

Mediale Strohfeuer

POLITISCHE BERICHTERSTATTUNG VOR DEN BULGARISCHEN WAHLEN

Der politische Journalismus in Bulgarien war bis zum Rücktritt der Regierung Borissow erstaunlich übersichtlich – viele sehr positive und wenige sehr negative Nennungen der Spitzenpolitiker, aber wenig Zwischentöne. Auch bei den Demonstrationen im Februar und im Wahlkampf haben die Medien ihr Potential als Hilfe zur Meinungsbildung nicht ausgeschöpft.

Bis zum Rücktritt der Regierung Borissow am 20. Februar 2013 war die politische Berichterstattung in Bulgarien erstaunlich übersichtlich: Von den wichtigsten Zeitungen wurden die Regierungspolitiker um Ministerpräsident Borissow überaus positiv dargestellt, nur vereinzelt wurden sie radikal kritisch gesehen. Es gab aber wenig differenzierte Positionen in der Mitte, ergab eine von der Konrad-Adenauer-Stiftung unterstützte [Langzeit-Untersuchung](#) der Leitmedien im Print-Bereich. Es wird, anders als in Westeuropa, weniger abgewogen.

Polarisierung ist keine Frage der Parteipolitik

Diese Polarisierung in der Berichterstattung ist in Bulgarien keine parteipolitische Frage, auch keine Frage des Wertefundaments von Medien. Wenn man die Situation mit Deutschland vergleichen möchte: Die FAZ ist eine konservative Zeitung, aber sie übt auch Kritik an einer konservativen Regierung. In Bulgarien und anderen Ländern Südosteuropa sind sowohl die weltanschauliche Grundorientierung von Leitmedien als auch die Zwischentöne in der Berichterstattung schwächer ausgeprägt. Stattdessen orientieren sich viele Medien

stärker an den bestimmenden politischen Kräften.

Bevor etwa Borissow an die Macht kam, musste er in den Medien einigen Spott ertragen, mit seinem Regierungsbeginn hat sich das um 180 Grad gedreht. Und seit seinem Rücktritt neulich genießt er wieder weniger Schonung.

Mit den jeweiligen Regierenden, egal welcher Couleur, legen sich viele Medien nicht gern an. Das liegt in vielen Fällen an einer geringeren Unabhängigkeit und journalistischen Fokussierung als in West- und Mitteleuropa. Die Medien sind weniger eine Branche für sich, sondern von den Eigentümerstrukturen her eng mit anderen Branchen verbunden. Die Besitzer sind oft keine Verleger im westlichen Sinne, sondern Wirtschaftsmagnaten, die durch den Besitz von Medien strategische Vorteile in anderen Bereichen sehen. Deshalb wird auch weniger strikt auf Profitabilität geachtet, obwohl der Medienmarkt kleiner und relativ gesehen, umkämpfter ist als etwa in Deutschland.

Die Medieneigentümer treten deshalb auch weniger stark als Wächter der Demokratie in Erscheinung, Journalisten spüren wenig Rückhalt bei heiklen Themen. Hinzu kommt: Manche Medien sind zu einem Teil auf öffentliche Gelder angewiesen, etwa für Mediendienleistungen im Zuge staatlicher Werbekampagnen. Sonst wären sie in der heutigen Form nicht überlebensfähig.

Demonstrationen führen nicht zu breiter Mediendebatte über die Zukunft

Konrad-Adenauer-Stiftung e.V.

**MEDIENPROGRAMM
SÜDOSTEUROPA**

CHRISTIAN SPAHR

Mai 2013

www.kas.de/medien-europa

Natürlich hat sich die Medienlandschaft Bulgariens in den vergangenen 20 Jahren stark weiterentwickelt – das soll nicht vergessen werden. Aber gerade in der politischen Krise im Februar war augenfällig, dass relativ wenig hinterfragt wurde. Was wollen die Demonstranten, welche politischen Kräfte sind vertreten, wer vertritt welche Ziele? In den Medien hat sich wenig herauskristallisiert. Die Demonstrationen, ausgelöst durch hohe Energiepreise, waren als Sensation interessant, gerade weil die Bulgaren eher selten auf die Straße gehen. Sie waren aber kein Auslöser für eine tiefe mediale Auseinandersetzung mit der Frage, ob und wie die politischen Weichen des Landes anders gestellt werden müssen. Mediale waren die Proteste Strohfeuer. Jetzt gibt es eine Übergangsregierung bis zu den Neuwahlen am 12. Mai, die politischen Kontrahenten werfen sich gegenseitig Verfehlungen aus der Vergangenheit vor, aber politische Programme bleiben weitgehend im Dunkeln.

Politiker werden überwiegend als Persönlichkeiten thematisiert, die Parteien und vor allem politische Sachthemen dagegen rücken massiv in den Hintergrund. Auch das ist ein Ergebnis der [Studie](#) der KAS und der bulgarischen „Stiftung Mediendemokratie“. In den sehr populären Boulevardmedien gibt es kaum noch Platz für Politik. Herkömmliche Tageszeitungen haben durch eine weit verbreitete wirtschaftliche Schieflage wenige Möglichkeiten, in komplexe journalistische Inhalte zu investieren; investigativer Journalismus ist wenig verbreitet. Der Studie zufolge gibt es einen Trend zur Vereinheitlichung der Berichterstattung.

Sorge über zunehmende Konzentration auf dem Medienmarkt

Die schwierigen Rahmenbedingungen für Qualitätsjournalismus gehen mit einem Trend zur Konzentration und Neuordnung der Eigentumsverhältnisse einher. Mehrere Medienexperten und ausländische Botschafter haben sich dazu in den vergangenen Monaten besorgt geäußert. Eine solche Tendenz dürfte die

Unabhängigkeit der Berichterstattung weiter erschweren. Ein potenzielles Zeitungsmonopol, hervorgerufen durch ein Zusammenrücken zweier großer Mediengruppen, könnte die Abhängigkeiten zwischen Politik und Medien weiter verstärken – doch es gibt aktuell kaum offizielle Informationen, wie weit dieser Prozess vorangeschritten ist. Die Besitzstrukturen bleiben nicht nur in Bulgarien, sondern auch anderswo in Südosteuropa faktisch oft vor der Öffentlichkeit verborgen. Offiziell ist dagegen der Eigentümerwechsel zweier großer Internet-Gruppen, die unter anderem politische Nachrichtenseiten betreiben. Ob dies mit den politischen Umbrüchen der letzten Monate zu tun hat, wird aktuell unter Journalisten in Bulgarien kontrovers debattiert.

Den Printmedien hilft nur Vielfalt und Qualität

Es gibt sehr viele Medien in einem überschaubaren Markt, sodass eine weitere Konsolidierung begünstigt wird. Den Printmedien hilft aber im Wettbewerb mit dem Internet langfristig nur Vielfalt und Qualität. Nur damit haben die kostenpflichtigen Printmedien einen Mehrwert gegenüber den meist gratis zugänglichen Online-Medien.

Die Auflagen einzelner renommierter, landesweiter Zeitungen liegen inoffiziellen Zahlen zufolge heute unter 30.000. Das Fernsehen ist klar das Medium Nummer eins. Die Internetnutzung hinkt Westeuropa noch hinterher, aber gerade die junge Generation in den Städten informiert sich zunehmend im Web über Politik. Einige unabhängige Online-Medien füllen wichtige Informationslücken. Zudem haben Blogs und soziale Medien im Jahr 2012 bereits einige politische Entscheidungen beeinflusst. Wichtige Themen in der Blogosphäre waren unter anderem Atomkraft und Umweltschutz sowie die Besetzung des bulgarischen Obersten Justizrats. Das Internet leistet in seiner Breite bereits einen wertvollen Beitrag zur Meinungsvielfalt, kann

Konrad-Adenauer-Stiftung e.V.

Qualitätsjournalismus in anderen
Mediensparten aber nicht ersetzen.

MEDIENPROGRAMM

SÜDOSTEUROPA

CHRISTIAN SPAHR

Mai 2013

www.kas.de/medien-europa



Impressum

Konrad-Adenauer-Stiftung
Medienprogramm Südosteuropa

Bul. Yanko Sakazov 19
Et. 1, Ap. 2
1504 Sofia
Bulgarien

Telefon
+359 2 942 49-69/70

Telefax
+359 2 942 49-79

E-Mail
media.europe@kas.de

Web
www.kas.de/medien-europa