Symposium: Politische Kommunikation in der globalen Welt
Mainz, 30./ 31.10.2003

Mediatisierung der Politik – Politisierung der Medien
Das Wahljahr 2002 aus Journalistensicht

Von Bettina Schausten

2 372 – das war der Umfang der Wahlberichterstattung im ZDF im Wahljahr 2002 in Minuten. Umgerechnet sind das gut 39einhalb Stunden – Reportagen, Dokumentationen, Hearings zu Sachthemen, Gesprächssendungen. Nicht eingerechnet die Berichterstattung in den regelmäßigen Nachrichtensendungen und –magazinen. 39einhalb Stunden, in denen sich das ZDF also, folgt man Ihren Ausführungen, Frau Prof. Holtz-Bacha, gegen die Umarmungsversuche der Politik wehren musste, gegen direkte oder indirekte Einflussnahme, kurzum dagegen, von der Politik, ihren Akteuren, ihren spin doctors vollständig instrumentalisiert zu werden. Sie haben richtig erkannt: So was kann Journalisten nicht gefallen, und ganz auf den Kopf gefallen sind die auch nicht. Widerstand der Medien gegenüber der Politik haben Sie dankenswerter Weise festgestellt, Widerstand durch Selbstreflektion, durch das Infrage-Stellen des eigenen Tuns, insbesondere beim Thema TV-Duelle. Richtig. Über dieses Fazit habe ich mich gefreut. Dennoch:

Mein Blickwinkel als Fernsehjournalistin, den ich dieser Veranstaltung heute hinzufügen will, hat eine etwas andere Ausrichtung und muss sie haben. In der notwendigen Diskussion um das Verhältnis von Politik und Medien kommt mir regelmäßig die dritte, die entscheidende Koordinate zu kurz: der Zuschauer. Er wird in dieser Diskussion allzu gerne in die Rolle des Opferlammes gesteckt, den unterstellten Kungeleien von Politik und Medien machtlos ausgeliefert, manipuliert, entmündigt, und irgendwie auch ein bisschen doof. An dieser Sichtweise beteiligen sich, das sage ich kritisch an die Adresse meines eigenen Standes, auch die Medienleute selbst. Da wird dann schon mal gerne der angeblich seichte Zuschauergeschmack zur Rechtfertigung für seichtes Programm.

Aber nehmen wir die TV-Duelle. Waren sie seichtes Programm? Waren sie das vorläufig größte Übel im Verhältnis von Politik und Medien, wo alles abgesprochen

und reglementiert ist, waren sie der Todesstoß für kritischen Journalismus, der ultimative Beleg für die These, dass nun tatsächlich die vollkommene Amerikanisierung Einzug gehalten hat, sprich alles zur Show verkommt? Ja und Nein: Ja, das ganze war Event-Fernsehen mit Show-Charakter amerikanischen Zuschnitts. Aber Nein, es war nicht die Preisgabe der Vermittlung von Inhalten und Sachthemen in der Wahlkampfberichterstattung des deutschen Fernsehen. Und: Es war nicht deshalb seichtes Programm, weil zweimal 15 Millionen Zuschauer zugeschaut haben. Lösen wir uns einen Moment von der Ansicht, Masse sei nur mit Klamauk zu machen. Halten wir doch die Duell-Zuschauer einfach mal nicht für doof, oder für unmündig, oder für manipuliert, sondern für interessiert.

Denken wir also vom Zuschauer aus. Das Denken der Fernsehleute, die politische Informationsprogramme planen und gestalten, ist davon nämlich mehr bestimmt, als vom ständigen Abwehrkampf gegen die Einflussnahme der Politik. Der gehört zum Tagesgeschäft öffentlich-rechtlicher Fernsehjournalisten, in deren Fernsehräten Politiker sitzen, seit jeher dazu, egal ob sie Nachrichten machen, Magazine oder Talksendungen, und wird sozusagen nebenbei absolviert – seit eh und je. Deshalb sage ich auch: Der Wahlkampf 2002 hat mit den TV-Duellen ein Novum in die deutsche Medienlandschaft gebracht, eine Premiere, die Anlass war und weiter ist, das Verhältnis von Politik und Medien auszuloten, qualitativ aber haben die Duelle für dieses Verhältnis nichts neues gebracht.

Der Zuschauer also. Was kann er erwarten von 39einhalb Stunden Wahlberichterstattung im ZDF? Er kann erwarten, dass er ausführlich informiert wird über Parteien und ihr Personal, über Konzepte und Strategien. Er kann erwarten, dass er sich ein Bild machen kann von denen, die künftig den Kurs bestimmen wollen, von ihrer Glaubwürdigkeit, ihrer Seriosität, ihrer Überzeugungskraft. Er muss die hören können, die die Gegenrede führen, muss mit Zweifeln konfrontiert werden, muss Fakten geliefert bekommen und Hintergründe zu den Themen, die den Wahlkampf bestimmen. Unser Auftrag ist klar umrissen: Das Programm soll zur Meinungsbildung beitragen, das bedeutet auch, Vielfalt, Ausgewogenheit, Fairness in der Darstellung von Themen und Personen. Öffentlich-rechtliche Fernsehjournalisten haben das intus. Was sie lange nicht intus hatten, ist, dass dieses Programm, das sie da gestalten, kein Minderheitenprogramm sein darf. Um dem Auftrag, an der

Meinungsbildung mitzuwirken, gerecht zu werden, muss das Programm eines nationalen Senders auch möglichst viele erreichen. Lange genug wurde die Sichtweise kultiviert, geringe Einschaltquoten seien der Beweis für wahres Qualitätsprogramm. Nach dem Motto: Je komplizierter, desto besser. Falsch! Die Herausforderung lautet, attraktives, transparentes Informationsprogramm zu gestalten, das auch die Zuschauer ernstnimmt und versucht, für Politik zu gewinnen, die nicht zum Frühstück die FAZ lesen und abends in den Bibliografien blättern. Kurzum: Der Anspruch heißt, eine abwechslungsreiche, vielfältige Palette der Berichterstattung anzubieten, die die verschiedenen Genres abdeckt, von der Dokumentation bis zur großen abendlichen Diskussionssendung – und mit diesem Gesamtpaket möglichst viele Zuschauer zu erreichen. Es muss nicht alles für alle etwas sein. Das ganze bleibt ein Angebot an den Zuschauer. Nicht mehr und nicht weniger.

Ein bisschen Relativierung ist hilfreich. Dem Angebot des ZDF fügte die ARD 1 530 Sendeminuten an Wahlberichterstattung hinzu, RTL noch einmal rund 1000 und Sat 1 gut 500. Und der Zuschauer wählt aus. In jeder Hinsicht. Er ist schon deshalb unser Fixpunkt, weil er die Fernbedienung hat und von der lebhaft Gebrauch macht. Überschätzen wir Fernsehleute uns also nicht. Der Zuschauer klebt nicht am Bildschirm in der Hoffnung, nun endlich erkläre ein kluger politischer Journalist ihm die Welt, nun endlich spreche ein Politiker zu ihm. Er sieht unser Programm beim Abendessen oder beim Trimrad-Fahren, nach einem langen, harten Arbeitstag oder weil im anderen Kanal gerade Werbepause ist. Er sieht es, weil er sich informieren will, ja, auch. Aber auch, weil er sich aufregen oder weil er sich unterhalten will, oder einfach nur zusehen will, wie andere sich streiten. Das ist sein gutes Recht. So funktioniert Fernsehen. Ich könnte auch sagen: Es ist doch nur Fernsehen.

Damit Sie mich nicht falsch verstehen: Ich relativiere hier keinesfalls den eigenen Anspruch, den halte ich sehr hoch. Die Relativierung tut meines Erachtens aber Not, wenn wir von der vermuteten Wirk-Kraft des Mediums Fernsehen im Wahlkampf reden, also von der Bedeutung des Fernsehens für die Politik.

Warum Politiker die Auftritte im Fernsehen suchen, ist hinlänglich erklärt worden, das brauche ich in diesem kenntnisreichen Kreis nicht lang zu entwickeln. Das Medium

Fernsehen als Massenmedium hat in Zeiten, in denen es auf die Mobilisierung von immer mehr unentschlossenen Wählern bis zur letzten Minute ankommt, an Bedeutung stetig zugelegt. Zudem ist es als visuelles Medium, in dem zum gesprochenen Wort nun mal der dazugehört, der spricht, am besten geeignet, die ganze Bandbreite eines Kandidaten vorzuzeigen – im positiven Sinne. Im negativen Sinne heißt das: das Medium macht die Fähigkeit zur ganzen Bandbreite zwingend notwendig. Also: Nicht nur: Was wird gesagt, sondern auch: Wie sagt da einer was. Mit welcher Souveränität, welcher Körpersprache, welchem Lächeln, welchem Grübeln. Kompetent zu wirken heißt also nicht nur kompetent zu sein, sondern auch kompetent zu gucken. Das vielzitierte Beispiel des ersten US-amerikanischen TV-Duells, in dem Nixon unrasiert war und abgeschlafft wirkte im Vergleich zum strahlenden John F. Kennedy kennen Sie. 42 Jahre danach nun also das erste deutsche TV-Duell.

Sie haben recht, Frau Prof. Holtz-Bacha, die Duell-Situation an sich war kennzeichnend für den gesamten Wahlkampf 2002, Sie haben es Metapher genannt. Wahlkampf als eine Art Horse-racing – vorbereitet war das allerdings seit Jahren. Die vielen Bonner Runden der Vergangenheit waren Wegbereiter – nur eben aufgrund mangelnder Bereitschaft des jeweiligen amtierenden Kanzlers - nicht mit zwei, sondern mit fünf Pferden. Auch gab es schon Duell-Sendungen in der Wahlberichterstattung früherer Jahre, in Ermangelung der ersten Garde eben mit der zweiten. Der unmittelbare Schlagabtausch, das Gegenüber von Kontrahenten, die Fragen parieren müssen, ist sozusagen ein klassisches journalistisches Format.

Der Weg war bereitet und ohne Zweifel, war von dem Zeitpunkt an, an dem die Kontrahenten ihre Bereitschaft erklärt hatten, Deutschland im Duell-Taumel. Die Vielzahl der Berichte, ob in Zeitungen oder im Fernsehen selbst über das Ereignis TV-Duell, waren dabei die meiner Ansicht nach – auch im Umfang - ganz normale Begleitmusik, die es immer gibt, wenn etwas wirklich neues passiert, das dann auch noch vom Boulevard bis zum Feuilleton für alle etwas hergibt. Und alle machten mit: Kritische politische Leitartikler beschworen die Gefahren einer weiteren Amerikanisierung des Wahlkampfes. Die Ausgeschlossenen in der Politik belebten das Argument, in Deutschland würden nun mal keine Personen, sondern Parteien gewählt. Politiker und Medienleute spekulierten getrennt und miteinander über die

Chancen, die der Bayer gegen den Medien-Routinier haben oder nicht haben würde, und am Ende von zwei Duellen waren alle auch ein bisschen ernüchtert. Eine wohltuende Ernüchterung, meine ich, die in die Zukunft wirken wird.

Die Premieren-Situation dieser Veranstaltung hat viel Aufgeregtheit und Nervosität mich sich gebracht. Die Zwangsjacke, von der Sie gesprochen haben, die sich die Medien auferlegt hätten, stimmt. Das Gebot der Fairness und Ausgewogenheit, von den Medien akzeptiert, von der Politik extrem eingefordert, führte insbesondere im ersten Duell zu einer überzogenen Reglementierung, die im Endeffekt aber weniger die Journalisten, sondern viel stärker die Politiker in die Zwangsjacke steckte. Der SZ-Kolumnist bemerkte am nächsten Tag richtig: *„Das Medium als System hat über die Protagonisten des Politischen in bisher nicht da gewesener Weise obsiegt und ihnen die Regeln aufgedrückt, wenn auch unter tätiger Mithilfe der politischen Adjudanten.“*

Worum ging es, worum konnte es gehen? Tatsächlich um die Entscheidung in diesem Wahlkampf? Darüber ist vor allem im Vorfeld viel spekuliert worden – wiederum bei gewaltiger Überschätzung des Einflusses, den das Medium Fernsehen ausüben könne. Einen Tag vor dem ersten Duell schrieb der Politikwissenschaftler Prof. Karl-Rudolf Korte*: „Wahlentscheidend können diese Treffen ohnehin nur sein, wenn sich ein Kandidat sehr grobe Fehlleistungen vor laufender Kamera erlaubt. Wählerwanderungen sind nach Sendeschluss ohne solche Schnitzer nicht zu erwarten.“* Und so war es: Es ging den beiden Kontrahenten letztlich nicht darum, wirklich als Sieger aus dem Ring zu steigen, es ging – in einer Situation, in der der Wahlausgang denkbar knapp war - darum, Fehler zu vermeiden – für Schröder bedeutete dies, nicht aus der Rolle des souveränen Amtsinhabers zu fallen, sich nicht aus der Reserve locken zu lassen und nicht zu vergessen, an geeigneter Stelle ein bisschen Charme spielen zu lassen. Für Stoiber bedeutete es, nicht über Details das Ende des Satzes aus den Augen zu verlieren, den Namen der Moderatoren oder Moderatorinnen nicht zu verwechseln und den Eindruck eines Technokraten nicht zu stark werden zu lassen. Es ging letztlich darum, das Rennen offen zu halten. Und den spin doctors darum, im Umfeld der Veranstaltung bei den zahlreich anwesenden Medienvertretern noch ein bisschen Stimmung für ihren Kandidaten zu machen.

Sicher: Medien und Politik feierten sich an diesen Abend gemeinsam selbst. Das Hochgefühl der eigenen Bedeutung war ausgeprägt. Letztlich war dies aber nur eine quantitative Steigerung des üblichen Hauptstadt-Betriebes. Berliner Republik hoch 2.

Von gewisser Ernüchterung habe ich gesprochen. Den nüchternsten Blick hatte meiner Einschätzung nach der Zuschauer am Bildschirm zu Hause. Er nahm dieses Programmangebot an – in großer Zahl. Und egal, ob er es als Information oder als Unterhaltung wahrgenommen hat, am Ende hatte er 90 Minuten Programm mit einer Themenpalette von Arbeitslosigkeit bis Terror-Gefahr, von Hartz-Kommission bis Bildungspolitik, von innerer Sicherheit bis Koalitionsdiskussion wahrgenommen. Der Anspruch zumindest der öffentlich-rechtlichen TV-Veranstalter, möglichst viele für ein Programm mit politischen Inhalten zu interessieren, wurde erfüllt. Es waren: 90 Minuten von, wie gesagt, 2 372.
Und was nun den nüchternen Zuschauerblick angeht: Am Ende sagten 89 Prozent, die Duelle hätten ihre Wahlentscheidung nicht beeinflusst. Das wundert nicht, folgt man den Studien neuern Datums, die beweisen, dass Wahlentscheidungen vor allem aufgrund des persönlichen, familiären und beruflichen Umfelds getroffen werden.

Als Fazit nehme ich dies alles mutig als Beleg für dreierlei:
Erstens: Es war richtig, TV-Duelle zu veranstalten. Als Bestandteil eines großen Pakets der Wahlberichterstattung waren Sie ein zusätzliches Angebot, das vom Zuschauer angenommen wurde. Meine Prognose: Es wird sie weiter geben.
Zweitens: Die TV-Duelle waren eine mediale Innovation, haben dabei aber das Verhältnis von Medien und Politik qualitativ nicht verändert. Bei aller Regelabsprache im Vorfeld, gründend auf dem journalistischen Selbstverständnis von Fairness und Ausgewogenheit, kann von einer erfolgten Instrumentalisierung der Medien durch die Politik nicht die Rede sein.
Drittens: Fernsehen begleitet das politische Geschehen, vermittelt es dem Zuschauer – auf unterschiedliche Weise und in unterschiedlichen Genres - und trägt so zur Meinungsbildung bei. In dieser Rolle ist es dem Zuschauer verpflichtet, der ihm selbst wiederum diese Rolle zuschreibt.

Als die, die hier heute die Sicht der Fernsehjournalistin zu vertreten hat, sage ich also: Nehmen wir den Zuschauer ernst, nehmen wir unsere Aufgabe ernst, aber überschätzen wir sie nicht. Letztlich machen wir dann ja doch: Nur Fernsehen. Es ist meine Empfehlung an die Politik, es öfter auch mal so zu sehen!

Bettina Schausten
Leiterin der ZDF-Hauptredaktion Innenpolitik
Mainz, 31.10.2003