Vorkommens wieder zurückentwickeln, können sich insbesondere bei den öffentlich-rechtlichen Sendern abendliche Prominenten-Talks wie die „*Johannes B. Kerner*“-*Show* (ZDF), „*Beckmann*“(ARD) und „*Zimmer frei*“(WDR) als feste Größen etablieren.

## 90er Jahre – Renaissance der politischen Gesprächsrunden

- Politische Gesprächsrunden erleben auf den privaten Sendern ihre Wiedergeburt. Modifiziert um eine am breiteren Publikumsgeschmack orientierte Mischung von Informations- und Unterhaltungselementen münden sie in das Genre der politischen Talkshow. Auf diesem Gebiet ist Erich Böhme mit seinem sonntäglich ausgestrahlten Polittalk „*Talk im Turm*“ (SAT.1, 1990 – 1998) lange Zeit eine der führenden Persönlichkeiten. Nachfolgend – und dies weitaus weniger erfolgreich – geht der „*Talk in Berlin*“ (n-tv, 2000 – 2002) auf Sendung, der ebenfalls von Erich Boehme moderiert wurde.



Erich Böhme

## 90er Jahre – Renaissance der politischen Gesprächsrunden



Bild: Friedrich Küppersbusch

- Die öffentlich-rechtlichen Sender stellen bis 1996 mit Friedrich Küppersbusch und „Zak“ (NDR, ARD) einen polit-satirischen Spitzenmoderator. Auf der Internetseite des NDR liest man über Küppersbusch und Zak: „Der ‚Spiegel‘ apostrophierte ihn [...] als ‚Kultmoderator‘ und ‚ersten öffentlich-rechtlichen Popstar‘. Die ‚taz‘ schwärmte, er habe ‚die Moderation zu einer eigenständigen Kunstform entwickelt‘. Und die ‚Bunte‘ jubelte: ‚Deutschlands intelligentester, unverkrampftester und gleichzeitig engagiertester Polit-Moderator.‘“

# 90er Jahre – Politische Talkshows

- Auf den öffentlich – rechtlichen Sendern werden Ende der 90er Jahre politische Talkshows wie „*Sabine Christiansen*“(ARD, 1998) und „*Berlin Mitte*“(ZDF, 1999) bis heute erfolgreich ins Programm aufgenommen; Nachfolgerin von Sabine Christiansen ist seit Spätsommer 2007 Anne Will.
- Seit dem Ende der 90er-Jahre bleiben politische Talkshows eine Domäne vornehmlich öffentlich-rechtlicher Anbieter sowie des Nachrichten- und Informationskanals n-tv.

# Politische Talkshows in der Gegenwart



Bild: Presseclub ARD

- „Der Presseclub“, Nachfolger des „Internationalen Frührschoppen“, Journalisten/-innen analysieren aus unterschiedlichen Blickwinkeln aktuelle politische Ereignisse und Entwicklungen; wechselnde Moderatoren/innen; ARD

# Politische Talkshows in der Gegenwart



- „Berlin Mitte“ (nun umbenannt in „Maybritt Illner“), klassische politische Talkshow, Moderation: Maybritt Illner, ZDF
- „Anne Will“, Politische Talkshow, Moderation: Anne Will, ARD

# Politische Talkshows in der Gegenwart

- „Hart, aber fair“, Polittalk, konfrontatives und konsensorientiertes Streitgespräch, gemischte Gästeschaft, journalistische Elemente sowie externe zusätzliche Gäste als Experten werden eingebracht, Moderation durch: Frank Plasberg, ARD
- „Unter den Linden“, Kommunikations- und Medienexperten treffen auf Politiker, Moderation: Christoph Minhoff und Hartmann von der Tann, Phoenix

## Politische Talkshows in der Gegenwart – wichtigste Nennungen

- „Berliner/Bonner PHOENIX – Runde“, Experten diskutieren Themen aus Politik, sozialem Leben und Wirtschaft, Moderation: Gaby Dietzen und Anke Plättner
- „Was erlauben Strunz?“, 1 Moderator trifft auf 2 – 3 Gästen aus Politik, Wirtschaft, Gesellschaft; Moderator: Christian Strunz, N24
- „Das Duell“, konfrontativ-investigativ: Moderator Heiner Brehmer diskutiert politische Themen mit zwei Gästen, n-tv

## Politische Talkshows in der Gegenwart – wichtigste Nennungen

- „2 + 4 Der n-tv-Talk“, konfrontativ-investigativ: die Moderatoren Heiner Brehmer und Leo Busch diskutieren mit vier Gästen aus der Politik aktuelle politische Themen, n-tv
- „Links-Rechts“, die beiden Moderatoren H. Schumacher und H.-H. Tiedje nehmen ihren Gast mit „linken“ und „rechten“ Fragen „in die Zange“, N24
- „Studio Friedmann“, Moderator M. Friedmann etwas zahmer als vor dem Skandal, N24

# Talkshows: Forschungsrichtungen

- Empirische (gesprächs- und inhaltsanalytische) Forschungen zu politischen Diskussionsrunden bis in die 80er Jahre: Elefantenrunden, „Journalisten fragen – Politiker antworten“
- Forschungsarbeiten über „Confrontational Talks“ in den 90er Jahren
- Daily Talks: hoch elaborierte empirische Studien, z.T. mit mehreren Analyseebenen (Inhalte, Rezeption, Wirkung) in den 90er Jahren

# Talkshows: Forschungsrichtungen

- Ende der 90er Jahre: wissenschaftliche Auseinandersetzung mit den Inhalten politischer Talkshows sowie mit Politikerauftritten im Fernsehen
- Medien- und Kulturkritischer Blickwinkel: überwiegend pseudowissenschaftliche sowie essayistische Betrachtungen thematisieren und hinterfragen gesamtgesellschaftliche Relevanz von Talkshows
- International vergleichende Studien sind eher mangelhaft vertreten (Stand: Schicha, 2002)

## Die These der Talkshowisierung – ein Rückblick 1/4

„Empfehlung“ von Radunski: Der Talkshow-Auftritt als Erfolg versprechender Weg, politik- und parteimüde Wähler im wahrsten Sinne des Wortes wieder *anzusprechen*

Das Format der Politischen Talkshow hat das Spektrum der (politischen) Informations-Vermittlung und die Präsenzmöglichkeiten für Politiker im Fernsehen deutlich vergrößert (vgl. Tenscher 1999)

## Die These der Talkshowisierung – ein Rückblick 2/4

„Talkshowisierung des Politischen“ nach  
Sarcinelli/Tenscher (1998) meint die

### **Veränderungen televisionärer Politikvermittlung**

aufgrund der dauerhafte Vermischung von

- politischem und alltäglichem Diskurs,
- von Politischem und Unpolitischem,
- von Information und Unterhaltung sowie
- von Öffentlichem und Privatem

## Die These der Talkshowisierung – ein Rückblick 3/4

*Talkshow ist nicht gleich Talkshow*

Vielmehr gibt es diverse Sendeformate, die im  
Prozess der Talkshowisierung eine Rolle spielen

Unterscheidung zwischen:

- Politischen Diskussions- und Interviewsendungen
- Politischen Talkshows
- unpolitische Talkshows

# Die These der Talkshowisierung – ein Rückblick 4/4

Untersuchungs-/Klassifizierungskriterien:

- Politikgehalt
- Unterhaltungselemente
- Strukturiertheit
- Seriosität
- Zuschauerkreis
- Agenda-Building
- Image-Building

## Warum gehen Politiker in (Polit-) Talkshows?

- als Oppositionspolitiker, Neu- und Quereinsteiger oft keinen Zugang zu den klass. Medienformaten
- größere Freiheiten um eigenen Standpunkt rüberzubringen; nicht wie in durchstrukturierten pol. Diskussionssendungen
- kostenlos
- enorme Reichweite

## Warum gehen Politiker in (Polit-) Talkshows?

- mehr Zeit für Selbstdarstellung und keine Verkürzung wie in Stellungnahmen
- politische Inhalte werden „leicht“ verpackt dem Zuschauer vermittelt
- verstärkte Medienberichte über diese Auftritte

## Risiken solcher Auftritte



- durch Unstrukturiertheit kann Unsicherheit beim Politiker aufkommen
- Sendungskonformes Auftreten und Spontaneität wird erwartet
- Resonanz beim (jugendlichen) Publikum kann umschlagen

# Test der Talkshowisierung-These

## Befunde der Studie zum LT-Wahlkampf 2000

- Trend zur Talkshowisierung des Politischen setzt sich im nordrhein-westfälischen Landtagswahlkampf fort
- Informationen über politische Entscheidungen, Positionen und Personen werden im Zuge der Talkshowisierung teilweise boulevardisiert, privatisiert und entpolitisiert

## Test der Talkshowisierung-These

### Befunde der Studie zum LT-Wahlkampf 2000

- nicht alle Politiker lassen sich in gleichem Maße auf diese Trends ein

### Zum Charakter der Sendungen

- politische Diskussionssendungen weisen hohes Maß an Ritualisierung und routiniertem Umgang mit ihrem Format auf
- hoher Politikgehalt
- aber keine „echte“ konfrontative Auseinandersetzung über politische Positionen
- Wahlfloskeln wiederholen sich

## Test der Talkshowisierung-These

- Domäne der öffentlich-rechtlichen Sender
- Reiz für Politiker der stärker wertende Moderationsstil
- Vielzahl von Sendungen und kleiner Kreis von Politikern (routinisierte Auftritte)
- unpolitische Talkshows dienen Image - Building/ politische Talkshows dienen Verkündung politischer Botschaften
- Dualisierung des Fernsehens (Grenzen zwischen Nachrichten- und Unterhaltungsabteilungen verwischen, in USA schon in 80er Jahren)

## Test der Talkshowisierung-These

- veränderte Kommunikationsstrategien der politischen Akteure
- Wechselwirkung von sozialem Wandel und Veränderung des Mediensystems
- führt zu zunehmender Bedeutung der Unterhaltungskommunikation für politische Kommunikation

**„Die Talkshow ersetzt den Ortsverein“?**

These der Talkshowisierung nur ansatzweise bewiesen

# Wird in Polit-Talks nur getalkt oder auch diskutiert?

Öffentlichkeit und Struktur der Gespräche variieren je nach:

- Format
  - Teilnehmern
  - Themenwahl
- > unterschiedliche Bedingungen damit politische Diskurse entstehen

<b>Personality Sendungen</b>	<b>Polit-Talks</b>
auf politikferne Unterhaltungen ausgelegt	Problemorientierte Auseinandersetzung mit politischen Themen
Keine Diskursarena	Es entstehen Diskurse
mehr Offenbahrungs-, Werbe- und Erzählbühne für Prominente	Offene Diskussionsrunde für Politiker, Experten etc.

## Kennzeichen von Polit – Talks

- Inszenierte Gespräche
- Befassung mit konflikträchtigen Themen
- Teilnehmer oft konflikträchtig (unterschiedliche Parteizugehörigkeit etc.)
- Rhetorischer Wettkampf bzw. agonale Debatte

Führen von Diskursen durch konkurrierende Parteien unter Teilnahme von Publikum, mit dem Ziel, als „Sieger“ aus der Debatte zu gehen.

***Inwieweit aber auch diskutiert und argumentiert wird, hängt vom Format, Thema und Teilnehmern ab.***

## Moderatorenleistung im Polit-Talk

	Aktivität	Kritik	Gehalt
Christiansen	Gering	Mittel	Gering
Berlin Mitte	Hoch	Hoch	Mittel
19:zehn	Mittel	Gering	Hoch
Presseclub	Mittel	Gering	Hoch

**Aber: die Leistungen der Moderatoren schwanken von Sendung zu Sendung**

## Unterschiede im Verhalten der Teilnehmer

	Eher diskursförderlich	Eher diskurshemmend
Teilnehmer	Gäste gemischt (Politiker, Wissenschaftler, Journalisten...)	Homogene Gruppen (nur Politiker, nur Journalisten)
Thema (Agenda)	Policy-Themen, klare Themenformulierung	Politics-Themen, diffuse und / oder boulevardeske Themen
Moderation	Aktiv und Kritisch	Passiv und Unkritisch
Dialogizität	Bezugnahme auf Beiträge	Monologe Gesprächskultur

	Bezug auf andere Gäste	Kein Bezug
Christiansen	<b>52,1%</b>	47,9%
Berlin Mitte	44,5%	55,5%
19:zehn	34,8%	65,2%
Presseclub	43,5%	56,9%

**Politiker bei SC und BM:**

eher konfrontativ und wenig argumentativ  
wollen als „Sieger“ hervorgehen und können sich durch die direkten  
Konfrontation nicht entziehen, wie z.B bei Interview für Print Medien.

**Bei Polittalks deswegen: konfrontative Gäste und Themen**

Experten, Journalisten wie im Presseclub oder 19:10: nüchterne Argumente  
mehr kritische Diskussion und keine Debatte mehr

## Kritik an Polit-Talks

### 1. Der Teilnehmerkreis ist immer gleich

#### Vorurteil:

- immer die gleichen elitären Gäste und Berufsgruppen sind vertreten
- Polit-Talks als reine Präsentationsplattform für Politiker
- Steuerung der öffentlichen Meinung als Top-Down Prozess

#### Aber:

Freiheiten bezüglich der Personenwahl vorhanden, allein wegen der Vielfalt an politischen Persönlichkeiten und Formaten

Reine Top-Down Prägung der Zuschauer nicht möglich da der Konflikt untereinander begünstigt wird und Gäste oft mit Gegenargumenten konfrontiert werden.

## 2. Polit-Talk als reine Werbeveranstaltung?

### Vorurteil:

1. Keine Diskussion im üblichen Sinn
  - „medienspezifische Inszenierung von Propaganda und Diskussion“
1. Argumentationen finden in Polit-Talks nicht statt („Pseudo Diskurse“)

### Aber:

- Anteil von Diskursen hängt von Sendungsformat, Thema, Teilnehmern ab
  - Inszenierung ja, aber ebenso wie Aspekte der Mobilisierung und Wahlkampf kalkuliert Zuschauer auch die Selbstdarstellung mit ein.
- > Wirkung hier überbewertet
4. Komplexität der Gespräche zwar begrenzt, Sinn ist aber eher: unmittelbare Konfrontation der Sprecher

### 3. Polit-Talk als Politainment?

#### Vorurteil:

Im Polit-Talk geht es nicht um Meinungsbildung und das Aufklären komplexer politischer Sachverhalte, sondern mehr um *Politainment* und das Schaffen eines *feel-good* Faktors.

#### Aber:

- Boulevardeske Orientierung ja, dennoch politische Themen im Mittelpunkt
- Information und Unterhaltung schließen sich nicht aus
- Alle Formate haben einen hohen Anteil diskursiver Elemente
- > schaffen durchaus einen öffentlichen Diskurs

## Boulevarddeske Elemente in Beiträgen der Teilnehmer

	Klar boulevardeske Elemente	Keine boulevardeske Elemente
<b>Christiansen</b>	<b>19,8%</b>	<b>80,2%</b>
<b>Berlin Mitte</b>	<b>15,1%</b>	<b>84,9</b>
<b>19:zehn</b>	<b>6,5%</b>	<b>93,5</b>
<b>Presseclub</b>	<b>17,3%</b>	<b>82,7</b>

In jedem siebten Beitrag findet sich ein boulevardeskes Element  
Boulevardeske Äußerungen aber eher von Seiten der Künstler und Stars.

## Boulevardeske Elemente in Beiträgen der Teilnehmer

	Kein Personenbezug	Personalisierung	Personenebene
Christiansen	69%	27,2%	3,7%
Berlin Mitte	69,5%	27,7%	2,8%
19:zehn	<b>69,5%</b>	25,2%	5,2%
Presseclub	47,7%	<b>43,4%</b>	<b>8,9%</b>

Personalisierung im Polit-Talk lässt sich nicht bestätigen.

2/3 aller Beiträge haben gar keinen Bezug auf den politischen Akteur

## Fazit (T. Schulz)

Polit-Talks haben mit vielen Vorurteilen zu kämpfen, die nicht immer ganz stimmen.

Generell sind von Schulz Möglichkeiten vorgestellt worden tatsächliche Diskurse zu schaffen, die auch das Niveau steigern.

So könnte länger um einen Punkt debattiert und diskutiert werden.

Der Autor stellt aber in Frage, ob die bestehenden Formate das leisten können, schlägt also Einführung eines neuen und ergänzenden Formats vor.



Forschungsgruppe Regieren

## *Hart, aber fair*

### Fakten

**Sendezeit:** Mittwochs um 21:45 Uhr; ARD

**Sendedauer:** 75 Minuten

**Sendort:** WDR-Studio Köln oder Globe City Studio Berlin

**Sendart:** live

06. März 2008

**Jörg-Uwe Nieland**

Talkshows: Politiker in den Fesseln der Medien ?



Forschungsgruppe Regieren

## Verständlich informieren - Das Konzept

Rund 2,3 Millionen Zuschauer verfolgten wöchentlich das Polit-Talkformat des WDR und die Sendung *Hart, aber fair* rangierte so auf Platz drei der meist gesehensten Polit-Talk-Formate.

In 90 Minuten diskutierte Moderator Frank Plasberg mit seinen Gästen ein Reizthema und thematisiert tagesaktuell, was die Menschen bewegt und aufregt.

06. März 2008

**Jörg-Uwe Nieland**

Talkshows: Politiker in den Fesseln der Medien ?



Forschungsgruppe Regieren

## Verständlich informieren - Das Konzept

Im Halbkreis angeordnet stehen die fünf Gäste den Fragen des Moderators Rede und Antwort, immer koordiniert durch den Gastgeber selbst, welcher durch ein weiteres Stehpult am Ende der Reihe räumlich von seinen Gästen getrennt wird und so die Führung behält.

Das Ziel der Sendung ist dabei, das Thema für jeden verständlich aufzuarbeiten und den Zuschauer umfassend zu informieren.

06. März 2008

**Jörg-Uwe Nieland**

Talkshows: Politiker in den Fesseln der Medien ?



Forschungsgruppe Regieren

## Verständlich informieren - Das Konzept

„Fragen ohne vorzuführen, nachhaken ohne zu verletzen - Talk in Augenhöhe eben - so sieht Plasberg seinen Arbeitsauftrag bei *Hart, aber fair*. Jeder wird so lange Auskunft geben müssen, bis die Frage wirklich beantwortet ist. Sein Moderationsstil gehört zu den Markenzeichen der Sendung.“

([www.hartaberfair.de](http://www.hartaberfair.de), 10.11.2006)



Forschungsgruppe Regieren

## Verständlich informieren - Das Konzept

Eine Besonderheit des Formats sind außerhalb die konstanten Elemente wie Filme und Reportagen, die während der Sendung eingespielt werden. Sie liefern nicht nur wichtige Hintergründe sondern beleuchten das Thema aus unterschiedlichen Blickwinkeln.

Außerdem haben die Zuschauer bei *Hart, aber fair* die Möglichkeit aktiv in das Talkgeschehen einzugreifen – ein einzigartiges Element im deutschen Polit-Talk



Forschungsgruppe Regieren

## Verständlich informieren - Das Konzept

Während der Live-Sendung werden in der so genannten ‚fonbox‘ Zuschauermeinungen direkt in die Diskussion integriert und zusätzlich fasst die Bürgertelefon-Reporterin Brigitte Büscher die Reaktionen der Zuschauer zusammen.

Sie gibt in der Sendung einen Überblick über das Meinungsspektrum der Zuschauer und konfrontiert die Gäste am Panel mit den Aussagen.

06. März 2008

**Jörg-Uwe Nieland**

Talkshows: Politiker in den Fesseln der Medien ?



Forschungsgruppe Regieren

## Eindrücke zur Sendung

„Die als selbstverständlich geltende journalistische Tugend des ‚hartnäckigen Nachfragens‘ wird wieder eingeführt. Ebenso die Verwendung des Einspielfilms, der politische Aussagen mit Statements aus dem Archiv konfrontiert“

„Durch einen Interaktiven Touch wird die Dynamik der Sendung weiter verstärkt.“

06. März 2008

**Jörg-Uwe Nieland**

Talkshows: Politiker in den Fesseln der Medien ?



Forschungsgruppe Regieren

## Eindrücke zur Sendung

„Drückt Plasberg den Play-Knopf, folgt ein Kurzfilm, der mal ein Statement aus der Runde aufgreift oder neue Hintergründe einstreut, meist aber auf ein neues Teilthema lenkt und die Diskussion so um neue Fakten und Positionen erweitert.“

„Die Einspieler sind meist auf die Antithese eines Gastes zugespitzt und bringen so neuen Schwung in die etwa Diskussion.“

06. März 2008

**Jörg-Uwe Nieland**

Talkshows: Politiker in den Fesseln der Medien ?



Forschungsgruppe Regieren

## Die Moderation

"Jeder wird so lange Auskunft geben müssen, bis die Frage wirklich beantwortet ist" - so lautet Plasbergs Prinzip.

Fragen ohne vorzuführen, nachhaken ohne zu verletzen, so sieht Frank Plasberg seinen Arbeitsauftrag bei *Hart, aber fair*.

Somit gehört sein Moderationsstil zu den Markenzeichen der Sendung.

06. März 2008

**Jörg-Uwe Nieland**

Talkshows: Politiker in den Fesseln der Medien ?



Forschungsgruppe Regieren

## Die Moderation

Durch seine erhöhte und zentrale Position behält Plasberg außerdem stets die Oberhand in einer Diskussion und ist stets mittendrin.

Ausgezeichnet mit dem Grimme-Preis, dem Bayerischen Fernsehpreis und dem Deutschen Fernsehpreis. Plasberg war zweimal Politik-Journalist des Jahres.

06. März 2008

**Jörg-Uwe Nieland**

Talkshows: Politiker in den Fesseln der Medien ?



Forschungsgruppe Regieren

## Eindrücke zum Moderator

**„Zu aktuellsten Themen befragt Plasberg seine Gäste konzentriert, gut vorbereitet und vor allem hartnäckig. Er ist ein sehr aktiver Moderator, der den Diskussionsverlauf durch Unterbrechungen, Fragen und Einspieler gezielt steuert und sich dabei problemlos durchsetzt.“**

**„Hellwach und reaktionsschnell nimmt Plasberg seine Gäste in die Pflicht. Mit schnellen konfrontativen Fragen bleibt er dran an den Politikern, die sich mit den typischen Politikerfloskeln um konkrete Antworten drücken wollen.“**



Forschungsgruppe Regieren

## Eindrücke zum Moderator

„Plasberg konfrontiert seine Gäste mit häufig überspitzten Statements und Fragen und unterstreicht deren Brisanz durch Einspieler, die neben der scharfen Zunge Plasbergs zum Markenzeichen von *Hart, aber fair* avanciert sind.“

06. März 2008

**Jörg-Uwe Nieland**

Talkshows: Politiker in den Fesseln der Medien ?



Forschungsgruppe Regieren

## Politprofis und Laien - Die Gäste

Fünf Gäste aus den Bereichen Politik, Wirtschaft und Gesellschaft treffen sich zum Talk an Plasbergs Stehpult.

In *Hart, aber fair* müssen die Gäste sich jedoch nicht nur den Fragen des Moderators, sondern auch den Aussagen diverser Einspieler und Zuschauermeinungen stellen.

Diskussionen untereinander sind somit garantiert, denn nicht selten prallen vollkommen gegensätzliche Meinungen aufeinander.

06. März 2008

**Jörg-Uwe Nieland**

Talkshows: Politiker in den Fesseln der Medien ?



Forschungsgruppe Regieren

## Politprofis und Laien - Die Gäste

Um sich nach einer hitzigen Diskussion wieder zu versöhnen, hat *Hart, aber fair* die Schlusssrunde eingerichtet. Hier ist die Kreativität der Teilnehmer gefragt, so müssen sie sich entscheiden, mit welchem der Gäste sie ein Krankenzimmer teilen würden, oder welche Ecke Deutschlands für einen WM-Gast am interessantesten wäre. Die Gäste bekommen so die Chance sich abschließend von ihrer menschlichen und privaten Seite zu zeigen.

06. März 2008

**Jörg-Uwe Nieland**

Talkshows: Politiker in den Fesseln der Medien ?



Forschungsgruppe Regieren

## Sendungsanalyse *Hart, aber fair* während des BT-Wahlkampfes 2005

Teil einer umfassenderen Medienanalyse zur  
(Politik)Berichterstattung im Jahr 2005.

Untersucht wurden in ausgewählten Tageszeitungen (*SZ*, *Bild*,  
*WAZ*) und in *Hart, aber fair* (u.a. zum Image von Spitzenpolitikern  
und Parteien)

(vgl. Korte / Nieland / Ballensiefen / Klingen 2006; Ballensiefen / Klingen /  
Nieland 2006 )



Forschungsgruppe Regieren

## Sendungsanalyse *Hart, aber fair* während des BT-Wahlkampfes 2005

**Ergebnisse 1:** Insbesondere die *Bild-Zeitung* hat während des Wahlkampfes, aber noch verstärkt nach der Wahl, ein positives Bild von Frau Merkel transportiert – dies drückt sich zusätzlich in der Bildauswahl aus. Merkel wurde vor allem sympathisch, aber auch kompetent und zielstrebig dargestellt – als „gefühlte Kanzlerin“.

Im Gegensatz dazu steht die Berichterstattung über Gerhard Schröder: er wird auf Bildern durchgängig niedergeschlagen und resigniert dargestellt. Überschriften: „Kanzlerkrieg“ (19. September), „Fischer lässt Schröder sitzen“ (21. September) und „Frauen wollen Schröder weghaben“ (30. September).



Forschungsgruppe Regieren

## Sendungsanalyse *Hart, aber fair* während des BT-Wahlkampfes 2005

**Ergebnisse 2:** Diskrepanz zwischen der Medienberichterstattung und der Bevölkerungswahrnehmung der Kandidaten. Während die Berichterstattung in den untersuchten Printmedien Angela Merkel positiv darstellt, waren die Einschätzungen der Bürger laut Umfragedaten gegenüber der Kandidatin eher skeptisch. Erst ab Dezember 2005 bewerten die Wähler die Kanzlerin Merkel als beliebteste Politikerin.

**Ergebnisse 3:** Medien können ihre Rolle im Wahlkampf selbstkritisch thematisieren: *Hart, aber fair* am 28. September 2005



Forschungsgruppe Regieren

## Sendungsanalyse *Hart, aber fair* während des BT-Wahlkampfes 2005

Von den insgesamt 44 Talkshowgästen bei 55 Auftritten:

- 21 Politiker insgesamt dreißigmal vertreten (elfmal die SPD, zehnmal die CDU, sechsmal die FDP (wobei in vier Fälle Dirk Niebel die Sendung besuchte) und zweimal B90/Die Grünen (vertreten durch Bärbel Höhn) und nur einmal die Linke/WASG)
- zehn Journalisten,
- vier Unternehmer, zwei Unternehmer/Verbandsvertreter,
- zwei Gewerkschaftler,
- zwei Schauspieler,
- ein Wissenschaftler und
- zwei Laien.

06. März 2008

**Jörg-Uwe Nieland**

Talkshows: Politiker in den Fesseln der Medien ?



Forschungsgruppe Regieren

## Sendungsanalyse *Hart, aber fair* während des BT-Wahlkampfes 2005

Plasberg agiert konfrontativer als andere Kolleginnen und Kollegen.

Der aggressive Moderationsstil und die polarisierenden Einspieler bergen Risiken:

- eine Reihe von Talkgästen fühlte sich in der Sendung ungerecht behandelt (u. a. Familienministerin Ursula von der Leyen und die stellvertretende DGB-Vorsitzende Ursula Engelen-Kefer).



Forschungsgruppe Regieren

## Sendungsanalyse *Hart, aber fair* während des BT-Wahlkampfes 2005

Beispiel: Die Debatte über „Soziale Gerechtigkeit“

-Sendung am 6. Juli 2006 „Hartz mit Herz – oder wie die SPD die Wahl gewinnt“ (Kann es der SPD noch gelingen, mit einem sozial gerechten (bzw. gemessen an der Agenda 2010 gerechterem)

Wahlprogramm das Blatt (noch) zu wenden

-Sendung vom 13. Juli 2006 „Wahlversprechen: Steuererhöhung!

Wie viel Wahrheit wagt die Union?“



Forschungsgruppe Regieren

## Sendungsanalyse *Hart, aber fair* während des BT-Wahlkampfes 2005

Im Verlauf der Sendung wird die Soziale Gerechtigkeit latent von den Gästen am Panel thematisiert. Vor allem von SPD-Finanzexperte Joachim Poß und Journalist Michael Jürgs wird immer wieder darauf hingewiesen, dass u. a. die geplante Mehrwertsteuererhöhung für breite Teile der Bevölkerung einen „sozialen Kahlschlag“ bedeuten würde.



Forschungsgruppe Regieren

## Sendungsanalyse *Hart, aber fair* während des BT-Wahlkampfes 2005

Über die verwendeten Einspieler, die ausgesuchten Zuschauermeinungen und die Aussagen der Experten wird in beiden Sendungen der Fokus der Kritik auf die CDU gelenkt. Es entsteht der Eindruck, die steuer- und finanzpolitischen Forderungen der Union, seien ungerecht verteilt. Die Forderungen der SPD, beispielsweise zum Mindestlohn oder der Reichensteuer, erscheinen in diesem Kontrast „sozialer“.



Forschungsgruppe Regieren

## Sendungsanalyse *Hart, aber fair* während des BT-Wahlkampfes 2005

Zehn Tage nach der Wahl setzte sich die Runde unter dem Sendungstitel „Schnick, schnack, schnuck – Wer gewinnt das Kanzleramt?“ selbstkritisch mit dem Vorwurf des Kanzlers auseinander.

Allen voran wurde die Berichterstattung der Magazine *Spiegel* und *Stern* kritisiert. Die Cover, Titelgeschichten und Kolumnen würden den Schluss zulassen, dass die rot-grüne Koalition bereits frühzeitig von den angesprochenen Magazinen abgeschrieben wurde.



Forschungsgruppe Regieren

## Sendungsanalyse *Hart, aber fair* während des BT-Wahlkampfes 2005

Es werden zahlreiche „Verstöße“ gegen Anspruch und Aufgabe der Unabhängigkeit der Journalisten (auch der Fotografen) offen gelegt. Der Kontrast zwischen Journalistenhaltung, die durch zu viel Nähe zu den Politikern entsteht, und der Einschätzung der Bevölkerung (bspw. zu Fragen der sozialen Gerechtigkeit) ist benannt.

06. März 2008

**Jörg-Uwe Nieland**

Talkshows: Politiker in den Fesseln der Medien ?

## Sendungsanalyse 2

### Polit-Talk in der Krise?

„Wenn in einer Talkshow, wie am 8. Oktober [2006] bei Christiansen, der SPD-Bundesminister (Umwelt) Sigmar Gabriel und der hessische CDU-Ministerpräsident Roland Koch über Strom, Atom und Heizung reden, fliegen nicht mehr die Fetzen, sondern die Soße der Harmonie wird vergossen.“ (Leyendecker 2006: 23)

Regierungshandeln im Schatten des Fußballs kann unbeobachtet agieren. Nie waren die Spielräume zur Gestaltung von Politik abseits der Medienagenda größer (Karl-Rudolf Korte 2006)

## Sendungsanalyse 2

Konsequenzen für das Konzept der Politischen Talkshow?

- schwindet der Polit-Talk in seiner ursprünglichen Form?
- kommt es zur Verschiebung der Themenagenda und einer eher „unpolitischen Gästeliste“?

Als (endlich) politische Entscheidungen in Bonn anstanden stellten sich die Politischen Talkshows auf die Seite von Fußball-Deutschland

## Sendungsanalyse 2

Beispiel: **Sabine Christiansen: „Reisewarnung- Die Welt zu Gast bei Freunden?“**

**"Wie oft machen Sie mit Ihren Kindern Ausflüge in die Umgebung von Berlin?" ist als Eröffnungsfrage an Herrn Kantara recht persönlich und besonders provokant gegenüber dem Ministerpräsidenten von Brandenburg Platzeck. Tatsächlich bezieht sich auch Christiansens zweite Frage, die sie an Platzeck richtet, auf diesen Umstand ("Ist es nicht schlimm, als Landesvater, Herr Platzeck, wenn man sich das so anhört?").**

## Sendungsanalyse 2

Die Sendung wurde mit den Fragen: „Wie sicher ist die WM?“, „Was kann sie für Deutschland wirklich bringen?“, und „Wie viel Raum für Fans lässt das Millionenevent WM noch?“, von Sabine Christiansen eröffnet.

*Berlin Mitte*, behandelte am 29.06.2006 das Thema „Deutschland im WM Fieber- Fußball Party ohne Ende?“

Gäste: Piere Littbarski, Kathrin Müller-Hohenstein, Jorginho, Anthony Baffeo und Hajo Schumacher

- Unterthemen: die momentane Stimmung in Deutschland, sportliche Leistungen der Mannschaften, Entwicklung im deutschen Fußball, der Imagewechsel der Deutschen und der eventuell rückgängige Rassismus in Deutschland
- ein Tag vor dem Spiel Deutschland gegen Argentinien: Gäste als Fans

## Sendungsanalyse 2

„Die Talkshow braucht neue Formen“ (Korte):

- weniger Politiker,
- weniger Gerede,
- mehr Zahlen,
- mehr Spielfilme.

Das versuchen mittlerweile alle, neuerdings auch Illner und Will.

Politik-Betroffene kommen immer häufiger zu Wort – am konsequentesten bei *Hart, aber fair*

## Fazit

Politik wird harmonischer. Und nicht nur das: Sie zieht sich aus der Öffentlichkeit zurück. „Es gehört zum Regierungsstil von Angela Merkel, nichts nach draußen dringen zu lassen“

Talkshows ebnen Parteikarrieren: Ihre mediale Präsenz bietet dem Wähler eine Identifikationsfigur. Und auch parteiintern stärkt der Auftritt die eigene Position. „Durch die Medien – speziell die Politischen Talkshows – droht die Parteiarbeit an Bedeutung zu verlieren“

Das Angebot auf dem deutschen Talkshowmarkt ist ausdifferenziert. Auch große Unterhaltungsformate haben sich dem Thema angeschlossen. Kerner, Beckmann, und Maischberger präsentieren den „Politiker als Person“.

## Fazit

„Der Zuschauer goutiert eine deutliche Trennung zwischen Information und Unterhaltung“

Die öffentlich-rechtlichen Sender „leisten“ die Trennung zwischen Politischem Talk und Personality-Show. Anders die Privaten: Der „Talk der Woche“ mit Bettina Rust (neu gestartet und groß angekündigt als Sat.1-Nachfolgerin von Erich Böhmes „Talk im Turm“) scheiterte kolossal (bunte Mischung statt klarem Konzept) Reduktion als Konzept. Und am besten, sagt Michael Spreng, gefalle ihm ohnehin das Zwiegespräch. Gero von Böhmer und Günter Gauss hätten in ihren Gesprächen noch etwas Neues generiert.

# Fazit

Für politische Akteure und Organisationen, insbesondere die Parteien, wird angesichts der Pluralität im Mediensystem, in der Gesellschaft und im politischen Prozess der Faktor Kommunikationsdisziplin ihrer Parteimitglieder und Spitzenpolitiker zu einer operativen, kurzfristigen und taktischen Frage der Profilierung und Positionierung.

# Thesen

1. Keine hinreichende Reaktionen auf die Veränderungen im Verhältnis von Politik und Medien
2. Talkshowisierung „Next Generation“ bedeutet: die Kuschelphase vorbei

# Thesen

3. „Durchregieren“ funktioniert nicht – Große Koalition in der Politikverflechtungs- und Reformfalle
4. Kommunikationsmanagement zwischen Populismus und Professionalisierung, zwischen Medien- und Mitgliederansprache – steht der Überwindung der Asymmetrie zwischen Programm, Köpfen und Reformkommunikation im Weg