

Grußwort

Politischer Wettbewerb – ein zentrales Thema für die Medien

Christian Spahr, Leiter Medienprogramm Südosteuropa, Konrad-Adenauer-Stiftung

Sehr geehrte Damen und Herren,

auch meinerseits Danke dafür, dass Sie heute gekommen sind. Wahlen sind die wichtigste politische Handlung in einer Demokratie. Daher ist es auch gut, wenn die Medien die Wahlkampf-Phase nachträglich kritisch betrachten. Unsere Partner von der Stiftung Mediendemokratie geben aus diesem Anlass einen Zwischenstand unseres gemeinsamen, fortlaufenden Monitorings der politischen Berichterstattung.

Die fachlichen und ethischen Anforderungen an die Medien im Wahlkampf waren sehr hoch, denn die Wahl fand in einer wichtigen Umbruchsituation statt: Die Regierungsparteien hatten den Rückhalt im Volk verloren, eine Übergangsregierung musste die Lage im Land stabil halten, und zusätzlich zu einem geordneten Machtwechsel müssen bedeutende wirtschaftliche Probleme gelöst werden.

Journalisten und andere Vertreter der Medienbranche, also viele der heute Anwesenden, hatten hier eine wichtige Aufgabe – Sie mussten den Bürgern helfen, sich eine Meinung für die Wahl zu bilden, aber auch einen Überblick über die künftigen Perspektiven des Landes zu bekommen. Wichtige Fragen stehen auf der Agenda: Energieversorgung und South Stream, die außenpolitische Position zwischen EU und Russland, Flüchtlinge, Bankenkrise und der zur Genüge bekannte Mangel an Transparenz in Politik und Wirtschaft.

Ein positiver Aspekt in unserem Monitoring ist, dass die Berichterstattung über den Wahlkampf relativ moderat im Ton war. Es gab wenig wirklich heftige mediale Konfrontationen. Nur die Parolen der radikalen Parteien fielen in dieser Hinsicht auf. Gleichzeitig gab es aber auch keinen wirklichen politischen Wettbewerb neuer Ideen für die Zukunft des Landes. Das ist natürlich vor allem eine politische Frage, aber auch die Medien hätten eine solche Debatte stärker einfordern und antreiben können. Das ist der Eindruck, den diese Studie hinterlässt. Die mediale Debatte war – wie bei den Europawahlen und bei den früheren Parlamentswahlen 2013 – wieder etwas oberflächlich.

Ein Teil der Medien hat nach dem Rücktritt der Regierung Oresharski seine politische Position schnell geändert – so wie das auch nach dem Rücktritt der Regierung Borissov im Vorjahr war. Orlin Spassov wird dazu mehr sagen. Auch die Kennzeichnung bezahlter Wahlwerbung ist wieder ein Thema in diesem Jahr, vor allem, was manche Printmedien angeht.

Bevor ich zum Schluss komme, noch ein Hinweis in eigener Sache. Am 5. November stellen wir im Gebäude der EU-Kommission eine weitere Studie vor, die von Orlin Spassov und einem weiteren Medienexperten, Krum Blagov, durchgeführt wurde. Darin werden die verschiedenen Einflüsse auf die Redaktionspolitik der bulgarischen Medien analysiert. Die Ergebnisse zeigen klar die Herausforderungen der Branche, und die Autoren geben Empfehlungen für bessere Rahmenbedingungen für die journalistische Arbeit.

In den nächsten Wochen geht es um wichtige Entscheidungen zur Zukunft Bulgariens. Es geht darum, eine klare Basis für wichtige Reformen und eine tiefere europäische Orientierung zu finden. Es gibt eine Menge zu diskutieren und zu erklären. Die Medien – und wir alle in diesem Saal – haben hier eine wichtige Aufgabe.

Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit.