

**Thymian  
Bussemer**

# **Die erregte Republik**

Zwischen Wutbürgern und Stimmungsdemokratie



Klett-Cotta

Thymian Bussemer

# Die erregte Republik

*Wutbürger und die Macht der Medien*

Mit einem Vorwort von Gesine Schwan



Klett-Cotta

# Impressum

Das Werk einschließlich aller seiner Teile ist urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung ist ohne Zustimmung des Verlags unzulässig. Das gilt insbesondere für Vervielfältigungen, Übersetzungen, Mikroverfilmungen und die Speicherung und Verarbeitung in elektronischen Systemen.

Besuchen Sie uns im Internet: [www.klett-cotta.de](http://www.klett-cotta.de)

Klett-Cotta

© 2011 by J. G. Cotta'sche Buchhandlung Nachfolger GmbH, gegr. 1659,  
Stuttgart

Alle Rechte vorbehalten

Cover: Rothfos & Gabler, Hamburg

Datenkonvertierung: Koch, Neff & Volckmar GmbH, KN digital – die digitale Verlagsauslieferung, Stuttgart

Printausgabe: ISBN 978-3-608-94620-8

E-Book: ISBN 978-3-608-10241-3

# Vorwort von Gesine Schwan

Thymian Bussemer konfrontiert uns in diesem Buch mit einer aktuellen Beschreibung der Demokratie in Deutschland, die alarmierend ist. Er skizziert das Bild einer von kollektiven Erregungen, Hypes und Schocks geschüttelten Republik, in der das Politische unter dem Druck der allgegenwärtigen Beschleunigung der Medien und den – oft kaum erfüllbaren – Ansprüchen der Bürger systematisch zermahlen wird.

Verantwortlich sind aus Bussemers Sicht hierfür alle an der politischen Diskussion Beteiligten: die Bürger, die professionellen Politiker und nicht zuletzt die Medien, die sich mit ihrer eigenen Präsentationslogik zunehmend wie eine Wand zwischen die immer komplexer werdende Politik und die Bürger schieben. Doch Bussemer beschreibt nicht nur die Krise unseres Gemeinwesens, ebenso scharfsichtig analysiert er die zur Zeit gängigen Therapieverschlüsse direkter Demokratie, die diese Entfremdung nicht wirklich beheben werden, sondern nur zu neuen Enttäuschungen führen können.

Eine zentrale Rolle spielen in Bussemers Analyse die Medien, deren künftige Entwicklung auch über die Zukunft demokratischer Politik, über ihre Verständlichkeit, Glaubwürdigkeit und Legitimation entscheidet. Hier macht Bussemer neue Tendenzen aus. Zwar haben Medien schon vom Wortsinn her für die Vermittlung von Politik immer eine zentrale Rolle gespielt. Doch erst in jüngster Zeit sind sie durch ihre Präsenz und ihre Funktionsweise in eine Position geraten, in der sie gesellschaftliche Prozesse so stark steuern, dass man von einer echten Gesellschaftstransformation sprechen kann. Anstatt sich bei ihrer Berichterstattung an den Nachrichtenprioritäten, wie die Politik sie vorgibt, zu orientieren, drängen sie der Politik mehr und mehr ihre eigene Prozess- und Erfolgslogik auf.

Für die Politik bedeutet das, verkürzt gesprochen: Politische Vorgänge, die nicht im Einklang mit der Systemlogik der Medien transportiert werden können, kommen bei den Bürgerinnen und Bürgern faktisch nicht mehr an. Zudem hat sich politische Kommunikation selbst politisiert, sie ist zum permanenten Kampf um die öffentliche Meinung geworden. Und dieser Kampf verläuft nach durchaus eigenen Regeln. Politiker können zwar noch Themen

setzen, regulieren und akzentuieren. Aber sie haben immer weniger Einfluss auf die eigensinnige Verarbeitung ihrer Botschaften durch den Journalismus.

Damit stellen die Medien mit ihren spezifischen Anforderungen an die Ausgestaltung und Präsentation von Botschaften die entscheidende Hürde für den Erfolg oder Misserfolg politischer Kommunikation dar. An dieser Barriere haben sich alle Strategien und Ansätze politischer Kommunikation zu orientieren, und das wirkt sich mehr und mehr, gleichsam als Nadelöhr, vorab auf Inhalte und Formulierung von Politik aus. Dies ist die eigentliche Veränderung der letzten Jahre und Jahrzehnte.

Schließlich hat man den Eindruck, dass die rapide Reduktion fest angestellter Mitarbeiter in den Medien die Qualität der Recherche und der Analyse erheblich beeinträchtigt. Oft wirkt es so, als ob ein Journalist vom anderen abschreibt und, weil die Zeit zur gründlichen Vorbereitung nicht da ist, lediglich das wiederholt, was sich schon als öffentlich akzeptiert bewährt hat. Man geht dann kein Risiko ein, aber es fehlt für eine gründliche öffentliche Sachdebatte die begründete Kontroverse, die hilft, die Tragfähigkeit von Argumenten auszuloten. Stattdessen gehen Meinungsmoden wie hohe Wellen über uns hinweg, und es scheint am klügsten, einfach unter ihnen hindurchzutauchen.

Politikerinnen und Politiker, die für ihre Sache einstehen, haben es schwer, dagegen anzukommen. Aber es ist nötig, dass sie es versuchen. Denn die Anpassung des Politischen an die medialen Stimmungsschwankungen ist gefährlich: Nur eine Politik, die nicht Getriebene, sondern souveräne Akteurin ist, kann mittel- bis langfristige Prozesse verlässlich und stimmig gestalten und so das Vertrauen der Bürger gewinnen.

Wir brauchen diese selbstbewusste und eigenständig agierende Politik – schon damit sie ein Gegengewicht zu den Medien bildet. Oft frage ich mich, ob die Medien unter dem verschärften Konkurrenz- und Aufmerksamkeitsdruck überhaupt noch darüber reflektieren, was für die Öffentlichkeit wirklich politisch relevant ist. Vielfach scheint es mir, dass Berichterstattung nicht mehr für das Publikum gemacht wird, sondern vor allem mit Blick auf die eigenen Kollegen und die Konkurrenz. Ich habe während meiner Kandidaturen zum Amt des Bundespräsidenten häufig Interviews gegeben, die mir in der Sache nicht besonders provokant erschienen. Aber ich konnte spüren, dass die jeweiligen Interviewer nicht an dem Kontext interessiert waren, den ich skizzieren wollte, sondern nur auf eine Aussage lauerten, die sie zur

skandalträchtigen Schlagzeile machen konnten. Und die haben sie dann auch regelmäßig zu einer Agenturmeldung gemacht: »Schwan kritisiert Schröder« oder »Schwan greift Merkel scharf an«. Das Gespräch diene also nur dazu, eine Aussage aus mir herauszukitzeln, mit der man dann von anderen Zeitungen zitiert wird. Der informative Mehrwert solcher Aktionen scheint mir gering.

Deswegen finde ich es so wichtig, dass Medien über ihr eigenes Tun selbstkritisch Rechenschaft ablegen. Journalisten müssen akzeptieren, dass sie, demokratietheoretisch gesehen, mit geliehener Macht und geborgtem Einfluss als Sachwalter der Gesellschaft agieren. Sie genießen eine Vielzahl von Privilegien, haben aber – anders als die Politik – keine demokratische Legitimation aus eigenem Recht. Dies zwingt sie nicht zu Meinungslosigkeit, im Gegenteil, verpflichtet sie aber, sehr genau zu reflektieren, wie sie über Ereignisse und Prozesse berichten und welche Wirkungen dies auslöst. Die breite Debatte um die Qualitätssicherung des eigenen Programms und um die Entwicklung einer journalistischen Berufsethik, welche die öffentlich-rechtlichen Medien und die journalistischen Berufsverbände seit einigen Jahren führen, ist hier ein wichtiger Beitrag vonseiten der Akteure.

Das allgemeine Desinteresse an der ordnungspolitischen Regulierung und der inhaltlichen Ausgestaltung der Medien scheint mir eines der größten Defizite der gegenwärtigen Diskussion zu sein. Merkwürdigerweise haben etwa die Auseinandersetzungen um die politische Macht und die kulturelle Wirkung des Fernsehens nach der Einführung des Privatfernsehens 1984 nicht an Intensität zugenommen, sondern sind – im Gegenteil – an den Rand der gesellschaftlichen Debatte gerückt. Dies verwundert umso mehr, als die Entwicklung in den letzten zwanzig Jahren eindeutig weiter in Richtung der vielbeschworenen »Mediengesellschaft« gegangen ist. Nur durch eine breite gesellschaftliche Debatte, in der die Öffentlichkeit ihre eigene Kritikfähigkeit schärft und so klar macht, dass sich Manipulation und Kampagnenjournalismus langfristig nicht auszahlen, kann dafür gesorgt werden, dass die Medien als Sachwalter der Gesellschaft ihre demokratische Verantwortung wahrnehmen. Nur so kann die Logik der gemeinwohlorientierten demokratischen Verantwortung der Logik der ökonomischen Marktrentabilität, die die meisten der genannten Missstände auslöst oder bestärkt, entgegen wirken. Das

aufgeklärte Publikum muss sich wehren. Damit sind wir alle aufgerufen, das unsere dazu beizutragen.

Dies ist der eine Teil der Analyse. Aber dieses Buch handelt nicht nur von den Defiziten der Medien, sondern auch von der Erosion der Glaubwürdigkeit unserer Demokratie. Der Autor warnt davor, den zurzeit modischen Weg zu gehen und von Instrumenten der direkten Demokratie, insbesondere von Volksentscheiden, eine Wiederbelebung demokratischen Engagements und der Attraktivität der Demokratie zu erwarten. Ich stimme ihm darin ausdrücklich zu. Wir müssen andere Wege finden, Bürgerengagement und demokratische Teilhabe zu ermutigen, und zwar so, dass diese der repräsentativen Demokratie nicht entgegenstehen, sondern sie ihrem ursprünglichen Sinn entsprechend gemeinwohlorientiert stärken. Die von Thymian Bussemer in Anlehnung an Jürgen Habermas geforderte deliberative demokratische Öffentlichkeit, für die auch die Medien wichtig sind, ist eine unverzichtbare, aber nicht zureichende Bedingung. Sie sollte einhergehen mit der Stärkung zivilgesellschaftlicher Teilhabe im vorparlamentarischen Raum.

Es ist ja nicht zu übersehen, dass die repräsentative Demokratie ihrem Ideal – die Interessengegensätze der pluralistischen Gesellschaft werden im Parlament ausgetragen und von den nur ihrem Gewissen verantwortlichen Abgeordneten zu gemeinwohltauglichen Entscheidungen verarbeitet – immer weniger entspricht: Abgeordnete kommen nicht auf wunderbare Weise als gewissensgebundene Einzelne ins Parlament, sondern werden in der Regel von Parteien aufgestellt, sind in dieser Hinsicht auch von Parteien und ihren inneren Machtverhältnissen abhängig und unter deren Druck, wenn sie zur Wahl (wieder) aufgestellt werden wollen. Auch ihre Gewissensfreiheit bei der Abstimmung ist durch eine Parteidisziplin eingeschränkt, die nicht einfach als Irrweg abgelehnt werden kann. Denn zur Demokratie gehört auch erfolgreiches Regieren, das ohne Parteidisziplin nicht auskommt.

Vor allem aber stehen Abgeordnete unter dem Druck ihrer Wählerinnen und Wähler und unterschiedlicher Lobbygruppen. Damit tritt die entscheidende demokratiethoretische (und keineswegs neue) Frage in den Blick, wie man in einer hinsichtlich ihrer Interessen und vor allem auch ihrer Machtpotenziale durchaus vielfältigen Gesellschaft – selbst wenn man sie zunächst zur Vereinfachung als nationale denkt – demokratische Entscheidungen so treffen kann, dass die gleiche Würde aller Bürgerinnen

und Bürger, ihre gleiche Freiheit, die sich im gleichen unmittelbaren Wahlrecht aller Bürgerinnen und Bürger manifestiert, lebbar und erlebbar bleibt. Denn angefangen von der Wahl, über den Gesetzgebungsprozess bis hin zu den einzelnen politischen Entscheidungen versuchen die unterschiedlichen gesellschaftlichen Gruppen als Lobbys massiven Einfluss zu nehmen. Das ist legitim und wäre auch nicht zu beanstanden, wenn alle Einflussnahmen – auch auf Ministerien und öffentliche Entscheidungsträger – transparent geschähen und alle ein annähernd gleiches Machtpotenzial zur Verfügung hätten, um die eigenen Interessen oder Ideen durchzusetzen.

Das sind zwei sehr schwierige Bedingungen, die sowohl nach gesetzlich geregelter Transparenz als auch nach Akteuren verlangen, die Verstöße dagegen öffentlich machen und sie zu unterbinden verstehen. Allerdings wird es eine Schimäre bleiben, ein auch nur annäherndes Machtgleichgewicht zwischen den Lobbys zu sichern.

Es kann also nicht verwundern, dass die Klage über Parlaments- oder Behördenentscheidungen, die durch Lobbying und »Stimmenkauf« beeinflusst werden und die gleiche Freiheit der Bürger daher unterlaufen, seit Jahrzehnten anhält. Doch welche Möglichkeiten gibt es, Abhilfe zu schaffen?

Der Weg, die einzelnen Lobby-Einflüsse durchsichtig zu gestalten und in ihrer Macht auszubalancieren, ist sehr mühsam und verspricht auf den ersten Blick keine wirkliche Lösung des Problems. Deshalb war und ist die Versuchung groß, diese Einflüsse dadurch ein für alle Mal zu vermeiden, dass man das Parlament umgeht und das Volk direkt sprechen lässt. Aber damit löst man die Schwierigkeit, die Vielfalt der Interessen und die Ungleichgewichtigkeit der Machtpotenziale in der Gesellschaft in demokratischen Entscheidungen miteinander zu vermitteln, nicht auf, sondern verschiebt nur das Problem. Die eine Möglichkeit besteht darin, das Parlament ganz und gar zu ersetzen; man führt dann komplizierte Verfahren der sogenannten direkten Demokratie ein. Dazu gehören das imperative Mandat, Delegationen und mehrstufige Abstimmungen, die lange dauern und noch schwerer transparent zu gestalten sind als ein repräsentatives Parlament.

Die zweite Möglichkeit ist, Volksentscheide neben dem Parlament vorzusehen. Hierfür müssen Verfahren mit quantitativen Mindestgrößen festgelegt werden, die solche Entscheide organisatorisch vorbereiten und die zur Abstimmung gestellten Fragen formulieren. Das läuft darauf hinaus, dass

in der Regel gebildete und mit finanzieller oder kommunikativer Macht ausgestattete Bürger die Initiative ergreifen, die »Volks«entscheide in ihrem Interesse vorbereiten und dazu mobilisieren. Damit werden gerade nicht gerechte Lösungen befördert, sondern Partikularinteressen privilegierter Gruppen oder populistische Vorurteile, für die man leicht Gefolgsleute finden kann.

Mit dieser Kritik wird »dem Volk« keineswegs generell Bildung oder Reife abgesprochen. Vielmehr geht es mir um eine Entmystifizierung des »Volks« zugunsten einer realistischen Vorstellung der Gesellschaft, in der immer unterschiedliche Interessen und Werte vertreten werden, die es genau abzuwägen gilt und für die unterschiedliche Mobilisierungschancen bestehen. Politische Entscheidungen sind keine Intelligenztests, sondern Ausdruck von Ideen und Interessen, deren Legitimität weder durch Intelligenz noch durch materielle oder kulturelle Macht erwiesen werden kann. Allenfalls lässt sie sich inhaltlich – nicht im faktischen Erfolg! – an den Grundwerten der Demokratie messen.

Und dennoch befürworte ich die Stärkung der repräsentativen Demokratie und auch des Parlaments durch mehr zivilgesellschaftliche Teilhabe. Dies gilt, obwohl Bürgerinitiativen, wie gesagt, in der Regel von gebildeten und eher wohlhabenden Mitgliedern der Mittelschicht getragen werden. Das steht jedoch so lange nicht im schichtenspezifischen Gegensatz zum Gemeinwohl, sondern fördert die Demokratie, wie Bürgervoten nicht durch Entscheidungsmacht gegen demokratisch gewählte Politik ausgespielt werden und deren Ergebnisse konterkarieren. Denn von ihrer sozialen Basis und von den Abstimmungsquoten her erreichen sie nie die Legitimität allgemeiner direkter Wahlen, in denen die weniger Reichen, Qualifizierten oder Mächtigen eine Chance haben, sich allein durch ihre Zahl Gehör zu verschaffen.

Doch auch mittelschichtenspezifische Bürgerinitiativen können eine positive Wirkung haben, zum Beispiel in Gestalt eines »Bürgerbegehrens«, für das ich anders als für Volksentscheide plädiere. Denn Bürgerbegehren können das Parlament zur Behandlung von Problemen zwingen, die aus dem Blick von Parlamentariern geraten sind. Sie können den Finger in Wunden legen, die Parteien aus taktischen oder anderen Gründen umgehen, und sie können zu öffentlichen Debatten anregen, die die Solidität parlamentarischer Entscheidungen befördern.

Vor allem aber können sie ein gemeinnütziges Gegengewicht zu finanzkräftigen und kommunikationsstarken Lobbys bilden und es Politikerinnen und Politikern erleichtern, sich mit einem breiteren Spektrum von Interessen auseinanderzusetzen und dadurch eher gemeinwohlorientiert zu verhalten. Dieser Weg ist zwar mühsam, erfordert einen langen Atem und bleibt im doppelten Sinne eine »dauernde Aufgabe«. Es ist der Weg von Albert Camus' Sisyphos, den man überhaupt als Symbol demokratischer Politik bezeichnen kann. Die radikale Alternative führt jedoch nicht zu einer besseren Lösung, sondern zur Stärkung der ohnehin Starken oder zur Ausschaltung der Freiheit.

Dies gilt umso mehr, als Parlamente und Regierungen auf Landes- wie auf Bundesebene immer mehr in transnationale Politiken eingebunden sind und viele politische Herausforderungen nur noch transnational gelöst werden können. Damit erhöht sich die Vermittlungsnotwendigkeit der gesellschaftlichen Interessenpluralität. Auf der Ebene der Europäischen Union etwa haben wir noch weniger »ein Volk« (für Volksentscheide) als auf der nationalen Ebene. Zivilgesellschaftliches Engagement wird deshalb immer wichtiger, um zu einer Identifikation der Gesellschaften in Europa mit der Europäischen Union zu gelangen. Das geht nicht ohne Konflikte mit Regierungen, Parlamenten und dem Privatsektor, die miteinander in einer antagonistischen Kooperation agieren müssen, um einerseits den legitimen Interessengegensätzen gerecht zu werden, aber andererseits auch die notwendige, möglichst am Gemeinwohl orientierte Zusammenarbeit und den Kompromiss nicht aus dem Auge zu verlieren.

Solche Art der Partnerschaft im Konflikt ist im Übrigen typisch für freiheitliche demokratische Politik: im Parlament wie im vorparlamentarischen Raum, in den Parteien, den Verbänden und den zivilgesellschaftlichen Organisationen. Das ist die Kunst, die wir üben und politisch praktizieren müssen – *learning by doing* –, um unsere demokratische Freiheit zu bewahren und zu stärken. Damit stärken wir gemeinwohlorientierte Entscheidungen von Parlamenten und Regierungen.

Konkret heißt dies für längerfristige politische Vorhaben wie Stuttgart 21, offensiv in eine öffentliche Diskussion mit allen zu treten, die ihre Perspektiven und Fachkenntnisse einbringen wollen. Es stärkt die Solidität politischer Entscheidungen, wenn man möglichst viele Gesichtspunkte vorab kennt und erörtern kann, anstatt die Öffentlichkeit, durch ein mal raffiniertes, mal

---

unglückliches Öffentlichkeitsmanagement, vor vollendete Tatsachen zu stellen. Damit werden Interessengegensätze nicht immer ausgeräumt, aber ihre Durchsichtigkeit bietet die Chance zu kreativen Win-win-Lösungen oder zumindest zu soliden Kompromissen, die nicht mehr im Nachhinein skandalisierbar sind. Teilhabe ermöglicht eine breitere Identifikation mit Projekten und dann auch ihre leichtere Durchführung.

Thymian Bussemer hat ein ungemein wichtiges Buch geschrieben. Unserer Demokratie ist zu wünschen, dass es möglichst viele Leser findet, die sich nicht mit der Oberfläche der politischen und medialen Erscheinungen begnügen oder resignieren möchten, sondern tiefer schauen und beherzt Lösungen angehen wollen.

# 1. Die zerbrechliche Demokratie

Jahrzehntlang galt die (west)deutsche Demokratie als ein Stabilitätswunder. Ausgerechnet die Deutschen hatten es geschafft, in ihrem Land eine vorbildliche Form der Volksherrschaft zu errichten. Weder die APO noch die Ölkrise vermochten die Republik ernsthaft zu erschüttern. Demokratie in Deutschland nach 1945 – das war nicht nur eine bestimmte, stark von der alten deutschen Kleinstaaterie bestimmte Ausprägung der repräsentativen Demokratie. Untrennbar verbunden waren damit auch eine bestimmte Haltung zum Westen, die soziale Marktwirtschaft, ein gut ausgebauter Wohlfahrtsstaat, eine spezifische Form der Konfliktpartnerschaft in den Betrieben und ein gesellschaftlicher Konsens über die Aufgaben und die zu ihrer Erfüllung benötigten Ressourcen des Staates.

Obwohl dieses ökonomische Gründungsfundament der Bundesrepublik schon ab Mitte der 1970er-Jahre in die Krise geriet, weil die wirtschaftlichen Wachstumsraten nicht mehr ausreichten, um den voranschreitenden Ausbau des Sozialstaats zu finanzieren, und weil infolge eines neuen Globalisierungsschubs mit jeder Rezession die Sockelarbeitslosigkeit stieg, fand der politische Überbau unverändert Akzeptanz. Nach 1989 konnten die Institutionen der bundesdeutschen parlamentarischen Demokratie unverändert auf das Beitrittsgebiet der ehemaligen DDR ausgedehnt werden. Repräsentative Umfragen begannen zwar schon bald nach der deutschen Einheit eine bedenkliche Unzufriedenheit der Ostdeutschen mit der parlamentarischen Demokratie zu zeigen, doch wurde dies allgemein auf die ökonomische Misere der Ostdeutschen geschoben, was mit der impliziten Erwartung verbunden war, dass eine Steigerung des Wohlstands auch zu einer Versöhnung mit der parlamentarischen Demokratie führen würde.

An der Milleniumswende im Jahr 2000, 55 Jahre nach dem Ende des Dritten Reiches, hätte niemand im In- oder Ausland Zweifel daran gehabt, dass die deutsche Demokratie eine der stabilsten der Welt ist.

Elf Jahre später hat sich dieses Bild verändert. Natürlich haben die demokratischen Institutionen des Landes nach wie vor Bestand. Doch die

Zweifel an ihrer Verlässlichkeit bei der Bearbeitung der anstehenden Probleme, an ihrer Legitimität angesichts stetig schwindender Wahlbeteiligungen und an ihrem Einfluss angesichts eines globalisierten Kapitalismus sind nicht mehr zu überhören. Das beginnt mit der schwindenden Akzeptanz der Parteien. Die einst allmächtige CSU in Bayern ist zu einer Regionalpartei geschrumpft, die von Wahl zu Wahl um ihre Mehrheiten fürchten muss. Die SPD, einst die stolzeste Partei des Landes, wurde bei den Bundestagswahlen im September 2009 auf bislang unvorstellbare 23 Prozent reduziert und musste im Frühjahr 2011 in Baden-Württemberg eine Koalition mit den Grünen eingehen – als Juniorpartner. Der Ansehensverlust der Demokratie betrifft aber nicht nur die politischen Parteien. Auch die Wahlbeteiligung hat ein historisches Tief erreicht. 2006 nahmen an der Landtagswahl in Sachsen-Anhalt nur noch 44,4 Prozent der Wähler teil. Bei der Bundestagswahl 2009 gingen rund 30 Prozent der Wahlberechtigten, etwa 18 Millionen Menschen, nicht mehr zur Stimmabgabe. Noch 2005 hatten nur 22,3 Prozent der Wähler den Gang zur Wahlurne verweigert. Und bei der Landtagswahl in Nordrhein-Westfalen im Mai 2010 betrug die Wahlbeteiligung nur 59,3 Prozent – obwohl der Ausgang als offen galt, es also alle Gründe gab, die eigene Stimme in die Waagschale zu werfen. Immer unklarer ist im Vorfeld von Wahlen, wohin sich die Waage neigen wird. Noch in den 1970er-Jahren gab es bei Bundestagswahlen eine stabile Beteiligung von 90 Prozent und von den abgegebenen Stimmen entfielen wiederum 90 Prozent auf die Volksparteien CDU/CSU und SPD. Solche Ergebnisse sind heute undenkbar. Die Wähler – wenn sie überhaupt noch zur Wahl gehen – werden unberechenbar, entscheiden erst in letzter Minute und wenden sich schon kurz nach der Stimmabgabe wieder von der Partei ab, die sie unterstützt haben. Das verändert das Land und seine einst so stabilen Koordinaten. Im Herbst 2009 wurde die SPD im Bund abgestraft, im Frühjahr 2011 verlor die CDU mit Baden-Württemberg ihr wichtigstes Stammland. Althergebrachte Bindungen und Traditionen zählen immer weniger. Heute stellen die Bürger alles in Frage. Und sie teilen Denkkettel aus, wenn ihnen etwas nicht passt.

Vor allem aber macht die schleichende Abnutzung auch vor der Idee der Demokratie nicht halt. Eine repräsentative Studie der Friedrich-Ebert-Stiftung enthüllte im Jahr 2008 eine grundsätzliche Distanz der Bürger zur Demokratie. Nur noch zwei von drei Befragten glaubten, dass die Politik in der Lage sei,

die in Deutschland anstehenden Probleme zu lösen. 25 Prozent gaben an, mit der Demokratie, »wie sie bei uns heute ist«, nichts zu tun zu haben. Weitere 34 Prozent bezeichneten diese Haltung zwar als falsch, aber nachvollziehbar. <sup>[1]</sup> Diese Zahlen sind Zeichen einer ermatteten Demokratie. Das Aufbruchspathos der Republikgründung ist genauso dahin wie die Begeisterung über die lange Prosperität und Stabilität der zweiten deutschen Republik. Willy Brandts berühmter Satz »Wir wollen mehr Demokratie wagen« wäre – so der *Spiegel*-Redakteur Dirk Kurbjuweit – »heute kein Satz mehr, der diese Gesellschaft erreichen kann. Viele würden gar nicht mitbekommen, dass er gesagt wurde, anderen wäre es egal, und die meisten würden dem Politiker, der den Satz sagt, nicht glauben, dass er ihn ernst meint.« <sup>[2]</sup>

## Die Verhältnisse kommen ins Rutschen

Woher kommt diese Unzufriedenheit mit der Demokratie? Denn eigentlich geht es den Deutschen doch gut. Kein großer Terroranschlag hat das Land bislang erschüttert, die Wirtschaft hat die Weltfinanzkrise in Windeseile überwunden, sogar die Deutsche Bahn fährt – zumindest meistens. Und doch gibt Deutschland im Jahr 2011 ein merkwürdiges Bild ab: Das Land ist gereizt und erregt, in ständig schwankenden Spannungszyklen gefangen und doch zugleich in Stagnation verharrend. Es ist fast ein bisschen so, wie Thomas Mann im *Zauberberg* die Stimmung unter den Sanatoriumsbewohnern beschreibt: »Was gab es denn? Was lag in der Luft? – Zanksucht. Kriselnde Gereiztheit. Namenlose Ungeduld! Eine allgemeine Neigung zu giftigem Wortwechsel, zum Wutausbruch, ja zum Handgemenge.«

Die Gereiztheit ist eine Folge von Unsicherheit. Die Menschen spüren ganz offensichtlich, dass sich in Deutschland etwas verändert, dass lange selbstverständliche Gewissheiten und eingeübte Formen des Umgangs zwischen Politik und Bürgern mehr und mehr in Frage gestellt werden. Darauf reagieren sie nervös, mit Abwehr und auch mit Verdruss. Denn außer Frage steht: Deutschland, das erst 1990 zu seiner heutigen Form gefunden hat, verändert sich in atemberaubendem Tempo. Da ist zum einen der Machtverlust der Politik. Der Nationalstaat hat im Zuge der Europäisierung freiwillig Einfluss

nach Brüssel und Straßburg delegiert und im Prozess der Globalisierung unfreiwillig seine vormals fast uneingeschränkte Macht mehr und mehr an potente wirtschaftliche Akteure, informelle Zusammenschlüsse und supranationale Institutionen abgegeben. Schon im Jahr 2000 befanden sich unter den 100 größten wirtschaftlichen Einheiten der Welt 52 Konzerne, aber nur noch 48 Staaten. Die globalen Unternehmen bringen ihre Interessen überall zur Geltung, wo sie diese berührt sehen. Das Wissen um den Machtverlust der Politik teilen Politiker und Bürger. Es sind nicht zuletzt die Politiker selbst, die ihre eigene Ohnmacht immer wieder thematisieren – wenn auch nur selten so plakativ wie die für die Regulierung des Finanz- und Bankensektors verantwortlichen Abgeordneten des Europäischen Parlaments, die im Sommer 2010 Öffentlichkeit und Zivilgesellschaft in einem dramatischen Appell um Hilfe baten, weil sie bei ihrer Arbeit von Lobbyisten umstellt seien.<sup>[3]</sup> Folgt man der aktuellen *Deutschen Parlamentarier Studie* des Düsseldorfer Politikwissenschaftlers Ulrich von Alemann, glauben von den dort befragten 2400 Bundestags- und Landtagsabgeordneten nur 19 Prozent, dass sie im Kampf gegen die Armut etwas ausrichten können. Nur 16 Prozent der befragten Politikerinnen und Politiker sind der Meinung, auf die Gesundheitspolitik Einfluss zu haben. Ähnlich niedrig sind die Werte in anderen Politikfeldern. Die Parlamentarier erklären damit de facto, überflüssig zu sein.<sup>[4]</sup>

Hinzu kommt eine tiefe Entfremdung zwischen Wählern und Gewählten, eine Krise der Repräsentation, welche maßgeblich zur schleichenden Erosion der Demokratie beiträgt. Im Mai 2011 rangierte das Thema »Unzufriedenheit mit der Politik« auf Platz eins einer repräsentativen Forsa-Umfrage nach den größten Problemen des Landes. 35 Prozent der Befragten wählten diese Kategorie – so viele wie nie zuvor. Vier von fünf Befragten klagten, die Politik sei sprunghaft und unberechenbar geworden. Nur 37 Prozent fanden, die Politiker machten ihre Arbeit im Großen und Ganzen gut, 56 Prozent waren gegenteiliger Ansicht.<sup>[5]</sup> Die Entfremdung ist mittlerweile so stark, dass selbst Politiker sie offen eingestehen. Der Bundestagsabgeordnete Harald Koch (Die Linke) schrieb in einer Stellungnahme für das *Bundesnetzwerk Bürgerschaftliches Engagement* im Februar 2011: »Die Bevölkerung als Souverän ist von den ihre Lebenswirklichkeit betreffenden Entscheidungsprozessen oftmals entfremdet. Viele politische Entscheidungen stoßen auf geringe Akzeptanz oder gar absolutes Unverständnis. Parlamente, die Bürgerinnen und Bürger

nicht mehr mitnehmen, Entscheidungen nicht transparent und nachvollziehbar machen, verlieren an Rückhalt in der Bevölkerung.« Und die SPD-Bundestagsabgeordnete Ute Kumpf sekundierte: »Es gibt aber nicht erst seit dem Sommer 2010 Zweifel an der Leistungsfähigkeit und Legitimation unseres Systems, der sich in Protesten ausdrückt oder an einer Wahlmüdigkeit abzulesen ist.«

## Postdemokratie

Diese Diagnosen sind nicht neu. Der britische Politikwissenschaftler Colin Crouch hat in den letzten Jahren mit seinen Thesen zur »Postdemokratie« Furore gemacht. Crouch griff damit einen Begriff von Jacques Rancière auf, der 1995 in einem Aufsatz zu dem Schluss gekommen war, dass in den Gegenwartsgesellschaften demokratische Politik mehr und mehr durch die »Herrschaft der Meinungsbefragung« sowie einen von Expertenwissen gesteuerten politischen Verwaltungsbetrieb ersetzt worden sei.<sup>[6]</sup> Crouch zufolge existieren in der Postdemokratie die demokratischen Strukturen zwar formal fort, doch die Mehrheit der Bürger ist in tiefe Apathie versunken, während die entscheidenden Aushandlungsprozesse zwischen den mächtigen Konzernen und den Resten der einstmals einflussreichen politischen Klasse in Hinterzimmer delegiert werden, wo fernab der Öffentlichkeit die öffentlichen Belange verhandelt werden. Die demokratische Legitimität wird dann quasi im Nachgang von professionellen PR-Experten besorgt, die »die öffentliche Debatte während der Wahlkämpfe so stark kontrollieren, dass sie zu einem reinen Spektakel verkommt, bei dem man nur über eine Reihe von Problemen diskutiert, die die Experten zuvor ausgewählt haben«.<sup>[7]</sup> Crouch und Rancière sind nicht die einzigen Wissenschaftler, die das Bild einer völlig ermatteten demokratischen Öffentlichkeit zeichnen. Der Soziologe Ingolfur Blühdorn spricht im Hinblick auf die gegenwärtige Verfassung vieler westlicher Länder von einer »simulativen Demokratie«. Blühdorn geht in seinen Analysen davon aus, dass es in den letzten Jahrzehnten in den meisten Ländern einen rasant ausgeweiteten Zugang zu Wissen und Informationen gegeben hat. Dies führt aber nach seiner Interpretation keineswegs zu einer verbesserten demokratischen Partizipation. Denn zugleich hat sich die Komplexität in

Gesellschaft, Wirtschaft und Politik so sehr gesteigert, dass die Menschen in der Überfülle von Fakten und Meinungen immer mehr die Orientierung und die Fähigkeit zur Bewertung von Situationen verloren haben. Daraus resultiert Verunsicherung, die wiederum zum Rückzug der Bürger aus dem öffentlichen Raum und zur Flucht ins Private, mithin zu einer Beschränkung auf Eigeninteressen und zum Erlöschen der Öffentlichkeit, führt. Die politische Arena bleibt in Blühdorns Analyse den Profis vorbehalten, deren Treiben die Bürger wahlweise apathisch oder verachtend beobachten. Am Ende steht ein System, in dem die Bürger ihre Freiheit allein als Konsumenten suchen, die Politik meiden und die Lösung gesellschaftlicher Probleme an eine schmale Kaste von Funktionären delegieren. <sup>[8]</sup>

Jene Entwicklung hin zu einem immer größeren Desinteresse an den Institutionen der Demokratie, die in den Analysen von Crouch, Rancière und Blühdorn beinahe zwangsläufig ist und von dunklen Mächten (zu denen Crouch vor allem die Wirtschaft zählt) aktiv vorangetrieben und gesteuert wird, lässt sich auch anders interpretieren: nämlich als tatkräftige Selbstentmachtung von Bürgern und Politik. Diese ist vor allem deswegen möglich, weil es eine Krise der Öffentlichkeit gibt, deren Ausdruck eine Entkoppelung der »politischen Klasse« – allein die weite Verbreitung dieses Begriffs verweist auf die wachsende Distanz von Politikern und Bürgern – und der von ihr vorangetriebenen Themen, Entwicklungen und Veränderungen von den Interessen, Wahrnehmungen und Deutungshorizonten der Bevölkerung ist. Dazwischen schieben sich als immer mächtigere Einflussagenten die Medien, die mit ihren eigenen Aufmerksamkeits- und Selektionsmechanismen ein verzerrtes Bild des Politischen zeichnen und so die Diskrepanz immer weiter vergrößern – obwohl sie doch eigentlich für die Vermittlung zwischen Politikersichten und Bürgerinteressen zuständig wären. Die demokratische Oberfläche bleibt zwar gewahrt, doch darunter entsteht etwas Neues, Gelangweiltes und Abgeflachtes. Der Blick der Menschen auf die Politik wird immer zynischer, die Distanz zwischen Regierenden und Regierten immer größer, das gegenseitige Unverständnis zunehmend unüberbrückbar. »In den vergangenen 20 Jahren«, schreibt Susanne Gaschke in der *Zeit*, »hat sich etwas verändert, das schlimm werden könnte. Es wächst eine Verdrossenheit, die in den Reaktionen auf Thilo Sarrazins Buch nur ihren jüngsten Ausdruck findet: Offenbar verspüren immer mehr Menschen, die sich selbst als durchaus

verantwortungsbereite Bürger wahrnehmen, eine Entfremdung von Politik und Medien. Sie haben das Gefühl, dass ihre Erfahrungen und Probleme von den politischen Repräsentanten entweder gar nicht gesehen oder willentlich ignoriert werden oder – schlimmer noch – dass man sie ihnen wegpädagogisieren will.«<sup>9</sup>

Die Folge dieses wachsenden Misstrauens zwischen Regierenden und Regierten ist eine breite Abwendung der Bürger von der Politik. Laut der bereits erwähnten Studie der Friedrich-Ebert-Stiftung konnten sich 2008 beängstigte 47 Prozent der Befragten prinzipiell vorstellen, nicht an einer Bundestagswahl teilzunehmen, zehn Prozent bekundeten, ihre Stimme bei Bundestagswahlen grundsätzlich nicht abzugeben, und nur ein knappes Drittel gab an, »politikinteressiert« zu sein. Mit dieser Abwendung von der Politik werden alte Selbstverständlichkeiten in Frage gestellt, die das Land jahrzehntelang geleitet und getragen haben: dass die Deutschen ihre Demokratie wertschätzen und als ein unbedingt zu verteidigendes Gut betrachten, dass sie die Verhältnisse in Deutschland als im Großen und Ganzen gerecht betrachten, dass es annähernd eine Übereinstimmung zwischen der offiziellen Ausrichtung der Politik und dem Denken der Menschen gibt. Die sich mehrenden Anzeichen für eine tiefe und scheinbar unüberbrückbare Kluft zwischen Regierenden und Regierten wirft zwangsläufig Fragen nach der Zukunft der Demokratie auf. Eine Durchmusterung der Zustände in unserem Land vermag jedenfalls keine Sicherheit mehr zu geben, dass wir vor populistischen Anwandlungen von links und rechts gefeit sind, dass die Stabilität der deutschen Demokratie wirklich dauerhaft gegeben ist.

## 2. Die Bürger proben den Aufstand

### Neuer Protest und die Entwertung der Verfahren: Legitimation durch Blockaden?

Gerade das Jahr 2010 hat hier alte Gewissheiten hinweggespült und die Krise der Repräsentation weiter zugespitzt. Das allgemeine Entsetzen über den Rücktritt von Bundespräsident Horst Köhler wurde von der Grundstimmung getragen, dass ein bürgernaher Präsident von den gewieften Berufspolitikern in Regierung und Opposition infam aus dem Amt gemobbt worden sei. Die Debatte um Thilo Sarrazins Pamphlet *Deutschland schafft sich ab* legte wenige Monate später auch in den gutsituierten Mittelschichten der deutschen Gesellschaft ein erschreckendes Maß an reflektierter Denkverweigerung offen. Vor allem aber gingen im Jahr 2010 immer mehr Bürgerinnen und Bürger dazu über, der Politik kurzerhand die Zuständigkeit für allgemein verbindliche Entscheidungen abzuerkennen. Ob beim Stuttgarter Bahnhof, dem Hamburger Schulsystem, der Privatisierung der Berliner Wasserversorgung oder dem neuen Berlin-Brandenburger Großflughafen: Überall wirkte es so, als hätten die Menschen den Parteien pauschal das Vertrauen entzogen. Allenthalben schossen neue Protestkulturen wie Pilze aus dem Boden. Und dieser Protest kam nicht von den Rändern, sondern aus der Mitte der Gesellschaft. »Wer sich heute gegen Stuttgart 21 engagiert, wer in der Sarrazin-Debatte Partei für den Autor und gegen seine Kritiker ergreift, wer in Hamburg eine Schulreform kippt oder sich mit Enthusiasmus für einen Bundespräsidenten einsetzt, der nicht aus dem politischen Betrieb stammt, gehört meist zum bürgerlichen Spektrum der Republik. Auf den unterschiedlichen Schauplätzen dieses Jahres tritt die neue, protestbereite Mitte der etablierten Politik gegenüber«, notierte Matthias Geis im Oktober 2010 in der *Zeit*.<sup>[10]</sup>

Dieser neue Protest, der 2010 erstmals Breitenwirkung entfaltete, entzündet sich zwar an lokalen Anliegen, weitet sich aber, wie in Stuttgart, fast zu einer Staatskrise aus, weil er die prinzipielle Legitimität repräsentativ-demokratischer Verfahren in Frage stellt. »Die ziehen das durch« ist für viele

Protestbewegte die treffendere Formel für die Beschreibung der Zustände als »Wir sind das Volk«. Es ist nicht mehr nur Verdruss, über »die da oben«, der im Protest zum Ausdruck kommt. Vielmehr haben nicht unerhebliche Teile der gesellschaftlichen Mitte beschlossen, ihre Anliegen nicht länger für vier oder fünf Jahre an gewählte Vertreter zu delegieren, sondern sie offensiv in die eigenen Hände genommen. Da die bürgerliche Mitte der Gesellschaft von Staat und Parteien immer weniger gemeinwohlorientierte Entscheidungen erwartet, zieht sie auch für sich selbst die Grenze zwischen individuellem Interesse und Gemeinwohl neu und verfolgt immer zielstrebigere ihre Partikularinteressen. Der Niedergang der Volksparteien korrespondiert hier mit einer neuartigen Selbstermächtigung der Bürger, die sich allerdings nicht auf das Gemeinwesen, sondern nur auf den eigenen Nahraum bezieht. Während die SPD schon seit Beginn des rot-grünen Projekts 1998 und verstärkt seit den Hartz-Reformen 2003 das Vertrauen ihrer Klientel einbüßte, trifft es die Union mit voller Wucht, seit Schwarz-Gelb so ganz anders regiert, als die bürgerliche und konfessionelle Wählerschaft der Republik es sich vorgestellt hatte.

## Politik im Sinkflug

Angesichts solcher Entwicklungen ist es kein Wunder, dass die Demokratie mehr und mehr an Legitimität verliert. Wenn man davon ausgeht, dass politische Parteien neben dem Erringen von Mehrheiten auch die Aufgabe haben, für den Gedanken der Demokratie zu werben, machen sie ihre Sache schlecht. Im unübersichtlicher gewordenen Fünf-Parteien-System überformt der Drang zum eigenen taktischen Vorteil – auch um den Preis des Scheiterns in der Sache – mehr und mehr die Bereitschaft zum klugen Kompromiss; der Hang zur Inszenierung überlagert zunehmend Sachentscheidungen. Für den Erhalt der eigenen Macht wird von den Parteien sogar eine offene Schädigung der Demokratie in Kauf genommen. Die CDU/CSU führte den Bundestagswahlkampf 2009 mit einer Strategie, die der Politikberater Michael Spreng als »asymmetrische Demobilisierung« beschrieben hat: Die Union wollte in ihrer Kampagne möglichst wenig Alternativen kenntlich machen und die Wähler in dem Gefühl wiegen, dass sich ganz unabhängig vom Wahlausgang ohnehin nichts ändere. Das Kalkül hinter dieser Strategie war die Annahme, dass ein

entpolitisiert, quasi im Schlafwagen geführter Wahlkampf die SPD mehr Stimmen kosten würde als die Union. Tatsächlich verloren die Sozialdemokraten im Vergleich zu 2005 mehr als elf Prozent ihrer Wähler. Ob aber das systematische Einschläfern von Wählern für die Demokratie besonders förderlich ist, muss dahingestellt bleiben.

Doch auch ohne das aktive Zutun der Parteistrategen verschlechtern sich die Beziehungen zwischen Politikern und ihren Wählern kontinuierlich. Die wachsende Distanz der Bürger zu den politischen Parteien hat zunächst einmal handfeste Gründe, die in der Veränderung des traditionellen Sozialgefüges begründet liegen: Hierzu zählen die Auflösung einstmals fest geschlossener Milieus, die nachlassenden Bindungskräfte von Großorganisationen, die Zunahme sozialer Ungleichheit mit der Folge der Entstehung von Parallelgesellschaften am unteren und – ja, auch hier – am oberen Ende der Gesellschaft. Denn nicht nur die entpolitisierten Unterschichten haben sich vom Gemeinwesen abgewandt, auch an der Spitze der Gesellschaft macht sich Politik- und Politikerverachtung breit, auch hier gibt es eine durch Appelle an die Verantwortlichkeit und Gemeinsamkeit nicht mehr erreichbare Schicht: die Superreichen, die sich von Rest der Gesellschaft abgekoppelt haben und sich in ihrem kompromisslosen Streben nach dem eigenen Vorteil mindestens so unmoralisch gegenüber der Mehrheit der Menschen verhalten wie betrügerische Hartz-IV-Empfänger.

Angesichts der wachsenden Heterogenität der Gesellschaft und eines zunehmend an eigenen Interessen ausgerichteten Stimmverhaltens der Bürger wird es für die Volksparteien immer schwieriger, politische Angebote zu formulieren, welche die nötige Breitenresonanz erzielen. Dabei waren es in der Vergangenheit gerade die drei Volksparteien CDU, CSU und SPD, die jenseits von reiner Klientelpolitik politische Programme und Gesellschaftsentwürfe entwickelten, die eben die gesamte Gesellschaft in den Blick nahmen, nicht nur einzelne Gruppen oder Interessen. Die Volksparteien – wenn sie auch unterschiedliche Menschenbilder, Gesellschaftsutopien und Werthaltungen vertraten – waren der Garant dafür, dass der soziale Zusammenhalt des Landes nicht auseinander riss, Gesellschaft nicht nur als die Addition von Einzelinteressen gesehen wurde, sondern dass sich schon innerhalb der Programmatik einer Partei ein Konsens widerspiegelte, der unterschiedliche Interessen ausglich. Deswegen waren die Volksparteien neben den Kirchen und den

Gewerkschaften lange der Kitt, der die Gesellschaft zusammenhielt. Die hohe Stabilität der Bundesrepublik in den ersten fünfzig Jahren ihres Bestehens war ganz entscheidend der Tatsache geschuldet, dass die Parteien jene Milieus, die sie repräsentierten, recht genau abdeckten und dass es eine politische Öffentlichkeit gab, in der dieser Proporz seinen Ausdruck fand. Insofern sind Verschiebungen in der Struktur der Öffentlichkeit auch mitverantwortlich für die Veränderung der Parteien, denn diese begannen ab den 1960er-Jahren, sich immer stärker an Medien- und Elitendiskursen zu orientieren und sich damit von ihrer Kernklientel zu entfernen. Immerhin: für eine durchaus ansehnliche Zeitspanne gelang es den Volksparteien, sich den mäandernden Diskursen der Stimmungsdemokratie zu entziehen und eine an den Interessen der sie stützenden Milieus orientierte Politik zu verfolgen. Die Erosion der Volksparteien ist zu einem guten Stück darauf zurückzuführen, dass sich die sozialen Großgruppen, die ihre Basis bildeten – die Industriearbeiter, kleinen Angestellten und akademischen Aufsteiger des öffentlichen Dienstes für die SPD, die christlichen Handwerker, Selbständigen und akademischen Eliten für die CDU/CSU –, zunehmend aufgelöst und individualisiert haben. Doch auch innerhalb der politischen Parteien gibt es Erosions- und Erschlaffungerscheinungen. Während der politische Machtanspruch der Parteien nach wie vor absolut ist und der einzige Weg in politische Ämter unverändert über die Parteien führt, ist deren Gestaltungskompetenz in den letzten Jahren und Jahrzehnten immer geringer geworden. Die raschen Umbrüche und tektonischen Verschiebungen des digitalisierten Kapitalismus überfordern auch die politischen Parteien. Auf immer weniger Fragen – von der Regulierung der Finanzmärkte über die Zukunftsfähigkeit der sozialen Sicherungssysteme und den Umgang mit dem demografischen Wandel bis hin zur deutschen Beteiligung am Krieg in Afghanistan – haben die Parteien schlüssige und sich in ihre übergeordnete Programmatik einfügende Antworten. Statt aber im Dialog mit den Bürgern einen offenen Suchprozess einzugehen und gleichzeitig das Vertrauen in eine gute Gestaltbarkeit der Zukunft zu stärken, tun die Parteien nach wie vor so, als ob sie im Besitz echter Antworten und alleiniger Wahrheiten wären. Dabei sind sie längst von Treibern zu Getriebenen einer nach sofortigen Antworten verlangenden Mediengesellschaft geworden, die dem raschen Wandel nur noch hektisch hinterherhinken.

Wie zerstörerisch der rasante gesellschaftspolitische Modernisierungsdiskurs auf das tradierte Wertgefüge einer Weltanschauungspartei wirken kann, zeigt das Beispiel der CDU in den letzten zehn Jahren: Ihr konservatives Familien-, Gesellschafts- und Glaubensbild wurde geradezu hinweggespült. Mittlerweile ist eine kinderlose Frau Kanzlerin, ein Flüchtlingskind Vizekanzler und ein Homosexueller Außenminister einer bürgerlichen Wunschkoalition. Die Partei hat die Wehrpflicht ausgesetzt, die Hauptschule abgeschafft und im Rekordtempo den Atomausstieg durchgesetzt. Die CDU-Arbeitsministerin fordert unerbittlich eine dreißigprozentige Frauenquote in Aufsichtsräten und Vorständen von großen Unternehmen und die Familienministerin fördert eine Patchwork-Familienpolitik, während die Vertriebenen, einst die stärkste Kolonne der CDU, so etwas wie ein zwar vertrauter, aber doch gestrig wirkender Teil der Parteifolklore geworden sind. Seit die CDU diesen Wandel durchlaufen hat, kann sie nicht mehr auf ein festes sozialmoralisches Milieu vertrauen, das ihr bei jeder Wahl die Stimme gibt. Vielmehr muss sie von Fall zu Fall ihre Wähler durch Themen und Politikangebote mobilisieren. Vor allem aber: sie läuft im Prozess der rapiden Modernisierung ihrer Positionen ständig Gefahr, jene Milieus, auf die sie rekurriert, zu überfordern. Wenn die Eliten heute so viel internationaler, rastloser und reformwilliger sind als der Rest der Gesellschaft, kommt es zu Entkoppelungen, die *in the long run* das Band zwischen Politik und Bürgern zerstören. »Dauerhaft erfolgreich«, urteilen die Politikwissenschaftler Franz Walter und Tobias Dürr, »kann Politik nur sein, wenn sie im Einklang ist mit dem Zeitmaß der Gesellschaft, für die sie gemacht wird. Deren Kontinuität von Vergangenheit, Gegenwart und Zukunft muß sie mitvollziehen.«<sup>[11]</sup> Gerät der Politik dieser Zusammenhang aus den Augen, droht sie, den Boden unter den Füßen zu verlieren.

Erliegen die Parteien dann auch noch der Versuchung, überzeugende und nachvollziehbare Antworten durch autoritäre Basta-Politik zu ersetzen, obwohl ihnen bewusst sein müsste, wie prekär die Grundlagen ihrer Lösungsvorschläge in einer hoch vernetzten und interdependenten Welt zwangsläufig sind – und scheitern sie im schlimmsten Falle auch noch bei der Umsetzung –, führt dies zu einem weiteren Verlust des Vertrauens in die Leistungsfähigkeit des parlamentarischen Systems. Das Agieren des dann schließlich abgewählten baden-württembergischen Ministerpräsidenten Stefan Mappus

im Streit um Stuttgart 21 ist hierfür prototypisch: Erst verweigerte Mappus sich jeder Kritik an dem Bauprojekt und wies alle inhaltlichen und verfahrenstechnischen Einwände gegen das Vorhaben zurück. Unter dem Druck der Proteste räumte er dann Fehler in der Planung ein und musste das Versprechen abgeben, künftig keine Basta-Entscheidungen mehr zu verkünden. Doch da war der Schaden schon geschehen: Spätestens nach dem verheerenden Polizeieinsatz vom 30. September 2010 stand Mappus als harter Hund da, der sich trotz Mobilisierung der gesamten staatlichen Macht nicht durchsetzen konnte. Im März 2011 sollte ihn dies sein Amt kosten.

Mappus ist nicht der einzige Spitzenpolitiker der letzten Jahre, der aus Sicht von Bürgern und Medien binnen kurzer Zeit vom Hoffnungsträger zum Versager mutierte. Der Ansehensverlust der hauptberuflichen Politiker lässt sich an nackten Zahlen ablesen. Folgt man dem Institut für Demoskopie Allensbach, waren 1964 51 Prozent der Befragten der Ansicht, dass Politiker »unsere Interessen vertreten«. Mitte der 1990er-Jahre waren es nur noch 34 Prozent. Dass man »große Fähigkeiten« haben müsse, um Politiker zu werden, sagten 1972 noch 63 Prozent der Befragten. 25 Jahre später waren es 25 Prozent. In Ostdeutschland erfolgte der Ansehensverlust der Politik noch rapider: 1991 bejahten die Frage nach den großen Fähigkeiten der Politiker noch 44 Prozent. 1996 waren es nur noch 22 Prozent. Die aus solchen Daten resultierende Frage ist, welches Potenzial die Politik heute überhaupt noch hat, diese Abwärtsspirale umzukehren. Denn bei allen Fehlern der Parteien muss man zugestehen: Angesichts des massiven Misstrauens, das den Politikern mittlerweile von Bürgerseite entgegenschlägt, und der Håme, die in den Medien über sie ausgekippt wird, hat die Politik es mehr als schwer, aus der Rolle des Sündenbocks herauszukommen. Man müsse sich fragen, so Renate Köcher in der F.A.Z., »ob Politiker im heutigen Umfeld überhaupt noch eine Chance haben, als Anwålte der Interessen der Bürger anerkannt zu werden«. <sup>12</sup>

## Mehr Demokratie wagen?

Die in diesen Befunden zum Ausdruck kommende Krise ist allerdings keine Krise der Demokratie an sich, sondern eine Krise der repräsentativen Demokratie. Laut einer Studie der Freien Universität Berlin und der Deutschen

Paul-Lazarsfeld-Gesellschaft aus dem Jahr 2008 befürworten 92 Prozent der Bevölkerung die Demokratie prinzipiell als Staatsform.<sup>[13]</sup> Unter Beschuss steht die besondere Form der Demokratie des deutschen Grundgesetzes mit seiner starken Betonung der Gewissensfreiheit und Unabhängigkeit des Abgeordneten. Und massiv kritisiert werden die politischen Parteien als vermeintliche Oligopole. Weder die einzelnen Abgeordneten noch die Parteien finden bei den Wählern noch hinreichend Vertrauen und Rückhalt, um die ihnen zustehenden Entscheidungsbefugnisse zu rechtfertigen. Denn mit dem konkreten Funktionieren der Demokratie in Deutschland ist nach dieser Studie nur eine Minderheit von 45 Prozent zufrieden. Wer dagegen nach mehr direkter Demokratie ruft, wer plebiszitäre Elemente in Gestalt von Bürgerbegehren und Volksentscheiden fordert, findet sofort große Zustimmung. Der Ruf nach mehr Bürgerbeteiligung als Gegengift zur Demokratieverdrossenheit ist seit einiger Zeit in aller Munde. Laut einer Allensbach-Studie aus dem Jahr 2010 sind 65 Prozent der Bevölkerung überzeugt, dass es die Qualität der deutschen Demokratie verbessern würde, wenn die Bürger über wichtige Fragen in Volksabstimmungen entscheiden könnten. Werden repräsentative und direkte Demokratie einander gegenübergestellt, findet die repräsentative Demokratie nur bei einer Minderheit von 32 Prozent Zustimmung, 51 Prozent sprechen sich für eine direkte Demokratie aus, in der möglichst viele Entscheidungen von den wahlberechtigten Bürgern getroffen werden.<sup>[14]</sup>

Verknüpft ist mit diesem Wert aber weniger die Erwartung, die demokratische Diskursqualität verbessern zu können und so die Distanz von professioneller Politik und Volk zu verringern, sondern vielmehr die Annahme, eigene Interessen in politischen Entscheidungsprozessen besser durchsetzen zu können. Es geht also nicht um eine bessere Kooperation der hauptberuflichen Politiker mit der Bürgergesellschaft, sondern um die Möglichkeit, die Entscheidungen von Regierungen und Parlamenten aushebeln zu können, wenn diese den eigenen Vorstellungen zuwiderlaufen. Wie gering der Rückhalt professioneller Politiker in der Bevölkerung mittlerweile ist, lässt sich auf einer vom Allensbach-Institut entwickelten Skala von eins bis zehn ablesen, welche die Nähe bzw. Ferne der Politiker zu den Bürgern misst. Hier kommen die professionellen Politiker auf den Wert 7,8. Nur Managern wird eine noch stärkere Bürgerferne unterstellt. Das Zutrauen in die Fähigkeit der Abgeordneten, die Interessen der Bevölkerung zu vertreten, und damit das Vertrauen

in die repräsentative Demokratie sinkt kontinuierlich. Zu Beginn der 1990er-Jahre waren noch 42 Prozent der Deutschen überzeugt, dass sich Abgeordnete primär an den Interessen der Bevölkerung und nicht an eigenen Vorteilen oder Lobbyforderungen orientieren. 2001 glaubten dies noch 26 Prozent, heute sind es 15 Prozent. Die Politik reagiert auf diese Entwicklung hilflos. Wer als Politiker nicht als vollkommen volksfern abgestempelt werden möchte, meint, in den Chor derjenigen einstimmen zu müssen, die die Abgehobenheit und Realitätsferne der Politiker beklagen und sich am allgemeinen *mea culpa* der professionellen Politiker beteiligen. »Zeigt Stuttgart 21 nicht, dass die repräsentative Demokratie die Grundvoraussetzung verloren hat, nämlich Legitimität?«, fragt etwa Bundesfinanzminister Wolfgang Schäuble.<sup>[15]</sup> Und sein Kabinettskollege Norbert Röttgen assistiert: »Legitimität und Funktion des demokratischen Systems hängen unmittelbar zusammen. Wo die Verbindlichkeit demokratischer Entscheidungen erodiert, kann auch das System auf Dauer nicht bestehen.«<sup>[16]</sup>

## Wutbürger

Auch die Politik hat also erkannt, dass heute mehr auf dem Spiel steht, als nur die Gefahr, durch unliebsame staatliche Entscheidungen ein paar zusätzliche Politikverweigerer zu produzieren. Denn das Phänomen der Politikverdrossenheit ist nicht neu, doch der Politikverdruss von heute ist ein anderer als der der 1980er- und 90er-Jahre. Es ist nicht länger wohlstandsgesättigte Passivität, welche die Menschen von den Wahllokalen fernhält, sondern eine mit Empörung aufgeladene Abwendung von der politischen Klasse, von der man sich ohnehin nichts mehr erwartet. War der Historiker und Publizist Arnulf Baring also der Zeit voraus, als er 2002 das »erstarrte Parteiensystem« für die Reformschwäche der Bundesrepublik verantwortlich machte und forderte: »Wir dürfen nicht zulassen, dass alles weiter bergab geht, hilflose Politiker das Land verrotten lassen?«<sup>[17]</sup> Gilt künftig statt Legitimation durch Verfahren: Bürger, auf die Barrikaden?

»Wutbürger« hat der *Spiegel*-Redakteur Dirk Kurbjuweit diese neue Form des Bürgerprotests genannt – und damit einen Begriff geprägt, der von der Gesellschaft für deutsche Sprache zum Wort des Jahres 2010 gekürt wurde.

Die Wutbürger sind für Kurbjuweit die APO des 21. Jahrhunderts, oft wohlstuierte Menschen, die sich in Stuttgart schützend um Bäume stellen und im Wendland an Gleise ketten. Viele von ihnen haben jahrzehntelang gesetzestreu und oft obrigkeitsergeben ihr Leben geführt, doch nun haben sie einen Punkt erreicht, an dem sie die Legitimität staatlicher Entscheidungen einfach nicht mehr anerkennen – vor allem dann nicht, wenn ihre individuellen Interessen berührt sind. »Der Wutbürger macht nicht mehr mit, er will nicht mehr«, beobachtet Kurbjuweit in seinem Essay. »Er hat genug vom Streit der Parteien, von Entscheidungen, die er nicht versteht und die ihm unzureichend erklärt werden. Er will nicht mehr staatstragend sein, weil ihm der Staat fremd geworden ist.«<sup>[18]</sup> Im Gegensatz zu anderen Protestbewegungen richtet sich der Blick der Wutbürger nicht nach vorn auf eine neue, bessere Gesellschaft, sondern zurück auf das Bekannte, Altvertraute, das es gegen brachiale Modernisierung und Überformung zu verteidigen gilt. Die Wutbürger wollen um fast jeden Preis am Bestehenden festhalten – auch wenn dies zu Lasten der Zukunft geht. Der Wutbürger ist also das Gegenteil des Weltverbessers. Vor allem aber: Er hat im Wandel etwas zu verlieren, denn er kommt aus der gesellschaftlichen Mitte. Für Kurbjuweit ist der neue Egoismus der Mitte die Folge eines veränderten Verhältnisses der Bürger zum Staat: »Da hat sich etwas grundsätzlich gewandelt. Für den Bürger hat der Staat auch den Charakter einer Burg. Er schützt vor dem Bösen, und das kam aus Sicht vieler Bürger lange von links, von den 68ern, den Terroristen und den Kommunisten im Osten. All das ist verschwunden, und die 68er sind jetzt selbst die Bürger. Die Burg wird nicht mehr gebraucht. Man kommt jetzt allein klar, man braucht nicht mehr so viel ›wir‹, man ist jetzt ganz ›ich‹. (...) Was wird aus meinem Land, ist eine Frage, die sich Bürger stellen. Was wird aus mir, ist die Frage, die sich Wutbürger stellen.«<sup>[19]</sup>

Was Kurbjuweit in seinem viel beachteten Essay als die Abwendung der heute saturierten 68er von jenem Staat deutet, den sie erst bekämpften und dem sie dann ihre Karrieren verdanken, könnte auch das Resultat eines ganz anderen Prozesses sein: die Folge der jahrzehntelangen Verächtlichmachung des Staates als bürokratisches und uneffizientes Monstrum durch die Eliten. Denn ist Staatsverachtung nicht die logische Folge des ständigen Predigens von Eigenverantwortung, des neoliberalen Verneinens der sozialen Wurzeln jeder Form von Staatlichkeit – gipfelnd in Maggie Thatchers berühmten

Diktum »there is no such thing as society«? Vieles spricht für diese These. Denn der Neoliberalismus war einst angetreten, um den Staat zu schwächen und die öffentliche Daseinsvorsorge zurückzudrängen. Dies geschah nicht nur durch konkrete Einschnitte ins soziale Netz und das Zurückstutzen der Staatstätigkeit, sondern auch durch die ständige ideologische Diskriminierung des Staates und seiner Repräsentanten. Offenbar hat das Denken, dass jeder seines eigenen Glückes Schmied sei, nun soweit in die Köpfe der Leute Eingang gefunden, dass es wirklich zur Richtschnur des Handelns geworden ist. Pointiert könnte man formulieren: Die Schwächung der traditionellen innergesellschaftlichen Bindekräfte ist die entscheidende Folge der neoliberalen Unterminierung des Bürgersinns, der den Staat bekämpfende Wutbürger ein ungewolltes Nebenprodukt der marktradikalen Propaganda.

## Aus Prinzip alternativlos

Dies verweist auf die Rolle von Ideologie und den Einfluss der jeweiligen politischen Diskursformen auf die Ausprägung des Verhältnisses von Bürgern, Politik und Medien. Sichtbar wird der Zusammenhang von neoliberal bewirktem Politikverdruss und öffentlicher Kommunikation anhand des berühmten Tina-Prinzips, das besagt: »There is no alternative.« Das Tina-Prinzip war die Begründung der Marktradikalen für so ziemlich jede ihrer Handlungen und sollte im Gefolge des Neoliberalismus bald zu einer der gebräuchlichsten Figuren der politischen Rhetorik werden, bis es eigentlich nichts mehr gab, was noch der politischen Entscheidung unterlag. Der Rückbau des Sozialstaats und die Rentenkürzungen: in der Globalisierung alternativlos. Der Ausstieg aus der paritätischen Krankenversicherung: angesichts des demografischen Wandels die einzige Handlungsoption. Der Euro: eine Bedingung für das Überleben der Europäischen Union, ohne die es wiederum kein Überleben Europas in der Globalisierung gibt. Dabei zeigt schon eine kleine Rundumschau, dass die Politiker auch da von Alternativlosigkeit reden, wo es ohne Frage eine Alternative gibt. Etwa, wenn der Ex-Verteidigungsminister Karl-Theodor zu Guttenberg die Bombardierung von zwei Tanklastern in Afghanistan im September 2009 mit über 100 Toten und Verletzten durch die Bundeswehr als »alternativlos« bezeichnete, oder das Gesetz zur Bankenenteignung aus dem

Februar 2009, das aus Sicht der Bundeskanzlerin Angela Merkel ebenfalls »alternativlos« war. Auch die Verlängerung der Auslandsmandate der Bundeswehr im August 2007 war angesichts der Entwicklung in Afghanistan und der anhaltenden Terrorgefahr in Deutschland nach den Worten des damaligen Bundesinnenministers Wolfgang Schäuble »alternativlos«. Das gleiche galt schon für die Mehrwertsteuererhöhung im Dezember 2005, die nach Meinung des zuständigen Finanzministers Peer Steinbrück ein Vorhaben darstellte, zu dem es »keine Alternative« gibt. Und natürlich war die Agenda 2010 nach Auffassung des damaligen Bundeskanzlers Gerhard Schröder ein Projekt »ohne jede Alternative« und »objektiv nur so machbar«. Manchmal entlarven die Politiker ihr Gerede von der Alternativlosigkeit allerdings gleich mit. Berlins Regierender Bürgermeister Klaus Wowereit lobte 2002 seinen Koalitionspartner mit den Worten: »In Berlin schlägt sich die PDS doch besser, als viele dachten. Sie schaffen es, harte Entscheidungen auch ihrer Klientel als alternativlos deutlich zu machen.« <sup>20</sup>

Politische Sachentscheidungen so zu präsentieren, dass sie nicht mehr wie Entscheidungen, sondern nur noch wie unausweichliche Reaktionen auf äußere Zwänge wirken, mag aus Sicht der politischen Machtarithmetik funktional sein. Mit Blick auf die politische Prozess- und Diskursqualität ist es ohne Frage ein Armutszeugnis. Und trotzdem wurden mit derartigen Setzungen viele Jahre lang alle schmerzhaften Reformen begründet. Sie blieben also *ohne* Begründung und lösten so eine neuen Form der Politikverdrossenheit aus, denn warum soll man sich für etwas engagieren, wenn die Entwicklung sowieso eine vorherbestimmte Laufbahn nimmt? Es ist dieser kommunikative Habitus der Politiker, die unter Berufung auf das Tina-Prinzip alle Marktde-regulierungen und alle Rücknahmen des Sozialstaats rechtfertigten, der heute die Menschen von ihren Repräsentanten entfremdet: Die Sozialsysteme mussten zurückgebaut werden, weil sonst die globale Konkurrenzfähigkeit dahin gewesen wäre, der Staat musste zurückgedrängt werden, weil er die Kräfte des Marktes hemmte, die Löhne mussten herunter, weil sie anderswo auch niedrig waren. Lange haben die Menschen dies geglaubt. Doch spätestens mit der Finanzkrise hat nicht nur das Zutrauen in die Steuerungsfähigkeit des Marktes gelitten, sondern auch das Vertrauen darauf, dass die im Basta-Stil verkündeten alternativlosen Entscheidungen der Politiker sich wirklich am langfristigen Wohl der Gesellschaft orientieren. Es hat vor diesem

Hintergrund eine gewisse Ironie, dass auch der Stuttgarter Bahnhofsneubau von der Bahn in bunten Broschüren als »Projekt ohne Alternative« beworben wurde.

Da es aber immer eine Alternative gibt und auch die Menschen wissen, dass die ihnen präsentierte vermeintliche Alternativlosigkeit keineswegs alternativlos, sondern von konkreten Interessen geleitet ist, bringen sie gegen diese Politik ihre eigenen Wünsche und Anliegen in Stellung – wohlgemerkt nicht jene, die sie als Bürger, sondern die, die sie als Autofahrer, Eigenheimbesitzer, Steuerzahler oder Eltern haben. Der Citoyen tritt aus dem öffentlichen Raum ab und macht dem Bourgeois Platz. Das ist aus Sicht der Menschen durchaus rational: Da die Bürger der Politik ohnehin keine weitreichende und gemeinwohlorientierte Problemlösungsfähigkeit mehr zutrauen, versuchen sie politische Entscheidungsträger bei einzelnen Entscheidungen dahingehend unter Druck zu setzen, dass diese zu ihren Gunsten ausgehen. »Das Volk, das sich so wenig für Politik interessiert wie noch nie, hat so viel Einfluss auf die Politiker wie nie zuvor. Und die Politiker, die sich den enttäuschten Bürgern andienen wollen, schaffen mit dieser Politik nicht weniger Enttäuschung, sondern mehr«, schreibt Dirk Kurbjuweit. <sup>[21]</sup>

So macht sich eine mit politischem Desinteresse verbundene Anspruchsmentalität breit, welche die Demokratie immer weniger um ihrer selbst willen bejaht, sondern diese nur noch als Automat, als Produzent gerade willkommener Lösungen benutzt. Bürgerinitiativen gründen sich allerorten und werden von den Hohepriestern der Zivilgesellschaft als Beitrag zur Vitalisierung der Demokratie gepriesen, doch ihre Anliegen zielen vor allem darauf, das Leben derjenigen zu verschönern, die sich mitten in der Großstadt einen städtischen Platz ohne Autoverkehr wünschen, die gute Verkehrsanbindungen fordern, aber die Straßenbahn nicht vor ihrer Tür haben wollen, die eine lebendige Kneipenszene als Standortvorteil betrachten, aber den Lärm der Gäste unter ihren Balkonen nicht tolerieren möchten. Der normative Anspruch der Politik, an den Mehrheitsinteressen der Gesellschaft orientierte Entscheidungen auszuhandeln, trifft heute auf eine Vielzahl partikularer Interessen und Lebensentwürfe. Gleichzeitig spitzen die Medien die Handlungsalternativen der Politik auf binäre Entweder-oder-Entscheidungen zu und polarisieren damit ein Bürgertum, dem ohnehin der Wille abhanden gekommen ist, auch nur zu versuchen, die heterogenen Interessen auf einen

gemeinsamen Nenner zu bringen. Zu allgemeingültigen Problemlösungen mit breiter Akzeptanz zu kommen wird für die Politik unter diesen Bedingungen fast unmöglich.

## Die Privatisierung der Demokratie

Von einer »Privatisierung der Demokratie« spricht deswegen der Mainzer Rechtsphilosoph Uwe Volkmann. Damit meint er nicht nur, dass die Bürger sich mehr und mehr vom öffentlichen Leben abwenden und sich als Privatiers in ihren Nischen einrichten. »Mit Blick auf die Demokratie bedeutet es (...) vor allem, dass auch sie zunehmend unter diesem Gesichtspunkt betrachtet und von jedem Einzelnen nur noch darauf befragt wird, was am Ende für ihn selber dabei herauspringt. Sie mutiert so zu einem Servicebetrieb für die Herstellung erwünschter Lagen aller Art.«<sup>[22]</sup> Volkmann resümiert: »Vom Beteiligten an einer öffentlichen Angelegenheit versetzt sich der Bürger auf diese Weise selbst allmählich in den Status des Konsumenten, der von der Politik vor allem bedient werden will.«<sup>[23]</sup> Diese Entwicklung korrespondiert mit einer Veränderung der Medienkultur, vor allem im Fernsehen, in der die politische Berichterstattung mehr und mehr zu einer bestenfalls noch anpolitisierten Einkaufs- und Verbraucherempfehlung mutiert. Folgt man einer Beobachtung von Marcus Jauer über die Weise, wie das Fernsehen über Politik berichtet, »schnurrt Politik schnell auf das zusammen, was sie dem Bürger bringt. Nachrichten hängen dann mit Geld zusammen, Kindergeld, Kurzarbeitergeld, Krankenkassenbeiträge, Energiepreise. Immer wird etwas als Zulage gewährt oder als Abgabe abgenommen, sieht man einmal von Neuerungen in der Straßenverkehrsordnung ab.«<sup>[24]</sup> Dieser Trend zum Service- und Verbraucherjournalismus muss nicht überraschen, denn er reflektiert den Lobbyeinfluss, dem die Journalisten gleich auf mehreren Ebenen ausgesetzt sind. Ein direkter Einfluss der PR-Industrie auf einzelne Journalisten geht hier Hand in Hand mit einer Organisation der Medien, wo Redaktionen zu Handlangern der Geschäftsführungen werden. Dieser Trend reicht bis weit in die Qualitätsredaktionen, etwa wenn die Mannschaft der *Süddeutschen Zeitung* dafür sorgen muss, dass die vielfältigen Nebenprodukte des Hauses wie CD-Editionen, Reiseführer und Weinratgeber angemessen in der eigenen Zeitung

besprochen werden. Nach einer Beobachtung von Thomas Leif, dem Vorsitzenden des Netzwerks Recherche, »verarbeiten (und veredeln) Journalisten nur noch die Stoffe, die die Marketingabteilungen präsentieren. In einer cross-medialen Welt wächst der Einfluss von Agenturen, von Produzenten von vermeintlich neuem Wissen und von Politikern, die griffige Originaltöne, aber wenig Argumente liefern. In diesem Umfeld arbeiten immer mehr Journalisten als Produzenten von Medienprodukten. Immer mehr große Geschichten werden ›kalt‹ am Arbeitsplatz mit Material aus dem World Wide Web geschrieben, ohne nur einmal mit einem der beschriebenen Akteure zu sprechen. Diese Reduzierung auf die ›Kommentierung von Marketing‹ ist weiter verbreitet, als die Kommunikationswissenschaft ahnen kann.« [25] Auch wenn Leifs Feststellung nur für Teile des Journalismus gilt, trifft dennoch zu, dass Politik in den Medien einem doppelten Konsumismus unterworfen wird: Ihre Leistungen werden in der Berichterstattung mit den Nutzenversprechen von Konsumgütern gleichgesetzt, und es wird den Zuschauern und Lesern suggeriert, dass sie von der Politik die gleichen Leistungsversprechen einfordern können wie von den Herstellern von Markenartikeln.

Die Politik reagiert auf diese Entwicklung mit einer kurzfristig erfolgversprechenden, auf die Dauer aber fatalen Strategie: Sie verlagert den Nachweis ihrer Handlungsfähigkeit von Input- auf Output-Legitimation. In ihren Augen zählen nicht mehr die Akzeptanz und Glaubwürdigkeit von Parteien, Personen oder Positionen, denn die sind eh dahin, sondern die Leistungsbilanz von Regierungen und der Erfolg von Projekten. Man könnte das so übersetzen: Wenn schon die Volksparteien keine feste Basis und keinen rechten Ort in der Gesellschaft mehr haben, sollen wenigstens die Stuttgarter einen schönen Bahnhof und die Berliner einen schicken Flughafen hingestellt bekommen. Was aber, wenn ein großer Teil der Stuttgarter gar keinen neuen Bahnhof will und in Berlin der Protest gegen den Fluglärm nicht abebbt? In diesem Fall muss die Politik zurückrudern. Sie verkündet dann kleinmütig, wie Stefan Mappus, der bald darauf abgewählte Ministerpräsident Baden-Württembergs, »das Ende der Basta-Entscheidungen« [26], schlägt Zickzacklinien ein, wie die SPD, die eine Zeitlang sowohl den Stuttgarter Bahnhofsneubau wie auch eine ergebnisoffene Volksabstimmung über denselben befürwortete, oder macht symbolische Konzessionen, die den Fluglärm zwar nicht dämpfen, aber vom zornigen Volk immerhin als hilflose Demutsgeste gewertet werden können.

---

Politische Führung ist so nicht mehr möglich. Allenfalls noch deren Vortäuschung. Damit gehen dem Politischen aber sein Zentrum, seine Handlungsfähigkeit und seine Deutungsmacht verloren, denn Führung, der Blick nach vorn, wird auch in einer Demokratie gebraucht, wenn diese Gesellschaft Zukunft haben will.

### 3. Von der Medien- zur Stimmungsdemokratie

#### Die Macht der Medien

Wer die gestörten Beziehungen zwischen Politik und Bürgern in unserem Land in den Blick nehmen will, darf über die Dritten im Bunde nicht schweigen: die Medien. Sie sind es, die in einer Massendemokratie die Verständigung zwischen Politikern und ihren Wählern organisieren und das gesellschaftliche Streitgespräch moderieren sollen. Und sie sind es, die faktisch das Maß der öffentlichen Erregung über die Politik bestimmen und den Takt der Empörungswellen vorgeben. Aus dem öffentlichen Diskurs sind sie nicht mehr wegzudenken, immer prominenter wird ihre Rolle und immer mehr tragen sie Verantwortung für das Bild von der Politik, das die Menschen in ihren Köpfen haben. »Was wir über unsere Gesellschaft, ja über die Welt, in der wir leben, wissen«, so ein berühmtes Diktum des 1998 verstorbenen Soziologen Niklas Luhmann, »wissen wir durch die Massenmedien.«<sup>[27]</sup> Je komplexer und vernetzter unsere Welt wird, desto mehr gewinnt dieses Wort an Wahrheit. Während die meisten Menschen sich über Alltagsvorgänge und das Geschehen in ihrem Nahbereich noch ganz gut unabhängig von den Medien ein Bild machen können, trifft Luhmanns Satz auf die Vermittlung politischen Wissens ganz besonders zu. Denn spätestens seit dem Beginn des Fernsehzeitalters in den 1960er-Jahren ist Politik medialisiert, findet die Kommunikation politischer Fakten und Deutungen fast ausschließlich über die Medien statt.

Dieser zweistufige Fluss der politischen Kommunikation von den Politikern als den eigentlichen Urhebern politischer Inhalte zu den Medien und erst von dort zu den Bürgerinnen und Bürgern kann nicht ohne Rückwirkungen auf das Bild bleiben, das sich die Menschen von der Politik machen – aber auch auf die Politik selbst, denn auch diese verändert sich im Medienzeitalter. Mittlerweile orientiert sich nicht nur die *Politikdarstellung*, also die Weise, wie Politikerinnen und Politiker ihre politischen Vorhaben erklären und dafür um Unterstützung werben, sondern auch die *Politikherstellung*, also die Formulierung politischer Programme und Projekte,

an der Art, wie die Medien diese aufgreifen, präsentieren und kommentieren. Politik im 21. Jahrhundert wird deswegen nicht mehr allein in der politischen Arena gemacht, sondern zwischen Politik und Medien ausgehandelt, bevor sie dem Volk präsentiert wird. Die Stimme der Medien wird so immer gewichtiger. Die Politik richtet antizipierend ihre Projekte und deren Präsentation an den Medien aus und korrigiert den Kurs, wenn politische Vorhaben bei den Journalistinnen und Journalisten auf eine übermächtig wirkende Welle der Kritik treffen. »Damit kommst Du in der Presse nicht durch« oder »Wenn wir das durchziehen, gibt es einen Aufschrei in den Medien« sind typische Sätze, die Pressesprecher ihren Chefs warnend mit auf den Weg geben.

Die Art und Weise, in der Medien Politik interpretieren und darstellen, aber auch die Frage, welche Strategien Politiker im Umgang mit den Medien einschlagen, gewinnen so für die Konstruktion der demokratischen Öffentlichkeit eine herausgehobene Bedeutung. Denn klar ist: nur »Randfiguren der Holzverarbeitenden Industrie«, wie Willy Brandt jenen Berufsstand einmal nannte, dem er lange selbst angehört hatte, sind diejenigen nicht, die tagtäglich Politiker begleiten, ihre öffentlichen Auftritte analysieren, so manche sensible Information über Handy zugesteckt bekommen und über deren Veröffentlichung entscheiden. Journalisten – oder zumindest solche, die wie die Berliner Büroleiter und politischen Korrespondenten der großen Zeitungen und Sendeanstalten nah an den Schaltstellen der Politik einflussreiche Positionen bekleiden – sind heutzutage nicht nur wichtige Einflussgrößen bei der Modellierung des Bildes von Politik, sondern auch vielfach selbst politische Akteure, die Forderungen erheben, in Talkshows auftreten und für private oder politische Belange ihren Einfluss geltend machen. Ob prominente ehemalige Popjournalisten, die als Anwohner des Berliner Nobelstadtteils Eichkamp ein Tempolimit auf der AVUS fordern, oder Kommentatoren von großen Illustrierten, die bestimmte Politiker einfach »weg« haben wollen: Journalisten verfügen in der Mediengesellschaft über genügend Einfluss (und zudem das notwendige kommunikative Fachwissen), um ihre Anliegen lautstark zur Geltung zu bringen. Da »verhört« die *Bild*-Zeitung schon mal den Arbeitsminister oder ein einflussreiches Hamburger Wochenmagazin fordert brüsk von Kanzlerin und Vizekanzler, »abzutreten«. Ganz unverhohlen hat die sonst so seriöse *Zeit* in der ersten Jahreshälfte 2010 der Bundesregierung gedroht: »Wenn Schwarz-Gelb sich nach der Sommerpause nicht berappelt

hat, dann muss und wird diese Gesellschaft einen Weg finden, sie loszuwerden.« [28]

Dies zeigt, dass die Medien in unserer Gesellschaft mittlerweile eine Rolle spielen, die weit über die ihnen vom Grundgesetz zugewiesenen Aufgaben hinausgeht. Dies liegt auch daran, dass es nach wie vor keine Übereinkunft darüber gibt, welche Aufgaben der Journalismus in der Demokratie genau hat. Das Grundgesetz gibt immerhin Anhaltspunkte: Die klassischen Aufgaben der Medien in einer freiheitlichen Gesellschaft sind Information, Interessensartikulation sowie Kritik und Kontrolle. [29] An erster Stelle steht die Information der Bürger, das Berichten über aktuelle Geschehnisse und Vorhaben. Die zweite Aufgabe der Medien ist es, allen wichtigen Gruppen und Interessen in der Gesellschaft Gelegenheit zur Stellungnahme und zur Mitwirkung am Diskurs zu geben. Journalisten organisieren und moderieren also das Selbstgespräch der Gesellschaft, die Medien stellen den Resonanzboden für die demokratische Öffentlichkeit bereit. Dies ist die Artikulationsfunktion: möglichst allen, von den Migranten bis zur Großindustrie, zu einer Stimme zu verhelfen, damit sie und ihre Bedürfnisse auch gehört werden. Die dritte Aufgabe der Presse ist die Kritik- und Kontrollfunktion, das Aufdecken von Missständen, der kritische Blick auf das Handeln der Mächtigen. Dies ist die Funktion des Journalismus als viel beschriebener »vierter Gewalt«. Doch kommt er dieser Aufgabe wirklich nach? Oder präsentieren die Medien eine eigene, nach einer höchst selektiven Aufmerksamkeitslogik gestaltete Welt, in der Nichtigkeiten zum Skandal erhoben werden und echte Skandale unemerkt bleiben, weil die Damen und Herren Journalisten mit ganz anderen Dingen beschäftigt sind? Maßen sich nicht viele Journalisten das Recht an, so zu agieren, als ob sie nicht nur Beobachter, sondern auch Akteure aus eigenem Recht wären? »Einem ehemaligen Chefredakteur der *Berliner Zeitung* wird ein Bonmot zugeschrieben, das leider Wahlspruch eines ganzen Berufsstandes sein könnte«, schreibt die Journalistin Susanne Gaschke. »Die Presse ist ja die vierte Gewalt«, soll der Mann gesagt haben, »aber was sind noch mal die anderen drei?« [30]

Unterm Strich geht es hier um ein klassisches Henne-Ei-Problem, nämlich um die Frage, ob etwas von Bedeutung ist, weil darüber berichtet wird, oder ob es Berichterstattung gibt, weil in der Realität etwas Signifikantes passiert ist. »All the news that's fit to print« lautet der legendäre Wahlspruch der *New*

*York Times*. Das ist ein hehrer Anspruch mit doppeltem Boden. Denn die Redaktion der *New York Times* bekennt sich damit nicht etwa dazu, alle relevanten Nachrichten zu drucken, sondern bekundet lediglich die Absicht, alle Nachrichten zu bringen, die sich zum Druck eignen. Dies verweist auf die in der Kommunikationswissenschaft oft beschriebene Schleusenwärter-Rolle der Medien, ihren Einfluss darauf, welche Nachrichten Eingang in die Berichterstattung finden und welche unterdrückt werden. Und da passt eben die Nachricht »Mann beißt Hund« nach wie vor wesentlich besser ins Konzept als der umgekehrte Vorgang. Schon durch ihre permanenten Selektionsentscheidungen, was relevant ist und was nicht, formen die Medien entscheidend unser Bild von der Realität. In Erich Kästners Roman *Fabian. Die Geschichte eines Moralisten* stellt jemand die Frage, warum in der Welt immer genau so viel passiert, wie in die Zeitung passt. Gleich darauf erfindet der Redakteur Münzer Straßenkämpfe in Kalkutta mit 14 Toten und 22 Verletzten. Auf diese dreiste Fälschung angesprochen, entgegnet Münzer: »Wozu das Mitleid mit den Leuten? Sie leben ja noch, alle sechsunddreißig, und sind kerngesund. Glauben Sie mir, mein Lieber, was wir hinzudichten, ist nicht so schlimm wie das, was wir weglassen.«

In dieser Bereitschaft der Medien, all das gierig aufzusaugen und aufzubauschen, was in ihre Aufmerksamkeitsschemata passt, liegen die Wurzeln der politischen Inszenierung. Oft geschieht heutzutage in der Realität nur etwas, damit schöne Bilder für die Medien entstehen. Zum Beispiel, wenn ein Minister feierlich einen neuen Autobahnabschnitt eröffnet. Dann stehen der Politiker, sein Pressesprecher und drei Mitarbeiter irgendwo mitten in der Pampa. Die rote Schleife über nacktem Asphalt wird nur deswegen durchschnitten, damit die herbeizitierten Kameras dieses Bild festhalten und in die Medienkanäle einspeisen. Wann tatsächlich das erste Auto die neue Strecke befährt, ist offen. Ein Nullereignis also, nur gemacht für die Medien. Aber es schafft Bilder, die alle Politiker lieben: von tatkräftigen Volksvertretern, von Fortschritt, von einem handlungsfähigen Staat, der Geld in die Hand nimmt und sich um die Interessen seiner Bürger kümmert.

## Mit Schirm, Charme und Melone Richtung Abgrund

Die Politik hat mittlerweile ein hohes Maß an Routine darin, solche Bilder als Placebos echter Handlungen zu produzieren. Ob Gerhard Schröder in Gummistiefeln bei der Elbeflut, Angela Merkel mit tiefem Dekolleté in Bayreuth oder Karl-Theodor zu Guttenberg inmitten von Flecktarnuniformen in der Transall-Maschine: Die Politiker haben sich auf die Allgegenwart der Kameras längst eingestellt und inszenieren sich entsprechend. Selbst wenn Guttenbergs Nachfolger Thomas de Maizière bei Truppenbesuchen demonstrativ eine bonbonfarbene Windjacke trägt, ist auch dies eine Botschaft. Sie lautet: »Seht her, ich bin ganz anders als mein inszenierungsfreudiger Amtsvorgänger.« Zu glauben, dass de Maizière nicht ganz genau weiß, wie er sich als Verteidigungsminister inszenieren will, wäre naiv. Denn die Politik ist in den letzten Jahrzehnten telegen geworden und passt sich den Aufmerksamkeitsregeln der Medien mehr und mehr an. Das hat auch Einfluss auf die Auswahl des politischen Personals. Die besten Aussichten auf ein politisches Spitzenamt hat heute, wer im Fernsehen gut rüberkommt, zugespitzt formulieren und auch den komplexesten Sachverhalt in dreißig Sekunden umfassend erklären kann. Das ist nicht ganz neu. Schon 1976 hatte der CDU-Chefstrategie und Wahlkampfspezialist Peter Radunski gefordert: »Nicht interne Kompetenz, sondern außenwirksame Ausstrahlung muß die Entsendung von Unionsspolitikern zu Fernsehrunden und Fernsehveranstaltungen aller Art bestimmen.«<sup>[31]</sup> Wie sehr die Sprache der Talkshows und Vorabendsendungen mittlerweile auf die Politik abfärbt, führte unfreiwillig die niedersächsische SPD vor, die im April 2010 auf der Suche nach einem Landesvorsitzenden und parallel zu einer neuen Staffel von »Deutschland sucht den Superstar« ganz unverblümt ein »Kandidaten-Casting« veranstaltete. Der ehemalige Bundeswirtschaftsminister Michael Glos stellte nach seinem Ausscheiden aus dem Bundeskabinett ernüchtert fest: »Es dreht sich heute viel zu viel um die Show. Als ich in der Politik anfang, gab es zwei Fernsehveranstaltungen. Die Macht der bewegten Bilder war sehr viel geringer. Es wurde weniger diskutiert, ob jetzt einer einen gestreiften oder einfarbigen Anzug trug. Ob die Krawatte zum Anzug gepasst hat. Mein Ehrgeiz war es nie, Krawattenmann des Jahres zu werden.«<sup>[32]</sup>

Doch auch eine Gegenbewegung ist zu beobachten: Die belagerte Politik zieht sich von den allgegenwärtigen Medien zurück, verlagert ihr Kerngeschäft in Arkanzirkel und Hinterzimmer, die vor Medienberichterstattung sicher sind. Wirklich wichtige Entscheidungen – etwa Gerhard Schröders Entschluss zu Neuwahlen im Mai 2005 oder Angela Merkels Entscheidung, Christian Wulff als Bundespräsidenten zu nominieren – werden lange im kleinsten Kreis vorbereitet und dann zu einem genau definierten Zeitpunkt handstreichartig öffentlich gemacht. Die Politik will mit dieser Taktik um jeden Preis verhindern, dass Entscheidungen in den Medien wochenlang »zerredet« werden. So führt die immer stärkere mediale Ausleuchtung der politischen Bühne zu dem paradoxen Effekt, dass das Politische sich zurückzieht, bevor der Scheinwerfer es erfassen kann. Ob die pikanten Abwägungen der rot-grünen Regierung im Irakkrieg im Hinblick auf Überflugrechte und den BND in Bagdad, der konspirative und nach der Atomkatastrophe in Japan eilig zurückgedrehte Deal von Schwarz-Gelb mit den Atomkonzernen oder die deutsche Geheimdiplomatie im Hinblick auf Guantánamo: Die Angst der Politik vor Skandalisierung und ritualisierter öffentlicher Erregung führt unterm Strich zu einem Transparenzverlust demokratischer Politik, weil delicate Fragen strikt aus der Öffentlichkeit herausgehalten werden. Immer häufiger zu beobachten ist auch eine Zweiteilung des politischen Personals in Verkäufer und Entscheider: während die einen vor der Kamera Beschlüsse verkünden, bereiten die anderen im Hinterzimmer die nächsten Entscheidungen vor. Nur leider sind – nichts ist perfekt – die Verkäufer nicht immer darüber informiert, was die Entscheider zwischenzeitlich schon entschieden haben. So kommt es zu einer doppelten Agenda: Auf der Vorderbühne gibt es Brot und Spiele und im Hinterzimmer werden die Zukunftsfragen des Gemeinwesens entschieden.

## Jahrmarkt der Eigenheiten

Die Aushandlungsprozesse zwischen Politik und Medien sind dabei von einer hohen Dynamik geprägt, ohne dass der einfache Bürger erkennen kann, wer sich gerade in welchem Kräftefeld befindet. Am Ende stellt sich das Equilibrium meist wieder her, denn permanente Abstoßung und Anziehung halten

sich die Waage. Es gibt zwischen Politik und Medien Phasen intensiver Kumpanei und solche der schwer gestörten Beziehungen. Unterm Strich aber gilt, dass Politik und Medien einander brauchen, da Politik ohne Medien keine Öffentlichkeit herstellen kann und die Medien ohne Politik nicht über das berichten könnten, was trotz allem um sich greifenden Egoismus noch immer Menschen bewegt: den Zustand unseres Gemeinwesens. Da die Brisanz von Themen überhaupt erst in dem Moment erkannt werden kann, in dem sie öffentlich diskutiert und auf diese Weise getestet und bewertet werden, bilden Politik und Medien eine Problemerzeugungsgemeinschaft, die ständig lösungsbedürftige Themen hervorbringt, zuspitzt und verdichtet, um sie häufig doch wieder zu verwerfen oder einfach unbearbeitet liegenzulassen. Das Erzeugen, mediale Aufbereiten und schließliche Abstoßen von immer neuen Themen und Anliegen ist das Grundmuster unseres öffentlichen Diskurses, der Sound einer unaufhörlich diskutierenden Republik. Doch woher die Anstöße zu Themen kommen und wer diese steuert, vermag außerhalb schmalen Insider-Zirkel niemand zu sagen. Viele Diskurse, die in Deutschland geführt werden, sind von ganz konkreten Interessen geleitet, doch da nicht transparent wird, wessen Interesse sie folgen, ist ihr Ausgangspunkt für das Publikum oft kaum nachvollziehbar. So hätte es Mitte der 1990er-Jahre keines Daniel Jonah Goldhagen bedurft, um zu erfahren, dass viele Deutsche willig und auch durchaus begeistert beim Holocaust mitgemacht haben, doch die Redaktion der *Zeit* wollte damals eine große Feuilletondebatte – und bekam sie auch, nachdem sie mit einer skandalisierenden Besprechung von Goldhagens Buch groß herausgekommen war. Da störte es nicht, dass Goldhagens zentrale Erkenntnisse weit hinter den aktuellen Forschungsstand zurückfielen und viel undifferenzierter waren als die Einsichten, die sich die Geschichtswissenschaft über Jahrzehnte mühsam erarbeitet hatte. Es brauchte 2010 auch keinen Thilo Sarrazin, um festzustellen, dass mit der Integration in Deutschland nicht alles zum Besten steht. Der von der *Bild*-Zeitung im Jahr 2003 mit viel Tam-Tam ausgegrabene »Florida-Rolf« ist genauso wenig der Archetypus des deutschen Sozialschmarotzers wie der »Kanada-Rolf«, den Medien 2011 ausmachten, sondern repräsentiert eine verschwindend kleine Gruppe von im Ausland lebenden Sozialhilfeempfängern. Und dass der Afghanistan-Einsatz der Bundeswehr nicht ganz so harmoniegeprägt ist, wie viel zu viele viel zu lange behauptet haben, hätte

man auch schon einige Jahre früher feststellen können. Manche Debatten, wie die über »spätromische Dekadenz« oder »deutsche Leitkultur«, werden von der Politik selbst initiiert, andere, etwa die unselige »Kopftuchmädchen-Debatte«, von den Medien. Doch auch der subtile Einfluss bezahlter Auftragskommunikatoren aus der Public-Relations- und Lobbying-Branche ist überall spürbar. Dass heutzutage pro Jahr viele Dutzend Fachforen zum Thema »Demografischer Wandel« stattfinden, ist vor allem der privaten Versicherungswirtschaft zu verdanken. Die versprach sich nämlich von einer breiten Diskussion über die Alterung der Deutschen Schützenhilfe für die Einführung einer kapitalgedeckten privaten Säule der Altersversorgung. Gleichzeitig bilden sich um andere Themen Schweigekartelle, weil diese entweder nicht der medialen Aufmerksamkeitslogik entsprechen oder als echte Arkanbereiche sorgsam aus der öffentlichen Diskussion herausgehalten werden. Über Armut etwa lässt sich kaum anschaulich berichten, weil diese schwer zu personalisieren ist. Sozialbetrug dagegen kann man an einzelnen Personen oder Gruppen festmachen und entsprechend medial inszenieren.

Die Frage ist, ob das diskursive Instrumentarium, das wir in unserem Land zur Verfügung haben, angesichts von so viel Störfeuer für die Bearbeitung der anstehenden gesellschaftlichen Probleme angemessen ist. Trägt die kommunikative Ausstattung unserer Mediengesellschaft die Themen, die wir als Gemeinwesen bewältigen müssen? Man darf daran zweifeln. Ob Köhler-Rücktritt, Guttenberg-Hype, Steuersenkung, Sarrazin, *Axolotl Roadkill*, die faulen Griechen, die dummen Banker oder die Rückkehr des Kommunismus – immer seltener decken sich Themen und Aufbereitungsformen der politisch-medialen Entrüstungsspirale mit den drängendsten Problemen des Landes. Die Medienlogik überlagert die demokratische Diskurslogik, mediale Erregungsfaktoren werden zunehmend wichtiger als gesellschaftliche Regelungsbedürfnisse, der Diskurs irrt immer nervöser von Aufreger zu Aufreger. Nicht immer ist die Diskrepanz zwischen Realität und Mediendiskurs so krass wie im Frühjahr 2010, als Bundesaußenminister Guido Westerwelle der Zeitschrift *Bravo* ein spätpubertäres Interview gab – als erster Spitzenpolitiker überhaupt in 55 Jahren *Bravo*-Geschichte. Westerwelle konnte schwerlich ahnen, dass dieses Gespräch ausgerechnet in jener unseligen Aprilwoche erscheinen würde, in der in Afghanistan sieben deutsche Soldaten starben. Auch hatten es seine Berater wohl versäumt, ihrem Chef die Weisung mit auf

den Weg zu geben, in das Interview ein paar ernsthafte Bemerkungen einzustreuen, um das ganze Unterfangen als Beitrag zur politischen Bildung und staatsbürgerlichen Erziehung der Jugend ausweisen zu können. So erschien das Westerwelle-Interview als echte Spaß-Guido-Nummer: Ein aufgekratzter Außenminister protzte stolz mit seinem Dienstwagen, gestand, dass er früher auf Suzi Quatro in schwarzen Lederklamotten stand, und beschrieb ausführlich sein Verhältnis zu den »Doktor-Sommer-Seiten«, wo er gelernt habe, dass Zungenküsse nicht automatisch mit einer Schwangerschaft enden. <sup>[33]</sup> Gleichzeitig befand sich Deutschland angesichts der Entwicklung in Afghanistan für ein paar Tage in Schockstarre.

Dennoch ist Westerwelles *Bravo*-Interview eine Chiffre für den Zustand der öffentlichen Debatte in Deutschland: Für die Diskrepanz zwischen dem Relevanten, aber schwer Beschreibbaren, und dem in den Medien breit herausgestellten Eindeutigen, Schlaglichtartigen. Und für die Doppelbödigkeit einer öffentlichen Diskussion, die nur noch selten aus dem engen Regelkorsett auszubrechen vermag, das für Mediendiskurse gilt. Da kann sich der Philosoph Peter Sloterdijk, ohne auch nur die Grundzüge des deutschen Steuersystems wirklich zu verstehen, monatelang auf allen Bühnen über den »Steuerstaat« auslassen, der angeblich die Leistungsträger zugunsten der Unproduktiven ausplündert, längst abgehalfterte Ex-Politiker werden zu Kronzeugen gegen ihre aktuellen Parteiführungen aufgebaut und selbst Wolfgang Clement findet Foren, um als »unabhängiger Sozialdemokrat« zur Wahl von Guido Westerwelle aufzurufen. Die sorgsam inszenierten Aufreger und anlasslosen Grundsatzdebatten ziehen sich bis weit in die Spitzenliga des deutschen Journalismus – und mitunter wärmt man selbst dort uralte Debatten noch einmal auf, weil ihre Erregungsmuster so gut funktionieren. Die feuilletonistische Großoffensive des Herbstes 2010 rund um die Historikerstudie *Das Amt* zur braunen Vergangenheit des deutschen diplomatischen Dienstes kam zum Beispiel 32 Jahre zu spät. Denn schon 1978 war Christopher Brownings Arbeit *Final Solution and the German Foreign Office* erschienen, die im Kern dasselbe sagte, wie 2010 die Historikerkommission des Auswärtigen Amtes, dabei aber handwerklich viel solider gearbeitet war.

Manchmal geht es ein bisschen zu wie im Billig-Supermarkt: Die Ware ist zwar nicht mehr ganz frisch, lässt sich aber wunderbar verpacken. Diskurse als billige, schnell verwertbare Massenware sind ein Hauptkennzeichen der

letzten Dekade. Zu verzeichnen ist die Zunahme von Erregungszuständen ohne wirklichen Rückbezug in der gesellschaftlichen oder politischen Realität, die dann aber paradoxerweise doch zu einer weiteren Diskreditierung des Politischen führen, weil die Politik sich weigert, auf einem Feld tätig zu werden, für das sie gar nicht zuständig ist. Zwar ist diese Dynamik schon in der Struktur der Medien angelegt, doch in jüngster Zeit hat sie eine merkliche Zuspitzung erfahren. Die Konkurrenz um Aufmerksamkeit verschärft sich unter den Bedingungen der digitalen Revolution zusehends. Immer häufiger müssen die Medien ihre Zuschauer und Leser kurzfristig für sich gewinnen. Dafür brauchen sie täglich die spektakuläre Neuigkeit. Konsistenz wird so immer unwichtiger, der Skandal hingegen zur Erfolgsbedingung. Daraus ergeben sich gerade in der Berichterstattung über langfristige politische Reformen hochproblematische Muster: Erst werden einschneidende Veränderungen abstrakt gefordert, dann ihre konkreten Nebenwirkungen beklagt, im nächsten Schritt technische Umsetzungsmängel moniert und noch bevor Reformen überhaupt in Kraft treten, wird ihr Scheitern verkündet. Wenn die Entkopplung von politischer Thematisierung und medialer Spiegelung zum Dauerzustand wird, können umfassendere Reformprozesse schon allein deswegen nicht gelingen, weil durch die Berichterstattung das in der Bevölkerung nötige Vertrauen in die Wirksamkeit der Reformen zerstört wird. Zudem stellt sich das Medienhandeln oft als nicht konsistent dar: Dieselben Blätter, die zum Beispiel während des Agenda-2010-Prozesses tiefgreifende Einschnitte und entschlossene Reformen im Sozialbereich forderten und vor »Reformen light« warnten, weinten große Krokodilstränen, als die ersten Arbeitslosengeld-II-Empfänger ihre Fragebögen zugestellt bekamen und bis ins letzte Detail über ihre Lebensverhältnisse Auskunft geben mussten. Dass eine erhebliche Personengruppe durch Hartz IV besser und nicht schlechter gestellt wurde, übersehen sie genauso geflissentlich wie die Tatsache, dass viele bürokratische Verkomplizierungen und soziale Härten im Hartz-Regelwerk nicht von der SPD erfunden, sondern erst von der Union im Vermittlungsausschuss durchgesetzt worden waren.

## Fatale Ménage à Trois

Stellt man sich politische Kommunikation, also das öffentliche Aushandeln von Belangen, die alle betreffen, als ein Dreiecksverhältnis von Politikern, Journalisten und Bürgern vor, drängt sich zwangsläufig die Frage auf, was die Veränderungen in der Nahzone von Politik und Medien für den Dritten im Bunde, die Bürger, bedeuten. Diese sind die eigentlichen Verlierer der zu beobachtenden Beschleunigungs- und Überdrehungsprozesse, denn sie haben sowohl an die Politik einen Transparenz- als an die Medien einen Informationsanspruch, die beide nicht hinreichend eingelöst werden: Die politisch-mediale Überhitzungsspirale droht diese Interessen regelmäßig durch schlichte Überforderung mit Nicht-Relevantem zu überrollen. Denn das Tempo der im politisch-medialen Komplex geforderten und eingeleiteten Reform- und Modernisierungsschritte droht die Menschen, die mit anderen Zeitbezügen und anderen lebensweltlichen Verankerungen leben als die professionellen Politikproduzenten und -analysten, mehr und mehr abzuhängen. In dem Maße, in dem der politisch-mediale Komplex sich schließt, wird die dritte Anspruchspartei ausgeschlossen. Die Bürger reagieren darauf mit Abwendung, zum Teil auch mit Verachtung. Oder eben mit Wutbürgertum. Dass unter diesen Bedingungen eine Krise der repräsentativen Demokratie heraufzieht, muss einen nicht verwundern.

So stellt sich grob gesprochen die Situation dar, wenn wir auf die heutige Öffentlichkeit und die dort zu bewältigenden Probleme blicken: Die einen können nicht mehr thematisieren, was wirklich wichtig ist (die Politik), die anderen wollen dies nicht (die Medien) und die dritten (die Bürger) erkennen gar nicht den Zusammenhang zwischen demokratischer Diskursqualität und der Ausgestaltung des Gemeinwesens. Dabei erstaunt vor allem der massive Einfluss der Medien, denn für diese ist – anders als für die Bürger sowie ihre gewählten Repräsentanten – in den klassischen Konzepten der Demokratie gar kein Platz vorgesehen. Politische Theorien demokratischer Öffentlichkeit gründen sich zum einen auf ein Bild von informierten und interessierten Bürgern, die einen rationalen Diskurs über die Themen von öffentlichem Interesse in Gang setzen und sich dann weitgehend unabhängig ihre Meinung bilden. Auf der anderen Seite vertrauen diese Theorien auf einen ebenso rationalen Prozess der Willensbildung in den politischen Institutionen, der zwar

von verschiedenen Interessenstandpunkten geprägt ist, aber letztlich die faire Auseinandersetzung über die Sache und den pluralistischen Interessenausgleich in den Mittelpunkt stellt. In solchen Vorstellungen kommen die Medien nur am Rande vor. Ihre neutrale Funktion als Informationsvermittler zwischen Regierenden und Regierten wird ebenso vorausgesetzt wie ein Handeln der politischen Akteure, das unbeeinflusst von den Kriterien der Nachrichtenauswahl und den aufseiten der Handelnden erwarteten Wirkungen der Medien ist. Medien erscheinen in den klassischen Demokratietheorien, so die Kommunikationswissenschaftler Wolfgang Donsbach und Olaf Jandura, »als eine gesellschaftliche Institution mit zwar für das Funktionieren des Systems konstituierender Bedeutung, aber still vorausgesetzter, quasi automatisierter Leistungserfüllung, die daher nicht weiter interessieren muss«. <sup>34</sup>

## Erlöschen der Öffentlichkeit?

Dieses Bild war freilich noch nie ganz zutreffend. Bereits 1922 führte der amerikanische Publizist Walter Lippmann in seinem Buch *Public Opinion* die Macht der öffentlichen Meinung in die politische Theorie ein. Er stellte fest, dass die politische Willensbildung bei Wählern eben nicht nur rational ablaufe, sondern massiv von Stimmungen und Stereotypen geprägt sei. Das Problem bestehe darin, dass die Menschen die Welt nur verzerrt erfassen könnten, da sie ihr nicht direkt gegenüber träten, sondern sie vermittelt durch die Pseudo-Umwelt der Massenmedien wahrnehmen. Weil die wahre Welt zu komplex sei, um sie wirklich zu begreifen, würden die Menschen die ihnen begegnenden Außenreize mit Hilfe eines kognitiven Instrumentariums bewältigen, dass die Aufnahme und Verarbeitung der Reize nach festgefügtten Regeln steuere. Dies reduziere die Umweltkomplexität, habe aber automatisch Vereinfachungen und Verzerrungen zur Folge. <sup>35</sup> Zudem sei es möglich, dass die die Wahrnehmung leitende Pseudo-Umwelt der Menschen durch Propaganda manipuliert werde, etwa dadurch, dass das Image von bestimmten Personen oder politischen Bewegungen entgegen der Wirklichkeit inszeniert würde oder durch die Beeinflussung der Regeln, nach denen das *pseudo-environment* arbeitet. Das aufklärerische Ideal einer Gesellschaft, in der jeder Mensch konkrete Erfahrungen mit der ihn umgebenden Welt hat, entpuppte

sich Lippmann zufolge unter diesen Bedingungen als pure Schimäre. Selbst wenn die Masse der Menschen Zugang zu allen Informationen hätte, könnte sie keine durchdachten Meinungen entwickeln, da ihre Sicht der Welt nicht auf Fakten, sondern auf Bildern in ihren Köpfen beruhe. Und diese würden eben maßgeblich durch die Medien geprägt. Letztlich führe die Herrschaft der Medien über die zirkulierenden Bilder von Politik zum Erlöschen der Öffentlichkeit, zur »eclipse of the public«.

Die Präsenz der Medien und ihre Macht über unsere Köpfe hat sich im Verlauf des 20. Jahrhunderts stetig vergrößert. Das liegt vor allem daran, dass die Medien einen immer größeren Anteil zu unserem persönlichen Erleben beisteuern. Mehr und mehr ersetzt Medienvermittlung unmittelbare eigene Anschauung. Allein der Fernsehkonsum der Deutschen beträgt heute im Schnitt 220 Minuten täglich – Zeit, die den Menschen zu Gesprächen mit anderen oder zum eigenen Erleben der Welt fehlt. In den vergangenen Jahrzehnten ist den Medien durch ihre Präsenz und die Intensität, mit der sie alle Bereiche – Politik, Sport, Kultur und Wirtschaft, um nur die wichtigsten zu nennen – durchdringen, eine Rolle zugewachsen, in der sie gesellschaftliche Prozesse so stark beeinflussen, dass man von einer echten Systemveränderung sprechen kann. Medien sind in unserer heutigen Gesellschaft nicht nur omnipräsent, sie eignen sich auch immer mehr Segmente des öffentlichen Lebens an. Nicht umsonst haben in den vergangenen Jahren Begriffe wie »Mediendemokratie«, »Mediokratie« oder »Telepolitik« große Prominenz gewonnen: Sie bezeichnen die Verfasstheit eines politischen Systems, dessen gesamte kommunikative Aktivitäten durch die Medien organisiert werden und dessen Handlungsrepertoire vollständig am Medieneinfluss orientiert ist. Die Medien und die ihnen eigenen Aufmerksamkeits- und Problembearbeitungsregeln werden mehr und mehr zum dominanten Code des politischen Diskurses. Dies hat zur Folge, dass die Darstellung von Politik nicht mehr entlang der komplizierten Sachabwägungen und Aushandlungsprozesse des politischen Systems verhandelt wird, sondern sich an den Bedürfnissen der Medien nach Eindeutigkeit, Prägnanz der Position, Skandalisierbarkeit und konfliktueller Zuspitzung orientiert. Die Themensetzungsmacht der Medien wird so zum Schrittmacher der politischen Diskussion. Nicht mehr die Parteien (wie es in elitären Top-down-Modellen der Demokratie vorgesehen ist) oder die Bürger (wie es stärker demokratisch orientierte Bottom-up-Theorien sehen) formulieren die

gesellschaftliche Problemagenda, sondern die eigentlich neutralen Vermittlungsinstanzen, die Medien.

In der einschlägigen Fachforschung werden für die immer größere Dominanz der Medien in der Demokratie vor allem drei mögliche Begründungen diskutiert.<sup>[36]</sup> Nach der *Substitutionsthese* haben die Medien mehr zufällig als bewusst ein Vakuum gefüllt, das die politischen Institutionen bei ihrem Rückzug aus der Organisation der öffentlichen Willensbildung hinterlassen haben. Dort, wo Öffentlichkeit nicht mehr über Parteiversammlungen, Plakate, Flugblätter und Kundgebungen auf Marktplätzen hergestellt, sondern durch Medien vermittelt wird, entwickelt sich Öffentlichkeit automatisch zur Medienöffentlichkeit, die durch die Eigengesetzlichkeiten der Medien geprägt wird. Für die USA, wo das Land groß und das Netz der Parteien traditionell dünn ist, trifft dies sicherlich zu: Die Schaffung eines starken Zentralstaats war überhaupt nur durch den Ausbau von Medienkommunikation möglich. Doch auch für Deutschland kann die Substitutionsthese Gültigkeit haben: In dem Maße, in dem die Parteien, Gewerkschaften und anderen Großorganisationen an Einfluss verlieren, in dem sich Intellektuelle und Künstler aus dem politischen Diskurs zurückziehen und Eliten an Deutungsmacht einbüßen, entsteht auch hier ein Vakuum, das die Medien füllen.

Die *Instrumentalisierungsthese* sieht beim Übergang zur Mediendemokratie mehr planvolles Vorgehen am Werk. Ihr zufolge hat sich das politische System des Mediensystems bemächtigt und benutzt dieses für seine eigenen Zwecke – zum Beispiel, indem es ihm Inszenierungen anbietet, die das Mediensystem gar nicht ignorieren kann, weil die angebotenen Darstellungen zu exakt auf seine Aufmerksamkeitsregeln zugeschnitten sind, um nicht aufgegriffen zu werden. Diesem Ansatz nach kolonialisiert die Politik also zielgerichtet die Medien, um ihre eigene Reichweite zu steigern und Selbstin Fremdbeschreibungen umzuwandeln. Der verstorbene FDP-Politiker Jürgen W. Möllemann, der zu Wahlkampfkundgebungen mit dem Fallschirm absprang, oder der Sozialdemokrat Gerhard Schröder, der in Unterhaltungstalkshows und Seifenopern auftrat, sind hierfür prägnante Beispiele.

Die exakt umgekehrte Perspektive wird von der Forschung mit der *Usurpationsthese* beschrieben. Diese besagt, dass die Medien bewusst das durch den Rückzug der Politik aus vielen Teilbereichen der Gesellschaft

entstandene Vakuum gefüllt haben. Sie bemächtigen sich also der öffentlichen Willensbildung, um entweder politisch-ideologische Positionen zu propagieren oder – Berlusconi ist dafür ein Beispiel – ihre kommerziellen und machtpolitischen Interessen abzusichern. Ein Indiz hierfür ist die Tatsache, dass immer mehr Journalisten als Talkshow-Gäste auftreten und Fernsehanstalten und Zeitungen Wahlkampfveranstaltungen wie Fernsehduelle oder sogenannte Print-Gipfel organisieren.

Letztlich lassen sich alle drei Thesen nicht trennscharf voneinander abgrenzen. In Gesellschaften, deren verschiedene Sektoren immer enger zusammenwachsen, spielen die Medien als Vermittler des Informationsaustauschs automatisch eine größere Rolle als in lokal geprägten, nur lose miteinander verknüpften Gesellschaften. Und natürlich versucht die Politik, Einfluss auf die Medien auszuüben, wie auch die Medien versuchen, eine größere politische Deutungsmacht zu gewinnen. Was auch immer auf welcher Entwicklungsstufe der Auslöser zu einem Veränderungsschub gewesen sein mag: Alle Zeichen deuten darauf hin, dass die Medien weiterhin an Macht über die Aushandlung der alle betreffenden Fragen gewinnen.

Insofern beschreibt der Begriff der Mediendemokratie eine neue politische Grundkonstellation, nämlich ein System, in dem die Legitimationsansprüche der Demokratie, also größtmögliche Inklusion, das Abwägen aller Argumente und das Suchen nach Ausgleich, in Widerspruch zur Diskurssetzungsmacht der Medien geraten, die für sich in Anspruch nehmen, die gesellschaftliche Themenagenda zu bestimmen. Mediendemokratie ist damit dem Politikwissenschaftler Thomas Meyer zufolge eine Form politischer Willensbildung und Entscheidungsfindung, »in der die Massenmedien und ihre Kommunikationsregeln eine entscheidende Position im politischen Prozess übernehmen. Von einer Kolonisierung der Politik durch das Mediensystem kann in einem beschreibenden Sinne dann gesprochen werden, wenn die dem Mediensystem eigentümlichen Regeln auf das politische System übergreifen und dessen eigentümliche Regeln dominieren oder gar außer Kraft setzen.« 37

## In der Beschleunigungsfall

Voll entwickelte Mediengesellschaften zeichnen sich durch eine Reihe von Charakteristika aus. Hierzu gehört an erster Stelle die quantitative Ausbreitung der Medien. Waren 1983, unmittelbar vor dem Start des Privatfernsehens, in der Bundesrepublik lediglich drei Fernsehsender (sowie an manchen Orten das Fernsehen der DDR oder des Österreichischen Rundfunks) zu empfangen, sind es heute durchschnittlich 37. Die Gesamtzahl der Fernsehkanäle in Deutschland hat sich sogar auf über sechzig erhöht. Der gleiche Trend zeigt sich bei den Radiosendern, aber auch bei den Printmedien: Allein in den letzten zehn Jahren ist die Anzahl der angebotenen Zeitschriftentitel um über fünfzig Prozent gestiegen. Heute konkurrieren mehr als 850 Zeitschriften und nahezu 400 Tages-, Wochen- und Sonntagszeitungen um die Gunst der Leser. Aufmerksamkeit wird unter diesen Bedingungen ein flüchtiges Gut. Neben die traditionellen Print- und Funkmedien sind zudem die digitalen Online-Medien getreten, die klassische Massenkommunikation wird durch neue Medien wie SMS, Twitter und soziale Netzwerke wie Facebook ergänzt und wächst mit diesen zusammen. Die tägliche Dauer der Mediennutzung wird länger, die Medien beanspruchen immer mehr Platz im öffentlichen Raum und sind beinahe überall präsent: als Wirtschafts-TV in Bank- und Postfilialen, als Musiksender in den Fitness-Studios, als Gratis-Postillen in Shopping-Centern, als Bildschirm-Zeitungen in der U-Bahn und als Großleinwände an innerstädtischen Orten. Zu den einstmals dominanten Massenmedien haben sich immer mehr Spartenmedien gesellt. Der einheitliche Kommunikationsraum einer Gesellschaft, den in der Vergangenheit einige Fernsehsender, Radioprogramme und Zeitungen organisierten, löst sich auf. Gleichzeitig durchdringen die Medien immer engmaschiger alle gesellschaftlichen Sektoren. Auch Bereiche, die früher nicht medienvermittelt funktionierten, werden nun über Medien organisiert, (etwa die private Kontaktpflege in und durch soziale Netzwerke wie Facebook oder StudiVZ).

Die Geschwindigkeit der Informationsverbreitung und die Informationsdichte nehmen immer mehr zu. Während die einmal täglich erscheinenden Tageszeitungen früher für viele Menschen die primäre Informationsquelle waren, aktualisieren Nachrichtenportale wie *Spiegel Online* ihr Angebot mittlerweile im Minutentakt. Durch die zentrale Rolle der Medien als

Informationsmittler und Ermöglicher sozialer Kontakte erlangen sie selbst verstärkte gesamtgesellschaftliche Aufmerksamkeit und werden zu diskussionswürdigen Themen: Apples iPad und die digitale Vertriebsstrategie für iApps waren monatelang Medienthema, Wikileaks schafft es auf die Titelblätter von Magazinen und Zeitungen rund um den Globus und wenn Apple-Gründer Steve Jobs ernsthaft erkrankt, fürchten Feuilletonisten um die Zukunft unserer Kommunikationskultur. Ein Grund hierfür ist, dass die Medien im »Kulturkapitalismus« (Jeremy Rifkin), in dem mehr und mehr immaterielle Waren wie Filme, Songs oder Computerspiele konsumiert werden und auch die klassisch industriell hergestellten Produkte wie Autos oder Textilien einen immer höheren kommunikativen Gehalt in Gestalt von Markenimages, Produktwerbung und Marketing aufweisen, zu einem zentralen Bereich der Wirtschaft geworden sind. Dies verhilft ihnen zu gewachsener Macht, denn gegenüber der Politik agieren sie nun nicht mehr nur als publizistische Kritiker, sondern auch als Lobbyisten ihrer eigenen wirtschaftlichen Interessen.

Gleichzeitig durchlaufen die Medien einen Prozess der Ökonomisierung, der vor allem durch die Zunahme von Profit- und Renditedenken in den Chefetagen der Medienhäuser geprägt ist. So erhalten die Chefredakteure von *Bild* und *Bild am Sonntag* ihre jährliche Tantieme nicht mehr analog zur Auflagen-, sondern zur Renditeentwicklung ihrer Blätter. Dies führt zu einer stärkeren Orientierung der Medien auf ihre eigentliche Einnahmequelle – Anzeigen und Vertriebs Erlöse – und verstärkt ihre Tendenz, sich vom politischen System und dessen Funktionsweise zu emanzipieren. Die Medien betrachten ihre Leser und Zuschauer also immer weniger als Staatsbürger mit spezifischen Informationsbedürfnissen und immer mehr als Kunden, deren Wünsche nach Unterhaltung und Zerstreuung zu befriedigen sind, um ihnen auf dieser Grundlage zielgruppengerecht Produkte und Dienstleistungen verkaufen zu können.

Ein weiterer Grund für die zunehmend zentrale Rolle der Medien liegt darin, dass der Journalismus inzwischen einen Teil der intellektuellen Deutungsmacht übernommen hat, die noch vor einigen Jahren bei einflussreichen Intellektuellen, Wissenschaftlern und auch einigen Berufspolitikern wie Peter Glotz, Heiner Geißler oder Kurt Biedenkopf lag. Die Zuständigkeit für Welt- und Zukunftsdeutungen geht also immer mehr auf den Journalismus über und

korrespondiert mit dem Bedeutungsverlust, den Sozialwissenschaften und Philosophie in den letzten Jahren in Deutschland durchlaufen haben. Diese Entwicklung beeinflusst nicht nur die Rolle und Organisation der Medien, sondern auch die Selbstwahrnehmung und soziale Verortung der Journalisten. »Wenn tonangebende Journalisten und andere Medienleute je eine ›Gegenelite‹ gebildet haben«, so der Publizist und Kommunikationswissenschaftler Lutz Hachmeister, »dann muss man nach den gesellschaftlichen, politischen und ökonomischen Mechanismen fragen, die aus dieser Klasse einen integrierten Teil des spätbürgerlichen Establishments haben werden lassen, der sich in seiner Weltsicht von den Wirtschaftseliten kaum noch unterscheidet.«<sup>38</sup> Eine Antwort darauf liegt im vergrößerten ökonomischen Gewicht der Medien- und Kommunikationsindustrie, eine andere in der Ökonomisierung der Medienproduktion und den zunehmend ausgeklügelten Geschäftsmodellen, die dieser zugrunde liegen. Vor allem aber: Mehr und mehr Prozesse in Gesellschaft, Wirtschaft und Politik sind medienvermittelt, nicht nur *zwischen*, sondern auch *innerhalb* der Sektoren, Institutionen und Organisationen der Gesellschaft. Medien schieben sich als nur pseudo-neutrale Mittlerinstanzen in alle gesellschaftlichen Bereiche und penetrieren dort den Kommunikationsfluss, etwa wenn ein Parteivorsitzender erst aus den Medien erfährt, dass ihm erhebliche Teile seiner Parlamentsfraktion nicht folgen wollen, oder Kontroversen zwischen Personen initiiert werden, indem der eine Politiker von Journalisten mit dem Zitat eines anderen konfrontiert wird, seinerseits eine Stellungnahme abgibt und es dann heißt: »Richtungsstreit in Partei XY« – wovon die beiden vor Erscheinen des entsprechenden Beitrags gar nichts wussten. Mit den genauen Aussagen sind die Journalisten dabei nicht immer pingelig. So wurde im Frühjahr 2010 der damalige Bundesgesundheitsminister Philipp Rösler landauf, landab mit der Drohung zitiert, wenn die CSU seinem Konzept der Kopfpauschale in der Krankenversicherung nicht zustimme, werde er zurücktreten. Tatsächlich hatte Rösler nur gesagt: »Wenn es mir nicht gelingt, ein vernünftiges Gesundheitssystem auf den Weg zu bringen, dann wird mich als Gesundheitsminister keiner mehr haben wollen.« Die Medien nahmen diese – von einer Rücktrittsdrohung weit entfernte – Aussage zum Anlass, um erneut einen Koalitionskrach in der schwarz-gelben Regierung zu konstruieren.

Da man nie genau weiß, was Presse, Rundfunk und Online-Medien zutage fördern, beginnt der Arbeitstag in Parteien und großen Unternehmen in der Regel nicht mehr mit der Sichtung der internen Korrespondenz, sondern mit der Lektüre von Pressemeldungen. Bevor sich Mitglieder einer Organisation innerhalb ihrer Institution über neue Entwicklungen informieren, nehmen sie also zuerst die in den Medien gespiegelte Außenwahrnehmung auf. Medien werden so mehr und mehr zur Voraussetzung für das Funktionieren von Politik und Wirtschaft, formen aber gleichzeitig die Wahrnehmung der Realität innerhalb dieser Sektoren: »Ohne Medien gibt es keine anhaltende, stabile Kommunikation zwischen den Akteuren wie auch zwischen Akteuren und den Bürgern. So ist die politische Öffentlichkeit in modernen Gesellschaften hinsichtlich ihrer Struktur, der Inhalte und der Prozesse weitgehend medial beeinflusst«, stellt der Schweizer Kommunikationswissenschaftler Otfried Jarren fest.<sup>39</sup> Diese Bedeutungszunahme von Medienkommunikation verändert auch die Struktur und Arbeitsweise all jener gesellschaftlichen Bereiche, die der Medialisierung ausgesetzt sind. Sie orientieren ihre Handlungslogik zunehmend an den besonderen Bedürfnissen und Anforderungen der Medien, jede Aktivität wird von vornherein daraufhin überprüft (wenn nicht sogar entworfen), welche Reaktionen in den Medien sie hervorruft. Schon dies bedeutet im Beziehungsgefüge von Politik und Medien einen erheblichen Zuwachs von Macht und Autonomie für die Medien. »Mediendemokratie als Kolonisierung der Politik durch das Mediensystem«, schreibt Thomas Meyer, »verändert die Rolle und die Wirkungsweise der politischen Parteien von Grund auf. In dem Maße nämlich, wie die Parteien nun in erster Linie den Funktionsimperativen der Logik der Medienkommunikation gehorchen müssen oder womöglich wollen, verlagern sich die Zeitverhältnisse ihrer Kommunikationschancen, das Zentrum ihrer verbindlichen Kommunikationswege sowie die Form und die Adressaten ihrer gesellschaftlichen Responsivität. Das Modell einer über lange Fristen hinweg im Gespräch mit vielen zivilgesellschaftlichen Instanzen sich verständigenden Partei, die allmählich zu ausgereiften Beschlüssen und Programmen gelangt, in deren Rahmen sich die öffentlichen Spitzenakteure der Parteien in den Formen ihrer symbolischen Verkörperung und bei der Umsetzung konkreter Politiken bewegen müssen, wird in der Praxis nun eher zum Hemmnis für mediengerechtes Agieren. Während die Parteien dem Namen nach und noch

in einigen der Grundzüge ihres äußeren Erscheinungsbildes weiterhin die politische Arena bevölkern, ändert sich ihre Funktionsweise, ihre Substanz und das politische Spiel, in das sie eingebunden sind, von Grund auf. Als diskursive Mitgliederorganisationen geraten sie unter dem Einfluss der Logik der Massenmedien aus dem Zentrum an die unsicheren Ränder des Geschehens. Ihre dem Mediensystem zugewandten Spitzen hingegen gewinnen Einfluss und Entscheidungsspielraum.« <sup>40</sup>

## Politikdarstellung und Politikherstellung

Die Folge des übermächtig werdenden Medieneinflusses ist eine Veränderung der traditionellen politischen Prozesskette, die idealtypisch aus den Schritten Politikherstellung, Politikvermittlung, Politikdarstellung und Politikwahrnehmung besteht. Die Politikherstellung bezeichnet dabei die Formulierung politischer Projekte durch Parteien, Parlamente oder Kabinette. Hat ein Vorhaben klare Umrisse bekommen, beginnt die Politikvermittlung: Politiker und ihre Sprecher erklären Sinn und Zweck des Unterfangens und werben für ihren Lösungsansatz. An diesem Punkt setzt die Politikdarstellung ein: Medien berichten über das Vorhaben – und dies nicht nur nachrichtlich, sondern auch kommentierend. Sie holen ablehnende Stimmen aus anderen Parteien oder gesellschaftlichen Gruppen sowie von Experten ein und setzen so einen Diskurs in Gang. Am Ende steht als Produkt die Politikwahrnehmung, also die Bewertung des jeweiligen politischen Vorhabens durch die Bürger.

Der Politik müsse es, so der ehemalige stellvertretende Sprecher der Bundesregierung Thomas Steg, darum gehen, »möglichst alle Phasen dieses Politikprozesses zu steuern und zu kontrollieren. Faktisch muss sie jedoch immer wieder konstatieren, dass sich Politikdarstellung und Politikwahrnehmung, ja tendenziell bereits die Phase der Politikvermittlung als Zonen der Ungewissheit erweisen. Was als politische Selbstdarstellung und geplante Kommunikation intendiert ist, schlägt objektiv um in eine Fremddarstellung durch Journalisten und Medien.« <sup>41</sup> Dies muss nicht unbedingt negativ sein. Erstens können politische Projekte einer Partei oder Interessengruppe durch die Umwandlung von Selbst- in Fremdbeschreibungen höhere

Weihen erhalten – nämlich dann, wenn sie in den Medien auf Zustimmung stoßen und dort wohlwollend kommentiert werden. So wird aus dem Vorhaben einer Interessengruppe ein Vorschlag, der gesamtgesellschaftlich positiv wahrgenommen wird. Und zweitens gehört es in einer Demokratie natürlich zu den fundamentalen Rechten der Medien, sich auch kritisch zu äußern oder andere Akzente zu setzen.

Die eigentliche Störanfälligkeit jenes Transferprozesses, der für die Politikvermittlung essentiell wichtig ist, leitet sich nicht von der Entscheidung ab, ob die Medien sich zustimmend oder ablehnend zu einem bestimmten Thema positionieren. Die Schwierigkeit liegt darin begründet, dass die Medien sich politischen Themen nur aus der Perspektive ihrer eigenen Medienlogik nähern. Ihr Interesse geht nicht dahin, die Realität abzubilden oder den Kontext deutlich zu machen, in dem die Politik agiert. Vielmehr nutzen sie politische Nachrichten und auch die Bilder, welche die Politik erzeugt, als Versatzstücke, um daraus eine eigene, medial erzeugte und mediengerechte Realität zu destillieren, die der marktorientierten Präsentationslogik der Medien entspricht. Das aber bedeutet: Vereinfachung, Entkontextualisierung, Vereindeutigung, Popularisierung und Personalisierung unter Ausblendung der dahinter stehenden komplexen Strukturen und Akteurskonstellationen. Skandalisierung, Familiarisierung, Polarisierung, Melodramatisierung, und Boulevardisierung werden zu den dominanten Gestaltungskriterien, an denen sich die Berichterstattung orientiert und die die Inszenierung von Medienberichten steuern.

Der den eigenen Regeln folgende Präsentationsmodus der Medien prägt zunehmend die Bilder von Politik in den Köpfen der Menschen. Politik, eigentlich das Produkt von Gremienbeschlüssen, Redaktionsgruppen, Fachausschüssen und Präsidiumsentscheidungen, wird zunehmend an einzelnen Personen aufgehängt. Schon dies bedingt Veränderungen nicht nur in der Darstellung des Politischen, sondern auch in dessen Substanz: Wenn die Inszenierung die Inhalte verdrängt, Medienberichterstattung immer zeitgeistiger auf der gerade höchsten Welle surft, wenn die Nachrichtenfaktoren sich einseitig Richtung Sensationalismus, Scheinkonflikt, Personalisierung und Popkultur orientieren, dann hat es die seriöse Politik, bekanntermaßen das beharrliche Bohren dicker Bretter, schwer. Thomas Steg urteilt aus seiner Erfahrung als Regierungssprecher: »Heute wird noch ein Orden verliehen für

das Bekenntnis, die Steuern zu senken – und morgen stellt sich per Ted-Umfrage heraus, dass der Staat weiterhin für alles zuständig sein soll.« 42

## Horse-Race-Journalismus

Vor nicht all zu langer Zeit waren diese dem Politischen so gar nicht zuträglichen, rein am Oberflächlichen und Visualisierbaren orientierten Aufmerksamkeitsfaktoren vor allem für die Berichterstattung des Privatfernsehens und die Boulevardpresse handlungsleitend. Seit einigen Jahren werden sie für alle Medien bestimmend. Dies führt zwangsläufig zu einem Qualitätsverlust der politischen Berichterstattung, da immer weniger der politische Nachrichten- und immer mehr der mediale Unterhaltungswert in den Mittelpunkt rückt. Der Schwerpunkt der Berichterstattung, auch in der seriösen Presse, verschiebt sich von den politisch verhandelten Inhalten hin zur Bewertung der Politikinszenierung. Typisch für diese Form des Journalismus ist das Verteilen von Haltungsnoten: Minister X macht in Krise XY eine souveräne Figur, Minister Z dagegen versagt total. Zudem werden strategisch-taktische, tendenziell an Machterwerb und -erhalt ausgerichtete Fragen an immer zentralerer Stelle verhandelt: welche Parteizentrale sich wie aufstellt, welche Themen unter welchem Politiker nach vorn gebracht werden sollen und was sich welche Partei davon angeblich erhofft. Dies entspricht der allgemeinen Unterstellung, dass es Politikern ausschließlich um Macht geht. Eine hoch personalisierte, rein an Machtarithmetik orientierte Berichterstattung überlagert so mehr und mehr die Erklärung von Fachthemen. Bei der Begleitung von Wahlkämpfen wird die sogenannte Horse-Race-Berichterstattung zur stereotypen, in allen Medien exzessiv betriebenen Stilform. Dort wird, in der Regel gestützt auf die neuesten demoskopischen Daten, darüber berichtet, welche Partei gerade vorne liegt und welchen kommunikativen Strategien sie dies zu verdanken hat. Was in den Programmen der Parteien steht, warum diese die Macht anstreben und wie sich ihre Spitzenkandidaten zu einzelnen Themen positionieren, findet dagegen kaum Erwähnung. Oft nehmen die Medien in Wahlkämpfen eine gelangweilte Haltung der Pseudo-Unbeteiligung ein und geben den Schiedsrichter beim Schaulaufen der Spitzenkandidaten. Dabei erhöhen sie freilich kontinuierlich den Aktionsdruck, der auf der

Politik lastet: Erst drängen sie Politiker zum Handeln, dann lehnen sie sich zurück und schauen zu, wie diese sich abstrampeln. Das Ergebnis wird oft als fauler Kompromiss, Durchwurstelei oder symbolischer Aktionismus diskreditiert – ganz so, als ob die Medien damit nie etwas zu tun gehabt hätten. Der französische Soziologe Pierre Bourdieu hat die Auswirkungen der von Journalisten mit der Berufung auf die Erwartungen des Publikums gerechtfertigte Form der rein personalisierten, auf Konfliktthemen und Schwarzweißmalerei reduzierten Berichterstattung in seinem wütenden Traktat *Über das Fernsehen* schonungslos analysiert: »Die Journalisten (...) tun nichts anderes, als ihre eigenen Neigungen, ihre eigene Optik auf dieses [das Publikum] zu projizieren; und zwar ganz besonders dann, wenn ihre Angst zu langweilen sie dazu treibt, den Streit der Debatte, die Polemik der Dialektik vorzuziehen und alles daranzusetzen, daß die Konfrontation von Personen (namentlich Politikern) gegenüber der Konfrontierung ihrer Argumente die Oberhand gewinnt – gegenüber dem also, worum es dabei eigentlich geht, sei es das Haushaltsdefizit, die Steuersenkung oder die Auslandsverschuldung. Da ihre Kenntnis der politischen Welt im wesentlichen mehr auf persönlichen Kontakten und vertraulichen Mitteilungen (ja Gerüchten und Klatsch) beruht als auf durch Beobachtungen oder Recherchen erworbener Sachkenntnis, tendieren sie nämlich dazu, alles auf die eine Ebene zu bringen, auf der sie sich auskennen. Und so interessieren sie sich weit mehr für das Spiel und für die Spieler als für den Einsatz, mehr für rein taktische Fragen als für die Substanz der Auseinandersetzungen, mehr für den Effekt, den Äußerungen in der Logik des politischen Feldes (der Logik von Koalitionen, Bündnissen oder Konflikten zwischen Personen) auslösen, als für ihren Inhalt.« 43

## Die rastlose Republik

Der Berliner Historiker Thomas Mergel hat in einem lesenswerten Aufsatz eine originelle Begründung für die immer weiter zunehmende Dominanz der Medien über andere Gesellschaftsbereiche skizziert. Mergel weist den Medien in der Demokratie eine einmalige Funktion zu: Während andere Teilbereiche der Gesellschaft konkrete Leistungen wie die Bereitstellung von Produkten, das Zirkulieren von Geld, das Sprechen von Recht oder das Heilen von

Krankheiten erbringen, ist es die Aufgabe der Medien, die verschiedenen Bereiche der Gesellschaft fortlaufend zu beobachten und diese so über sich selbst zu informieren. Um das erfolgreich tun zu können, muss das Mediensystem offen für die Funktionsweise anderer Systeme sein, an diese schnell Anschluss gewinnen können und die dortigen Gepflogenheiten verstehen lernen. Ein Wirtschaftsjournalist muss Bilanzen lesen können, ein Medizinjournalist etwas vom menschlichen Körper verstehen. Gleichzeitig aber verteidigt dieses vegetativ so offen gestaltete Mediensystem seine eigene Funktionslogik geradezu radikal, indem es alles nur nach einem Kriterium bewertet: ob es zur Veröffentlichung relevant ist oder nicht. Das Mediensystem bewahrt also in der Interaktion mit anderen Gesellschaftsbereichen seine Eigenständigkeit durch Beharren auf seinem eigenen Code. Dies aber bedeutet: Die Medien unterwerfen jene Bereiche, die sie beobachten, im Zuge der Beobachtung ihrer eigenen Funktionslogik. <sup>44</sup>

Grundlage für diesen Mechanismus ist das, was Niklas Luhmann »Beobachtungen zweiter Ordnung« genannt hat: Die Politik beobachtet in den Medien, ob sie aus ihrer Beobachtung der Gesellschaft die richtigen Schlüsse gezogen hat. Bekommt sie dort Zustimmung für ihre Handlungen, lag sie offenbar richtig, bekommt sie Schelte, lag sie falsch. Die Medien sind also neben Wahlen und Umfrageergebnissen der primäre Resonanzboden für die Selbstüberprüfung politischen Handelns. Das gleiche gilt umgekehrt: Wenn die publizistischen Einlassungen der Medien zu politischen Debatten oder Korrekturen politischer Vorhaben führen, wenn sie gar von Politikern zitiert und als Beispiel angeführt werden, wissen die Medienmacher, dass sie ihre kommunikativen Interventionen richtig gesetzt haben. Deswegen beobachten die Medien unablässig die Politik dabei, wie diese die Medien beobachtet. Und natürlich beobachten einzelne Medien, wie andere Medien die Politik beobachten, während einzelne Politiker die Medien dabei beobachten, wie diese andere Politiker beobachten. So entsteht ein geschlossenes Diskurssystem, in das nur noch wenige Außeneinflüsse gelangen. Die Publizistin Carolin Emcke schrieb besorgt: »Mehr als das Internet schreckt mich die zunehmende Neigung unserer Zunft, sich angstvoll mit sich selbst zu beschäftigen, und darüber die Auseinandersetzung mit der Welt zu vernachlässigen. Diese Tendenz, die Wirklichkeit nur noch als Material für Texte oder Filme zu verstehen, also letztlich ›Armut‹ bloß für eine Rubrik zu halten, gehört zu den

beunruhigendsten Deformationen des gegenwärtigen Journalismus und scheint mir schädlicher als jeder Konkurrenzdruck der Netzgemeinde.«<sup>[45]</sup>

Seit den 1980er-Jahren geriet die Politik – teils selbstverschuldet, teils einfach überrollt von der geballten Macht der Medien nach der Einführung des dualen Rundfunks und der damit verbundenen Vervielfältigung der Medienkanäle – mehr und mehr in den Sog von Medienerwartungen, ohne sich diesen widersetzen zu können. Der Grund hierfür liegt vor allem darin, dass die Politik einen enorm großen und zunehmend steigenden Legitimationsbedarf hat. Und da sich mit dem Journalismus ein Beobachter gefunden hat, auf den die Gesellschaft als Augenzeuge zurückgreift, ist Politik wie kein anderer gesellschaftlicher Teilbereich vom Journalismus abhängig.<sup>[46]</sup> Gleichzeitig hat sich das Medienhandeln so beschleunigt, dass die Politik nicht mehr schnell genug den Stoff liefern kann, den der Journalismus in unendlicher Abfolge braucht. Deswegen haben die Medien sich mehr und mehr von der politischen Prozesslogik abgekoppelt und orientieren ihre Berichterstattung zunehmend an ihren eigenen Interessen. Die Folge ist, dass die Aufmerksamkeitsregeln der Medien und vor allem die des Boulevards allmächtig werden. Die Eignung zum Storytelling, also ob eine Geschichte unterhaltsam bzw. dramatisch erzählt werden kann, ist seitdem für die Auswahl von Nachrichtenstoff oft wichtiger als die Inhalte. Personalisierung und Skandalisierung werden auch dort zu Ankerpunkten der Berichterstattung, wo es um routinemäßige, nicht personengebundene Sachfragen geht. Unterhaltung gewinnt immer mehr an Bedeutung und damit obsiegt die Dominanz des Formats endgültig über den Inhalt. Denn es kann nur noch berichtet werden, was für die Medienkonsumenten unterhaltsam ist.

Hinzu kommt: In der modernen Medienwelt sind Prominenz und Elite austauschbar geworden. Tagtäglich können die Redaktionen wählen, ob sie mit Dieter Bohlen oder Angela Merkel aufmachen, selbst seriöse Zeitungen füllen ihre Titelseiten tagelang mit Schlagersternchen Lena Meyer-Landrut. Durch die Gleichsetzung von E und U, von Einfluss und Bekanntheit haben die Medien vor allem einen Vorteil: Sie werden von der Politik als Stofflieferanten weitgehend unabhängig. Dies markiert einen wichtigen Unterschied zwischen Bonn und Berlin: Während Politiker und Journalisten die alte Bundeshauptstadt mehr oder minder für sich allein hatten, verweben sich die Berliner Politik-Celebrities mit Prominenten aus anderen Branchen. Die

*Bunte*-Chefredakteurin Patricia Riegel gab schon 2001 zu Protokoll, dass ihre Zeitschrift sich vor allem deswegen mit Politikern befasse, »weil ein ›people's magazine‹ wie die *Bunte* Prominenz braucht«. <sup>47</sup> Politiker sind aus dieser Sicht reine Lückenfüller. Herrscht in der bunten Presse Mangel an Stars und Sternchen, kommen sie auch zum Zuge. Die Folge ist eine Verwischung des Politischen: Dieses kann da sein oder auch nicht. Auf jeden Fall existiert es in den Medien mit und neben einer mehr oder minder skurrilen Mischung anderer Ereignisse.

Die so zunehmend in eine Randlage manövrierte Politik reagiert defensiv. Sie hat zwar nach wie vor ein Interesse daran, die Medien zur Popularisierung ihrer Projekte zu nutzen, doch fehlen ihr zunehmend die Mittel, um dies wirksam durchzusetzen. Die Medien haben umgekehrt ein Interesse daran, Politik zu sensationalisieren, um Aufregung zu erzeugen und ihre Reichweite zu steigern. An dieser Stelle werden die unterschiedlichen Funktionszuweisungen an Politik und Medien deutlich: Während die Politik auf das Treffen von Entscheidungen, also das Lösen von Problemen aus ist, sind Medien mit der Problemerzeugung durch Thematisierung von Missständen, Skandalen etc. beschäftigt. Denn das mediale Geschäftsmodell ist auf das Erzeugen von Interesse und Aufmerksamkeit ausgerichtet, während sich die Energie der Politik auf die Erzeugung von Zustimmung durch erfolgreiche Problemlösung richtet. Konflikte sind vorprogrammiert. Ein Journalist berichtete einmal, er habe im Februar 2006 die Interviewaussage der grünen Verbraucherschutzpolitikerin Bärbel Höhn, wenn es zu einer massiven Ausweitung der Vogelgrippe käme, könne dies auch Folgen für die Durchführung der Fußball-WM in Deutschland haben, unter die Schlagzeile »Höhn fordert: WM absagen!« gestellt. Aufmerksamkeit bescherte ihm das allemal, der Aussage von Bärbel Höhn gerecht wurde diese Verkürzung nicht. Doch es funktionierte: Sofort entspann sich eine heftige Debatte und die Agenturen meldeten bald, dass neben Höhn immer mehr Politiker für eine Absage der WM plädierten. Die Medien hatten der Politik mal wieder ein Thema beschert, das an sich ein Nullthema war, an dem sie sich dennoch tagelang die Zähne ausbiss. Dies illustriert eines der Hauptprobleme der Politik mit den Medien: Diese erzeugen ständig neue Probleme, die oft die administrative Verdauungsfähigkeit des politischen Systems übersteigen. »Jeden Tag eine neue Sau durchs Dorf treiben«, nennen die Politiker dieses Phänomen. Und unrecht haben sie damit

nicht: Wenn die Medien in der einen Woche gegen Kampfhunde und in der anderen gegen die NPD mobil machen, können sie sich schon in der dritten Woche ganz anderen Themen zuwenden. Die Politik aber hat zwei neue Arbeitsprojekte verordnet bekommen, die sich – wie bei den Kampfhunden wegen des deutschen Föderalismus oder beim NPD-Verbot aufgrund der hohen verfassungsrechtlichen Hürden eines Parteienverbots – über Jahre hinziehen können. Scheitert dann, wie beim NPD-Verbot, ein solches politisches Projekt, gilt die Problemlösungsfähigkeit der Politik als beschädigt, und die Medien prangern dies lautstark an. Dass man die Politik in ein von Anfang an wenig aussichtsreiches Unterfangen getrieben hat, findet natürlich keine Erwähnung. Der Chefredakteur des Berliner *Tagesspiegel*, Stephan-Andreas Casdorff, bemerkte in einer *Phoenix*-Runde selbstkritisch, die Medien seien »mitverantwortlich für unberechenbare Schritte von Politikern: Wir fordern ja ständig Aktionismus und warten gar nicht mehr ab, bis etwas wirkt.« <sup>48</sup> Ein typisches Beispiel hierfür ist die drohende Schweinegrippe im Winter 2009/10: Erst schlugen die Medien hysterisch Alarm und warfen der Politik Untätigkeit vor. Als dann die Massenimpfungen vorbereitet wurden, veröffentlichten viele Medien die Meldung, dass die Politiker sich selbst und einigen anderen Eliten einen besseren Impfstoff sicherten als den, der für den einfachen Bürger vorgesehen sei. Als am Ende Unsummen für die Anschaffung und Einlagerung von Impfstoff ausgegeben worden war, lautete der Medientenor: So viel Geld für eine völlig ungefährliche Grippe verpulvert!

An Punkten wie diesem wird die Entkoppelung von politischer Diskussion und medialem Metadiskurs deutlich: Während die Politik sich an Arbeitsprogrammen orientiert, die innerhalb der Verfahren und Aushandlungsmechanismen der parlamentarischen Demokratie realisierbar erscheinen, initiieren die Medien Diskurse, welche die Politik nicht nur mit einer Problemschwemme konfrontieren, sondern häufig auch Missstände betreffen, die außerhalb der Reichweite der Politik liegen. Da hinter den von den Medien aufgeworfenen Problemen oft gar keine politischen Aktionsprogramme stehen können, haben die Medien alle Freiheit, ihre Problemerzeugungsmechanismen vom politisch-administrativ Machbaren zu entkoppeln und quasi frei flottierend dort eigene Diskursräume zu eröffnen, wo die vermutete Publikumsresonanz die stärksten Erregungswellen erwarten lässt. Dann regieren Reflexe statt Reflexionen. Die Mediendemokratie transformiert sich zur

Stimmungsdemokratie, in der heute lautstark dies und morgen das gefordert wird, die Zurechenbarkeit von Positionen aber nicht mehr gegeben ist. Denn wen kümmert schon sein Geschwätz von gestern?

Auf Dauer kann diese veränderte Diskurssituation nicht ohne Einfluss auf die Politik bleiben. Die ständigen medialen Aktionsattacken führen zu einer Veränderung des Politischen, die über die von vielen belächelte Konditionierung der Politiker auf die berühmten 30-Sekunden-Statements weit hinausgeht. Sie beschneiden nämlich mit der zunehmenden Beschleunigung nicht nur den Raum, den Politik zur Verfügung hat, um sich in den Medien zu repräsentieren, sondern sie deformieren das gesamte Zeitgefüge, welches die Politik zur Lösung von Problemen zur Verfügung hat. Die Atemlosigkeit der beschleunigten Medien, die keinen Sinn für langwierige Prozesse und schwierige Abwägungen haben, sondern ein Thema stets als abgeschlossenes Ereignis mit klarem Anfangs- und Endpunkt präsentieren müssen, wird zum Maßstab des politischen Prozesses. Die für Medienpräsenz unerlässliche Inszenierung degradiert Politiker zu Politik-Schauspielern, die nicht mehr primär ihre eigene Agenda verfolgen, sondern zuallererst die Erwartungen der Medien befriedigen müssen. Thomas Mergel stellt fest: »Wenn nicht nur alle Politik Kommunikation ist, sondern auch alle Kommunikation (tendenziell) politisch, dann lässt sich nur mehr schwer unterscheiden, welche der kommunikativen Akte von den Politikern selbst ernstgenommen und welche nur vollzogen werden, um den Erwartungen der Mediengesellschaft zu begegnen.« 49

Dadurch gerät die bundesdeutsche Demokratie, die so stark auf Konsensbildung, umfassende Abstimmung und das Aushandeln von Kompromissen angelegt ist, in die Bredouille. Immer häufiger mussten in den letzten Jahren komplexe Gesetze im Eilverfahren durch beide Kammern des Parlaments gepeitscht werden, nicht immer war die Eile nur durch die objektiven Umstände bedingt und nie hat das Tempo dem Ergebnis gutgetan. Die Föderalismusreform mit ihren zum Teil geradezu aberwitzigen Resultaten kann als ein Versuch der Politik gewertet werden, eine höhere Prozessgeschwindigkeit beim Durchlauf politischer Anliegen zu erreichen. Ob aber Geschwindigkeit in demokratischen Institutionen alles ist, was zählt, darf mit einigem Recht bezweifelt werden. Mittlerweile gibt es unter Fachleuten eine heftige Diskussion über die Konsequenzen der handwerklichen Fehler und Mängel, die aus

überstürzten parlamentarischen Verfahren resultieren. Von einem »Gesetzes-Tsunami« sprachen Abgeordnete der schwarz-gelben Koalition im Herbst 2010, als die Regierung Merkel mit dem Regieren plötzlich ernst machte, um dem in den Medien immer wieder geäußerten Vorwurf der Tatenlosigkeit entgegenzutreten. Viele Bundestagsabgeordnete, ganz gleich ob aus Regierung oder Opposition, geben mittlerweile offen zu, dass sie – die eigentlich Verantwortlichen für fehlerfreie Gesetze – ihre eigene Gesetzgebungstätigkeit nicht mehr überblickten. So strich der Deutsche Bundestag Ende Oktober 2010 per Beschluss versehentlich die Ökosteuerermäßigung für die Fernwärme, obwohl es sich bei dieser um eine Energieform handelt, die politisch bislang ganz bewusst gefördert wurde. Die Konsequenzen ihres Beschlusses bemerkten die Abgeordneten erst eine Woche später – und hofften dann auf eine nachträgliche Korrektur durch den Bundesrat. Wo aber bei den Gesetzen geschlampt wird, stehen die Türen für Lobbyisten und andere Einflüsterer weit offen. In einem Änderungsantrag zu der vom damaligen Gesundheitsminister Philipp Rösler verantworteten Gesundheitsreform fand sich Ende 2010 ein eilig eingefügter Passus, der wortwörtlich aus einer Stellungnahme des Verbands forschender Arzneimittelhersteller stammte. <sup>[50]</sup> Auch die von der Bundesregierung beschlossene Laufzeitverlängerung für die Atomkraftwerke wurde Ende 2010 in einer solchen Eile durchs Parlament gepeitscht, dass dessen Präsident danach den »Verdacht mangelnder Sorgfalt« äußerte: »Das entspricht nicht meinen Anforderungen an ordentliche Gesetzgebungsarbeit«, sagte Lammert. Das Parlament habe in einer Geschwindigkeit über den Gesetzentwurf beraten müssen, die »eigentlich unzumutbar« sei. <sup>[51]</sup> Der Bundestag wird so unter dem Druck der Medienerwartungen zur Gesetzesmachermaschine. Lammert: »Es schadet dem Ansehen des Parlaments, wenn der Eindruck entsteht, als folgten wir vermeintlichen oder tatsächlichen Vorgaben, statt selbstständig zu urteilen und zu entscheiden.« <sup>[52]</sup>

## 4. Die Bonner und die Berliner Republik

Wann und wo nahm diese heute alles dominierende Beschleunigung ihren Ausgang? Natürlich gab es viele Zäsuren und auch unmerkliche Verschiebungen, doch der jetzige Zustand der politischen Kommunikation in Deutschland ist fest mit dem Begriff der Berliner Republik verknüpft. Die neue, 1998 bezogene Bundeshauptstadt gilt als Hort eines politisch-medialen Biotops, das in den letzten dreizehn Jahren gänzlich neue Aushandlungsmuster zwischen Politik und Medien hervorgebracht hat. Dass dies so kommen würde, war nicht notwendig zu erwarten gewesen. Als der Deutsche Bundestag am 20. Juni 1991 nach langer, heftiger Debatte mit 338 zu 320 Stimmen für Berlin als neue Bundeshauptstadt votierte, markierte diese Entscheidung für viele die logische Folgerung aus der deutschen Einheit und einen Aufbruch in ein neues, größeres und östlicheres Deutschland. Andere hofften, dass der Umzug nach Berlin nur ein Ortswechsel, keine Neubegründung der Republik sei. Für beides gab es Argumente: Für die Berliner Republik, also einen echten Neuanfang sprach, dass man die Revolution der Ostdeutschen würdigen und ein klares Signal setzen wollte, dass mit der deutschen Einheit ein neuer Abschnitt in der Geschichte des Landes begann; für eine nach Berlin verlagerte Bonner Republik hingegen, dass man wünschte, die Bescheidenheit und bewusste Provinzialität, die die Bundesrepublik ausgezeichnet hatte, auch im vereinigten Deutschland beizubehalten. Im Moment der Hauptstadtentscheidung überwog noch die zweite Erwartung. Kanzler Helmut Kohl stellte zum Abschied aus Bonn klar: »Wir ziehen nach Berlin, aber nicht in eine neue Republik.«<sup>[53]</sup> Diese Wahrnehmung hatte sich allerdings in den Jahren zwischen 1991 und dem tatsächlichen Regierungsumzug 1999 geändert. Der Begriff der Berliner Republik war mehr und mehr zur Projektionsfläche für ein anderes Deutschland geworden. Nicht so sehr Konservative, die mit der neuen Hauptstadt mehr nationales Selbstbewusstsein und die Rückkehr zu alten preußischen Tugenden verbanden, prägten diesen Begriff, sondern vorwiegend jüngere, gemäßigt linke Politiker und Publizisten, die damit die Hoffnung auf eine

Überwindung der Piefigkeit der Kohl-Ära und den Aufbruch in ein cooleres, modernes und großstädtischeres Politikprojekt verbanden.

Zwanzig Jahre später ist von diesen großen Erwartungen nicht viel übrig geblieben. Die Euphorie, mit der der Aufbruch gefeiert wurde, ist längst erloschen. Die *Berliner Seiten* der *F.A.Z.*, die lange so etwas wie die Papier gewordene Inkarnation der mit der Berliner Republik verbundenen Aufbruchserwartungen waren, mussten schon 2002 ihr Erscheinen einstellen. Kurz darauf gab auch die *Süddeutsche Zeitung* aus Kostengründen ihre Berlin-Seiten auf. Allein die von jüngeren SPD-Bundestagsabgeordneten herausgegebene Zeitschrift *Berliner Republik* hält unverdrossen an ihrem Titel fest. Geblieben von den großen Erwartungen ist nur eines: Die Berliner Republik steht heute als Chiffre für eine im Vergleich zu Bonn fundamental gewandelte Mediensituation. Versprachen sich viele Befürworter des Berlin-Umzugs vom Wechsel an die Spree eine größere Nähe der Politiker zu den Menschen und den sozialen Realitäten im Land, steht der Berliner Politikbetrieb heute eher für ein geschlossenes, von der Welt abgewandtes Biotop, in dem sich Politiker, Journalisten und Lobbyisten verschanzt haben und den Rest des Landes so gut wie möglich ignorieren.

## Bonn revisited

Dabei galt schon Bonn spätestens seit dem Erscheinen von Wolfgang Koepens zu Recht als Schlüsselroman bezeichnetem Buch *Das Treibhaus* im Jahr 1953 als Inbegriff einer in sich abgekapselten, nur marginal auf die Realität bezogenen politisch-medialen Welt, in der Journalisten und Politiker wie in einer großen Blase lebten. Richtig daran ist auf jeden Fall: Schon in Bonn betrieben die Politiker symbolische Politik und auch dort waren die Medien die primären Adressaten dieser Symbolhandlungen. Trotzdem waren die Verhältnisse überschaubar, hielt sich der Hang zur Inszenierung und Selbstzelebrierung in Grenzen. Bonn war eine eher nüchterne Stadt und die Etikette war klar geregelt. Die Politik war dort mit einer Medienordnung konfrontiert, die aus der Lizenzpolitik der Alliierten im Bereich der Presse und der Gründung von ARD und ZDF als öffentlichen, aber dennoch staatsfernen Fernsehanstalten hervorgegangen war. Die in Bonn akkreditierten Journalisten hatten de facto

ein Monopol auf die bundespolitische Berichterstattung, Politiker und Hauptstadtjournalisten kannten einander ganz überwiegend persönlich. Die Anzahl der Akteure war überschaubar, die Politik hatte ein hohes Maß an Kontrolle, wer über sie berichtete. Vor allem aber: Journalisten in Bonn schrieben fast grundsätzlich weniger als sie wussten. Man hockte am Rhein einfach zu eng aufeinander, um kritische Distanz zu entwickeln. Die Vertreter der vierten Gewalt waren in die Politikformulierung häufig informell eingebunden, steckten in vielen Entscheidungs- und Abwägungsprozessen so tief mit drin, dass sie sich vielfach für diese verantwortlich fühlten. »Ein Schmiergeld namens Nähe« hat der Journalist Peter Zudeick diese Bonner Verhältnisse einmal genannt.<sup>[54]</sup> Was Journalisten vertraulich erfuhren, das geben sie in der Regel nicht weiter. Regelverstöße wurden durch Kontaktentzug sanktioniert.

Politiker konnten es sich am Anfang sogar noch leisten, das Fernsehen zu ignorieren. Das war freilich noch ganz am Anfang auf dem Weg zur Mediendemokratie. Dass aus der volkstümlichen Fernsehunterhaltung der Anfangszeit erst ein scharfes politisches Interventionsmedium und später ein schrilles, alles durchdringendes Unterhaltungs- und Zerstreuungsmedium wurde, war ein Prozess, der Jahrzehnte dauerte. Am Anfang war Fernsehen vor allem banal. Im Frühjahr 1953 schickte der Bundestagspräsident Hermann Ehlers dem Intendanten des Nordwestdeutschen Rundfunks, Werner Pleister, ein Telegramm, das man in Hamburg zunächst für eine Fälschung hielt: »Sah eben Fernsehprogramm. Bedauere, dass Technik uns kein Mittel gibt, darauf zu schießen.« Das Schreiben war aber weder eine Fälschung noch ein Witz. Schon zwei Tage zuvor hatte Ehlers auf einer Pressekonferenz von Bundeskanzler Adenauer eine Entschließung des CDU-Parteiausschusses für Presse, Film und Funk verlesen. Dort bekannte er: »Ich tue das um so lieber, als ich festgestellt habe, daß vorgestern das Fernsehprogramm eineinhalb Stunden das deutsche Volk mit einem Boogie-Woogie-Turnier aus der Hamburger Ernst-Merck-Halle unterhalten hat, daß es vorgestern eine außerordentlich kümmerliche Darstellung des Kölner Karnevals mit einem siebtklassigen Kabarett gebracht hat und gestern als einzigen Witz den brachte, daß der Bundestag, der das Gesetz über die Verhütung von Unfällen im Straßenverkehr beraten hat, als hoher Priester und Schriftgelehrter bezeichnet wurde.«<sup>[55]</sup> Ein derartiges Programm konnte man aus Sicht der Politik nicht

ernst nehmen. Doch mit der wachsenden Reichweite des Fernsehens wuchs es in die Rolle des einflussreichsten Mediums der politischen Kommunikation hinein. Als zu Weihnachten 1952 der Nordwestdeutsche Rundfunk täglich ein zweistündiges Fernsehprogramm auszustrahlen begann und kurz darauf die *Tagesschau* startete, wurde die Zahl der Fernsehgeräte in der Bundesrepublik auf ganze dreihundert geschätzt. Ab dem 1. April 1963 sendete das Zweite Deutsche Fernsehen ein Konkurrenzprogramm zur ARD. Das Fernsehen wurde schnell zum festen Bestandteil der Alltagskultur. 1961 gab es fünf Millionen Empfangsgeräte, zehn Jahre später waren es schon sechzehn Millionen, heute sind es 58 Millionen.

Seit Anfang der 1960er- bis in die frühen 1990er-Jahre spielte das Fernsehen eine zentrale Rolle für die Konstruktion der politischen Öffentlichkeit. Magazine wie *Report* und *Panorama* deckten zahlreiche Skandale auf und setzten selbstherrliche Politiker – zuerst Franz-Josef Strauß in der *Spiegel*-Affäre 1962 – wirkungsvoll unter Druck. Doch die »fast totale Herrschaft über die Volksvertreter«, die Günter Gaus später konstatieren sollte, hatte das Fernsehen damals noch nicht. Auch für Politiker ging es noch nicht primär darum, um fast jeden Preis »ein paar Sekunden Fernsehzeit zu erobern«, wie Klaus Bölling dann in den 1970er-Jahren feststellte: »Der Ausweis von Prominenz sind lange schon nicht mehr allein Gedankenkraft und Phantasie oder Stetigkeit, sondern ist, ich übertreibe wohl nur gering, die ›Präsenz‹ auf dem Bildschirm.«<sup>[56]</sup> Allerdings hatte Konrad Adenauer schon Mitte der 1950er-Jahre den Wert des Fernsehens klar erkannt und bemühte sich hartnäckig um die Schaffung eines regierungstreuen Staatssenders als Gegenstück zur konsequent staatsfern organisierten ARD – bis ihm das Bundesverfassungsgericht 1961 schließlich untersagte, dieses Ziel weiterzuverfolgen.

## »Willy wählen« und der Beginn der Telepolitik

Adenauer wusste zwar abstrakt um die Macht des Fernsehens, doch der erste Fernsehpolitiker der Bonner Republik wurde Willy Brandt. Dass der SPD-Vorsitzende Erich Ollenhauer Brandt die Kanzlerkandidatur für das Jahr 1961 antrug (und damit die später so wichtige Figur des Kanzlerkandidaten erfand), hatte nichts mit Brandts Beliebtheit in der SPD zu tun. Er stand damals

politisch am äußeren rechten Rand der Partei und war als Regierender Bürgermeister der isolierten Stadt West-Berlin von der Bundespolitik weit entfernt. Ollenhauer traf diese Entscheidung vor allem deshalb, weil Brandt telegraphisch war. Nach drei für die Sozialdemokraten katastrophal verlaufenen Bundestagswahlen wusste ihr Vorsitzender, dass die SPD neben einer programmatischen Erneuerung, die mit dem Godesberger Programm von 1959 eingeleitet worden war, auch ein vorzeigbares Gesicht für die Medien brauchte. Willy Brandt gab als Bürgermeister jener Stadt, die weltweit als Schaufenster des Westens galt, mit seiner Eleganz und Eloquenz eine gute Medienfigur ab. Schon beim Berliner Presseball 1955 hatten Rut und Willy Brandt diesen neuen Stil vorgeführt – sie im trägerlosen weißen Seidenkleid, mit weißen Handschuhen und einem schwarzen Band um die Hüfte, er im Smoking. Für Sozialdemokraten war das zu jener Zeit ein mehr als ungewöhnlicher Aufzug.

Nach seiner Nominierung zum ersten Fernsehkandidaten bemühte sich Brandt dann auch, die neuen Kommunikationsmittel effektiv zu nutzen. Klaus Schütz, sein Vertrauter und Nachfolger als Regierender Bürgermeister von Berlin, sowie der spätere Finanzminister Alex Möller reisten 1960 in die USA, um dort den Präsidentschaftswahlkampf Kennedy gegen Nixon zu beobachten. Zurück in Deutschland schickten sie Brandt auf eine amerikanisch geprägte Wahlkampftour, in deren Verlauf der Kandidat im Sommer 1961 binnen drei Monaten 40 000 Kilometer zurücklegen und bis zu 25 Reden am Tag halten musste. Der Kanzlerkandidat der sozialdemokratischen Partei fuhr im offenen Mercedes vor, schüttelte Hände, tätschelte Kinderwangen und nahm Blumen entgegen. Die Wähler liebten den charismatischen, volksnahen und doch zugleich staatsmännisch entrückten Kandidaten, der umso vieles telegraphischer war als sein christdemokratischer Konkurrent. Natürlich stand hinter der Inszenierung eine ausgeklügelte Choreografie: Vorauskommandos hatten bereits Wochen zuvor jeden Schritt ihres Kandidaten vermessen, jede Eventualität geprüft, jede mögliche Hürde bedacht. Plakate, auf denen Kinder mit Blumensträußen zu sehen waren, erinnerten die Leute daran, zu den Veranstaltungen rote Rosen mitzubringen. Die *Zeitschrift für Politik* hatte schon vor dem Beginn des eigentlichen Wahlkampfs eine Kampagne *à la américaine* gewittert: »Bei den Veranstaltungen wurden die obligaten Reden der Parteiführer von Kabarett und Songs mit manchmal leicht frivoler Note

eingerahmt.« Egon Bahr verglich diesen Wahlkampf seines Chefs mit einem Karussell – »bunt klingelnd, dauernd in Bewegung, ohne vom Fleck zu kommen«. <sup>[57]</sup> Auch wenn immer wieder betont wird, dass schon Adenauer »amerikanische Elemente« der Wahlkampfführung eingesetzt hat (und Brandt noch acht Jahre brauchte, bis er wirklich Kanzler wurde): Die Brandt-Kampagne 1961 bedeutete einen Quantensprung im Verhältnis von Politik und Medien und rückte die Bedeutung des Fernsehens erstmals in den Mittelpunkt der Kommunikationsbemühungen von politischen Parteien.

## Erster Auftritt der Großpublizisten: die Ostpolitik

Eine nachhaltige Politisierung des Medienhandelns erfolgte dann zehn Jahre später, in den frühen 1970er-Jahren, im Zuge der Ostpolitik. Die Annäherung der Bundesrepublik an die einstigen Kriegsgegner im Osten polarisierte die gesamte Gesellschaft und damit auch die Medien. Es war vor allem eine jüngere Generation von sozialliberalen Journalisten, die das offene Engagement für Brandts Ostpolitik als einen politischen Auftrag begriffen und ihre Mission darin sahen, diese Politik gegen alle Widerstände zu popularisieren. Auch damals schon einflussreiche Publizisten wie Marion Gräfin Dönhoff, Theo Sommer, Rudolf Augstein, Peter Bender oder Henri Nannen warben offen für Brandts Versöhnungsprojekt. Von daher bedeutete die Ostpolitik einen klaren Bruch mit der nach 1945 von den Alliierten durchgesetzten westlichen Pressekultur, die im Journalismus einen neutralen Beobachter sah und auf die strikte Trennung von Nachricht und Kommentar Wert legte. Journalisten wollten damals mitmischen und taten es auch, wie der *Zeit*-Journalist Gunter Hofmann rückblickend bestätigt: »Ein beschwingendes Gefühl von Autonomie und Hineinredenkönnen beherrschte (...) das Gros der jungen Journalisten. Die vierte Gewalt, das sind wir! Überschätzte man im Überschwang, beim ›mehr Demokratie wagen‹ schreibend dabei zu sein, seine Freiheit, seinen Einfluss? Die Bonner Korrespondenten hockten eng mit der Politik zusammen, sehr eng. So sehr man auf der Hut sein wollte, sich nicht einbinden zu lassen – dabei sein wollte man auch.« <sup>[58]</sup>

So geriet die Ostpolitik zum ersten großen polit-medialen *battlefield* seit der *Spiegel*-Affäre 1962, denn auch die Gegner der Ostpolitik spielten über

Bande und nutzten die Medien für ihre Zwecke. Im Mai 1970 veröffentlichte die *Bild*-Zeitung Teile jener Niederschrift, in der Egon Bahr die Ergebnisse seiner Gespräche mit dem sowjetischen Verhandlungsführer, Außenminister Andrej Gromyko, festgehalten hatte. *Bild* erweckte den Eindruck, Brandt und Bahr seien bereit, deutsche Interessen auszuverkaufen, um zu einem Vertragsabschluss mit der Sowjetunion zu kommen. Bald darauf veröffentlichte die illustrierte *Quick* das gesamte »Bahr-Papier«, das damals in rund 120 Exemplaren in Bonner Kreisen zirkulierte. Es gab drei Theorien, wie das Papier an die Redaktion gekommen sein konnte. Die erste lautete, prominente Koalitionsmitglieder hätten den Verrat begangen, um Brandts Ostpolitik zu hinterreiben. Die zweite mutmaßte, Gegner des Vertrags in der DDR oder im westlichen Ausland hätten es weitergereicht. Die dritte Version lautete, subalterne Ministeriumsmitarbeiter könnten aus unterschiedlichen Ursachen – etwa politischer Nähe zur CDU, Bestechung oder Erpressung – die Geheimhaltungspflicht verletzt haben. Zwei Abgeordnete der Union, Karl Theodor zu Guttenberg und Werner Marx, die beiden erbittertesten Gegner der Ostpolitik, hatten schon zuvor ein weitgehend mit dem Bahr-Papier identisches Dokument aus der Feder Gromykos veröffentlicht, das beweisen sollte, dass Bahr sich viele Standpunkte Gromykos zu eigen gemacht hatte, ohne die deutschen Interessen zu berücksichtigen. Im August 1970, einen Tag vor der Unterzeichnung des Abkommens im Kreml, kam es dann zur Vorabveröffentlichung des Moskauer Vertragstextes in *Bild* und *Welt*. Kopien des Textes waren im Kabinett nur vorgelegt und dann wieder eingesammelt worden. Sieben Mitglieder der CDU/CSU dagegen hatten den Vertrag ausgehändigt bekommen. <sup>59</sup>

Vor allem die *Quick* aus dem Heinrich-Bauer-Verlag, Springers *Bild*-Zeitung und das *ZDF-Magazin* von Gerhard Löwenthal erwiesen sich als unveröhnliche publizistische Gegner, die Brandts Aussöhnungspolitik immer wieder durch Geheimnisverrat und Indiskretionen zu Fall bringen wollten. Von daher markiert die Ostpolitik in der bundesdeutschen Beziehungsgeschichte von Politik und Medien einen wichtigen Wendepunkt: Erstmals verorteten sich die Medien eindeutig und unverrückbar für bzw. gegen ein politisches Großprojekt und nutzten kampagnenhaft alle ihnen zur Verfügung stehenden Mittel, um auf den Verlauf der Entwicklung einzuwirken. Die

Medien wurden so zum direkten politischen Machtfaktor – und trieben damit die Entwicklung in Richtung Mediendemokratie ein weiteres Stück voran.

## Helmut Kohl, der ewige Kanzler

Vermutlich wäre die volle Entfaltung dieser medialen Machtkräfte noch schneller verlaufen, hätte sich ihnen in den 1980er-Jahren nicht ein wahrer Koloss entgegen gestemmt: der Kanzler Helmut Kohl. Kohl war der letzte deutsche Spitzenpolitiker, der sich, obwohl die Mediengesellschaft zu seiner Regierungszeit längst heraufgezogen war, ihrem Sog widersetzte. Kohl war der erfolgreichste CDU-Wahlkämpfer aller Zeiten – und doch alles andere als ein Medienpolitiker. Im Fernsehen machte er keine gute Figur, seine Sommerinterviews aus dem Ferienort am Wolfgangsee galten lange als Inbegriff deutscher Spießigkeit. Journalisten behandelte er oft herablassend. Doch er nötigte den Medien gerade mit dieser Haltung Respekt ab. Und er zeigte auf diese Weise, dass die scheinbar unaufhaltsame Entwicklung zur Medialisierung der Politik nicht naturwüchsig abläuft, sondern durch Gegenkräfte gebremst werden kann. Unbeirrt an seinen Positionen festhaltend war Kohl ein Solitär in der Brandung. Bei ihm waren die Dinge noch eindeutig: Entweder seid ihr für oder gegen mich – das war die Grundhaltung, mit der er Journalisten entgegentrat. Dem *Spiegel* zum Beispiel gab er jahrzehntelang überhaupt keine Interviews. Aber er sorgte dafür, dass die *Spiegel*-Redaktion über den Vertrauten Eduard Ackermann von seinen wichtigsten Überlegungen verlässlich erfuhr.

Zwischen 1982 und der deutschen Einheit regierte Kohl gegen den publizistischen Mainstream, die Verhöhnungen seiner Person in der Presse als »Birne« waren Legion. In dieser Zeit hat Kohl die Medien – wie so vieles andere auch – einfach »ausgesessen«: Die veröffentlichte Meinung war ihm egal, solange er Wahlen gewann. Seine Gegner im linksliberalen Lager verkannten Kohls Einfluss auf geradezu fahrlässige Weise. Sie bewerteten Kohl nur in den ästhetischen Kategorien von Saumagen, Strickjacke und manch verunglückter Formulierung. Jenes Milieu, das noch einige Jahre zuvor alles für politisch hielt, erging sich mit Blick auf Kohl nur in herablassender Stilkritik. Dass dieser als erfolgreicher Hegemon sechzehn Jahre lang das Land

dominierte und in seinem Sinne formte, übersahen sie dabei. Denn Kohls Kritiker schauten nur auf seine äußere Performance, nicht auf seine politischen Leistungen und auch nicht auf das enge Beziehungsnetz, das er gezogen hatte, um unangefochten die Nummer Eins zu bleiben. Joachim Raschke und Ralf Tils haben in einer Ex-post-Analyse dargelegt, warum Kohl so lange so erfolgreich war. Ihnen zufolge war er der erste »Parteikanzler« der Bundesrepublik. Anders als Konrad Adenauer und Helmut Schmidt, die »Staatskanzler« waren, und Ludwig Erhard, der sich als »Volkskanzler« begriff, wollte Helmut Kohl nie Kanzler aller Deutschen sein, sondern Regierungschef eines CDU-geführten Kabinetts. Dies enthub ihn der Notwendigkeit, Zugeständnisse nach links zu machen und seine Basis über das unmittelbare Milieu der CDU/CSU hinaus zu verbreitern. Es erlaubte ihm im Gegenzug, jenes Kernmilieu, das er bediente, über Jahre hinweg nicht zu enttäuschen. Er konnte sich eindeutig zu seinem Koalitionspartner FDP bekennen und diesen damit fest an sich binden. Mit dieser polarisierenden und doch immer wieder in die gesellschaftliche Mitte ausgreifenden Strategie war Kohl anderthalb Dekaden unschlagbar. <sup>[60]</sup> Doch die Linke verstand diese Geschichtsstrategie lange nicht und hielt Kohl die gesamten 1980er-Jahre hindurch für einen Betriebsunfall.

Die Einheit 1989 brachte dann die Wende in der Wahrnehmung des ewigen Kanzlers. Plötzlich galt er auch den liberalen Medien als großer Staatsmann. Sogar seine offensichtlichen Schwächen wurden zu Stärken umgedeutet. Seine Provinzialität galt nun als authentisch. Dies waren die besten Jahre des Kanzlers Helmut Kohl. Mitte der 1990er-Jahre gab es einen erneuten Bruch. Je länger Kohl regierte, desto strikter er sich abschottete, umso mehr wurde ihm seine unbeirrbar und unbelehrbar Haltung trotz seiner neuen Rolle als Staatsmann von Weltrang zum Handicap. Kohls klares »right or wrong my country«, die ideologische Halsstarrigkeit, die ihm dann in der CDU-Spendenaffäre endgültig zum Verhängnis wurde, weil er sich weigerte anzuerkennen, dass auch ein scharf ausgetragener Konflikt mit den »Sozen« in der Demokratie auf dem Boden des Rechts stattfinden muss, machte ihn blind für das Heraufziehen neuer Kommunikationsverhältnisse, in denen die traditionelle Rechts-links-Verortung nicht mehr die ausschlaggebende Rolle spielte. »In einem gewissen Sinne«, schreibt Gunter Hofmann, »ist Helmut Kohl stehen geblieben in den Adenauer-Jahren, hat die liberale Kommunikationswelt, die zum Lagerdenken der Volksparteien nicht

passte, nie wirklich akzeptiert, vor allem aber hat er an den ›Medien‹ festgemacht, dass ihm ein Stück letzter Anerkennung immer versagt blieb, gerade in der Welt jener ›Bürgerlichkeit‹, zu welcher der Pfälzer aus den kleinen Verhältnissen nicht gehörte.« [61]

Am Ende war es nur die lange Dauer seiner Amtszeit, die seine Gegner in den Medien auf Distanz hielt. Der Respekt vor Kohl, das wurde erneut angesichts der Würdigungen zu seinem 80. Geburtstag im Frühjahr 2010 deutlich, resultierte vor allem aus seiner Beharrungskraft. Die letzten Jahre seiner Kanzlerschaft waren die Zeit, in der sein Pressechef Eduard Ackermann verkünden konnte, Kohl sei »in der Rolle des Kanzlers auch seine eigene Botschaft«. [62] Doch damit entpolitisierten Kohl und sein Ackermann den Machtbesitz. Weil nur noch der Erfolg, vulgo der Machterhalt, zählte, und Kohl immer Erfolg hatte, musste er irgendetwas richtig machen, das die Medien nicht verstanden, das ihnen aber einen gewissen Respekt abnötigte. So sahen es auch die Kohliane selbst. »Kohl hat die Medien entzaubert«, befand der damalige RTL-Chef Helmut Thoma. Ähnlich feierte der konservative Publizist Johannes Gross Kohls Sieg über die »Hamburger Mafia« von *stern* und *Spiegel*, als hätte er selbst nie mit dieser zu tun gehabt. Tatsächlich hatte Gross 1983 Chefredakteur des *stern* werden wollen, seine Bewerbung aber nach einer gegen ihn gerichteten öffentlichen Kundgebung in Hamburg von mehr als 2000 Journalisten und Sympathisanten, die um die linksliberale Ausrichtung der Hamburger Zeitschrift fürchteten, zurückziehen müssen. Jahre später bekannte Gross befriedigt, die Zeiten, wo *stern* und *Spiegel* »die intellektuelle Meinung in Deutschland steuern« konnten, seien nun zum Glück vorbei. Kohl präziserte genüsslich: Nicht die intellektuelle Meinung, sondern »das, was sie als intellektuelle Meinung verkauft haben«. [63] Zehn Jahre, von der deutschen Einheit bis zum Jahr 1999, hielt bei Kohl und seinen Getreuen dieses Siegesgefühl trotz der schließlichen Wahlniederlage 1998 an, dann holte sie die CDU-Spendenaffäre ein und machte aus dem Altkanzler, der sich beharrlich weigerte, sein Fehlverhalten anzuerkennen, selbst in der eigenen Partei eine *persona non grata*. Letztlich blieb von Kohls politischer Gesinnung nur das halsstarrige Festhalten am Vorrang seiner Partei vor allem anderen, das nun freilich nicht mehr so recht in die Zeit passen wollte. Im März 1998 brachte er es noch einmal auf den Punkt: »Wir dürfen unser schönes Land,

unsere Republik, nicht in die Hände dieser Leute geraten lassen.«<sup>[64]</sup> Gemeint war die SPD.

## Gerhard Schröder, der Medienkanzler

Die rot-grüne Bundesregierung, die 1998 ihr Amt antrat, war das erste Kabinett, das (nach wenigen Monaten Interimszeit in der alten Bundeshauptstadt Bonn) von Berlin aus regierte. Es ist kein Zufall, dass ihr Chef Gerhard Schröder zum ersten Medienkanzler der Republik wurde und die sieben Jahre Rot-Grün insgesamt einen neuen Schub Richtung Mediengesellschaft bedeuteten. Schröders politische Karriere zeichnete von Anfang an ein geschicktes Spiel über Bande mit den Medien aus. Auf seinem Weg nach oben nutzte er die Medien zunächst, um sich mit ihnen gegen das Parteiestablishment der SPD zu profilieren. Als neuer Kanzler agierte er so medienzugewandt wie kein deutscher Regierungschef vor ihm. Im zweiten Teil seiner Kanzlerschaft ignorierte er dann die Journalisten und benutzte Medienkanäle – allen voran das Fernsehen –, aber auch große Versammlungen, um über die Köpfe der Journalisten hinweg direkt zu den Leuten zu sprechen. Aus dem Medienkanzler war zu diesem Zeitpunkt ein Presseverächter geworden, der sich geschickt das Misstrauen der Menschen gegen die Medien zunutze machte. »Glaubt denen nicht«, donnerte er im Wahlkampf 2005 von allen Marktplätzen der Republik und meinte damit die Medien. Die Volatilität der Journalistenmeinungen, nicht etwa des Elektorats, erschien dem Kanzler so hoch, dass es aussichtsreicher war, mit dem Volk direkt zu sprechen. »Kein Korrespondent«, notierte die einflussreiche Hauptstadtkorrespondentin Tissy Bruns, »der nicht irgendwann einmal mit dem ärgerlichen Gefühl in einer Pressekonferenz mit Schröder sitzt: Zweihundert Kollegen traktieren den Kanzler mit scharfsinnigen Fragen – und der befindet sich derweil, über ihre Köpfe hinweg, die Augen in die Kameras gerichtet, im gepflegten Gespräch mit den deutschen Wohnzimmern.«<sup>[65]</sup>

In beiden Rollen, als Presseliebling und als Journalistenfresser, gelang es Schröder, souverän zu agieren. Schon als niedersächsischer Ministerpräsident spielte er 1993 sich selbst in dem Fernsehfilm *Der große Bellheim*. 1995 trat Schröder gemeinsam mit seiner damaligen Frau Hillu bei *Wetten, dass ...?* auf,

1997 war er Gast bei *Gottschalks Hausparty*. Im Sommer 1998, auf dem Höhepunkt seiner Kanzlerkandidatur, spielte Schröder in einer Jubiläumsfolge der Seifenoper *Gute Zeiten, schlechte Zeiten* einen wahlkämpfenden Politiker. Seine Rolle bestand darin, zufällig auf einen Polterabend zu geraten. In Anspielung auf seine eigenen Ehen ironisierte er: »Herzlichen Glückwunsch zur Hochzeit, ich weiß, wie schwer das ist.« Sechs Millionen Zuschauer sahen Schröder in dieser Rolle.<sup>[66]</sup> Ein Meisterstück des politischen Spin war jenes große *stern*-Interview, das Schröder 1997 anlässlich der Scheidung von seiner dritten Ehefrau Hillu gab. Ihm war klar, dass eine erneute Trennung, noch dazu ein Jahr vor der Bundestagswahl, seine Chancen als Kanzlerkandidat beeinträchtigen könnte. Deswegen ging er, als die Scheidung des Ehepaars feststand, sofort in die Offensive und gab ein Herz-und-Schmerz-Interview, mit dem er auf einen Schlag kommunikative Hoheit über seine Eheprobleme gewann. Sein Vizekanzler Joschka Fischer hielt es bei seinen Ehekrisen ähnlich.

Die Flucht des rot-grünen Spitzenpersonals in die Arme der Unterhaltungsmedien hatte zwar manchmal einen Hauch von Peinlichkeit, versprach aber insgesamt einen liberaleren Umgang mit der Presse, als er in der alten christlich-liberalen Koalition gepflegt worden war. Tatsächlich zeichnete sich Rot-Grün am Anfang auch in politischen Fragen durch eine höhere Offenheit aus, als sie die späte Regierung Kohl in ihrer Wagenburgmentalität praktiziert hatte. Zudem brachten viele Mitglieder von Schröders Kabinett politische Biografien mit, die ihren Weg an die Spitze der Macht besonders interessant erscheinen ließen und so für eine stark personalisierte Berichterstattung sorgten. Recht bald aber bezahlte Rot-Grün diese neue Offenheit mit herber Medienkritik an dem angeblichen Regierungschao, die bei Schröder, Fischer und Schröders Sprecher Uwe-Karsten Heye zu der Erkenntnis führte, dass man mit der Hauptstadtresse rigider umgehen müsse. Dies erwies sich allerdings als schwierige Operation, denn die rotgrüne Regierung hatte von Anfang an auf eine enge Beziehung zu den Medien gesetzt. Stärker als an politischen Projekten wurde im Umfeld Schröders an medialen Inszenierungen gearbeitet. Ob die Erfindung eines Staatsministers für Kultur im Wahlkampf oder die Einführung einer *green card* für indische IT-Spezialisten zu Beginn der Regierungszeit: Die Politikformulierung der Regierung Schröder/Fischer fand ganz überwiegend weder im Kabinett noch im Koalitionsausschuss statt,

sondern wurde auf der Wegstrecke zum nächsten Großereignis ad hoc formuliert und direkt den Medien durchgestellt. Richard Meng, der viele Jahre Politikkorrespondent der *Frankfurter Rundschau* war, beobachtete: »Sucht man nach den zentralen politischen Botschaften der rot-grünen Jahre, so findet man sie interessanterweise jenseits der Ankündigungen zu Beginn der Legislaturperiode. Sie sind nicht aus parteipolitischen oder parlamentarischen Willensbildungsprozessen entwickelt worden. Sie entstanden insofern ungeplant, aus der Situation heraus. Zugleich waren sie in jeder Hinsicht kalkuliert, vor allem hinsichtlich ihrer Kommunizierbarkeit – und was für den Erfolg entscheidend ist: Sie ermöglichten der veränderten Medienwelt, mit klaren Botschaften zu arbeiten und nicht differenzierte, komplizierte Abwägungsprozesse nachzeichnen zu müssen.« [67]

Schröder selbst erklärte, zum Regieren brauche er nur »Bild, BamS und Glotze«. Das klappte mal besser und mal schlechter. So zahlte er selbst teures Lehrgeld, als er seine Medienaktivitäten der Kandidatenzeit als Kanzler nahtlos fortschrieb. Die Fotos mit Brioni-Anzug und Zigarre, welche die Klatschzeitschrift *Gala* 1999 von ihm druckte, hätten sich unter anderen Rezeptionsbedingungen nahtlos in die von Schröder lange glaubhaft verkörperte Geschichte des Aufsteigers aus kleinen Verhältnissen, der es ganz nach oben schafft, fügen können. Doch nun war Schröder Kanzler einer wankenden Regierung, und die Bilder wurden ihm allseits übel genommen. Der letzte große Auftritt als »Spaßkanzler« war am 20. Februar 1999. Da stand schon der Kosovokrieg vor der Tür – die erste militärische Auseinandersetzung seit 1945, an der Deutschland direkt beteiligt war. Und bei *Wetten, dass ...?* saß Schröder neben Showstars wie Veronica Ferres und Harald Schmidt. Am Ende der Sendung holte er wie ein dienstbeflissener Chauffeur eine ältere Dame aus dem Publikum ab, öffnete ihr die Tür eines Audis und fuhr sie von der Bühne. Anschließend lud er sie in ein Restaurant zum Essen ein, worüber die *Bild*-Zeitung am nächsten Tag groß berichtete. [68] Spätestens da hatte Schröder überzeugt.

Der Kanzler war aber nicht der einzige rot-grüne Spitzenpolitiker, der durch Präsenz in TV und Boulevardmedien nach Prominenzzuwachs strebte. »Sieben Jahre Rot-Grün, das sind auch sieben Jahre über Politiker-Frauen, -Kinder, -Hunde«, stellte Tissy Bruns, als 2005 alles vorbei war, ernüchtert fest. [69] Schröders glückloser Verteidigungsminister Rudolf Scharping, der

politisch vor allem dadurch auffiel, dass er im Kosovokrieg auf den sogenannten Hufeisenplan, eine Fälschung des bulgarischen Geheimdiensts, hereinfiel, blamierte sich 2001 nach Ehescheidung und einer nicht sehr sozialdemokratischen Hinwendung zu seiner Gräfin Pilati (die freilich ganz bürgerlich als Kristina Paul geboren wurde und sich ihren vollen Namen Kristina Gräfin Pilati-Borggreve mittels zweier Ehen zusammengestoppelt hatte), durch peinliche Pool-Fotos, die die *Bunte* inszeniert hatte. Als dann noch herauskam, dass er sich von dem umstrittenen PR-Berater Moritz Hunzinger Herrenanzüge hatte kaufen lassen, war er nicht mehr im Amt zu halten. Hier kam beides zusammen: die dürre Peinlichkeit von Scharpings Versuch, sich als Lebemann zu präsentieren, und die Tatsache, dass der Verteidigungsminister wie ein Pubertierender im Pool planschte, während deutschen Soldaten auf dem Balkan im Auslandseinsatz standen.

## Joschka Fischers langer Lauf zu sich selbst

Erfolgreicher war da Joschka Fischer, der zweite große Medienstar der rot-grünen Regierung. Er ließ schon lange vor der Übernahme des Außenministeriums die Öffentlichkeit an seinen Gewichts- und Liebesproblemen teilhaben. Umgekehrt war er aber auch geschickt genug, sich – anders als Guido Westerwelle elf Jahre später – auf das angestrebte Amt als oberster Diplomat des Landes vorzubereiten und die Öffentlichkeit durch staatstragende Reden, Essays und Bücher darüber zu unterrichten. Der Vergleich von Joschka Fischer und seinem Ministerkollegen Jürgen Trittin macht übrigens die unterschiedlichen Strategien deutlich, die Politiker beim öffentlichen Umgang mit ihrer Biografie und ihrem Privatleben einschlagen können: Trittin, der eine ähnliche politische Vita wie Fischer hat, amtierte sieben Jahre als Bundesumweltminister, ohne dass nennenswerte private Details nach außen drangen. Wenn die Springer-Presse ihn angriff, was vor allem wegen seiner Rolle im Zusammenhang mit dem Mescalero-Aufruf aus den 1970er-Jahren der Fall war, kamen kurze Dementis aus dem Umweltministerium oder Trittins Anwälte übernahmen die Sache. Mehr hörte man nicht. Fischer dagegen machte aus seinen politischen wie privaten Irrungen und Wirrungen ein politisches Gesamtkunstwerk. An jedem Kilo mehr oder weniger auf seinen Hüften ließ

er die Öffentlichkeit teilhaben, und immer hatte man das Gefühl, dass Fischers aktuelles Gewicht auch etwas mit den Sorgen des Außenministers und dem Zustand Deutschlands zu tun hatte. So wenig es Fischer gelang, dauerhaft sein Gewicht zu balancieren, so sehr hatte er jedoch ein Händchen dafür, wie viel Privatkatsch er dem bürgerlichen Publikum zumuten konnte, ohne es zu nerven. Seine schillernde Biografie machte ihn zur idealen Projektionsfläche der alternden 68er-Generation, die sich mit ihm – der es vom wütenden Steinewerfer zum allwissenden Minister gebracht hatte, ohne seine alten Grundüberzeugungen je ganz zu revidieren – gut identifizieren konnte. Sogar die öffentliche Verarbeitung des Scheiterns seiner dritten Ehe in seinem Jogging-Buch *Mein langer Lauf zu mir selbst* aus dem Jahr 1999 verzieh ihm sein Mittelschichtenpublikum, da es in der Mischung aus Lebenskrise, bekennntnischwangerem Idealismus, Diätzwang und Hochleistungsorientierung genügend Identifikationsmöglichkeiten bot.

Während Gerhard Schröder als Kanzler (und auch danach) seiner vierten Ehefrau Doris Schröder-Köpf die Treue hielt, wechselte Fischer auch im Amt, scheinbar spielend, die Lebensabschnittsgefährtingen. Seiner Popularität schadete dies nicht. Doch auch Fischer veränderte sich während der Regierungszeit. Zweimal setzen ihm die Medien richtig zu, fuhren große Kampagnen gegen den Publikumsliebbling. Die erste generalstabsmäßig inszenierte Attacke auf den Außenminister ging von Bettina Röhl aus, der Tochter von Ulrike Meinhof und Klaus Rainer Röhl. Sie entfachte durch Fotos, die sich in ihrem Besitz befanden und Fischer als Steinewerfer im Frankfurter Westend zeigten, eine große Debatte über das Verhältnis Fischers zur politischen Gewalt. Es war die Abrechnung des in der Opposition befindlichen bürgerlichen Lagers mit den regierenden 68ern – wenn sie auch durch die Tochter einer Terroristin und eines einst von der DDR finanzierten Verlegers ausgelöst worden war.

Die zweite Kampagne gegen Fischer war die sogenannte Visa-Affäre. Es ging hier um die zu lasche, mit manchen Unregelmäßigkeiten behaftete Visa-Vergabepraxis an einigen deutschen Botschaften und Konsulaten. Warum der Außenminister persönlich dafür verantwortlich sein sollte, wurde nie so ganz klar. Vor allem ein Dokument aus dem Auswärtigen Amt mit dem Stempel »Hat dem Minister vorgelegen« wurde zum Belastungszeugnis gegen Fischer. Doch trotz einer vielstündigen Befragung im eigens eingerichteten

Untersuchungsausschuss (diese wurde – ein Novum – live im Fernsehen übertragen) gelang es Medien und Opposition nicht, den Minister zur Strecke zu bringen. Rückblickend erscheint diese Affäre als reichlich unbedeutend. Dass sie so große Wellen schlagen konnte, hat vermutlich vor allem einen Grund: Fischer war zu diesem Zeitpunkt der Tagespolitik so weit entrückt, dass banale Mängel bei der Organisation seines Geschäftsbereichs sich mit dem Eindruck eines längst in höhere Ebenen entschwebten Ministers deckten. Bei Fischer hinterließen diese Angriffe Spuren. Sein ambivalentes Verhältnis zu den Medien kam auch in dem Abschiedsauftritt zum Ausdruck, den Tissy Bruns so schildert: »Im Herbst 2005 steigt Fischer vor den Augen vieler Journalisten auf der Fraktionsebene des Reichstags in den Fahrstuhl. Die Tür schließt sich, und Fischer verabschiedet sich von der Macht mit einem sanften ›Ciao, ragazzi!‹.« 70

Immerhin: Fischer und Schröder, auch Jürgen Trittin, Heidemarie Wiezcorek-Zeul, Herta Däubler-Gmelin und andere konnten der rot-grünen Koalition durch ihre Lebensgeschichten so etwas wie ein *grand narrative*, eine große Erzählung, verschaffen und damit zumindest teilweise die fehlende politische Strahlkraft dieses verspäteten Bündnisses kompensieren. Schröder stand für die Geschichte des Aufsteigers aus kleinsten Verhältnissen, die anderen, mit Fischer an der Spitze, vor allem für die Läuterung der einstigen Linksaußen-Gegner der Republik zu guten Demokraten – die freilich auf ihrem Weg auf die Kommandohöhen auch die Republik transformiert, sie demokratischer, toleranter und weltoffener gemacht hatten. Und das ist, wenn man sich das Personal des ersten Kabinetts Schröder anschaut, nicht nur ein Medien-Spin, sondern auch ein Stück Wahrheit. Die ständigen Aufgeregtheiten um Schröders Haare, Doris' Hunde und Rudolfs Gräfin, die Rot-Grün jahrelang begleiteten, waren hier eher eine unvermeidliche Begleiterscheinung und ein Beweis dafür, dass die 68er ihre Eitelkeit auch in Amt und Würden nicht ablegen konnten oder wollten.

## Ende eines heftigen Flirts: der Wahlkampf 2005

Das eigentlich Bemerkenswerte ist, dass die ursprünglich so intime Beziehung von Rot-Grün mit den Medien 2005 in die bislang größte Kollision von

demokratischer Politik und unabhängiger Presse mündete, die gleichzeitig eine extreme Zuspitzung des politisierten Medienhandelns bildete. Schon 1998 war die Mehrheit der Medien der Meinung gewesen, dass »Kohl weg muss« und Schröder Kanzler werden solle. 2005 verdichteten sich solche bislang eher latenten Haltungen und Befindlichkeiten zu einer echten Medienkampagne – die sich freilich diesmal gegen den Kanzler Schröder richtete. Die Bundestagswahl sollte damals um ein Jahr vorgezogen werden, weil die rotgrüne Regierung nach dem Verlust von Nordrhein-Westfalen im Mai 2005 am Rande der Auflösung stand. Das Kalkül von Schröder bestand darin, die SPD sofort nach der NRW-Wahl in eine neue Wahlkampagne zu stürzen, sie so zur Disziplin zu zwingen und vor innerer Auflösung zu bewahren. Dafür musste Schröders Koalition den Bundestag auflösen – ein verfassungsrechtlich alles andere als einfacher Vorgang, weil er eigentlich eine Art Staatsnotstand voraussetzt. Da es aber keinen anderen Weg zu Neuwahlen gab, teilte der Kanzler dem Bundespräsidenten mit, dass die Regierungsfaktionen seine Politik nicht mehr mittrügen und bat um Auflösung des Parlaments. Zwei Wochen zuvor, am 1. Juli 2005 hatte Schröder im Bundestag tief betrübt die Vertrauensfrage gestellt und diese erfolgreich verloren, nachdem er die tiefe Krise seiner Regierung rührselig beschrieben hatte. Schon am selben Abend absolvierte er seinen ersten Wahlkampfauftritt. Die *Tagesthemen* schnitten beide Berichte direkt hintereinander, so dass das Publikum zusammenhangslos einen zu Tode betrübten und einen bis zum Anschlag aufgeputschten Kanzler sehen konnte, der zu dröhnender Musik mit Victory-Zeichen in den Saal einzog. Schon dies erschien vielen Kommentatoren in den Medien widersprüchlich. Aus ihrer Sicht hatte Schröder die Vertrauensfrage nur fingiert, und sie schrieben dies auch offen. Zu diesem Zeitpunkt konnte aber noch keiner ahnen, welchen Tiefpunkt im Verhältnis zwischen Politik und Presse die kommenden Monate bringen sollten.

Nach einem fulminanten Wahlkampf Schröders und nachdem die SPD am 18. September 2005 entgegen allen Voraussagen mit 34,2 Prozent ein fast genauso gutes Ergebnis wie die Union erzielt hatte, erklärte Gerhard Schröder, er sei stolz, »dass Medienmacht und Medienmanipulation das demokratische Bewusstsein nicht erschüttert« hätten. Vom »größten Zusammenprall zwischen Journalismus und Politik seit langem« sprach Bernd Ulrich, der stellvertretende Chefredakteur der *Zeit*.<sup>71</sup> Im Sommerwahlkampf

2005 sind nicht nur alte Freundschaften zerbrochen. Die bis heute anhaltende Diskussion um die mediale Kommentierung dieses Wahlkampfes bezieht sich einerseits auf den Umgang der Medien mit der rot-grünen Koalition, sie verweist andererseits aber auf weitergehende Fragen: Welche Erwartungen an die Medien kann die Politik bei der Vermittlung politischer Entscheidungen noch hegen? Versteht sich der politische Journalismus noch als kritischer Begleiter politischer Prozesse oder nutzt er die destruktiven Momente der Politik zu einer Totaldemontage des Politischen? Und – aus umgekehrter Perspektive gefragt – mit welchem Wahrhaftigkeitsanspruch begegnen Politiker den Medien? Versuchen sie, diese durch Inszenierungen einzulullen, oder gibt es wirklich noch einen ernsthaften Begründungs- und Vermittlungsimperativ gegenüber der Öffentlichkeit, der das Handeln von Politikern prägt?

## Krieg ohne Kampf

Diese Frage war 2005 keineswegs neu. Schon in den Nachwehen des Bundestagswahlkampfes 1976, in dem Helmut Schmidt die Regierungsmehrheit gegen seinen Herausforderer Helmut Kohl äußerst knapp verteidigt hatte, überraschte die Meinungsforscherin Elisabeth Noelle-Neumann die Öffentlichkeit mit ihrer These eines »doppelten Meinungsklimas«, das für den Erfolg der regierenden Koalition den Ausschlag gegeben habe: Während die Bevölkerung mehrheitlich die CDU/CSU favorisiert habe, seien es vor allem die Redakteure in den angeblich linksliberal dominierten öffentlich-rechtlichen Rundfunkhäusern gewesen, welche der amtierenden Regierung Schmidt die Treue gehalten hätten. Dadurch sei ein doppeltes Meinungsklima entstanden, eine Mehrheit der öffentlichen Meinung gegen die elitäre Minderheit der veröffentlichten Meinung. Die dialektische Volte von Noelle-Neumanns Theorie, die als »Schweigespirale« weltweit berühmt werden sollte: Da die schweigende Mehrheit mit ihren bürgerlich-konservativen Präferenzen aufgrund der verzerrten Medienöffentlichkeit, in der ein linkes Meinungsklima dominant war, sich nicht selbst als Mehrheit begreifen konnte und die Medien in ihrer Berichterstattung gegenüber dem Einzelnen den Anschein erweckten, er stehe mit seiner politischen Meinung allein, wurden Wähler in großen Scharen SPD oder FDP zugetrieben, um der Gefahr einer sozialen Isolation im Freundes-

oder Bekanntenkreis zu entgehen. Die Medien waren also nach Noelle-Neumanns Lesart zu aktiven Wahlhelfern der regierenden Koalition geworden, da sie das gesellschaftliche Meinungsklima einseitig und entgegen der Bevölkerungsmeinung zugunsten von SPD und FDP geprägt hatten. [72]

An dieser Theorie ist vieles fragwürdig. So erscheint es beileibe nicht erwiesen, dass die Angst von Menschen vor sozialer Isolation Einfluss auf ihre geheimen Entscheidungen in der Wahlkabine hat; die Rechtsextremismusforschung etwa kommt hier zu dem genau gegenteiligen Befund, dass viele Rechtsradikale ihre Gesinnung zwar nicht öffentlich preisgeben, aber heimlich in der Wahlkabine das Kreuz doch bei einer extremistischen Partei machen. Auch ließ Noelle-Neumanns Szenario offen, warum Kohl trotz der gegen ihn gerichteten Medienmacht beinahe fünfzig Prozent der abgegebenen Stimmen erzielte. Trotz dieser Ungereimtheiten wurde Noelle-Neumanns Theorie ein sozialwissenschaftlicher und politischer Bestseller. Sie bildete bis 1982 die (freilich demokratiekompatible) Dolchstoßlegende, mit der erklärt werden konnte, warum Kohl 1976 gescheitert war. Und sie entfaltete politische Wirkung, als die Konservativen kurz nach ihrem Regierungsantritt das Privatfernsehen einführten und den öffentlich-rechtlichen Rundfunk personell aufmischten, um die »Meinungsvielfalt« wiederherzustellen.

Der Wahlkampf 2005 geriet für die SPD zu einer ähnlichen Dolchstoßlegende. Bis heute gibt es zwei verschiedene Lesarten der damaligen Ereignisse: Die eine vertreten viele Sozialdemokraten, einige Grüne und ein Teil der kritischen Sozialwissenschaft. Sie besagt, dass es auch im Wahlkampf 2005 ein doppeltes Meinungsklima gegeben habe. Demzufolge hätten große Teile der neoliberalen Medien der amtierenden Bundesregierung schon im Jahr 2004 jede Form von Fairness in der Berichterstattung aufgekündigt. Den Wahlkampf 2005 hätte die SPD gegen ein Medienlager bestreiten müssen, das einseitig auf einen Sieg von CDU und FDP gesetzt und die Regierung systematisch niedergeschrieben hätte. Die Akteure auf Regierungsseite hätten keine Chance mehr gehabt, in dieser Medienkonstellation mit Sachargumenten durchzudringen. Die Wahl sei als entschieden dargestellt worden, bevor der heiße Wahlkampf überhaupt eröffnet war. Für diese Lesart gibt es Belege. Prononciert trat im Wahlkampf 2005 zum Beispiel der einflussreiche *stern*-Kolumnist Hans-Ulrich Jörges hervor, der in seinen Artikeln alle Schwächen Merkels in Stärken umdeutete und dem Wähler beim Ankreuzen des

Stimmzettels quasi direkt die Hand führte. Das klang dann so: »Denn die Deutschen wählen den Wechsel, nicht den Kumpel. Weil sie Interesse daran haben, ökonomisch und sozial, weil sie Hoffnung suchen und Vertrauen investieren wollen. Die einen können's einfach nicht, die anderen vielleicht. Und dieses vagabundierende Vertrauen lädt Angela Merkel auf. Mit Sympathien und Hoffnungen. Ähnlich wie damals, als sie nach Kohls Spendenskandal die am Boden liegende CDU übernahm und in ihrer Partei zu ›Angie‹, Kandidatin der Herzen, wurde. Damals übernahm sie eine verzweifelte Partei, diesmal ein verzweifolndes Land. Die noch immer unbekannte, unbeschriebene Frau, die Frau mit den zwei Gesichtern – einem verhärmtten, verdrießlichen, verspotteten und einem charmanten, lächelnden, linksch verschmitzten – wird zur Projektionsfläche für die Emotionen des Volkes. Ihre vermeintliche Schwäche – Frau, und auch noch aus dem Osten! – wandelt sich zur Stärke eines Neubeginns. Die strahlende Kandidatin, die das erste Gesicht abgestreift hat wie eine Maske, ist nicht nur mit eigener Kraft aufgeladen, sie reflektiert kollektive Energie. Dieser Vertrauensvorschuss ist ihr wahrer, ihr einziger Schatz, den sie eisern zu hüten hat vor den Zockern am Spieltisch der Opposition.« [73] Jörges war nicht der einzige, der so schrieb. Die *Zeit*-Redakteurin Susanne Gaschke stellte zehn Tage vor der Wahl indigniert fest, dass auch ihr eigenes Blatt die Aussage »Merkel wird Kanzlerin« ohne »jeden relativierenden Zusatz« [74] drucke, während der *Spiegel* sich schon detailliert den Fehlern widme, welche die neue Amtsinhaberin machen werde. Der *Ringier*-Chefpublizist und Freund des Kanzlers Frank A. Meyer sprach gar von der »Abschaffung des Wahlkampfes durch die mediale Vorwegnahme des Resultats«. [75] Selten seien »ein Bundeskanzler und seine Regierung von den Medien so geprügelt, verspottet, so ab- und niedergeschrieben worden wie Rot-Grün in diesem Wahlkampf«, sekundierte der ehemalige *Bild*-Chef Udo Röbel. Dies ist die eine These, die bis heute im Raum steht. Gestärkt wurde sie auch dadurch, dass die Medien sich im Wahlkampf sehr auf Horse-Race-Berichterstattung konzentrierten, also primär über die aktuellen Umfrageergebnisse und nicht über Inhalte berichteten und entsprechend Metaberichterstattung über Stimmungen betrieben, die sie selbst angeheizt hatten. Pech nur, dass die demoskopischen Daten am Ende so gründlich daneben lagen, denn das machte auch die Medien angreifbar. Und rückblickend erwiesen sich Schlagzeilen wie die von Springers *Bild* am

*Sonntag*, die schrieb: »Rot-Grün zu dumm zum Selbstmord?«, oder jene der *taz*, die über einem Bild des Kanzleramts titelte: »Raus hier, aber dalli«, als im Hinblick auf den Wählerwillen wenig zutreffend.

Die Gegenposition zur Manipulationsthese wird bis heute von Medienpraktikern, also vor allen den Chefredakteuren, Intendanten und professionellen Medienjournalisten vertreten. Diese verweisen darauf, dass eine der Hauptaufgaben des Journalismus in einer kritischen Begleitung der Mächtigen besteht, wobei diejenigen mit Regierungsmacht nun einmal naturgemäß im Mittelpunkt stünden. Mit Helmut Kohl sei man ja auch nicht zimperlich umgegangen. Rot-Grün habe sich nun einmal primär durch inkonsistente Politik und handwerkliche Fehler ausgezeichnet, und die Medien hätten im Jahr 2005 nur den Finger auf die offene Wunde gelegt, mehr nicht. Die laut verkündete Erwartung, nach dem 18. September eine andere Regierung zu haben, sei durch die aktuellen Umfragewerte gedeckt gewesen, die demoskopische Erholung der SPD habe erst in der Schlussphase des Wahlkampfes stattgefunden. Und schließlich sei Angela Merkel ja doch noch Kanzlerin geworden. Fazit: In den Redaktionen habe man sich nichts vorzuwerfen, und die SPD versuche, mit geballter Medienschelte vom Machtverlust und der Erosion der eigenen Basis abzulenken. »Wenn Schröder und Co. so lautstark über die angebliche Verluderung der journalistischen Sitten klagen, so ist das nichts anderes als der Zorn darüber, dass die Medien sich eben nur bedingt instrumentalisieren liessen«, urteilte etwa die *Neue Zürcher Zeitung*.<sup>[76]</sup>

Dies war die Konfliktstellung zwischen SPD und Medien nach der Bundestagswahl 2005. Gerhard Schröders brachiale Medienkritik nach dem überraschend guten Abschneiden der SPD sprach damals einem großen Teil seiner Partei aus der Seele. Der *Zeit*-Chefredakteur Giovanni di Lorenzo mahnte zwar in einem Leitartikel Ende September 2005, die Medien müssten nun ein Moment innehalten und die eigene Rolle reflektieren, »denn die Kommentierung des Wahlkampfes in diesem Jahr hat sich von der vergangener Jahrzehnte tatsächlich unterschieden«<sup>[77]</sup>, doch real geschah wenig, um zu klären, auf welche Spur die Medien im Bundestagswahlkampf nun geraten waren. Einen der bemerkenswertesten Debattenbeiträge lieferte Ende Januar 2006 Bernd Ulrich. Er gehörte – neben dem *stern*-Politikchef Hans-Ulrich Jörges und den *Spiegel*-Redakteuren des Hauptstadtbüros – zu den wegen

ihrer angeblichen Parteinahme für Angela Merkel am stärksten von links angegriffenen Journalisten. Sein Stück »Verstehen oder verachten« aus der *Zeit* von Anfang 2006 verdient eine genauere Analyse. Denn Ulrich wies die den Medien vorgeworfenen Manipulationsabsichten nicht nur zurück, sondern unterstellte umgekehrt der SPD unlautere Motive: Schröder und Müntefering hätten am 22. Mai 2005 Neuwahlen ausgerufen, die sie von vornherein verlieren wollten. »Dennoch versuchten sie, den Menschen und den Medien das Gegenteil weiszumachen (...). Allein der Plan ging schief, die Medien ließen sich nicht bluffen, die Leute auch nicht. Das ärgerte den Medienkanzler Schröder und den Medienliebling Fischer. Da ihr Versuch, die Medien zu manipulieren, fehlgeschlagen war, behaupteten sie, die Medien hätten ihrerseits versucht, den Wahlkampf zu manipulieren und Rot-Grün wegzuschreiben.«<sup>[78]</sup> Auch dieses Argument ist nicht ganz von der Hand zu weisen. Offenbar hatten viele Journalisten schon die Neuwahlentscheidung Schröders als Rücktritt auf Raten interpretiert, was sie dazu verleitete, so der ehemalige Regierungssprecher Uwe-Karsten Heye, »das Fell des Bären zu verteilen, bevor er erlegt war – was wiederum den Kampfeswillen des Bären weckte«. Während Schröder es im Wahlkampf wirklich noch einmal wissen wollte, glaubten die Medienbeobachter, sie wohnten der Abschiedsshow eines alternen Tanzbären bei. Dies verweist auf die Inszenierungsdimension von Politik, die manche Journalisten glauben lässt, alles, was auf der politischen Vorderbühne geschehe, sei zur Manipulation der Medien ersonnen worden. Bemerkenswert an Ulrichs Stück ist allerdings weniger die Bewertung von Gerhard Schröder, sondern die von Angela Merkel. Im Umgang mit ihr – so Ulrich – rege sich in den Medien plötzlich »ein sportliches Gefühl: Fairness. So ist einstweilen diese Stimmung entstanden, man will bei der neuen Regierung erst mal hinsehen und nicht gleich hinlangen.« Was aber kann das heißen, außer dass bei Rot-Grün vorher kräftig hingelangt wurde?

Für Verbitterung sorgte im rot-grünen Lager vor allem die Tatsache, dass es vielfach alte Weggefährten und als liberal geltende Presseorgane waren, die nun offen gegen die Koalition opponierten. Auffällig war dies vor allem beim *Spiegel*, beim *stern* und partiell bei der *Zeit*, weniger offensichtlich bei der *taz* und der *Süddeutschen*. 1998 und auch noch 2002 profitierte Rot-Grün vom publizistischen Mainstream, 2005 war das anders. Dass sich die Meinungen von politischen Journalisten und die redaktionellen Linien der großen

Presseorgane ändern können, müssen alle politischen Parteien akzeptieren. Entscheidend ist die Frage, aus welchen Gründen sich der Tenor der Berichterstattung dreht. Und hierauf hat es 2005 keine überzeugende Antwort aus den Redaktionen gegeben. Natürlich hatte Rot-Grün handwerkliche Fehler gemacht. Und natürlich dümpelte das Land spätestens seit 2001 in wirtschaftlicher Stagnation dahin. Doch kann dabei nicht übersehen werden, dass die rot-grüne Regierung durchaus eine Modernisierung des Landes eingeleitet hat – von Homo-Ehe und Zuwanderung bis Riester-Rente und Hartz-Gesetzen –, die sich über weite Strecken mit den in der Öffentlichkeit als erforderlich angesehenen Reformen deckte. Woher also die Verhärtenngen, die Entschlossenheit, mit der viele gegen die Regierung anschrieben?

Richtig wie im Tollhaus ging es dann nach der Wahl zu, als das allgemein erwartete schwarz-gelbe Bündnis keine Mehrheit hatte und eine andere Koalition gebildet werden musste. Besonders beflügelnd auf die Hauptstadtmedien wirkte die Aussicht auf eine sogenannte Jamaika-Koalition aus Union, FDP und Grünen, denn die versprach bunte Farben und eine gehörige Portion Exotik. So heuerte ein Team von *Stern-TV* eine Reihe von Jamaikanern an, die sich vor dem Reichstag als neue Bundesregierung ausgaben. Ein Journalist zitierte die jamaikanische Botschafterin Marcia Yvette Gilbert-Roberts, die ankündigte, sie werden alle Angehörigen einer solchen Koalition in ihre Heimat einladen. Das Medienecho darauf war so gewaltig, dass die Botschaft dementieren und erklären musste, Jamaika wolle sich nicht in die deutsche Innenpolitik einmischen. Gleichzeitig tobte zwischen Jörg Schönenborn von der ARD und Peter Hahne vom ZDF ein Streit darüber, wer die Urheberschaft am Begriff der Jamaika-Koalition habe. Bald kam aber heraus, dass keiner der beiden Sender diese verbuchen durfte. Das Dormagener Wochenblatt *Schauenster* konnte nachweisen, dass einer seiner früheren Redakteure den Begriff 1994 in einem Kommunalwahlkampf geprägt hatte. Bald darauf war aber auch dieser Spuk vorbei, denn für ein Jamaika-Bündnis gab es keine politische Basis und so wurde die große Koalition gebildet. 79

## 5. Die entfaltete Medienrepublik

### Berlin reloaded

Von den Anfängen der Bundesrepublik bis zur vollen Entfaltung der Mediendemokratie war es ein weiter Weg. Zwischen Wolfgang Koeppens *Treibhaus* und den heutigen Verhältnissen liegen zahlreiche Zäsuren: die *Spiegel*-Affäre von 1962, die den Wert der Pressefreiheit ins breite Bewusstsein rückte und das Selbst- und Sendungsbewusstsein des politischen Journalismus stärkte, der Kampf um die Ostpolitik in den frühen und der einsetzende Prozess der Medienkonzentration in den späten 1970er-Jahren, die Einführung des dualen Rundfunks in den 1980ern, die Medienkrise der Jahrtausendschwelle, das Aufkommen des Internets mit all seinen Implikationen, der Bonn-Berlin-Umzug und nicht zuletzt die große Konfrontation von Regierung und Medien im Wahlkampf 2005. All das hat einen Umbruch bewirkt, weitere Schübe Richtung Mediengesellschaft, welche die Verhältnisse gründlich verändert haben.

Dreizehn Jahre nach dem Regierungsumzug ist der politisch-mediale Komplex in Berlin fest installiert. Das Raumschiff Bonn ist endgültig zum Bi-top Berlin mutiert. Der politische und mediale Wettbewerb um Aufmerksamkeit findet nun in der Hauptstadt unter den Bedingungen enormer Verdichtung und Beschleunigung statt. Die Zahl der Medienkanäle und das Tempo der Berichterstattung haben sich vervielfacht, Artikel und O-Töne werden immer kürzer, die Zeitungsseiten (etwa bei der *Berliner Zeitung*, der *Frankfurter Rundschau* oder der *Welt kompakt*) kleiner. Was zunächst ins Auge springt, ist die schiere quantitative Zunahme an Medien in der Hauptstadt. In Berlins Mitte ist in der vergangenen Dekade eine politisch-mediale Superstruktur entstanden, die kaum noch zu überschauen ist. Rund 2500 Journalistinnen und Journalisten berichten aus Berlin tagesaktuell über Politik. <sup>[80]</sup> Bei der Bundespressekonferenz, dem Zusammenschluss der die Bundespolitik kommentierenden Journalisten, waren Ende 2010 mehr als 900 Parlamentskorrespondenten Mitglied. Alle nationalen sowie die Mehrheit der

überregionalen Tageszeitungen sind in Berlin mit Hauptstadtbüros oder Korrespondenten präsent. Mehr als 60 nationale und internationale Fernsehstationen unterhalten Berliner Dependancen, ebenso wie 94 regionale Tageszeitungen, die in Berlin mit Korrespondenten oder eigenen Büros vertreten sind. Hinzu kommen die lokalen Berliner Medien, die beiden überregionalen Qualitätszeitungen *Berliner Zeitung* und *Tagesspiegel* sowie die *taz*, die in Berlin gemacht werden, und die großen Redaktionen des Axel-Springer-Verlags mit *Welt* und *Bild*.<sup>81</sup> Im Bonn dagegen gab es neben den bei der Bundespressekonferenz akkreditierten Journalisten nur den *Bonner Generalanzeiger*.

Mit dem Umzug von der ruhigen Mittelstadt am Rhein in die nervöse Metropole an der Spree war somit auch die berühmt-berüchtigte Nähe passé, auf deren Grundlage journalistische und politische Eliten in Bonn jahrzehntelang die jeweils aktuelle Kommentarlínie verhandelt hatten. Der Ausbruch aus dem viel zu engen Bonn hätte eine Chance für vitalere und lebensnähere Strukturen der Öffentlichkeit bedeuten können. Doch statt zu einer Öffnung und Hinwendung zu den gesellschaftlichen Realitäten des Landes kam es in Berlin zur Entstehung eines monokulturellen Diskurssystems zwischen Politik und Medien, das sich noch hermetischer darstellt, als dies in Bonn je der Fall war. Die bis heute andauernde Einigelung von Bundespolitik und bundespolitisch berichtenden Medien auf wenigen Quadratkilometern von Berlin-Mitte lässt sich nur durch den Schock der ersten Stunde erklären, den die Bonner beim Umzug vom Rhein an die Spree erlitten. Für die Bonner Journalisten bestand dieser Schock vor allem in der Konfrontation mit der lokalen Berliner Medienszene. Denn an der Spree angekommen, trafen die Neuberliner auf eine bereits gut ausgebaute Zeitungs- und Hörfunklandschaft, die freilich ganz anders akzentuiert war, als die, die sie vom Rhein kannten. Statt des betulichen *Bonner Generalanzeigers* gab es mit *B.Z. (West)* und *Berliner Kurier* (Ost) zwei aggressive Boulevardzeitungen, die die Stadt fest im Griff hatten. Hinzu kam eine Privatradio-Landschaft, die mit ihrem wichtigsten Sender *Hundert,6* von dem fanatischen Antikommunisten und journalistischen Autodidakten Georg Gafron beherrscht wurde. Zeitweilig war dieser in Personalunion auch Geschäftsführer des lokalen Fernsehsenders *tvb* sowie Chefredakteur der *B.Z.* und damit der ungekrönte König des Berliner Boulevards. Stimmungsmache gehörte bei Gafron zu den Geschäftsgrundsätzen. Während eines Berliner Abgeordnetenhauswahlkampfes ließ er

an öffentliche Gebäude große Plakate mit dem Slogan »Keine Macht den Tätern« kleben – und meinte damit die in Berlin erfolgreiche PDS. Vor allem seinen Sender *Hundert,6* baute er konsequent zur medialen Kampftruppe der Berliner Frontstadt-CDU aus. »Wo unser Haus steht, ist hinlänglich bekannt«, ließ er seine Redakteure wissen. »Etwaige Unklarheiten beseitigt gerne die Chefredaktion.« In seinem Büro im Axel-Springer-Hochhaus an der Kochstraße hatte der DDR-Flüchtling Gafron nicht nur einen aufziehbaren Plastiksoldaten und eine Panzerminiatur aufgestellt, sondern auch die amerikanische Flagge gehisst. Den Beschwerdeausschuss des Deutschen Presserats beschäftigte er regelmäßig mit Schlagzeilen wie »Der Kongo-Killer von Weißensee«, und 1994 kürten die Berliner SPD-Frauen Gafron zum »Chauvi des Jahres«. Eine Zeitlang musste sich *Radio Hundert,6* die Sendefrequenz mit dem linksalternativen Sender *Radio 100* teilen, was zu bizarren Szenen führte. Gafron ließ zum Sendeschluss von *Hundert,6* die Nationalhymne spielen, *Radio 100* begann sein Programm mit dem Geräusch einer abgezogenen Klospülung. Kurz: Die ideologischen Gegensätze in der ehemaligen Frontstadt waren scharf akzentuiert, große Teile des Terrains schon besetzt. Es wurde eng in Berlin. Tissy Bruns berichtet von dem von vielen lang gedienten Korrespondenten erschreckt ausgerufenen Stoßseufzer: »Wir sind hier einfach zu viele.« Und stellt ungerührt fest: »Hinter den glänzenden neuen Fassaden findet ein Statusverlust statt.« <sup>[82]</sup> Denn statt des exklusiven Austauschs im Hinterzimmer mit den Mächtigen der Politik geriet die Hauptstadtresse mitten in den Krieg des Bunten und Bizarren auf dem Berliner Medienmarkt. Davon konnte auch die Politik nicht unbeeinflusst bleiben. Der SPD-Politiker Peter Struck erinnert sich mit Gruseln an diese frühe Berliner Zeit: »Über Monate hinweg herrschte eine Atmosphäre, die von Misstrauen zwischen Politik und Journalismus geprägt war. Auch ich beteiligte mich damals an der Legende, dass an eine seriöse Zusammenarbeit mit Journalisten in Berlin nicht zu denken sei. Dies war sicher eine Überinterpretation, aber man konnte nicht leugnen, dass der Umgang miteinander nicht mehr transparent und überschaubar war. Informationsarbeit wurde zum Massengeschäft. Vertraulichkeit drohte auf der Strecke zu bleiben.« <sup>[83]</sup>

Selbst wenn Politiker wie Journalisten unter dem Eindruck des ersten Kulturschocks zu Übertreibungen neigten, bedeutete Berlin ohne jede Frage eine tektonische Verschiebung im lange eingespielten Verhältnis von

Politikmachern und Politikbeobachtern. Vieles, was in Bonn zum unausgesprochenen Comment des Umgangs gehört hatte, galt in Berlin plötzlich nicht mehr. Die Sitten wurden ruppiger, der Tonfall rauer. Scheinbar unaufhaltsam hielt der Boulevard Einzug in die Politikberichterstattung. Im Jahr 2000 suchte ein Fernsehmagazin Kokainspuren in den Toiletten des Reichstagsgebäudes und wurde angeblich in 22 von 28 Waschräumen fündig. Bundestagspräsident Wolfgang Thierse musste daraufhin die Forderung nach flächendeckenden Haartests für alle Abgeordneten abwehren. Drei Jahre später druckte die *Bild*-Zeitung auf ihrer Titelseite ein Foto, das laut Behauptung der Zeitung das Gehirn des PDS-Politikers Gregor Gysi darstellte, der sich einer Hirnoperation unterziehen musste, und titelte: »Gysi zeigt sein Gehirn. Wie gesund ist der PDS-Star wirklich?«

## »Jagdfieber«

Die neuen Sitten in der Bundeshauptstadt konnten schon bald von allen eingehend besichtigt werden. Das erste große Schaulaufen für die neue Medienrepublik und die in ihr herrschenden Kommunikationsverhältnisse war 1999 die CDU-Spendenaffäre. Einerseits war sie die journalistische Begleitung einer der größten Affären der Republik, andererseits hatte sie auch Züge einer Treibjagd: Altkanzler Helmut Kohl wurde von Reportern verfolgt, wenn er aus unangenehmen Befragungen floh und schnurstracks die nächste Filiale von »Butter Lindner«, einem Berliner Feinkostfilialisten, anstrebte. Am nächsten Tag konnte man in den Zeitungen lesen, mit welchen Delikatessen sich Kohl über seinen tiefen Fall hinwegtröstete und es wurde penibel ausgezählt, wie viele Frikadellen er bei Lindner gekauft hatte. Die Reporter, ganz überwiegend selbst noch neu in der Stadt, beschrieben die Szenerie wie Touristen im Zoo – mit dem Altkanzler als Elefanten im Mittelpunkt. Kohl giftete sarkastisch zurück: »Es gibt keinen lebenden Deutschen, der von den Massenmedien so gut behandelt wird wie ich. Deswegen bin ich schon beim Aufstehen und beim Zubettgehen voller Dankbarkeit.« Erschreckt konstatierte der *Zeit*-Journalist Gunter Hofmann damals: »Es gibt eine wirkliche Affäre. Und eine wirkliche Konkurrenz auf dem Medienmarkt gibt es auch. In Berlin kommt das alles zusammen. Härter, manchmal brutaler. Eine »Hetzjagd«?

Nicht im politischen Sinne. Ebenso wenig werden Menschenrechte verletzt, wie Kohl dräut. So herrscht er Journalisten an, »es geht Ihnen doch gar nicht um die Wahrheit, das steht Ihnen im Gesicht geschrieben«. Doch, es geht um die Wahrheit, aber nicht nur. Sie wollen auch einfach Bilder und Stoff. Und manche sind nicht trittsicher auf dem politischen Parkett; in Berlin ging es für die Medien früher um Gasexplosionen, gelegentlich um eine kleine feine Mordsache oder Eberhard Diepgen.« <sup>[84]</sup>

Eine Zuspitzung erfuhr die Tendenz zum *pack journalism*, zur geballten Verfolgung einzelner Politiker durch ganze Rudel von Journalisten, als der CDU-Vorsitzende Wolfgang Schäuble ins Zentrum der Spendenaffäre rückte. Die Journalisten jagten Schäuble wie vorher Kohl. Doch Schäuble ist Rollstuhlfahrer und konnte aus eigener Kraft kaum fliehen. In Bonn gab es klare Tabus, was den Umgang mit Schäubles Behinderung anging. In Berlin versuchten auf dem Höhepunkt der Affäre Kamerateams zu filmen, wie der hilflose Schäuble von Mitarbeitern aus dem Auto gehoben und in seinen Rollstuhl gesetzt wurde. Das war ohne Frage nicht mehr Journalismus, sondern nur noch Voyeurismus. Immerhin: ein paar der alten Bonner Reflexe funktionierten noch. Es kam zu einer Remperei unter Journalistenkollegen, andere Reporter verhinderten, dass solche entwürdigenden Bilder von Schäuble entstanden. Die Fotografin Herlinde Koelbl prägte in dieser Zeit den Ausdruck »die Meute«, der dem versammelten Berliner Korrespondentenkorps seitdem anhängt. »Jagdfieber« nannte die Deutsche Vereinigung für Parlamentsfragen im Sommer 2004 nicht umsonst ein Forum zum Thema »Journalisten und Politiker in der Berliner Republik«. Und der langjährige *Spiegel*-Reporter Jürgen Leinemann beschrieb in der Zeitschrift *Cicero* eine Szene in einem Berliner Hauptstadtbüro: »Ein erfahrener Auslandskorrespondent, der seinen Bürochef um Genehmigung für ein Politiker-Porträt bat, erfuhr von dem herablassend, dass die Zeiten, in denen Reporter Politiker begleiteten, um sie beobachten, verstehen und beschreiben zu können, nun wirklich vorbei seien. Ach, sagte der Berlin-Neuling, und was machen wir jetzt? Antwort: »Wir jagen sie.«« <sup>[85]</sup>

## Neue Moden in Mitte

Die frühen Berliner Jahre waren auch die Zeit, in der sich eine Reihe von journalistischen Moden etablierte, die das politischmediale Geschäft in Berlin bis heute prägen. Die sogenannten Vorabs kamen auf, kurze, schlagzeilen-trächtige Meldungen, die Zeitungen schon vor dem Erscheinen ihrer Artikel an die Nachrichtenagenturen geben, um der eigenen Geschichte bei Erscheinen maximale Resonanz zu sichern. Die Folge war das unverblünte Schielen von Journalisten auf agenturfähige Zitate, die immer mehr an die Stelle von zusammenhängenden Interviews und Berichten traten. Nicht mehr die Leser oder Zuschauer waren hier die Referenzmarke für die Berichterstattung, sondern die eigenen Kollegen. Selbstbezüglichkeit wurde so mehr und mehr zum Merkmal der Medienproduktion. Eine Steigerung erlebte auch die »Exklusivitis«, der Wunsch, irgendetwas melden zu können, was die anderen nicht hatten. »Peinlich ist nichts mehr, wenn man nur damit zitiert wird«, stellte Richard Meng schon 2002 ungerührt fest.<sup>[86]</sup> Da dabei oft nur der Wunsch der Vater des Gedankens war, kam es immer häufiger zu Pseudo-Scoops: An sich langweilige Geschichten wurden groß aufgeblasen und mit viel Tam-Tam in die Welt gejagt, doch eigentlich verstand kein Mensch, was daran nun so skandalös sein sollte. Meng beobachtete: »Im Journalismus werden nun Nachrichten über die Maßen zugespitzt, um exklusivfähig zu werden. Nichts kann mehr über Nacht zur weiteren Recherche liegen bleiben, weil das Thema sonst von anderen weggeschnappt würde. ›Professionelle Nachrichtenbeschleunigung‹ kann man diese Effekte positiv nennen, negativ ›Nachrichtennüll ohne reale politische Bedeutung‹.«<sup>[87]</sup> Das Bewusstsein für das wirklich Wichtige ging darüber zunehmend verloren. Cem Özdemirs Flugreisen, Angela Merkels Dekolleté und Claudia Roths bunte Kleider wurden bald mit genauso viel Aufmerksamkeit bedacht wie der Umbau des Sozialstaats und die zahlreicher werdenden Auslandseinsätze der Bundeswehr. Immer häufiger wurden Lappalien zu großen Geschichten aufgeblasen, die allerdings genauso schnell wieder in Vergessenheit gerieten. Die Medienrotation beschleunigte sich in diesen frühen Berliner Jahren immer mehr und verlangte stetig neues Futter.

## Beschleunigung, Verdichtung, Überdehnung

Vieles spricht dafür, dass das Tempo der Politikberichterstattung im politischen Berlin heute einen Scheitelpunkt erreicht hat, an dem bei jeder weiteren Beschleunigungszunahme der Systemkollaps droht. Denn die Abfolge von Nachrichten und Informationen, von News und Wichtigkeiten, die den politischen Alltag in der Bundeshauptstadt prägen, ist mittlerweile so dicht, dass sich selbst die professionellen Manager dieses stetigen Nachrichtenstroms in dem von ihnen gesäten Gestrüpp verheddern. Politik wird in der heutigen Medienberichterstattung zum unendlichen, oft hoch erregten und dennoch immer zähen Fluss von Argument und Gegenargument, von Skandalisierung und nachfolgendem Beschwichtigungsversuch. Welle um Welle rollt durch die Medienkanäle und jedes Mal türmen sich die Wogen höher auf. Zeit zum Zurückschauen hat niemand mehr. Denn kaum ist ein Thema massiert nach vorn gebracht worden, folgt schon das nächste. »Ich kann verstehen, wenn sich Neuigkeiten über Unternehmen, die für Börsenkurse relevant sind, an Sekunden der Veröffentlichung messen, denn die Kunden, die darüber informiert sein wollen, zahlen auch für diese Geschwindigkeit. Die Berichterstattung über politische Prozesse hingegen sollte sich nicht nach Sekunden bemessen, sondern nach inhaltlicher Tiefe. Der Druck, aktuell sein zu müssen, hat fast alles andere verdrängt«, stellt der ehemalige Bundesfinanzminister Steinbrück fest.<sup>[88]</sup> Zwar gibt es im politischen Berlin viele Profiteure dieser Themen-Hausse: Politiker, die im Erregungsstrom ihre Anliegen leicht platzieren oder unter den Aufmerksamkeitswellen geschmeidig hinwegtauchen können, findige Kommunikationsberater, die angesichts der Vielzahl von Medienkanälen und Themen für ihre Kunden schnell Zugang zur Öffentlichkeit finden, und nicht zuletzt die Medien selbst, denen so der Stoff nie ausgeht. Es gibt aber auch einen Verlierer dieser Beschleunigung: die Demokratie selbst. Denn deren *raison d'être* beruht auf dem Mitnehmen der Menschen, dem Abwägen der Argumente und der sorgfältigen Prüfung von Alternativen. Doch genau dieses genauere Hinschauen darauf, was wirklich ist, der Versuch, für politische Positionen zu werben, sie zu verbreitern und für sie Anhänger zu finden, wird in der aufgeregten Stimmungsdemokratie zunehmend unmöglich. Letztlich führen die ständigen medialen Aktionsattacken zur Verwischung des Politischen, zu seiner allmählichen Unkenntlichwerdung, da

niemand mehr sagen kann, was gerade wirklich relevant ist und wofür es sich einzusetzen lohnt. Marcus Jauer hat kürzlich in einer eindrucksvollen Reportage für die *F.A.Z.* beschrieben, wie man sich die Diskursproduktion in der Bundeshauptstadt vorstellen muss: »Im Berliner Betrieb gibt es jeden Tag Sitzungen, Reden, Konferenzen, Termine (...). Jede Frage wird vom Thema bestimmt, über das alle reden und das sich entwickelt, indem eine Aussage die nächste auslöst. In ihrer Emsigkeit wirken Journalisten darin wie Billardkugeln, die, von der Politik gegen die Bande geschossen, im vorauszuberechnenden Winkel abprallen. Nur die Unübersichtlichkeit der Meute führt ab und an zu Handlungen, die sich als unabhängig deuten lassen, aber Willkür sein können.« <sup>89</sup> Jauer resümiert seine Beobachtungen im Epizentrum der Meinungsproduktion folgendermaßen: »Politiker und Journalisten mögen in ihrem Berliner Betrieb an verschiedenen Werkstücken arbeiten, die einen machen Politik, die anderen Journalismus, sie sitzen aber an derselben Werkbank. Die einen nehmen auf, was die anderen abgeben, und umgekehrt. Dieser Widerspruch aus voneinander unabhängig und aufeinander angewiesen sein ist unlösbar, weshalb sich beide Seiten offenbar darauf geeinigt haben, dass keiner fragt, ob etwas berichtet wird, weil es geschieht, oder nur etwas geschieht, weil es berichtet wird.« <sup>90</sup>

Taktgeber dieses überhitzten Diskurses sind auch im Zeitalter des Online-Journalismus die Nachrichtenagenturen. Sie sind das Herz des News-Journalismus. Stunde um Stunde, Minute um Minute pumpen Agenturen wie dpa, ddp/DAPD, AFP und Reuters Schlagzeilen, Zusammenfassungen, Dementis und Vorabs von Zeitungen und Zeitschriften in den Kreislauf des Mediensystems. Gelesen werden diese nicht nur in den Redaktionen selbst, die daraus die Basisinformationen für ihre Berichterstattung gewinnen, sondern auch in den Pressestellen und *news rooms* von Parteien, Fraktionen, Verbänden und Unternehmen. Und regelmäßig greifen dort Sprecher zum Telefon, um gegenüber der Agentur eine Stellungnahme zum laufenden Thema abzugeben, die wiederum der vorhandenen Berichterstattung in der nächsten Zusammenfassung hinzugefügt wird und mit etwas Glück den nächsten Politiker aus einer anderen Partei seinerseits zur Stellungnahme veranlasst. Die Medien befördern diese Art von Diskurs aktiv. Wenn eine Zeitung ein freigegebenes Interview mit einem Politiker hat, ist es heute durchaus üblich, dass die Redakteure noch vor Erscheinen andere Politiker anrufen und diese mit den

Interviewäußerungen konfrontieren, Gegenstimmen einholen und sich so selbst eine große Geschichte stricken, die am kommenden Tag unter dem Aufmacher »Grundsatzstreit in der Partei XY über Frage Z« das Blatt schmückt. Dabei wusste niemand irgendetwas von einem Streit, bevor die Redakteure zum Telefon griffen. Man muss sich das wie die Herstellung von Zuckerwatte vorstellen: Am Anfang ist ein dünner Faden, am Ende ein dickes Knäuel. Jede Meldung erzwingt die nächste, Thema folgt auf Thema und gebiert schon das nächste. Stets empört sich jemand über etwas, was ein anderer gesagt hat, immer findet sich jemand, der den Angegriffen lautstark in Schutz nimmt, und unausweichlich fällt irgendwann das magische Wort »Rücktritt«.

Obwohl nur ein Bruchteil der Agenturberichterstattung Eingang in die auch dem Publikum zugänglichen Medien findet, ist der Ansturm auf Präsenz in den Agenturen enorm. »Auf Agentur zu laufen« ist – ganz gleich ob mit guten oder schlechten Nachrichten – die Grundbedingung für politische Präsenz in der Mediengesellschaft. Man bietet so Anlass zur Kontroverse und erfüllt damit eine der Grundforderungen des politisch-medialen Betriebs. Worum es dabei geht, ist oft zweitrangig. Denn die Medien sind in erster Linie daran interessiert, durch ihre Berichterstattung Aufmerksamkeit zu erzeugen, das Schlaglicht der anderen Medien auf sich zu lenken. Thomas Leif, als Chefreporter des SWR und langjähriger Vorsitzender des Netzwerks Recherche ein Insider des Nachrichtengeschäfts, urteilt: »»Gesprächswert« ist heute in den meisten Medien wichtiger als der klassische »Nachrichtenwert« eines Themas.«<sup>[91]</sup> Und Peer Steinbrück berichtet: »Ich habe Interviews erlebt, in denen die Fragen nur noch das Gerüst für die Aneinanderreihung von künftigen Agenturmeldungen bildeten.«<sup>[92]</sup> Denn die Agenturen sind die erste Anlaufstelle für Scoops, Skandalenthüllungen und Exklusivmeldungen aller deutschen Medien. Jede Redaktion, die meint, im Besitz einer exklusiven Geschichte oder eines besonders kontroversen Politikerzitats zu sein, wendet sich damit an die Agenturen in der Hoffnung, so ein allgemein diskutiertes Thema zu setzen, das mit dem eigenen Medium in Verbindung gebracht wird: »Wie der *Tagesspiegel* in seiner Sonntagsausgabe berichtet« oder »nach Recherchen der *Ostsee-Zeitung*« – dies sind die bundesweiten Schlagzeilen, die sich selbst verschlafene Provinzzeitungen als Belohnung für selbst recherchierte Aufmacher-Geschichten erhoffen. Der Wettlauf um Präsenz in den Agenturen wird allerdings zunehmend zum Selbstzweck, die enorme

Konkurrenz um Aufmerksamkeit zwingt Redaktionen und Agenturen, immer früher in die Berichterstattung einzusteigen, schon vage Gerüchte zu melden und dann wieder scharfe Dementis zu bringen. Bedenkt man dann noch, dass sich die großen Nachrichtenagenturen untereinander heftig befehlen und um Aktualität und Vollständigkeit der Nachrichtenlage konkurrieren, wird klar, warum der von den Agenturen tagtäglich angerührte Nachrichtenbrei der Haupttreiber der immer stärker zunehmenden politisch-medialen Beschleunigung ist. Diese kann sich auf verschiedene Weisen ausdrücken: durch eine erhöhte Umschlaggeschwindigkeit von Nachrichten, durch eine größere Schlagzahl des Diskurstempos, durch einen immer erratischeren Wechsel von nur noch lose verkoppelten Positionen und Gegenpositionen. Das Ergebnis ist stets dasselbe: erhöhter Handlungsdruck auf die Politik als die zentrale gesellschaftliche Regelungsinstanz bei nachlassender Transparenz der Problemlage für die Bürger.

An ihrer Basis ist Beschleunigung zunächst ein rein medientechnologisches Phänomen: Eine sich ständig verbessernde Nachrichtentechnik ermöglicht einen immer schnelleren Umschlag von Informationen. Gleichzeitig erhöht sich aber die Komplexität der zu bearbeitenden Fragen und Problemstellungen – einerseits einfach dadurch, dass mehr Informationen verfügbar sind, andererseits dadurch, dass immer mehr Anspruchsgruppen bei einem bestimmten Thema mitreden wollen. Zudem steigt die Zahl der zur Verfügung stehenden Medienkanäle und damit die Menge der zirkulierenden Botschaften. Dadurch wird der Handlungsdruck auf das politische System insgesamt größer – bei zunehmend fragwürdiger Relevanz des verhandelten Stoffes, denn Quantität und Qualität sind auch hier zwei verschiedene Dinge. Beschleunigung ist aber nicht auf die Medien beschränkt. Es gibt auch eine realpolitische Beschleunigung. Denn durch die zunehmende internationale Vernetzung und steigende wechselseitige Abhängigkeit der nationalen Politik wächst auch der supranationale Abstimmungsbedarf, dadurch, dass die Nationalstaaten mehr und mehr Kompetenzen nach Europa abgeben, wird die enge Koordination auf europäischer Ebene immer wichtiger. Gleichzeitig steigt im Inneren der Länder der Regelungs- und Reformbedarf, schon bedingt durch die immer weiter gehende Verrechtlichung aller Lebensbereiche, das Vordringen von Politik in immer weitere Räume des bürgerschaftlichen Zusammenlebens. All dies zusammen katapultiert die Politik ins Turbo-

Zeitalter, muss sie doch nach außen und innen ständig agieren und auf alles reagieren, Felder besetzen, die eine zunehmend fahnenflüchtige Bürgergesellschaft bei ihrem Rückzug ins Private unbestellt zurücklässt, und Probleme angehen, die ihr die Medien auf den Leib schreiben. Wie viel Beschleunigung aber verträgt ein hochkomplexes politisch-gesellschaftliches System, bevor es unwiderruflich aus der Bahn geworfen wird?

Wie sehr sich das Tempo im politisch-medialen Raum beschleunigt hat, zeigt ein Blick zurück in die Welt der Adenauer-Jahre. 1952 forderte Otto Lenz, Adenauers Staatssekretär im Bundeskanzleramt: »Wir müssen alle vierzehn Tage etwas Neues auf einer Pressekonferenz sagen können.«<sup>[93]</sup> Heutzutage würde eine Frist von zwei Wochen als beinahe ewiges Schweigen ausgelegt werden und Anlass zu der Spekulation geben, ob die Regierung überhaupt noch da ist. Blickt man noch weiter zurück, wird überdeutlich, wie eng die Welt mittlerweile zusammengewachsen ist. Der Tod Napoleons auf St. Helena am 5. Mai 1821 wurde in der Londoner *Times* als erster Zeitung zwei Monate später gemeldet, am 4. Juli 1821. Als Adolf Eichmann am Abend des 11. Mai 1960 in einem Vorort von Buenos Aires von Mossad-Agenten gekidnappt und nach Israel gebracht wurde, war dies eine Weltsensation. Doch die Nachricht von Eichmanns Entführung erfuhr die Welt erst dreizehn Tage später, am 24. Mai, als Ministerpräsident David Ben Gurion die Knesset – nicht die Medien! – darüber informierte. Heutzutage, wo man Barack Obama zugucken kann, wie dieser der Tötung von Usama Bin Ladin zusieht, wäre dies ein unvorstellbarer Vorgang – nicht ausschließlich wegen der verbesserten Medientechnik. Denn auch in früheren Zeiten gab es schon *breaking news*, die sich in Windeseile um die Welt verbreiteten: Die Meldung vom Tod Mahatma Gandhis lief 1948 schon wenige Minuten nach dem Schuss des Attentäters in allen Orten der Erde ein. Aber sie blieb damals noch eine Ausnahme.

Heute erreichen die ersten Meldungen des Tages die Berliner Spitzenpolitiker bereits gegen vier Uhr morgens. Das Lagezentrum des Bundespresseamts ist 24 Stunden am Tag besetzt und spuckt rund um die Uhr Nachrichtenzusammenfassungen und Agenturmeldungen aus, die direkt auf den Smartphones der wichtigsten Kabinettsmitglieder landen. Rund 300 Meldungen empfangen die Mitglieder der Bundesregierung täglich über den Online-Ticker des Bundespresseamts. Ab sieben Uhr morgens steht ein viele Dutzend

Seiten dicker Pressespiegel bereit, der bei Bedarf mehrmals täglich aktualisiert wird. Die Kanzlerin und ihr Regierungssprecher bekommen zudem bis zu 70 Eilmeldungen pro Tag per SMS direkt auf ihre Handys geschickt. Spätestens wenn das *Morgenmagazin* seine Frühsendung gebracht hat, beginnen auch die regulären Presseagenturen ihre Arbeit und verschicken Stunde um Stunde mehrere Dutzende Meldungen an Redaktionen, Pressestäbe und Ministerbüros. Selbst spätabends, wenn die Abgeordneten, Staatssekretäre und Angehörigen der Stäbe in den Restaurants und Kneipen von Mitte und Kreuzberg unterwegs sind, vibrieren die iPhones und Blackberrys ohne Unterbrechung. Agenturmeldungen, Google Alerts und Presseberichte gehen ein, werden kopfschüttelnd zur Kenntnis genommen, weitergeleitet, kommentiert. Oft erhebt sich ein Sprecher oder Büroleiter vom Tisch und eilt nach draußen, um schnellstmöglich seinen Chef über eine Änderung der Nachrichtenlage zu informieren.

Diese Verdichtung der politischen Kommunikation hat erhebliche Konsequenzen für den Ablauf politischer Prozesse. Spätestens seit dem Siegeszug des Online-Journalismus ist die alte Kausalkette von Ereignis und nachfolgender Berichterstattung zerbrochen. Abgeordnete lesen während der Debatten im Bundestag die Live-Ticker-Berichterstattung der großen Online-Medien und kontaktieren die auf der Pressetribüne sitzenden Journalisten per Mail oder SMS, um deren Kommentierung richtigzustellen oder ihnen weitere Fakten und Zitate anzubieten. Fast normal ist es heute, dass schon aus den laufenden Sitzungen der Parteipräsidien oder -vorstände SMS-Nachrichten nach draußen gesendet werden. Peter Struck erinnert sich an Fraktionssitzungen, in denen ihn Ticker-Meldungen erreichten, »die mir von draußen mitteilten, wie im Saal die Debatten verlaufen waren«. <sup>94</sup> Wer die Bundespräsidentenwahl 2009 gewonnen hatte, wussten Online-Nutzer schon vor den beiden Kandidaten Gesine Schwan und Horst Köhler sowie den Wahlmännern und -frauen der 13. Bundesversammlung im Berliner Reichstagsgebäude: Die CDU-Abgeordnete Julia Klöckner, die bei der Stimmauszählung zugegen war, twiterte runde fünfzehn Minuten vor der offiziellen Bekanntgabe des Wahlergebnisses: »Bundesversammlung Leute, Ihr könnt in Ruhe Fußball gucke. Wahlgang hat geklappt!« Vor allem der *Spiegel* hat sich darauf spezialisiert, in seinen politischen Features Kabinettsitzungen so wiederzugeben, als hätten seine Redakteure mit am Tisch gesessen. Da nestelt eine Ministerin an ihrer blauen

Bluse, bevor sie die Vorlage ihres Ressorts vorstellt, und ein Minister ist stark erkältet und bekommt von einem Kollegen Taschentücher gereicht. Die privilegierte Zustellung der neuesten Gerüchte direkt vom Politiker- zum Journalisten-Handy garantiert selbst ödem Klatsch eine prominente nachrichtliche Behandlung, durch die dann die Medienkanäle verstopft werden. Die oft beschriebene Modelleisenbahn des bayerischen Ministerpräsidenten Horst Seehofer steht hier nur stellvertretend für viele derartige Geschichten.

## Ungleichzeitigkeiten

Hier zeigt sich die schwerste Deformation des Politischen in der hoch beschleunigten Mediengesellschaft: Das zeitliche Band, die Prozesszeit, in der Medien, Politik und Bürger über Veränderungen und Neuausrichtungen des Gemeinwesens, über Reformen und Umorientierungen verhandeln, ist zerrissen. »Die Langsamkeit der Politik liefert wenig sichtbare Gestaltungskraft«, hat Wolfgang Thierse einmal gesagt – und provoziert damit die Ungeduld der Medien. Verweigert sich die Politik dem Drängen nach mehr Geschwindigkeit, steht sie in den Augen der Bürger als unfähig da. Folgt sie dem Wunsch nach einer Beschleunigung ihrer Handlungen, können wiederum die Bürgern, die Politik eben nicht professionell betreiben bzw. beobachten, sondern sich in ganz anderen lebensweltlichen Zusammenhängen bewegen, dieser Umschlaggeschwindigkeit nicht mehr folgen. »Der kompromisslose Präsentismus der medialen Produktionszeit und die lange politische Prozesszeit vertragen einander nicht gut«, stellt Thomas Meyer fest. »Der lange, im Ergebnis stets ungewisse Prozess, der Kern des Politischen, findet vor der Logik der Medien keine Gnade, er wird auf kurze Augenblicke der Spannung, der allerneusten Aktualität geschrumpft oder gänzlich ignoriert.«<sup>[95]</sup> Ein Diskurs, der sich langsam entwickelt, der Anspruchsgruppen einbezieht und tastend nach Anknüpfungspunkten, Kompromissen und Alternativen sucht, ist so nicht mehr möglich. Die politische Kultur verkommt zur Häppchenveranstaltung, zur leeren Abladung mediengerechter Statements und zur eiligen Verkündung von Projekten, die man durchzuziehen versucht, bevor sie im Sperrfeuer der Medien zerredet werden. Damit aber geht das

Räsonnement, das eine wesentliche Grundlage politischer Prozessqualität bildet, mehr und mehr verloren.

Franz Walter und Tobias Dürr haben vor zehn Jahren in einem klugen Buch über die *Heimatlosigkeit der Macht* die Ungleichzeitigkeit von politisch-medialem Modernisierungsstreben und gesellschaftlich-traditionalistischer Beharrungskraft beleuchtet. Die Medien wie auch die Wissenschaft sind Walter und Dürr zufolge auf die ständige Entdeckung von Neuigkeiten ausgerichtet – ein Grund, warum zum Beispiel die Soziologie mit immer neuen Moden, Lebensstilen, Generationen und Gesellschaftsformationen vom Spätkapitalismus bis zur Erlebnisgesellschaft aufwartet. Es ist quasi ihr Beruf, die Gesellschaft ständig neu zu erfinden, die Dinge durch neue Deutungen und das Ausrufen von Megatrends in Bewegung zu bringen. »Dem vorherrschenden Lebensgefühl der meisten Medienmenschen, der ambitionierten Sozialwissenschaftler in ihren Forschungsinstituten und der ehrgeizigen Strategiereferenten in den Parteizentralen mag die Betonung rastloser Veränderung durchaus entsprechen. Sie sind die Jungen, Dynamischen, Gebildeten, Sprachmächtigen und Urbanen dieser Gesellschaft. Ihr Leben ist tatsächlich oft genug so schnell und erratisch wie der gesellschaftliche Wandel, den sie als ubiquitäre Tendenz behaupten.« [96] Gerade der Journalismus spielt hier eine herausgehobene Rolle, denn dieser muss, so der Publizist Lutz Hachmeister, »als Teil der allgemeinen Kulturproduktion und der Bewusstseinsindustrie, ja, einer Art Fashion Industry gesehen werden, weil es immer auch darum geht, das Neue herbeizuschreiben und das Alte bestenfalls zu aktualisieren.« [97] Dieser schnelllebigen Schicht steht aber eine Gesellschaft gegenüber, die schon aufgrund ihrer Traditionen und lebensweltlichen Verankerungen viel langsamer ist, starke Beharrungskräfte entwickelt und oft einen Eigensinn pflegt, der quer zu allen Modernisierungsbemühungen steht. Schon Kurt Tucholsky hat in den 1920er-Jahren in seinem berühmten Aufsatz *Berlin und die Provinz* auf den Unterschied zwischen dem schnelllebigen Diskurstempo der Hauptstadt und dem wesentlich beschaulicheren Zeitmaß der Provinz hingewiesen: »Berlin überschätzt sich maßlos, wenn es glaubt, es sei Kern und Herz des Landes.« [98]

Das Problem der Beschleunigung des politisch-medialen Raumes ist nicht so sehr, dass die Menschen mit dem veränderten Tempo nicht mithalten können. Irgendwie gelingt den meisten von ihnen das schon. Die Leute

gewöhnen sich an die Rückkehr des Krieges, die private Altersvorsorge und die Zusatzversicherung bei der Krankenkasse ebenso wie an die Parkraumbewirtschaftung in Innenstädten und den Zwang zur energetischen Gebäudedämmung. Doch vielfach können sie kein tieferes Verständnis für die Notwendigkeit der Veränderungen und die Einschnitte in ihre Lebenswelten entwickeln. Das Vertraute, Identitätsstiftende der Traditionsverhaftung geht in dieser Welt rasender Beschleunigung mehr und mehr verloren. Der Wandel des Wortes »Reform« in den letzten dreißig Jahren ist hierfür ein Indiz: In den 1970er-Jahren waren Reformen Ausdruck des Versprechens für den Aufbruch in eine bessere Gesellschaft. Heute dagegen werden sie von den meisten Menschen als Bedrohung eines verteidigungswerten Status quo, als erneutes Durcheinanderwirbeln ihrer mühsam stabilisierten Lebensverhältnisse empfunden. »Gesellschaften sind langsamer als ihre Eliten«, schreiben Walter und Dürr. »Sie sind in mancher Hinsicht auch langsamer als das Tempo ihres eigenen Wandels. Die Menschen passen sich den Veränderungen in Wirtschaft und Gesellschaft notgedrungen an, sie funktionieren auch unter radikal veränderten Bedingungen. Doch etwas geht ihnen dabei verloren. Je schneller sich die Verhältnisse verändern, desto mehr wächst deshalb zugleich das Bedürfnis nach Rast, das Verlangen nach Ruhe, kurz: die Sehnsucht nach Heimat. So unbestreitbar es ist, daß sich die Gesellschaft weiterhin dramatisch wandeln wird, so bedeutsam bleiben doch die tiefsitzenden Prägungen der Vergangenheit. Nur vordergründig überdeckt durch die so viel dröhnender daher kommende Parallelwirklichkeit der Medien, bleiben die traditionellen Prägungen auch weiterhin wirksam. Das zentrale Kennzeichen der deutschen Gesellschaft ist deshalb weder völlige Rückwärtigkeit noch überbordender Aufbruch. Was sie ausmacht, ist gerade das Nebeneinander von beschleunigtem Wandel und vielfältigen Überhängen älterer Verhältnisse.«<sup>[99]</sup> Und weil dies so ist, muss man sehr genau prüfen, welche Modernisierungsschocks einer Gesellschaft zumutbar sind. Vieles spricht dafür, dass die deutsche Gesellschaft in den vergangenen Jahren überfordert wurde. »Der öffentliche Diskurs der letzten zehn Jahre«, urteilt Tissy Bruns, »war viel mehr von den globalen Chancen der Wirtschaft und dem Anpassungszwang für die Sozialsysteme bestimmt als von den ambivalenten Alltagserfahrungen der Menschen im Land.«<sup>[100]</sup>

## Generationswechsel

Diese politisch-mediale Überformung der Lebenswelt der Menschen und die daraus resultierenden Beziehungsstörungen im Verhältnis von Bürgern, Politik und Medien haben auch etwas mit Veränderungen der journalistischen Kultur zu tun, die durch einem Generationswechsel beim tonangebenden Medienpersonal bedingt waren. Die räumliche Verlagerung der Korrespondentenbüros von Bonn nach Berlin wirkte hier zusätzlich als Katalysator. Viele langjährige Korrespondenten – etwa 80 Prozent, schätzt Günter Bannas von der *F.A.Z.* – machten den Umzug in die neue Hauptstadt nicht mit. Das hatte zur Folge, dass es in Berlin auch große Korrespondentenbüros gab, »in denen kaum noch jemand dabei ist, der schon aus Bonn berichtet hatte«. <sup>[101]</sup> So gerieten die ersten Monate in Berlin zu einem *restart* im lange eingespielten Verhältnis von Bundespolitik und Hauptstadtmedien. Improvisation prägte die Situation und brachte neue Gepflogenheiten hervor. »Es fehlten in diesen Monaten die gewachsenen Zentren des Meinungsaustausches«, erinnert sich Peter Struck. »Das Kanzleramt war noch nicht fertiggestellt, die Abgeordnetenhäuser noch im Werden und das Haus der Bundespressekonferenz – in Bonn ein unverzichtbarer Bestandteil der Meinungsmache – war erst im Bau. Je dezentraler die Journalistenbüros lagen, desto größer war die Angst, Nachrichten zu verpassen, und desto größer wiederum die Bereitschaft, wilde Gerüchte als gesicherte Nachrichten zu verkaufen. Umgekehrt schürten wir Politiker dieses News-Gebrodel, weil wir auf keinen Fall den Eindruck zulassen wollten, uninformiert zu sein.« <sup>[102]</sup>

Der Hauptstadtumzug und die zunächst sehr provisorischen Verhältnisse in der neuen Hauptstadt beschleunigten so einen Generationswechsel im deutschen Journalismus, der sich bereits zuvor angekündigt hatte. Die Garde der alten Großpublizisten trat um die Jahrtausendwende endgültig ab. Gerd Bucerius starb 1995, Henri Nannen 1996, Johannes Gross 1999, Rudolf Augstein und Marion Gräfin Dönhoff 2002. Damit gingen auch die großen Themen und Anliegen der deutschen Nachkriegspublizistik verloren. Der bereits 1985 verstorbene Axel Springer stand für die deutsche Einheit und die Aussöhnung mit Israel, Rudolf Augstein für die Pressefreiheit, Marion Dönhoff und Henri Nannen für Willy Brandts Ostpolitik. Viele weitere Journalisten wie Jürgen Leinemann, Hajo Friedrichs, Franz Alt oder Herbert Riehl-

Heyse, die die deutsche Publizistik jahrzehntelang beeinflusst hatten, sind in den ersten Jahren des neuen Jahrtausends aus dem Berufsleben ausgeschieden oder verstorben. Und die von der sozialliberalen Epoche geprägten Publizisten wie Manfred Bissinger, Gunter Hofmann und Michael Naumann durchlaufen zur Zeit ihre letzten Berufsjahre.

Ihren Platz nahm nach und nach eine neue Generation von Medienmachern ein, die in der Kohl-Ära politisch sozialisiert worden war und heute den deutschen Journalismus dominiert. Ihr gehören Mathias Döpfner, Giovanni di Lorenzo, Christoph Keese, Claus Strunz, Kai Diekmann, Peter Hahne, Roger Köppel, Gabor Steingart und Wolfram Weimer an. Sie sind die prägenden Figuren des heutigen Journalismus in Deutschland. Was sie von ihren Vorgängern unterscheidet, ist eine größtmögliche Flexibilität in den politischen Positionen bei maximaler Ausprägung des eigenen Sendungsbewusstseins. Zwar wirken herkömmliche politische Verortungen durchaus nach und dienen noch als zumindest lose Orientierungsmarken im Diskurs, doch wirklich enge Bindungen an die Politik und einzelne Parteien haben die wenigsten der heute tonangebenden Medienmacher. Natürlich nehmen auch sie engagiert an Kontroversen teil, doch immer häufiger scheint es vor allem um die Inszenierung der Kontroverse um ihrer selbst willen zu gehen. Nicht nur das Feuilleton der *F.A.Z.* unter Frank Schirrmacher hat ein feines Händchen für Großdebatten, auch der *Spiegel* und die *Süddeutsche* tun sich hier zunehmend hervor. Dabei können die verhandelten Themen politisch sein, sie müssen es aber nicht. Die einstmals so betuliche *Zeit* hat schon vor Jahren die Esoterik, das Bunte und den Lifestyle entdeckt. Während der langjährige *Zeit*-Chefredakteur Theo Sommer die Titelseite des Blattes dazu nutzte, diese im Stil eines Gymnasialprofessors des 19. Jahrhunderts mit seinen langatmigen, aber durchaus beeindruckenden außenpolitischen Analysen zu füllen, baute sein Nach-Nach-Nachfolger Giovanni di Lorenzo die Seite eins der *Zeit* so um, dass diese nun einem kleinteiligen Magazincover gleicht. Statt Analyse und Belehrung gibt es hier nun Lebenshilfe und Bekehrung. Titelthemen: »Was ist ein guter Arzt?« (Ausgabe 17/2010), »Der Mythos vom guten Essen« (Ausgabe 21/2010), »Was ist Leben?« (Ausgabe 22/2010), »Wo seid ihr, meine Jünger?« (Ausgabe 26/2010), oder – zum Bild blutiger Steaks – »Lasst das!« (Ausgabe 33/2010). Wenn di Lorenzos Blatt heute wissen will, was in der SPD von der Ära Müntefering bleibt, wird dies in der Form einer Homestory bei Franz und

seiner neuen Ehefrau Michelle abgehandelt. Und beim *Spiegel* wetteifert eine Truppe rasant schreibender Reporter seit geraumer Weile um das schrägste und subjektivste Politikerporträt des Jahrzehnts. Porträtierender und Porträtierte begegnen sich in diesen Stücken auf Augenhöhe – Ausdruck für einen hippen Journalismus, der weder sich noch die Politik ganz ernst nimmt und die politische Kontextualisierung komplett dem angestrebten Sound der Story und einer jeglicher Außeneinflüsse entkleideten Personalisierung unterordnet.

## Ende der Ideologien?

Mit dieser Verdrängung des Inhalts zugunsten der Form ging ein anderer Prozess einher, der den deutschen Journalismus gründlich verändern sollte: das Aufbrechen des einstmals parteipolitisch ausgerichteten Personalporzesses in den Redaktionen und die Auflösung der zumindest tendenziellen Zuordnung einzelner Medien zu bestimmten politischen Parteien. Die großen Redaktionen von F.A.Z. bis *Spiegel* hörten ab den 1990er-Jahren damit auf, bei der Besetzung von Schlüsselstellungen die Schlachtordnung der Politik in ihren eigenen Reihen abzubilden, der politische Journalismus emanzipierte sich mehr und mehr von parteipolitischen Verortungen. Doch was an die Stelle der überkommenen, an den Parteien orientierten Grenzziehungen trat, war nicht unbedingt ein Fortschritt, denn diese neue Formation hatte ein unüberhörbares neoliberales Grundrauschen. Richard Meng stellte schon zwei Jahre nach der Milleniumswende fest: »Im denkmodischen Berlin verwischten sich (...) zunehmend die alten politischen Grundausrichtungen der einzelnen Medien bei der aktuellen Kommentarlínie. Die redaktionsinternen politischen Spektren wurden breiter, die Wahrnehmungsrichtungen ähnlicher, einhergehend mit einem Entpolitisierungsprozess gemessen an den Maßstäben des alten, konflikt- und institutionenbezogenen Politikbildes, einer parallelen innermedialen Entwicklung zum politischen System Schröder. Es wird eher weniger der Inhalt, häufig immer mehr allein der Stil beschrieben und bewertet – und nicht selten für den Inhalt gehalten, manchmal sogar in einem unbewusst übergeordneten Sinn objektiv zu Recht.«<sup>103</sup> Dieser Orientierungs- und Standpunktverlust, in dem Ästhetik und ein vom Lifestyle geprägter

Subjektivismus mehr zählen als die profunde Kenntnis der Vorgänge im politischen Raum, ist vermutlich das größte Desiderat der Berliner Medien- und Politikwelt. Dadurch, dass heute von den Medien fast alles zynisch ironisiert wird, entsteht bei den Lesern und Zuschauern das Bild einer Politik, die nicht um die beste Lösung für das Allgemeinwohl ringt, sondern sich nur noch selbstverliebt im immer gleichen Hamsterrad dreht. Eine gelangweilte Grundhaltung ist so zum eigentlichen Kennzeichen des Diskurses geworden, selbst fundamentale Positionswechsel der Medien sind in einer rein personalisiert betriebenen Politikberichterstattung nur noch schwer als Veränderungen der Redaktionspolitik zu erkennen. Das *anything goes* der Redaktionen trägt so letztlich zum Orientierungsverlust der Medien selbst und damit auch des Publikums bei. Für den Journalisten Gerhard Hofmann ist die von den Redaktionen seit einigen Jahren als »neue Unabhängigkeit« titulierte Haltung nichts anderes als »Macht-Opportunismus, journalistische Selbstvergessenheit, publizistische Mittäterschaft oder auch schlicht Anbiederung«. Unter dem legitimatorischen Deckmantel, den alten Gesinnungsjournalismus hinter sich zu lassen, ziehe ganz unverhohlen zynische Beliebigkeit in die Medien ein. »Dass es einen Journalismus geben könnte, der aus Überzeugung gewisse Dinge tut und andere lässt, schreibt oder sagt, scheint den Auflagen-Opportunisten fremd zu sein. Weit weg der Gedanke, dass sie selbst, die sich als die neuen unideologischen verkaufen, viel ideologischer sind als die Gescholtenen.« 104

»Elite ohne Bewusstsein« hat Lutz Hachmeister diese neue Generation von Journalisten und vor allem ihre prominenten Aushängeschilder einmal genannt, als er die vielfältigen Verästelungen und Verbindungen zwischen *Springer* und *Spiegel*, *F.A.Z.* und *Bild* sowie einzelnen Manager-Journalisten wie Frank Schirrmacher, Stefan Aust, Mathias Döpfner oder Giovanni di Lorenzo durchleuchtete. Hachmeister attestierte diesen Eliten »ein geschärftes Bewusstsein für ihren politischen und sozialen Status und ihre gesellschaftlichen Wirkungsmöglichkeiten«, die sie bewusst für ihre eigenen Interessen einsetzen. Dabei gehe »es gar nicht einmal um Kumpanei oder enge persönliche Freundschaften, sondern um das Wissen von den Möglichkeiten wechselseitiger Protektion, Auflagensteigerung oder auch um ein selbstbewusst distanzierendes Verhältnis zur operativen Politik. Sehr offen, etwa von Hans-Ulrich Jörges oder Gabor Steingart, wird auch der schnelle Loyalitätswechsel im Verhältnis zur Politik und ihren führenden Repräsentanten propagiert, und

die politische Klasse, die seit 1945 länger anhaltende Treue oder Gegnerschaft gewohnt war, hat einige Probleme, sich damit zu arrangieren.« 105

## Das süße Gift der Deregulierung

Es ist kein Zufall, dass ausgerechnet der Neoliberalismus mit seinen Forderungen nach der Umwälzung alles Bestehenden, einem radikalen Rückbau des Staates und dem Einziehen von Eigenverantwortung auf allen Ebenen nach der Jahrtausendwende zur ideologischen Deutungsfolie des Medien-Mainstreams avancierte und zum Signet einer ganzen Epoche wurde. Denn Journalisten leben eben vom ständig Neuen, von der tagtäglichen Inszenierung des Abgrunds – und vielleicht muss dieser Abgrund gerade dann besonders dramatisch ausgemalt werden, wenn die kollektiven Erinnerungen an echte Katastrophen langsam verblassen. Die Ideologie des Marktradikalismus bot eine narrative Struktur, die zu den Erwartungen der vom Klein-Klein der Politik gelangweilten Medien nach Drama, Umwälzung und grundsätzlicher Kritik alles Bestehenden perfekt passte und noch dazu eine lässige Indifferenz ermöglichte. Denn wenn alles revolutioniert werden muss, muss man nicht so genau benennen, womit eigentlich ganz konkret begonnen werden soll. Wie zwei Generationen zuvor bei den 68er-Studenten der Marxismus auf so große Faszination stieß, weil er eben nicht nur eine Weltanschauung war, sondern auch das programmatische Potenzial und gleichsam den strategischen Masterplan bot, die Welt zu verändern, so fand der Neoliberalismus bei seinen Anhängern seit den 1980er-Jahren auch deshalb Anklang, weil er eben beides war: Fundamentalkritik an den bestehenden Verhältnissen und Handlungsanleitung für ihre Überwindung.

Der Marktradikalismus bot den Medien das ideologische Raster, mit dem man jede Regierung der Untätigkeit und Unfähigkeit überführen konnte. Zumindest bis zum Ausbruch der Finanz- und Wirtschaftskrise im Herbst 2008. Besonders originell war diese Attitüde freilich nicht. Denn zu den Gewissheiten des journalistischen Betriebs gehört seit jeher, dass jede Regierung bei jedem Dissens immer gleich am Scheideweg steht. In diesem Sinne ist die Kritik der Medien an der Politik stets ubiquitär gewesen, folgte immer denselben Mustern, ganz gleich, wer gerade regierte. Ständig sahen die Medien das

Land in der Krise, permanent war die amtierende Regierung unfähig, die Probleme entschlossen anzugehen. Gunter Hofmann notierte im Jahr 2004: »In der politischen Klasse ist seit Jahren das Bild eines Landes gezeichnet worden, das sich jeder ›Modernisierung‹ verweigert, das sich festklammert am Status quo und das immer tiefer in der Krise versinkt. Richtig ist, dass sich die Wirklichkeit, im armen, ›proletarischen‹ Osten wie im wohlhabenden, auf scheinbar ewiges Wachstum vertrauenden Westen, dramatisch wandelte. Nur leider vollzog sich das nicht als Event, Anomien einer Gesellschaft sind nur schwer mediengerecht zu verpacken, und Entertainment-Stoff für TV-Talks lieferten sie auch nicht so recht. (...) Gleichwohl widersprach jede Alltagserfahrung dem Eindruck, in der Republik bewege sich nichts. Doch seltsamerweise wurde dieser Eindruck gepflegt – besonders gerne von den Medien, die doch eigentlich vom liberalen Geist einer Gesellschaft leben. Nein, hieß es, die Bundesrepublik habe ausgedient, wenn sie nicht den ganz großen Wurf riskiere, das ganz neue Einfachsteuersystem, den flachen Staat, den Hire-and-fire-Arbeitsmarkt.« [106]

Entsprechend klangen die Urteile der Medien über die politische Klasse immer gleich: Die Regierung? Handlungsunfähig, mutlos, durchsetzungsschwach. Das politische Personal? Antriebslos, auf die Verteidigung des Status quo und der eigenen Privilegien fixiert. Stets wurde gegen die Kleinteiligkeit der bundesrepublikanischen Konsenspolitik der große, befreiende Schnitt gefordert, radikale Zumutungen im Dienste einer nicht näher definierten Zukunftsfähigkeit. Die ständig vorgenommenen Korrekturen, zum Beispiel an den Sozialsystemen, in der Zuwanderungs- und Bildungspolitik, wurden dagegen nicht beachtet oder fanden keine Anerkennung, weil dies langsame Prozesse waren, die sich medial nur schwer abbilden ließen, nur selten große Knalleffekte produzierten und deren Umsetzung über die verschiedenen Ebenen des Föderalismus nur langsam voranschritt. »Reformprojekte«, befand Richard Meng 2002, »sind schon weit im Vorfeld des eigentlichen Entscheidungsprozesses medial uninteressant geworden.« [107]

Der auf die Umwälzung alles Bestehenden abzielende, prototypisch in Ruck-Reden und »Du bist Deutschland«-Kampagnen zum Ausdruck kommende Modernisierungsdiskurs der Zeit nach der Jahrtausendwende ist dabei keineswegs vom Himmel gefallen, sondern von einflussreichen Eliten, gerade in den Medien, bewusst gesteuert worden. Zum Wortführer dieser Richtung

wurde eine schmale Gruppe von Elitepublizisten, in letzter Zeit auch Alpha-Journalisten genannt <sup>[108]</sup>, die selbst über Prominentenstatus verfügt. Zu ihren bekanntesten Vertretern zählten Stefan Aust und Gabor Steingart beim *Spiegel* und Hans-Ulrich Jörges beim *stern*. Diese Alpha-Journalisten sahen sich jenseits der Ideologien angekommen und meinten, nur dem sachlich Gebotenen, den unausweichlichen Zwängen des Tina-Prinzips verpflichtet zu sein. Sie waren zu ihren Hochzeiten Weltökonom, Politikdeuter und politische Aktivisten in Personalunion. Der Duktus des von ihnen gepflegten Diskurses war zahlenbasiert, auf die Überzeugung durch Daten und Fakten ausgerichtet, wobei freilich nur jene Beweise zum Einsatz kamen, die in das Weltbild der Radikalreformer passten. Unvergessen sind Gabor Steingarts Elogen auf den »glühenden Kern der Volkswirtschaft«, jene hoch produktiven Bereiche der deutschen Ökonomie, die angeblich von einem Ring unproduktiver Arbeit und einem überbordenden Sozialstaat eingemauert sind, der die Volkswirtschaft erdrosselt. Die bundesrepublikanische Geschichte zeichnete Steingart in einem Buch als »Chronologie des Niedergangs«, zurückzuführen maßgeblich »auf ehrgeizige Ministerpräsidenten und westliche Alliierte, die nach dem Ende des Zweiten Weltkrieges den entscheidungsschwachen Antiführer-Staat schufen«. <sup>[109]</sup>

Zu erheblicher Prominenz gelangten zu jener Zeit Leute wie Hans-Olaf Henkel, Hans-Werner Sinn und Arnulf Baring, die schon in den 1990er-Jahren damit begonnen hatten, eine Art Nadelstreifen-APO zu organisieren. Denn sie sprachen aus Sicht der Medien endlich die unbequemen Wahrheiten aus, boten statt diskursiver Konsenssuche Klartext an und forderten schmerzhaft Einschnitte in den angeblich wuchernden Sozialstaat. Diese Form von puristischer Reformpolitik deckte sich mit dem Selbstverständnis vieler Medienmacher, welche die komplizierten Aushandlungsmechanismen der vermeintlich blockierten Republik endlich durch eine Politik der klaren Kante ersetzen wollten. Letztlich aber bot diese Perspektive nichts als eine zynische Sicht der politischen Welt und der in ihr agierenden Politiker: »den Blick auf eine Arena, in der Ehrgeizlinge ohne jede Überzeugung Manöver durchführen, bei denen sie sich von konkurrenzbedingten Interessen leiten lassen«, wie der französische Soziologe Pierre Bourdieu notierte. <sup>[110]</sup>

Eine herausgehobene Stellung in diesem Geflecht nahm und nimmt die »Initiative Neue Soziale Marktwirtschaft« (INSM) ein. Laut Selbstdarstellung

ist sie »eine überparteiliche Reformbewegung von Bürgern, Unternehmen und Verbänden für mehr Wettbewerb und Arbeitsplätze in Deutschland«, in Wahrheit eine seit dem Jahr 2000 vom Arbeitgeberverband Gesamtmetall üppig finanzierte Lobby-Agentur neuen Typs. Ihre Aufgabe besteht darin, den Gedanken einer reformierten, das heißt von Regulierungen und wohlfahrtsstaatlichem Ballast weitgehend befreiten, Marktwirtschaft zu popularisieren. Dies tat und tut die INSM auf allen Ebenen: mit höchst tendenziösen Grafiken und Statistiken, die oft unkommentiert Eingang in die Berichterstattung auch seriöser Zeitungen finden, mit Studien, Lexika und Auszeichnungen. Die Initiative Neue Soziale Marktwirtschaft hat sich über die Jahre weit bis in die populären, scheinbar unpolitischen Lebenswelten vorgearbeitet. So hat sie sich schon im Jahr 2003 an den Kosten einer ARD-Dokumentation des Autors Günter Ederer beteiligt. Der Dreiteiler *Das Märchen vom gerechten Staat*, der sich mit Steuern, Renten und dem Arbeitsmarkt befasste, passte ihr so gut ins Konzept, dass sie durch den Kauf der Videorechte die dritte Folge ermöglichte. <sup>[111]</sup> Bereits ein Jahr zuvor hatte sich die INSM für 58 670 Euro ins Drehbuch der ARD-Seifenoper *Marienhof* eingekauft, wo auch folgerichtig die »hohen Lohnzusatzkosten« geißelt wurden und der »schlanke Staat« gepriesen. <sup>[112]</sup> Anfang 2007, als die deutsche EU-Ratspräsidentschaft vor der Tür stand, lancierte sie eine Anzeige in Zeitungen und Zeitschriften, die ihr Reformverständnis auf den Punkt brachte:

*»Unser Vorschlag für die Hymne der deutschen EU-Ratspräsidentschaft: Eine Ode an das Wachstum (nach der Melodie von Freude, schöner Götterfunken):*

*Wachs-tum, schön-er Wohlstands-fun-ken, Si-che-rung für Alt und jung / Was in Deutschland jetzt gut läuft, das gibt auch ganz Eu-ro-pa Schwung. Mit der Wirt-schaft geht es vor-wärts, die Ge-sell-schaft pro-fi-tiert, wenn durch mehr Re-for-men Wachs-tum end-lich wie-der funktio-niert.»* <sup>[113]</sup>

Die Möglichkeit, dass Deutschland gar nicht so verkrustet und rückwärtsgerwandt war, wie die Großmeister der Dauerkrisenerzählung ab der Jahrtausendwende behaupteten, geriet unter diesem Trommelfeuer beinahe in Vergessenheit. Dass das Land trotz aller vermeintlichen Reformstaus lange Exportweltmeister war, dass der deutsche Maschinen- und Anlagenbau

weltweit führend war und ist, dass es immer wieder Aufschwünge gab, die auch neue Jobs schufen – all dies zählte plötzlich nicht mehr und musste einer Niedergangs- und Krisenerzählung Platz machen, die nach einer radikalen Reform an Haupt und Gliedern verlangte. Das Herbeireden von einschneidenden Reformen wurde so seit den 1990er-Jahren zum Mantra eines zunehmend von sozialen Realitäten abgekoppelten und von differenzierten politischen Positionen entkleideten Journalismus.

### »It's the economy, stupid«

Rückblickend betrachtet war das neue Weltbild dieses Mainstream-Journalismus zumindest bis zur großen Krise 2008/09 recht einfach gestrickt und lässt sich in einem berühmten Satz des ehemaligen US-Präsidenten Bill Clinton zusammenfassen: »It's the economy, stupid« – nichts zählt außer der Wirtschaft. Diese wurde ab den 1990er-Jahren zum Maßstab aller Dinge, zum leuchtenden Gegenbild einer schwächlichen und handlungsunfähigen Politik. Damit einher ging eine merkwürdig unkritische Betrachtung der Wirtschaftseliten. Später grandios gescheiterte Manager wie Thomas Middelhoff und Ron Sommer wurden zu Stars, denen ein popkultureller Ikonenstatus und gleichzeitig ein politisches Urteilsvermögen wie Spitzenpolitikern zugerechnet wurden. Am deutlichsten wurde dieses Urvertrauen in die Ökonomie am Beispiel des eigentümlichen Aufstiegs von Sabine Christiansen, die Ende der 1990er-Jahre zur *grande dame* des deutschen Journalismus avancierte. Schon kurz nach ihrem Start 1998, also zeitgleich mit dem Beginn der Berliner Republik, galt *Christiansen* als die Politiksendung im deutschen Fernsehen schlechthin, die bald nicht nur zahlreiche Imitatoren fand, sondern auch andere politische TV-Formate, allen voran die klassischen Politikmagazine, auf schlechtere Sendeplätze verdrängte oder in ihrer Wirkung marginalisierte. Christiansens Talkshow geriet zum Tribunal der Deregulierung, huldigte unkritisch den Konzernen und forderte die Deutschen als *ceterum censeo* dazu auf, sich endlich der Globalisierung zu stellen. Das Politische ging darüber freilich verloren. Das Besondere an Sabine Christiansen war, stellte der F.A.Z.-Medienkritiker Michael Hanfeld fest, dass sie »als durch und durch unpolitische Person mit ihrem fehlenden Erkenntnisinteresse perfekt zu den

medienfixierten Jahren der rot-grünen Koalition passte, zugleich aber einen neoliberalen Diskurs geprägt hat, der zum Grundrauschen der Republik geworden ist.«<sup>[114]</sup> Für Lutz Hachmeister war die *Christiansen*-Talkshow im Grunde »Unternehmensberater-Fernsehen, in dem sich Experten und Interessenvertreter um den Zustand der Wirtschaftsrepublik Gedanken machten, und damit war »Sabine Christiansen« in den Schröder-Jahren anschlussfähig, als der Berater-Jargon von McKinsey, Boston Consulting und Roland Berger zur offiziellen Politiksprache in Deutschland wurde. Keine andere Fernsehsendung mit ähnlicher Reichweite hat den Bürgern die bekannte Sentenz von Walter Rathenau, die Wirtschaft sei das Schicksal, so beharrlich verdeutlicht wie »Sabine Christiansen.«<sup>[115]</sup>

Eine derartige Ökonomisierung der öffentlichen Debatte konnte nicht ohne Wirkung auf die Politik bleiben. Wo 25 Jahre zuvor von Auschwitz und Ostpolitik die Rede war und 15 Jahre zuvor Atomtod und Pershing 2 die Gemüter erregten, zogen nun neue Begriffe ein. »Weil sie Wörter wie »Innovation« und »Deregulierung« benutzen«, urteilten Franz Walter und Tobias Dürr im Jahr 2000, »halten sich politische Eliten in Deutschland für besonders »zukunftsfähig«. Doch gerade deshalb sind sie es nicht. Denn wo »alle Ideen blamiert« sind und »alle Utopien zersetzt« (Karl Mannheim), hat die Zukunft ihre Verheißung verloren.«<sup>[116]</sup> Aber Wahlen ließen sich so gewinnen, wie die SPD 1998 mit einem genialen Schachzug demonstrierte. Niemals seit der »Willy wählen«-Kampagne von 1972 war ein sozialdemokratischer Wahlkampf so erfolgreich wie der »Innovation und Gerechtigkeit«-Doppelklang der SPD von 1998. Gerhard Schröder holte damals den IT-Unternehmer Jost Stollmann in sein Schattenkabinett, der zwar die Spielregeln des politischen Betriebs überhaupt nicht verstand, die SPD nach sechzehn Jahren in der Opposition aber selbst ein bisschen wie ein erfolgreiches Start-up-Unternehmen aussehen ließ. Auch wenn Stollmann am Ende nicht in ein sozialdemokratisch geführtes Kabinett eintrat, weil der gewiefte Oskar Lafontaine den politisch völlig naiven Unternehmer bei der Frage des Ressortzuschnitts ausmanövrierte: Der Triumph am Abend des 27. September 1998 hätte für die SPD kaum größer sein können.

Wie wenig reflektiert diese Vergötzung der Wirtschaft war, wurde spätestens in der Finanzkrise 2008/09 deutlich, in der die Medien sich mehrheitlich als völlig unfähig erwiesen, angemessen zu erklären, wie sich die riesige

Spekulationsblase über so viele Jahre hinweg unbemerkt aufbauen konnte. Der Herdentrieb der Wirtschaftspresse, die unisono verkündet hatte, die Zukunft der Wertschöpfung liege nicht mehr in der Industrie, sondern in Finanzgeschäften, kam jedenfalls genauso wenig zur Sprache wie das jahrelange Deregulierungstommelfeuer der führenden Medien. Nun war es Zeit für Katzenjammer. »Wir haben den Bankern geglaubt, als sie sagten, Derivate würden die Welt sicherer machen, weil sie das Risiko verteilen«, gestand Daniel Bögl, Managing Editor der *Financial Times Deutschland*. Leider hätten seine Redakteure die komplexen Zusammenhänge »nicht wirklich verstanden«. <sup>[117]</sup> Da die Verquickung der Medien in den moralischen und ökonomischen Abgrund der Spekulationsblase offensichtlich war, wurde Ruhe in der Krise zur ersten Journalistenpflicht. Banker, Politiker und Wirtschaftsjournalisten gingen im Herbst 2008 eine Art Schweigekartell ein, verzichteten auf gegenseitige Schuldzuweisungen und mahnten zum *business as usual*. Bei der Verleihung des Journalistenpreises 2009 von Helios Media, einer Firma, die sich für die Inszenierung des Glitters der Berliner Medienwelt zuständig fühlt, wurden die *Bild*-Redakteure Oliver Santen und Thomas Drechsler ausgezeichnet. Der ehemalige Vorstandsvorsitzende der Commerzbank, Klaus-Peter Müller, begründete dies damit, die beiden Boulevardjournalisten hätten in der Finanzkrise der »Versuchung reißerischer Schlagzeilen widerstanden«. Sichtlich waren die Medien bemüht, das Bild eines Weltenbrands zu vermeiden. Die *Financial Times* änderte im Oktober 2008 kurz vor Andruck ihre Titelseite. Aus »The world in fear« – Die Welt in Angst – wurde: »The world in turmoil« – Die Welt in Unruhe. <sup>[118]</sup> Dies entsprach einer Rollenzuweisung an die Medien, wie sie der ehemalige Wirtschaftsminister Werner Müller vorgegeben hatte, als er beim Tag des Wirtschaftsjournalismus 2008 verlangte, dass dieser »systemstabilisierend« sein müsse. <sup>[119]</sup> Der Herausgeber des *Freitag*, Jakob Augstein, berichtet in diesem Zusammenhang von einem merkwürdigen Treffen, das am 8. Oktober 2008, kurz nach dem Zusammenbruch von Lehman Brothers, stattgefunden haben soll. Die Bundeskanzlerin hatte für jenen Tag die Chefredakteure der wichtigsten deutschen Medien eingeladen. »Man findet keinen ausführlichen Bericht über dieses Treffen, der veröffentlicht worden wäre, und überhaupt nur wenige Erwähnungen in den Archiven, nur hin und wieder einen Nebensatz, eine knappe Bemerkung. An einer Stelle liest man in dünnen Worten, worum es an diesem Abend im Kanzleramt ging:

Merkel bat die Journalisten, zurückhaltend über die Krise zu berichten und keine Panik zu schüren.«<sup>[120]</sup>

Hier war ein schamhaftes Gefühl am Werk, das Politiker, Journalisten und Wirtschaftskapitäne gleichermaßen teilten: Das Wissen, dass sie alle miteinander jahrelang auf ein ökonomisch falsches Paradigma gesetzt hatten: die rot-grüne Regierung, die 1998 per Koalitionsvertrag die Deregulierung der Finanzmärkte vereinbart hatte, um »die Attraktivität des Finanzplatzes Deutschland zu stärken«, die Medien, die unkritisch über Hedge-Fonds, Private Equity und den schnellen Weg zum großen Geld fabuliert hatten, und die Finanzwirtschaft, die immer weitere Lockerungen der staatlichen Bankenaufsicht verlangt hatte. Doch all das war plötzlich Geschwätz von gestern.

Dies zeigt einmal mehr, warum es für die Politik so gefährlich ist, den Einflüsterungen der Medien und anderer Einflusseliten zu erliegen. Durch ihren beständigen Modernisierungsdiskurs wird Politik immer mehr zur Kurzatmigkeit, zum schnellen Handeln gedrängt. Denn Beschleunigung strebt nach permanenter Veränderung. Nichts darf so bleiben, wie es ist. Es geht stets darum, die Verhältnisse zum Tanzen zu bringen. Die große Reform von gestern wird heute schon wieder reformiert. Die Schlagworte lauten Zukunftsfähigkeit, Fitness – wahlweise der Hartz-IV-Empfänger, der dicken Kinder oder gleich der ganzen Volkswirtschaft –, Anschluss an die Globalisierung, digitale Revolution, demografischer Wandel. Das einzige Problem der ständigen politisch-medialen Umwälzungen: Sie hängen die Menschen ab. Den Tenor, mit dem die Medien über die Politik urteilen, beschrieb Gunter Hofmann 2004 so: »Die Politik traue sich vor allem aus Furcht vor dem tendenziell konservativen ›Publikum‹ die langfristig notwendigen Einschnitte in den Sozial-, Wohlstands- und Industriestaat alter Art nicht zu. Den Rest, so wird gern behauptet, besorge die Unfähigkeit der politischen Klasse selber.« Seiner Wahrnehmung entspreche das nicht: »Es trifft nicht zu, wie gern behauptet wird, die Bundesrepublik sei unbeweglich, unglücklich, pessimistisch, und aus Rücksicht auf die unflexiblen Menschen, die auch noch Wähler sind, sei die Politik vorsichtig, langsam, unbestimmt. Sie fürchte abgestraft zu werden, heißt es. Gestern habe es die Sozialdemokraten getroffen, morgen könnten die Christdemokraten an der Reihe sein. Daher wagten sie nicht, über den demographischen Niedergang, über den grenzenlosen Arbeitsmarkt, über die

Unbezahlbarkeit des Sozialstaats offen zu reden. Ich halte das für eine Ausrede.« <sup>121</sup>

Trotz mahnender Stimmen wie der gerade zitierten konnte eine derart geballte Reformrhetorik nicht ohne Einfluss auf den gesellschaftlichen Diskurs bleiben – vor allem, weil mit dem Heraufziehen des Alpha-Journalismus aus Kommentatoren der Politik zunächst den Politikern gleichwertige Publikumsstars und bald darauf auch vermeintlich politisch ebenbürtige Alter Egos wurden, die am politischen Diskurs ganz selbstverständlich so teilnahmen, als trügen sie die Verantwortung für das Land. Wenn der *stern*-Kolumnist Hans-Ulrich Jörges bei einer Podiumsdiskussion über die Regierung feststellte: »Wir sollten sie wie rohe Eier behandeln. Diese Truppe ist das vorletzte Aufgebot der deutschen Politik, und ich will nicht, dass es kaputtgeschrieben wird, weil dann das letzte Aufgebot regiert« <sup>122</sup>, dann könnte man meinen, er sei selbst ein Parteiführer, der sich um die nächste Kabinettsbildung Sorgen machen müsse. Forderungen wie die von Jörges reflektieren einen tiefgreifenden Transformationsprozess des Journalismus. Der Kurs, den dieser einschlägt, führt immer weiter weg von der Idee der schreibenden (oder sendenden) Zunft als Moderator eines gesamtgesellschaftlichen Zeitgesprächs und hin zu einem Verständnis des Journalismus als Schiedsrichter im politischen Tageskampf, als Letztinstanz, die darüber zu entscheiden hat, welche Position im politischen Diskurs die richtige und allein selig machende ist.

Wie weit der Weg ist, den der Journalismus zurückgelegt hat, zeigt ein Blick in einen der klassischen Texte der bundesdeutschen Journalismustheorie. Ende der 1960er-Jahre schrieben Peter Glotz und Wolfgang Langenbucher in ihrem berühmten Buch *Der missachtete Leser*: »Die öffentliche Aufgabe des Journalisten – wenn man diesen ominösen Begriff schon verwenden will – besteht nicht in der öffentlichen Kundgabe seiner privaten ›Gesinnung‹, sondern sie liegt in der Betreuung, Förderung und Beförderung gesellschaftlicher Zeit-Kommunikation. In der demokratischen Gesellschaft werden Regierung und Verwaltung nicht von einer zufällig zusammengesetzten Gruppe von Privatleuten – den Journalisten – ›kontrolliert‹, vielmehr kontrolliert die gesamte organisierte und nichtorganisierte Gesellschaft in einem offenen Meinungsbildungsprozess. Diesen Prozess hat der Journalist anwaltschaftlich zu betreuen. Er soll diese Diskussion fördern, kann selbst als gleichberechtigter Gesprächspartner mitsprechen, verfehlt aber seine ›öffentliche Aufgabe‹,

wenn er gemäß seiner Gesinnung das Gespräch zu reglementieren beginnt.«<sup>[123]</sup> Glotz und Langenbucher entwarfen damals ein kommunikatives Modell des gesellschaftlichen Zeitgesprächs, in dem der Journalist der Betreuer des öffentlichen Diskurses, nicht der Einpeitscher der veröffentlichten Meinung sein sollte. Der Schweizer Publizist Frank A. Meyer stellte 2006 fest: »Die Medien als selbstbezogene gesellschaftliche Kraft, die es zu befriedigen gilt, neben, ja sogar vor allen anderen Kräften wie Wirtschaft und Kultur und Volk. Noch nie habe ich dieses neue journalistische Selbstverständnis so unverhüllt erlebt wie jetzt gerade in Deutschland.«<sup>[124]</sup>

Dabei repräsentiert der Journalismus immer weniger die gesamte Gesellschaft und wird mehr und mehr zu einer Veranstaltung von den Mittelschichten für die Mittelschichten. Siegfried Weischenberg, Maja Malik und Armin Scholl haben dies in ihrer großen Studie *Die Souffleure der Mediengesellschaft* über den Journalismus in Deutschland empirisch dokumentiert. Ihren Daten zufolge ist der durchschnittliche deutsche Journalist männlich (zu 63 Prozent) und knapp 41 Jahre alt; er stammt aus der Mittelschicht, lebt in einer festen Partnerschaft (zu 71 Prozent) und ist kinderlos (zu 57 Prozent). Er hat einen Hochschulabschluss (69 Prozent) und ein Volontariat absolviert (63 Prozent), arbeitet bei einem Printmedium (61 Prozent) und verdient rund 2300 Euro netto im Monat.<sup>[125]</sup> Immer öfter bildet sich dieses private Umfeld der Medienmacher direkt in der Medienberichterstattung ab, etwa wenn leidenschaftlich um den Charakter des Prenzlauer Bergs als Wohnquartier gestritten wird, Integrations- und Beschulungsfragen verhandelt werden oder Bebauungspläne zur Diskussion stehen. Durch seine hohe Selbstbezüglichkeit bildet das journalistische Biotop also zunehmend seine eigene Welt ab und reproduziert diese immer wieder, in dem es die eigenen Lebens- und Sichtweisen zum Standard ausruft. Der deutsche Journalismus ist in den letzten zehn Jahren verspielter, leichter und weniger inhaltsschwer geworden. Lifestyle- und Kinderbetreuungsthemen spielen auch in seriösen Blättern wie der *Zeit* oder der *Frankfurter Allgemeinen Sonntagszeitung* eine herausgehobene Rolle. Die Mittelklasse-Lebenswelt gut verdienender Journalisten um die vierzig bildet – von Rosenzucht bis Rasenmähen – zunehmend den Referenzrahmen für die Konstruktion wünschenswerter Wirklichkeiten. In der Berichterstattung überwiegt eine Mischung aus »journalistischer Behäbigkeit und schriller Thesenpublizistik«<sup>[126]</sup>, wie Lutz Hachmeister prägnant feststellt,

also wenig hart recherchierte Fakten und viel subjektive Meinung, die sich freilich stets dann mit Empörung mischt, wenn die spezifischen Interessen dieser sozialen Schicht beschnitten werden.

All dies begünstigt den Trend zum steigenden Konformitätsdruck innerhalb des journalistischen Berufsstands und macht ihn anfällig für jene überdrehte Aufgeregtheit, die Heribert Prantl einmal Kikeriki-Journalismus genannt hat: eine Form des Herdentriebs, in der das laute Krähen die sachlichen Stimmen übertönt. Geradezu prototypisch für die neuen Sitten ist die Affäre um den im Spanienurlaub gestohlenen und bald darauf wieder aufgefundenen Dienstwagen der damaligen Gesundheitsministerin Ulla Schmidt im Wahlkampfsummer 2009, der wochenlang wichtiger war als die Milliarden, die dumme deutsche Banker aus Habsucht oder Unfähigkeit versenkt hatten und für die der Staat nun einspringen musste. Obwohl der Schaden für den Steuerzahler weniger als tausend Euro betrug, füllte der Dienstwagenskandal tagelang die Titelseiten und ist wohl auch rückblickend das Eindrücklichste, was von Ulla Schmidts achtjähriger Amtszeit als Gesundheitsministerin im Gedächtnis haften blieb. Denn Gesundheitspolitik ist so kompliziert, dass die meisten Leute sie auch dann nicht verstehen, wenn sie unmittelbar von ihr betroffen sind. Dass zum Beispiel die neue schwarz-gelbe Koalition nur wenige Monate nach der Schmidt-Affäre den Ausstieg aus dem mehr als hundert Jahre alten System der paritätischen Finanzierung der Krankenversicherung einleitete, ging in der breiten Öffentlichkeit vollkommen unter. Wäre die Schmidt-Spanien-Aufregung auf den Boulevardjournalismus beschränkt geblieben, hätte man dies verstehen können, denn es gehört zum Strukturprinzip der Yellow Press, das Einzigartige und Spektakuläre herauszugreifen und damit das Normale und Routinehafte zu überlagern. Doch auch die seriösen Medien stiegen in die Dienstwagen-Story voll ein und bedienten damit die oberflächliche Affektkommunikation der in ihr zum Ausdruck kommenden antipolitischen Reflexe. Vor allem konterkarierte im Wahlkampf 2009 die Dienstwagen-Affäre von Schmidt aber den Versuch des SPD-Kanzlerkandidaten Frank-Walter Steinmeier, mit seinem »Deutschland-Plan« ein grundlegendes programmatisches Dokument für seine (freilich unwahrscheinliche) Kanzlerschaft vorzulegen. Markus Feldenkirchen befand damals im *Spiegel*: »Wer sich in den vergangenen Tagen mit Politik beschäftigten wollte, hatte die Wahl zwischen einem ziemlich dicken Dienstwagen und

einem ziemlich dicken Papier. (...) Dienstwagen und Papier konkurrierten um Aufmerksamkeit. Um Raum und Zeit, in den Zeitungen, den Fernsehnachrichten, in Gesprächen, an Stammtischen. Zur Wahl standen zwei Möglichkeiten der Wahrnehmung von Politik. Im Kampf um Aufmerksamkeit hatte Steinmeiers Papier keine Chance. In einer Zeit, da sich politische Debatten der Länge von Fernseh- und Twitter-Nachrichten annähern, sind 67 Seiten Papier eine Zumutung für alle Beteiligten. Für Bürger, Journalisten, Politiker. Viele Politiker und Kommentatoren werteten den Plan schon als Unsinn, bevor sie ihn gelesen hatten. Die Zumutung wurde rasch entsorgt, die Debatte um Ullas Auto ging weiter. Man muss weder Schmidts Instinktilosigkeit gutheißen noch Steinmeiers Plan mögen, um zu sehen, dass im politischen Diskurs die Prioritäten durcheinandergewürfelt sind. Der fragwürdige Gebrauch eines Dienstautos ist nicht relevanter als der Plan eines Vizekanzlers – mag dieser auch viele Schwächen haben.« <sup>127</sup> Feldenkirchen resümierte: »Die Demokratie in Deutschland leidet an der Faulheit ihrer Teilnehmer. Es ist viel leichter, über Dienstautos zu reden als über die Arbeit der Zukunft. Man benötigt keine Vorbildung, muss nichts gelesen haben, braucht keine eigenen Gedanken. Es genügt ein entschiedenes ›So nicht, meine Herren‹, die simpelste Form der politischen Einmischung. Man braucht nur einen Bauch, und den hat jeder.« <sup>128</sup> Und genau diesen Bauch wollen die Medien heute bedienen. Stark überspitzt, aber nicht frei von Wahrheit hat Tom Schimmeck skizziert, wie es heute in den Redaktionen läuft: »Michael Jackson ist tot? Das ziehen wir durch – mit Sondersendungen, Serien, Bildbänden, CD-Editions und Kalendern. Boris Becker hat wieder ein Kind gezeugt? Das pushen wir tausendmal durch alle Kanäle, in hundert Sprachen, zeigen alle Bilder – im Urlaub, beim Shoppen, auf Partys. Wir verfolgen die Schwangerschaft, die Geburt, den Ehezwist, die Scheidung. Mit Enthüllungen und Interviews, heißen Schlüsselockspekulationen. Vielleicht läuft das Kind in 15 Jahren Amok? Opfer, Tränen, Entsetzen! Das wäre dann der ultimative, crossmediale Kick ...« <sup>129</sup>

## Im Geleitzug

Meinungsstärke wird in der Berliner Medieninformation grundsätzlich groß geschrieben, die Faktenlage gerät darüber mitunter ins Hintertreffen – ganz im Einklang mit der schönen Feststellung des Broadway-Kolumnisten Walter Winchell, dass zu viel Recherche die schönste Geschichte kaputt macht. Patrick Bahners fragte im Frühsommer 2010, nach der von Schwarz-Gelb nur mühsam bestandenen Wahl Christian Wulffs zum Bundespräsidenten in der *F.A.Z.*, »auf welcher Art von Belegen eigentlich das erstaunlich einhellige Urteil der Journalisten beruhte, die Koalition stehe mehr oder weniger nah am Abgrund. Wie viel vom Dramatischen der Lagebeschreibungen ist aus den Veränderungen des Hauptstadtjournalismus zu erklären, der einer ganz neuen Konkurrenz um Aufmerksamkeit ausgesetzt ist und weniger Hemmungen als die Chronisten der Bonner Republik hat, die Ereignisse zu machen, die er aufzeichnet? Wer über das Innenleben einer Regierung berichtet, hat dasselbe Problem wie bei einer geheimen Wahl: Er kann nicht beobachten, worauf es ankommt.« <sup>[130]</sup> Genau deswegen aber wird die Spekulation so wichtig, haben Gerüchte und Deutungen einen so hohen Stellenwert. Lutz Hachmeister resümiert: »Die gefühlte Politik spielt eine immer größere Rolle, es werden Interpretationen von Interpretationen feilgeboten.« <sup>[131]</sup> Die Medien machen also Meinungen. Doch woher nehmen sie ihre Urteile, worauf gründen sie sie? Auffällig ist, dass selbst alles überwölbende Stimmungen oft auf höchst selektiven Analysen, einigen Gerüchten, dem Vorpreschen Einzelner und dem prompt einsetzenden journalistischen Herdentrieb beruhen. »Wenn alle fordern, Frau Merkel müsse stärker führen und mehr Stärke zeigen, lässt sich schwer dagegen halten, wie sie das denn, bitteschön, machen soll, wenn der kleinere Koalitionspartner nur ein Mandat weniger hat als ihr eigener Verein und alles daran setzt, sie schlecht aussehen zu lassen«, sagt Thomas Kröter von der *Frankfurter Rundschau* in einem Interview. »Wenn alle Herrn Becks taktischen Fehler in Sachen Linkspartei mit hohem Ton zum Wortbruch und zur moralischen Katastrophe stilisieren, ist es schwer mit Tucholsky zu fragen: Ham Se's nich ne Numma kleena? Das schöne ist: die Moden wechseln immer schneller. Bald zieht die Truppe einer neuen Kapelle hinterher.« <sup>[132]</sup>

Im Zentrum der immer wieder aufs Neue angeheizten Gerüchteküche stehen vor allem Spekulationen darüber, wer in der Politik aus welcher

machttaktischen Überlegung heraus welchen strategischen Zug gemacht hat. Denn diese zu diskutieren ist die Lieblingsbeschäftigung von Hauptstadtjournalisten. Dass es auch sachlich-inhaltliche Gründe für politische Entscheidungen geben kann, wird von ihnen oft überhaupt nicht mehr für möglich erachtet. Was es noch schlimmer macht: Die Medien unterstellen der Politik chronische Verlogenheit. Wohlfeile Entlarvungsrituale gehören deswegen fest zum Repertoire der Berichterstattung aus der Hauptstadt. Politikern wird pauschal unterstellt, etwas zu sagen, was sie gar nicht meinen, oder das, was sie wirklich wollen, keinesfalls zu sagen. Politik wird so aus der Perspektive der Medien als eine Reihe taktischer Winkelzüge und persönlicher Intrigen dargestellt, deren ganze Energie auf Machtgewinn oder -erhalt ausgelegt ist. Die Reformen der schwarz-gelben Koalition im zweiten Halbjahr 2010: alles nur hektische Aktivitäten, um Handlungsfähigkeit vorzutäuschen. Das Ringen um die Neugestaltung der Hartz-IV-Regelsätze für Kinder: ein Versuch der Sozis, sich bei Schwarz-Gelb zu rächen. Die Pauschalität, mit der heute der Politik jeder inhaltlich-programmatische Handlungsimperativ abgesprochen wird, muss jeden ernsthaft politisch Interessierten schmerzen. Ein geschwätziger Hauptstadtjournalismus, der nach dem Motto verfährt: »es wurde alles schon gesagt, nur noch nicht von mir«, macht hier seine eigenen Parameter – Namedropping, Personalisierung, Gerüchte, Verschwörungstheorien – mehr und mehr zur Messlatte der Politikbeobachtung. »Das sagt zunächst etwas aus über den Betrieb in der Hauptstadt«, beobachtet Detlef Esslinger in der *Süddeutschen Zeitung*. »Diesem liegt zum einen nichts ferner als Zweifel an der eigenen Bedeutsamkeit, zum anderen gibt es dort eine Menge Akteure, die sich sehr viel lieber mit Klatsch im weitesten Sinne denn mit Sachthemen befassen. Es sendet und schreibt sich ja auch sehr viel leichter über die Kanzler- oder sonstigen Aussichten eines Guttenberg, als den Feinheiten von Sozialgesetzbuch II oder dem morbiditätsorientierten Risikostruktureausgleich nachzuspüren. Manche Berlin-Mitte-Autoren ziehen es vor, zum Sujet ihrer Beiträge vor allem den tatsächlichen oder vermeintlichen Charakter des von ihnen sezierten Politikers zu machen; vor der Fertigstellung gehen sie dann noch schnell mit der Bitte zu Kollegen, ein wenig ›Sackhack‹ beizusteuern, wie der Ausdruck dafür in einer der vielen Dutzend Hauptstadttredaktionen lautet. So ist das Biotop am Spreebogen; wer sich als Politiker darüber beklagt, hätte das vorher bedenken sollen.« 133

Die Idee, dass Politik auch mit Werten, Überzeugungen und Positionen, für die es sich zu streiten lohnt, zu tun hat, kann in einem solchen Milieu gar nicht erst aufkommen. Jede Handlung der Politik wird so analysiert, als ginge es nicht um die Adjustierung unseres Gemeinwesens auf die Herausforderungen der Zukunft, sondern ausschließlich um kleine Geländegewinne und den Schaden im Laden des Gegners. Es wird in der medialen Diskussion dann nicht mehr verhandelt, ob Ursula von der Leyen eine gute Arbeits- und Sozialpolitik macht, sondern nur noch darum, ob mit einer Ärztin und siebenfachen Mutter die Rolle der Sozialpolitik aus Sicht der Union angemessen besetzt ist und welches Gesicht die SPD als Alternative zu dieser Ministerin aufbauen könnte. Politiker werden so zu reinen Rollenträgern vorher zugewiesener Images, mit denen als strategisch wichtig erachtete Positionen abgesichert werden sollen. Letztlich steckt dahinter eine unpolitische Ästhetisierung der Politik. Denn das Handeln politischer Akteure wird nicht nach den Regeln der politischen Aushandlungskunst, sondern nach den Prinzipien der Theatralität, der vollendeten Inszenierung bewertet. Dies ist freilich ein Trugschluss, denn die Medien verwechseln immer häufiger die sich ihnen öffnende Bühne der Politikdarstellung, die sie selber mit prägen, mit dem Politischen an sich. Mit wirklichen politischen Anliegen, mit durchdachten und ernst gemeinten Programmen noch durchzudringen, wird für Politiker unter diesen Bedingungen immer schwieriger.

Medieneinfluss kann offen und brutal sein – wie bei der Bevorzugung des Kandidaten Joachim Gauck gegenüber Christian Wulff bei der Bundespräsidentenwahl 2010 –, doch meist ist er subtil und nicht auf den ersten Blick zu erkennen. Dass die Medien gezielt für den politischen Schlagabtausch genutzt werden, erfährt der normale Leser oder Zuschauer gewöhnlich überhaupt nicht. Manchmal werden Hintergründe nur durch Zufall aufgedeckt oder erst in der längerfristigen Chronologie verständlich. So brachte der *Spiegel* in seiner Ausgabe 21/2010 auf seinen im politischen Berlin gefürchteten *Panorama*-Seiten eine ungewöhnlich weich anmutende Meldung: Hessens Innenminister Volker Bouffier drohe eine Hausdurchsuchung, weil er den »vakanten Posten eines Bereitschaftspolizeipräsidenten rechtswidrig einem ihm nahestehenden Parteifreund zugeschanzt« habe. <sup>134</sup> Der Vorgang war in Hessen längst öffentlich und im Prinzip wenig brisant, wie sich bei näherer Lektüre herausstellte. Der tiefere Sinn der *Panorama*-Meldung wurde erst

zwei Wochen später deutlich: Da kündigte Ministerpräsident Roland Koch für die Öffentlichkeit überraschend seinen Rücktritt an und rief Bouffier zu seinem Nachfolger aus. Ganz offensichtlich war der *Spiegel* aus einer gut unterrichteten Quelle gefüttert worden, die mit Kochs Nachfolgeregelung nicht einverstanden war.

Sind dies gänzlich neue Entwicklungen? Hat nicht schon Bismarck systematisch Falschmeldungen lanciert, um seine Gegner zu diskreditieren? Natürlich haben Medien schon immer politischen Einfluss gehabt, mit diesem kokettiert und ihn dann ausgespielt, wenn sie den Moment für gekommen hielten. Nicht umsonst gründete Napoleon in jedem von ihm besetzten Land eine eigene Zeitung. Auch die Wissenschaft hat die Idee, dass die Presse das politische Geschehen nur spiegele, ohne auf es zurückzuwirken, schon 1908 auf dem Berliner Historikertag ad acta gelegt, als der Geschichtswissenschaftler Martin Spahn einen viel beachteten Vortrag über die problematische Rolle der Zeitung als Quellengattung hielt. Und trotzdem lässt sich für den größten Teil des 20. Jahrhunderts – mit Ausnahme der Zeit der großen Diktaturen – feststellen, dass die Medien den Primat des Politischen akzeptiert haben, dass Dinge, die im politischen Raum geschahen, ihren Weg in die Medien fanden und dort – wenn auch im Einklang mit den medialen Eigengesetzlichkeiten – bearbeitet wurden. Diese traditionelle Trennung zwischen der politischen Sphäre und ihrer medialen Spiegelung scheint mehr und mehr abhanden zu kommen. Neue, hybride Formen von *media politics* entstehen, da Medien in den voll entwickelten Mediengesellschaften zu eigenständigen politischen Akteuren werden – und damit zu den wichtigsten Orientierungsgrößen für die Politik. Das heißt auf der einen Seite, dass sich die Politik immer mehr der medialen Darstellungs- und Verwertungslogik anpasst: Politische Ereignisse werden im Hinblick auf die zu erwartende Medienberichterstattung geplant, politisches Personal aufgrund seiner Medientauglichkeit ausgewählt, politische Inhalte den – in der Regel recht geringen – Möglichkeiten der Medien, Komplexität zu verarbeiten, angepasst. Mediale Präsenz wird immer mehr zur Ersatzhandlung für die im Zeitalter der Globalisierung schwindenden Handlungsmöglichkeiten der Politik, zu einem Placebo für realen Einfluss. Dies ist die Qualitätsveränderung aufseiten der Politik.

Andererseits geht auch an den Medien selbst ihr gewachsener Einfluss nicht spurlos vorbei. Da eben nur das relevant ist, was in ihnen auftaucht, ist

die Versuchung für Medienmacher groß, aktiv ins politische Geschehen einzugreifen. Seit der Jahrtausendwende häufen sich neuartige, kampagnenhafte Einmischungen der Medien auch in den Kernbereichen der Politik. Medienhandeln wird zum Ersatzhandeln für nicht mehr stattfindende Politik, was im Zeitalter der symbolischen Substitution politischer Substanz gar nicht mehr auffällt: Immer häufiger schreiben Journalisten in ihren Kommentaren, was ein Regierungschef oder ein Minister möglichst tun oder unterlassen sollte – wenn auch keiner dieser Kommentatoren jemals in die Situation geraten würde, seine Entscheidungen auf einer internationalen Konferenz machtbewusster Staatschefs oder in einer Versammlung wütender Bürger rechtfertigen zu müssen. »Die Tendenz vieler Journalisten, sich nicht länger als Teil unseres politischen Systems zu begreifen, sondern sich diesem System wie fremd gegenüberzustellen, ist unübersehbar«, warnt Susanne Gaschke. »Doch die Demokratie gerät in Gefahr, wenn Medienleute, wie im Augenblick, ihr höchstpersönliches Gelandeweltsein am Publikum auslassen; wenn sie sich für ein Ersatzvolk halten; wenn sie lieber Politikern Haltungsnoten erteilen, als die gar nicht so selbstverständlichen Bedingungen politischen Handelns zu erklären.«<sup>[135]</sup> Und Tom Schimmeck stellt erschreckt fest, »dass sich viele Medienleute nicht mehr als Mittler zu den Menschen, sondern als Mitinhaber von Macht begreifen. Ihre Währung heißt Wichtigkeit. Sie suchen die Nähe anderer ›Wichtiger‹, möglichst im Fernsehen.«<sup>[136]</sup> Sabine Adler, Büroleiterin beim *Deutschlandfunk* in Berlin, erkennt das ganz offen an: »Natürlich sind wir alle Wichtigtuer«, gibt sie im Interview mit Leif Kramp und Stephan Weichert zu Protokoll. »Das hat weniger mit Eitelkeit zu tun, als es auf den ersten Blick scheinen mag. Wir bekommen qua unserer Profession eine Bedeutung, weil wir die Medien benutzen können, um uns – bewusst oder unbewusst – in Szene zu setzen. Niemand sonst bekommt mit seiner unmaßgeblichen Meinung derartig viel Aufmerksamkeit.«<sup>[137]</sup>

## Mediendämmerung

Begleitet wird dieser Prozess der schleichenden kommunikativen Landnahme von einem Strukturwandel der Medien. Durch Konvergenzprozesse zwischen Print und Online, die task-force-mäßige Organisation von Redaktionen und

Ressorts, einen zunehmend spürbaren Einfluss des Boulevards und die Ver-  
vielfältigung der Medienkanäle bei sinkenden Personalzahlen in den Redak-  
tionen wird Medienberichterstattung zunehmend beides: oberflächlich in den  
Inhalten und massiv konzentriert in der Intensität. Es gibt kaum eine  
Tageszeitung, die in den vergangenen Jahren nicht Personal abgebaut hat. Im-  
mer häufiger kommt es zur Vortäuschung publizistischer Pseudo-Vielfalt, et-  
wa wenn die Springer-Blätter *Welt* und *Berliner Morgenpost* identische  
Artikel drucken oder die Politikteile von *Berliner Zeitung*, *Frankfurter Rund-  
schau*, *Mitteldeutscher Zeitung* und *Kölner Stadtanzeiger* alle von der in Ber-  
lin ansässigen Du-Mont-Redaktionsgemeinschaft zugeliefert werden. Damit  
einher geht auch eine Verschiebung innerhalb der Hierarchie der Leitmedien:  
*stern* und *Spiegel* haben an Bedeutung eingebüßt. Für die *Frankfurter Rund-  
schau*, die traditionelle linksliberale Stimme der Republik, kam im Frühjahr  
2011 das *Aus* als eigenständiger Print-Titel. Die *Süddeutsche Zeitung* hat ihr  
liberales Profil in den letzten Jahren zum Teil in Richtung einer neuen Bürger-  
lichkeit korrigiert und ist kommerzieller geworden. Auch das öffentlich-recht-  
liche Fernsehen hat seinen politischen Informations- und Analyseanspruch  
weitestgehend aufgegeben und fungiert mehr und mehr als Service- und  
Infotainment-Anbieter. Gerade hier sind die Entwicklungen dramatisch. »Es  
geht nicht darum«, urteilt der Medienkritiker Stefan Niggemeier, »dass die  
öffentlich-rechtlichen Sender bestimmte Genres komplett den Privaten über-  
lassen sollten. Es geht darum, dass es den Anschein hat, als hätten ARD und  
ZDF jedes Maß und das Gefühl für die richtigen Prioritäten verloren. Die Ver-  
antwortlichen haben offenbar weitgehend die Denkweise kommerzieller  
Sender verinnerlicht.« 138

Die schleichende Infantilisierung einstmals seriöser Medien schreitet so  
immer weiter voran. Nicht nur das Fernsehen, auch die Qualitätszeitungen  
sind in den letzten Jahren lauter, bunter und boulevardesker geworden. Die  
übermächtige Agenda-Setting-Funktion der Boulevardmedien übt hier einen  
Druck aus, dem sich auch seriöse Medien nicht entziehen können. Wenn Lady  
Gaga, Charly Sheen oder Stefan Raab im Boulevard prominent vorkommen,  
sind sie als Personen öffentlichen Interesses gesetzt und tauchen dann auch  
zwangsläufig in der Berichterstattung der seriösen Medien auf. Entsprechend  
gibt es keinen klar geschiedenen Dualismus von seriösen Nachrichtenmedien  
und Boulevard mehr. Vielmehr ist ein Geleitzug entstanden, in dem alle

Medien mitsegeln. Die Wechselwirkung der Nachrichtenbeschleunigung wird so kontinuierlich verstärkt. Nuancen sind zwar nach wie vor zu beobachten, doch die Grenzlinien verflüssigen sich zusehends. »Die alte Bedeutung der Schlagzeilensetzung und Kommentarlinsen der überregionalen Zeitungen dafür, wie im Regierungszentrum und in den Planungskonferenzen der elektronischen Medien das öffentliche Stimmungsbild bewertet wird, bleibt erhalten«, schreibt der langjährige Hauptstadtcorrespondent der *Frankfurter Rundschau*, Richard Meng. »Welche Schlagzeile entsteht und wie kommentiert wird, bleibt umgekehrt aber mitbeeinflusst durch ein Gesamtmedienbild, in dem sich im allseitigen Wettbewerb um Aufmerksamkeit ein teils aggressiver, eher skrupellos denn mutig zu nennender politischer Journalismus entwickelt hat: Da kommt es schnell zu tagesaktuellen Zuspitzungen, die man sich vor ein paar Jahren noch verkniffen hätte. Der politische Journalismus gerät unter Anpassungsdruck; es relativieren sich seine meinungsführenden Freiräume, auch weil die Topthemen immer personenbezogener daherkommen.« 139

Die alte These, dass das Mediensystem im Zweifelsfalle auch ohne Politik, die Politik aber keinesfalls ohne die Medien existieren kann, bekommt durch die Boulevardisierung neue Nahrung. Denn dadurch, dass die Medien Politik wie jeden anderen Stoff behandeln, dass Michael Schumacher und Angela Merkel auf den Titelseiten der Boulevardzeitungen und bunten Magazine beliebig austauschbar sind, unterwerfen die Medien die Politik nicht nur denselben Aufmerksamkeits- und Aufbereitungsregeln wie die Popkultur oder den Rennsport, sondern sie emanzipieren sich auch zusehends von der Politik, auf die sie als Stofflieferant weniger und weniger angewiesen sind. Politik ist längst zu einer Ware unter vielen geworden. Und sie rangiert unter den Stoffen, mit denen Medien Geld verdienen können, beileibe nicht an erster Stelle. Davon ist auch die Politikberichterstattung betroffen, welche die veränderten medialen Präsentationsregeln nicht ignorieren kann und ihren Stoff so aufbereiten muss, dass er mit dem grellen und bunten Material der anderen Redaktionen mithalten kann.

Die Entwicklung des politischen Journalismus in Deutschland nur als Verfallserscheinung zu beschreiben, wäre trotzdem verfehlt. Der *Spiegel* zum Beispiel war vermutlich professionell gesehen noch nie so gut wie in den Jahren nach der Ära Aust. Richtiger ist wohl: Spitzenleistungen in einem

schmalen Segment des Journalismus, zu dem die *Süddeutsche*, die *F.A.Z.* und die *Zeit*, der *Deutschlandfunk* und einige Redaktionen von ARD und ZDF zählen, stehen neben einer breiten Tendenz zur Deprofessionalisierung und Vermarktlichung des Journalismus. Für den Fernsehjournalisten Thomas Leif bietet die deutsche Medienlandschaft heute jenseits der herausragenden Premium-Angebote nicht viel mehr als die Kommentierung von Marketing und das Recycling von Fremdmaterial: »Viele Medienproduzenten leben von gefilterter Luft, verstehen sich als Textmanager von zugeliefertem ›Content‹, als Experten für suchmaschinenoptimierte Überschriften und als begnadete Teaser-Texter.«<sup>[140]</sup> Zu konstatieren ist insgesamt eine stereotype Standardisierung der Medien. Ein Journalismus zieht herauf, dem die Balance von Wichtigkeit und Wahrhaftigkeit auf der einen und Eingängigkeit und Aufmerksamkeit auf der anderen Seite verloren geht. Nicht mehr der Gehalt einer Geschichte ist entscheidend, um journalistische Berichterstattung auszulösen, sondern ihre Erzählbarkeit. PR-Altmeister Klaus Kocks postuliert, zumindest aus seiner Perspektive, folgerichtig: »Der Wirklichkeit gerecht werden ist für Journalisten kein Kriterium. Wir, PR-Leute wie Journalisten, folgen nicht dem Anspruch, die Wirklichkeit abzubilden, sondern wir wollen Geschichten zu Ende erzählen.«<sup>[141]</sup> Das erinnert an ein altes Diktum Walter Lippmanns, der trocken festgestellt hatte: »News and truth are not the same thing.«

Die eigentliche Paradoxie der allgegenwärtigen Medialisierung ist aber, dass der weiter und weiter fortschreitende Medieneinfluss von einer Deprofessionalisierung und personellen Aushöhlung des Journalismus begleitet wird. Redaktionen werden zusammengelegt und Redakteure in *newsrooms* zusammengepfercht, in denen sie von ihrem Schreibtisch aus die unterschiedlichsten Mediengattungen parallel bedienen müssen.

Die Rezession des Werbemarktes im Gefolge der weltweiten Wirtschafts- und Finanzkrise, die gerade bei den traditionellen Printmedien auch noch eine lange verschleppte Strukturkrise offen legte, hat diesen Prozess noch einmal beschleunigt. Die Folge ist Qualitätsverlust bei extrem verschärftem Wettbewerb, der eine gleichzeitige Verdichtung und Hysterisierung der Kommunikation bedingt. Im Wust von Positionen und Gegenmeinungen gelingt es immer weniger, kenntlich zu machen, was wichtig ist und was nicht. Wenn bei jeder Gelegenheit in den höchsten Tönen Alarm geschlagen wird, wenn ständig die

innere Sicherheit, der Wohlstand oder die Fortexistenz des Sozialstaats in Frage gestellt werden, ist für die Menschen irgendwann kein Bezug zum realen Erleben mehr herstellbar. Die Finanzmarktkrise von 2008/09, nach deren Ende der einhelligen Meinung zufolge nichts mehr so sein würde, wie es vorher war, verschwand und machte einer Sonderkonjunktur in Deutschland Platz, bevor sie überhaupt in den Köpfen angekommen war. »Was aber ebenso schnell verschwindet, wie es aufgetaucht ist, kann gar nicht wichtig sein«, urteilt Tissy Bruns. »Die schnelle Abfolge von Konflikten, Themen, Zerreiß- und Machtproben, als die Politik in der Themenagenda der Medien erscheint, zerlegt langsame, widersprüchliche Prozesse in viele kleine Bilder. Niemand weiß – und erst recht kann niemand steuern –, wer wann welches dieser Einzelbilder wahrnimmt und wie es bewertet wird.« <sup>142</sup> Das langsame Prozesstempo politischer Entscheidungsfindung in Mehrebenensystemen wird durch die Medien systematisch überfordert und die Abbildung des politischen Prozesses durch den Stichflammenjournalismus zerrissen. Nur noch einzelne Strobe-Flak-Schlaglichter beleuchten isolierte Segmente, wo es doch eigentlich um das Erklären der großen Zusammenhänge ginge.

## 6. Die entfesselte Politik

### Die Abdankung der politischen Klasse und die Erosion der Demokratie

Die Politik reagiert auf die neuen Kommunikationsverhältnisse mit einer gefährlichen Umarmungsstrategie. Eigentlich müsste es ihre Aufgabe sein, Bollwerke gegen die Überformung des Politischen zu errichten. Statt diejenigen, die am lautesten schreien, mit Zuwendung zu bedenken, müsste sie dafür Sorge tragen, dass Wahrheitskriterien nicht von Aufmerksamkeitskriterien überlagert werden, dass politische Positionen nicht gänzlich hinter der Personalisierung verschwinden und dass der Meinungsstreit unter möglichst breiter Beteiligung aller Teile der Gesellschaft geführt wird. Doch statt für die Verteidigung eines politischen Diskursraums zu kämpfen, der diesen Namen auch verdient, passt die Politik sich gleich doppelt an – an die selektiven Perspektiven der Medien und die nur zyklische, aber hochgradig von Interessen geleitete Aufmerksamkeit der Bürger. Statt sich also der allgemeinen Erregungsflut entgegenzustemmen und für die Versachlichung der Diskussion zu werben, versucht die Politik immer häufiger, sich an die Spitze der Welle zu setzen. Dies zeigt, dass sie nach wie vor kein Mittel gefunden hat, um den Inszenierungserfordernissen der Medien und dem Desinteresse des Publikums an komplexen Abwägungen ein eigenes, authentisches Bild des Politischen entgegenzusetzen. Um überhaupt Zugang zur Öffentlichkeit zu finden, imitiert die Politik die Aufmerksamkeitsregeln der Medien – oft um den Preis der Selbstaufgabe. Denn sie verzichtet so nicht nur darauf, eigene Themen im gesellschaftlichen Diskurs zu setzen, sondern trägt zur weiteren Erosion der Demokratie bei, weil die Diskrepanz zwischen Reden und Handeln auf diese Weise immer größer wird, was die Glaubwürdigkeit der Politik stetig weiter untergräbt.

Die Lösung von Sachproblemen gerät dabei zunehmend in den Hintergrund, denn medialisierte Politik ist immer verkürzte Politik mit einem besonderen Fokus auf das Symbolische an der Spitze, nicht mit Blick auf die Veränderung in der Fläche. Die Medien sind mit den ihnen zur Verfügung stehenden Mitteln der persönlichen Beobachtung, der unmittelbaren Präsenz

am Ort des Geschehens und der Konzentration auf die politischen Eliten nicht in der Lage, die Bandbreite des Politischen, das sich an vielen Orten gleichzeitig abspielen kann und kein eindeutiges Raum-Zeit-Personen-Kontinuum hat, hinreichend zu erfassen. Die eigentliche Prozesslogik des Politischen kann deswegen von den Medien nicht adäquat abgebildet werden, der politische Kern bleibt für sie unsichtbar. Zudem sind die Medien so darauf konditioniert, die Inszenierungsebene der Politik zu deuten und zu dekonstruieren, dass ihr deren Herstellungsebene regelmäßig aus dem Blick gerät. Die Medien suchen nicht dort nach politischer Gestaltungsmacht, wo diese ganz regulär und verfassungskonform verortet ist: am unteren Ende in den Ortsvereinen der politischen Parteien und den regionalen Parlamenten und am oberen in den höheren Etagen der Ministerialbürokratie, zum Beispiel bei jenen drei Dutzend Spitzenbeamten, die im Gegensatz zu den Ministern und Parlamentarischen Staatssekretären ihre Häuser wirklich im Griff haben. Die Medien fokussieren stattdessen stets auf die politische Spitze – selbst wenn diese von vielen Vorgängen gar keine Kenntnis hat. Nico Fried, erfahrener Parlamentsredakteur der *Süddeutschen Zeitung*, räumt dies in einem Interview mit Leif Kramp und Stephan Weichert offen ein: »Wenn wir ein Defizit haben in der politischen Berichterstattung insgesamt, dann besteht das in etwas ganz anderem: Nämlich dass den Leuten, und das ist auch ein bisschen unser Versäumnis, überhaupt nicht klar ist, wie viel an Politik jenseits dessen, was berichtet wird, noch alles stattfindet. Damit meine ich Abgeordnetenausschüsse, Gesetzgebungsarbeit und solche Dinge.«<sup>143</sup> Über das normale Arbeitspensum eines Berufspolitikers erfährt der Bürger aus den Medien tatsächlich sehr wenig. Im 16. Deutschen Bundestag, der Wahlperiode von 2005 bis 2009, wurden 113 aktuelle Stunden und 67 Fragestunden abgehalten. Es gab 59 Befragungen der Bundesregierung, 63 große und 3299 kleine Anfragen, zudem richteten die 612 Abgeordneten des Parlaments 2703 mündliche und 12 789 schriftliche Fragen an die Bundesregierung. Es gab 264 Gesetzesinitiativen und 441 Entschließungsanträge aus dem Bundestag heraus, insgesamt wurden 905 Gesetzesvorhaben beim Bundestag eingebracht, 616 davon wurden verabschiedet. Kaum etwas davon bekommt man im Fernsehen zu sehen und wenig davon ist Thema in der Politikberichterstattung der Qualitätszeitungen. Und weil Journalisten zu dieser Ebene der Politikherstellung keinen Zugang finden, da die Medien gar nicht in der Lage sind, die Fülle der

aktuellen Politikprojekte flächendeckend zu beobachten, auszuleuchten und zueinander in Beziehung zu setzen, fischen sie weiter an der Oberfläche, gehen munter auf O-Ton-Jagd und versuchen unbeirrt, aus drei nicht zusammenhängenden Sachthemen auf Teufel komm raus ein personales Konfliktthema zu basteln. Auch für die tieferen weltanschaulichen Fundamente der Parteien interessieren sich die Medien in der Regel nicht. Und weil sie diese ignorieren, ist Politik für sie fast immer nur Schlagabtausch an der Oberfläche, kurzfristiges Taktieren, der schnelle Hieb auf den Gegner und die inhaltsleere Geste vor den Fernsehkameras. Thomas de Maizière beschrieb diesen blinden Fleck der Medien vor einigen Jahren so: »Der Politiker ist in seinem Kerngeschäft unsichtbar. Er ist vorwiegend im Randgeschäft sichtbar: Bei Reden, bei Empfängen, bei Eröffnungen, als Zuschauer, kaffeetrinkend in Konferenzsälen oder mit einem Sektglas in der Hand. Als Arbeit des Politikers wird visuell überwiegend das dargestellt, was bei anderen Menschen eher mit Nicht-Arbeit verbunden wird. Natürlich ist eine Rede eine Arbeit. Manchmal ist auch das Zuhören einer Rede eine Arbeit. Das ist, was sichtbar wird. Aber das eigentliche Kerngeschäft des Politikers ist nicht sichtbar. Ich meine damit nicht Mauscheleien im Hinterzimmer. Ich meine Verhandlungen, ich meine Besuche ohne großen Begleittertross und Presse, ich meine Aktenstudium und Rücksprachen. Das ist jedenfalls nicht sichtbar für die Medienöffentlichkeit. Daraus folgt: Die Versuchung für den Politiker und für den Journalisten besteht in der Mediendemokratie darin, das Randgeschäft, also das sichtbare Geschäft, zum eigentlichen Kerngeschäft zu machen. Und das geht zu Lasten der Qualität von Politik.« 144

Während es also der Politik nicht gelingt, ihre eigenen Anliegen adäquat in die Medien zu tragen, gilt umgekehrt, dass die Medien nicht in der Lage sind, ein konsistentes Bild des Politischen zu zeichnen. Diesen Effekt macht sich die Politik zunutze, um die Medien auf der Vorderbühne mit den von ihnen verlangten Inszenierungen zu bedienen, aber im Hinterzimmer ihr eigenes Programm weiter zu verfolgen. Die Politik schaltet also den Autopiloten ein, ignoriert die Medien nach Möglichkeit und sucht die Referenzpunkte für die Prüfung ihrer Realitätstüchtigkeit vor allem innerhalb der politischen Klasse selbst. Sie tritt damit den Weg ins Biotop an – oder den in den Bunker. Dort werden dann Konzepte wie Merkels berühmtes »Durchregieren« oder Schröders »Politik der ruhigen Hand« geboren, die vor allem eines beweisen

sollen: dass die Politik auch in feindlicher Umwelt noch aktionsfähig ist. Richard Meng, der nach vielen Jahren bei der *Frankfurter Rundschau* die Seiten gewechselt hat und nun Sprecher des Regierenden Bürgermeisters von Berlin ist, stellt fest: »Längst kehrt sich die Lehrbuchweisheit um, dass Öffentlichkeit für die Demokratie immer etwas Gutes sei. Kluge Politik kann unter solchen Umständen eher darin bestehen, dem öffentlichen Negativismus aus dem Weg zu gehen, als ihm (gut gemeinte) Vorlagen zu liefern, die dann nur noch als Alibi dienen, die ›Gegenseite‹ gehört zu haben.« [145] Dauerhaft gut kann das nicht gehen. Ein weiterer Vertrauensverlust der Politik ist vorprogrammiert. Denn durch ihren Rückzug ins geschützte Reservat tritt die Politik aus der Gesellschaft ab, ohne dass das entstehende Vakuum gefüllt werden könnte.

## Misstrauensgemeinschaften

Wenn die oft als harmonisch beschriebene Beziehung von Politik und Medien strukturell von Nicht-Verstehen geprägt ist, muss sich dies auch auf der personalen Ebene des Umgangs zwischen Politikern und Journalisten niederschlagen. Die Beziehungen hier lassen sich am ehesten als Zweckgemeinschaft beschreiben: Man braucht einander, doch man liebt sich nicht unbedingt. Jürgen Leinemann befand im Jahr 2005 über das Verhältnis der Politiker zu seiner Zunft: »Nein, sie trauen uns nicht wirklich mehr, glaube ich.« [146] Und hätten sie denn nicht Gründe genug dafür? Hans Mathias Kepplinger, Professor der Kommunikationswissenschaft in Mainz, befragte 2008 187 Bundestagsabgeordnete und 235 Journalisten. Sein Resultat: 78 Prozent der Abgeordneten glauben, dass Medien in ihrer Berichterstattung ihre Eigeninteressen ausspielen. 51 Prozent der Tageszeitungsjournalisten erklärten, Politiker hätten schon einmal durch Interventionen bei ihren leitenden Redakteuren versucht, eine Berichterstattung zu verhindern. Jedem zweiten Politiker, so gaben die Journalisten an, sei für den Machterhalt fast jedes Mittel recht. Politiker wiederum gaben sich überzeugt: Jeder zweite Journalist sei für mehr Auflage oder Quote zu allem bereit. [147] Umgekehrt unterstellt der Kommunikationsberater Michael Spreng vielen Politikern, die Medien für ihre Zwecke instrumentalisieren zu wollen, ohne deren Rolle als Sachwalter der Öffentlichkeit zu

akzeptieren: »Sie wollen die Medien benutzen. Viele Politiker haben, so würde ich das sagen, nur ein instrumentelles Verhältnis zu den Medien, aber kein Überzeugungsverhältnis.«<sup>[148]</sup> Und so ist die demonstrative Nähe von Journalisten und Politikern in der Berliner Republik eher taktischer Natur. »Der latente Groll der Politiker auf die Journalisten und die Dauerklage der Journalisten über Politiker, deren einziges Bestreben es sei, sich in Szene zu setzen, ist der interne Grundton der Berliner Misstrauensgemeinschaft, die gleichzeitig ein Geschäft zum gegenseitigen Vorteil, nämlich dem der öffentlichen Präsenz, ist«, resümiert Tissy Bruns.<sup>[149]</sup> Folgt man der Einschätzung Peer Steinbrücks, wird die in Berlin zu beobachtende »politisch-mediale Symbiose (...) immer bedenkenloser als wirtschaftliche Zugewinnngemeinschaft organisiert, frei nach dem Motto ›Was mir nützt, soll dein Schaden nicht sein.«<sup>[150]</sup> Nicht immer wird diese so schamlos inszeniert, wie im Fall des *Phoenix*-Moderators Hans-Ulrich Stelter, der – für alle lesbar – aus einer Bundestags-sitzung an die CDU-Politikerin Julia Klöckner twitterte: »Sie haben sehr gut ausgesehen, auf der Regierungsbank sitzend. Phoenix hat Sie mehrfach gezeigt.«<sup>[151]</sup> Hinter solchen Anbietungen steht zunächst einmal der alte Deal des Tauschs von Publizität gegen Information: Politiker geben Informationen preis und erhalten im Austausch positive Erwähnungen in den Medien. Was sich in der voll entfalteten Mediendemokratie geändert hat, ist die Tatsache, dass die Nähe zu Journalisten für Politiker mittlerweile oft wichtiger ist als der Kontakt mit der eigenen Basis, den Bürgerinnen und Bürgern. Eine Strategie, wie sie Gerhard Schröder als niedersächsischer Ministerpräsident in den 1990er-Jahren einschlug, nämlich sich mit den Medien gegen die eigene Partei zu profilieren, wäre noch zehn Jahre zuvor undenkbar gewesen. Heute aber versorgt jeder aufstrebende Hinterbänkler seine medialen Gewährsleute mit Stellungnahmen und Informationen, um sich auf diese Weise ein Netzwerk in den Medien aufzubauen. So entsteht der ewige Strom nie endender O-Töne und abweichender Stellungnahmen aus den eigenen Reihen, welche vor allem die Fraktionsvorsitzenden und Parlamentarischen Geschäftsführer, die für die Kommunikationsdisziplin der Abgeordneten zuständig sind, in den Wahnsinn zu treiben droht.

Unter der oberflächlichen Vertrautheit der Berliner Bussi-Kultur ist längst eine Kultur des Beobachtens und Belauerns entstanden. Spitzenpolitiker werden systematisch von den Medien abgeschirmt, es bedarf mehr und mehr der

professionellen Mittler in Gestalt der Kommunikationsberater und Sprecher, um die Spielregeln des Umgangs miteinander festzulegen. Vor herausragenden Ereignissen wie den TV-Duellen der Bundestagswahlkämpfe werden Dutzende Seiten von Papier beschrieben, um das genaue Reglement des Verfahrens zu fixieren.

Immer wieder kommt es vor, dass einflussreiche Journalisten einen lange von ihnen favorisierten Politiker fallen lassen. Oft reicht schon das vage Gerücht, der Thron eines Parteigranden würde wackeln, und schon dreht sich der gesamte Tenor der Berichterstattung. Der *Spiegel*-Redakteur Christoph Schwennicke galt lange als ein Bewunderer des SPD-Vorsitzenden Franz Müntefering. Im August 2009 erschien dann im *Spiegel* ein Kommentar Schwennickes, in dem es hieß: »Mün-te-fe-ring ist der Mann, der aus der Zeit gefallen ist. Die Fußballvergleiche (›Wir sind in der 80. Minute, und es steht 0:2‹) gehen längst auf den Wecker, das Mün-te-Deutsch (›Ich kann Partei‹) ist nicht mehr putzig, sondern grammatisch falsch, die Kunstpausen und Zigarillo-Rauchfäden sind nicht mehr cool, sondern blasiert. Aber er macht weiter, er kann nur so, wie der gealterte Achtziger-Jahre-DJ.« <sup>152</sup> Als dieser Artikel erschien, wussten alle im politischen Berlin, dass Schwennicke und mit ihm der *Spiegel* vom Idol Müntefering abgefallen waren. Von da ab war Müntefering keine drei Monate mehr im Amt. Nicht immer verlaufen Zu- und Abwendungen so drastisch, oft halten sich Hingezogenheit und Abstoßung über eine lange Zeit die Waage, bis ein endgültiges Urteil gefällt ist. Der *Spiegel*-Journalist Jürgen Leinemann, der wohl die bedeutendsten politischen Porträts des bundesdeutschen Journalismus geschrieben hat, schildert in seinen Erinnerungen eine Szene vom Wahlkampfauftakt der Union 1994 in der Dortmunder Westfalenhalle, die deutlich macht, wie empfänglich selbst gestandene Journalisten für die Nähe zur Macht sind. Leinemann berichtet: »Der Bundeskanzler schob sich durch ein Spalier von Jublern und Fans zur Tribüne. Eine inszenierte Prozession. (...) ›Helmut! Helmut!‹, brüllten sie neben mir. Ich stand am Rande der Gasse, die Ordner offen hielten, sah den Kanzler gewaltig heranquellen und wahllos links und rechts nach Händen greifen, die sich ihm entgegenstreckten. Er schwitzte. Nackter Triumph verklärte sein Gesicht – das war es, wofür er sich quälte. Die Erregung stieg, je näher Kohl kam. Nur nicht verwechselt werden mit den Jublern um mich herum. Erstens sowieso nicht, zweitens war ich hier als professioneller Beobachter. Ich verhakte meine

Arme vor der Brust, stützte mit dem linken Arm den rechten und mit dem das Kinn. Doch dann – Helmut Kohl war fast vorbei – langte er noch einmal nach rechts aus, grapschte an allen ihm zustrebenden Händen vorbei nach mir, zertrte meine Hand unter dem Kinn weg und schüttelte sie. Ich erstarrte. Blicke in das feixende Gesicht von Finanzminister Theo Waigel: ›Helmut!‹, rief der, ›das war doch der Leinemann vom Spiegel.‹ Da drehte der Kanzler sich um, sah mich an und spottete: ›Das weiß ich doch. Der soll anständige Geschichten schreiben.‹ Fort war er, während Waigel sich amüsierte: ›Hast du gesehen, wie der erschrocken war?‹ So war es. Erschrocken. Aber irgendwie war ich geschmeichelt. Und darüber erst recht erschrocken. Selten hatte ich Reize und Gefahren der Bonner Kumpanei zwischen Politikern und Journalisten so intensiv empfunden wie in diesem Augenblick. Einerseits – das wäre ja noch schöner, wenn ich nach fast zwanzig Jahren Bonn-Berichterstattung einfach zu übersehen wäre. Andererseits – war ich nicht die Hamburger Feindpresse? Ich fühlte mich durch Auszeichnung gezeichnet.« 153

In dieser von Leinemann berichteten Episode findet sich die Hin- und Hergerissenheit in allen Facetten wieder, mit der Journalisten Spitzenpolitikern gegenüberstehen. Auf der einen Seite sind sie für Zeichen von Nähe und Vertraulichkeit hoch empfänglich, auf der anderen haben sie ein Bewusstsein dafür, eigentlich auf die andere Seite der Macht zu gehören. Zudem: Auch wenn sich Journalisten und Politiker scheinbar auf Augenhöhe begegnen, lässt sich von Waffengleichheit in den seltensten Fällen sprechen. Ein Spitzenpolitiker hat einen Wahlkreis, eine politische Strömung der er sich zurechnet, enge Vertraute, die er als Mitarbeiter beschäftigt, zahlreiche Ehrenämter und überhaupt ein Netzwerk, das ihn trägt. Journalisten dagegen sind Solitäre. Sie werden nicht vom Volk gewählt, sondern von einem Verlag eingestellt. Ihre Macht stützt sich nur auf ihre eigenen Fähigkeiten und das Renommee ihres Mediums. In ihrer täglichen Praxis sind sie auf Austausch (und auch auf mitunter fragwürdige Deals) mit Politikern angewiesen. In ihrem Selbstverständnis müssen sie dagegen ihre Unabhängigkeit im Urteil hochhalten. Das erzeugt nur schwer auflösbare kognitive Dissonanzen. Es gehört zum Lieblingshabitus der Journalisten, sich selbst als die unerschrockenen Retter der öffentlichen Belange zu inszenieren. Doch viel zu oft ist ihre Kritik an den Politikern wohlfeil und wiederholt nur bereits fünfmal Gesagtes, was nicht gerade eine risikoreiche Strategie des Kampfes um das Gute ist. Für

Tissy Bruns dienen viele Attacken der Medien auf Politiker vor allem der Selbstvergewisserung der eigenen Rolle: »Der Zweifel an uns selbst hat einen verlässlichen Blitzableiter: die Politiker auf der anderen Seite der Barrikade. Nach dem Motto ›Viel Feind, viel Ehr‹ erhebt sich unser Selbstbewusstsein auch über die inneren Anfechtungen. Wenn Politiker uns tadeln, dann haben wir etwas richtig gemacht. Dabei kostet es wenig, einen Fraktionschef oder Minister in Grund und Boden zu schreiben; Journalisten im 21. Jahrhundert brauchen mehr Zivilcourage, wenn sie ihren Chefredakteuren widersprechen.« <sup>154</sup>

An den Politikern geht der verschärfte Ton der journalistischen Kritik nicht spurlos vorbei. Sie sind dünnhäutiger geworden, verletzlicher – und teilen auch immer häufiger aus, wenn sich die Gelegenheit dazu bietet. Altkanzler Helmut Schmidt bekannte im Mai 2010 bei einer Veranstaltung in Hamburg, er habe in seinem Leben vielen Menschen Unrecht getan und es gäbe vielleicht einiges, das er bereuen sollte. Aber, schränkte Schmidt ein: »Die Journalisten und ihre Behandlung gehören nicht dazu.« <sup>155</sup> Der über 90-Jährige kann es sich leisten, so zu reden. Politiker, die noch im Geschäft sind, ballen angesichts mancher medialer Eskapaden nur noch die Fäuste in der Tasche und beißen die Zähne zusammen.

Am deutlichsten kommt dieses Misstrauen zum Ausdruck, wenn es um die Autorisierung von Interviews geht. Diese – in Deutschland einmalige – Praxis ist einer der Hauptkampfpunkte zwischen Politikern, ihren Sprechern und den Medien. Journalisten haben, wenn ihre zur Freigabe eingereichten Interviewabschriften mit vielen Änderungen und Streichungen autorisiert zurückkommen, regelmäßig das Gefühl, um ihre Geschichte betrogen worden zu sein. Und den Politikern und ihren Mitarbeitern sitzt die Angst im Nacken, dass etwas im Text stehen geblieben sein könnte, das in den Medien skandalisierbar ist. Denn diese spüren sofort, wenn neue Begriffe in die Debatte eingeführt werden, wenn von Politikern Positionen bezogen werden, die nicht bis in letzte Detail abgesprochen und auf eine einheitliche Linie getrimmt sind. Daraus können sie dann Unstimmigkeiten im Regierungslager ableiten, Widersprüche konstruieren, Zwistigkeiten herausstellen. Diese regelmäßig einsetzenden unerbittlichen Exegesen des Gesagten führen aufseiten der Politik zu einer Kultur der Wiedergabe vorgestanzter Worthülsen, um ja keine offene Flanke für überbordende Interpretationen zu bieten.

Doch dies ist nur die eine Seite der Medaille. Denn zwischen den Akteuren im politischen Berlin existiert nach wie vor ein dichtes Netzwerk informeller Kommunikation, das in der Regel auch dann Bestand hat, wenn an der Oberfläche ein heftiger Streit ausgetragen wird. Nur in den seltensten Fällen kommt der vertrauliche Austausch zwischen Medienleuten und Politikern vollkommen zum Erliegen. Dies ist eine der Paradoxien der Mediengesellschaft: Hinter der gut ausgeleuchteten Vorderbühne, auf der angeblich alles zur Sprache kommt, gibt es noch ein geheimes Hinterzimmer, in dem die hoch sensiblen Themen verhandelt werden. Ein solcher Ort, wo seit Jahrzehnten vertraulich Informationen ausgetauscht werden, sind die geheimnisumrankten Hintergrundkreise. Sie stellen einen privilegierten Informationszugang für ausgewählte Journalisten dar, weil sich Politiker dort offen und ohne dass aus den Gesprächsinhalten zitiert werden darf, der Diskussion mit Journalisten stellen. Für die Zusammensetzung der rund 30 Berliner Hintergrundkreise gibt es verschiedene Ordnungsprinzipien. Viele von ihnen sind parteipolitisch verortet. So ist der Brückenkreis eher liberalkonservativ, der Weißblaue Stammtisch CSU-nah und der Ruderclub klar konservativ. Doch es gibt auch funktional gegliederte Hintergrundkreise: der Provinzkreis organisiert die Hauptstadtkorrespondenten der großen Regionalzeitungen, das Rote Tuch versammelt Frauen, die Antenne Rundfunkjournalisten. Der wohl einflussreichste Hintergrundzirkel ist der Wohnzimmerkreis, dem u.a. Günter Bannas (*F.A.Z.*), Gunter Hofmann (*Die Zeit*) und Tissy Bruns (*Der Tagesspiegel*) angehören.<sup>156</sup> Hinzu kommen Hintergrundgespräche wie die einst legendäre Scholz-Runde des SPD-Politiker Olaf Scholz, zu denen die Politiker selbst einladen. Die Hintergrundkreise haben sowohl für Politiker, die eine Nachricht absetzen wollen, wie für Journalisten, die sich mit ihren Kollegen auf eine Linie der Kommentierung verständigen möchten, eine zentrale Funktion. In Hintergrundgesprächen werden von den Politikern Testballons lanciert, Gerüchte über Konkurrenten gestreut und Medienmeinungen eingeholt und bewertet. Die Journalisten konfrontieren Politiker hier mit Wissen, das sie aus geheimen Quellen erfahren haben und nicht veröffentlichen können, und suchen nach Bestätigungen für ihre Kenntnisse. Für beide Seiten sind die Hintergrundkreise eine ambivalente Angelegenheit: Dort wird hinter verschlossenen Türen besprochen, was die Öffentlichkeit mit welchem Tenor wann erfahren soll. Politiker geben geheime Informationen preis und

appellieren gleichzeitig an die Verantwortung der Journalisten, diese nicht zu veröffentlichen. Sie sagen also das, was sie eigentlich nicht sagen können. So kann man ihnen nicht vorwerfen, Informationen zurückgehalten zu haben, und trotzdem halten sie bestimmte Themen aus der Öffentlichkeit heraus. Die Verantwortung liegt nun bei den Journalisten, die sich in schwierigen Abwägungsprozessen zwischen der Nähe zur politischen Klasse und dem Unterrichtsanspruch des Publikums entscheiden müssen. Diese Entscheidung kann mal in die eine, mal in die andere Richtung ausfallen. Zumindest im Hinterzimmer gibt es also noch wirkliche Aushandlungsprozesse zwischen Medien und Politik, deren Resultate keineswegs von vornherein feststehen. Doch dies sind Orte, von denen man die Bürger sorgfältig fernhält.

## Telepolitik

Die für alle sichtbare Vorderbühne bilden dagegen vor allem die Talkshows, die zu zentralen Orten der politischen Kommunikation geworden sind. Hier wird Politik frei von allen Ambivalenzen als unaufhörlicher Streit klar geschiedener Positionen inszeniert. Hier darf der deutsche Politiker so sein, wie er gerne wäre, aber definitiv nicht ist: entschlossen, tatkräftig, unbeirrt und frei von Zweifeln. Talksendungen sind bei Politikern deshalb so beliebt, weil sie ihnen eine weitgehend unkontrollierte und von redaktionellen Eingriffen freie Präsenz auf dem Bildschirm ermöglichen. Wegen dieser Vorzüge neigen die Politiker dazu, ihre Wirkung grotesk zu überschätzen. Denn Talkshows haben zwar große Reichweiten, stehen aber bei den Zuschauern nicht hoch im Kurs. In den Augen der meisten Menschen sind sie reine Laberveranstaltungen. Und ganz unrecht haben sie damit nicht: Politik wird hier weniger erklärt als vielmehr zerredet, politischer Informationsgewinn und -nutzen sind in der Regel gering, wenn Fachexperten, Parteipolitiker und Betroffene gemeinsam neunzig Minuten lang durch ein aktuelles politisches Thema mäandern. Die Dialoge in den Talkshows sind in den seltensten Fällen echte Zwiegespräche. In der Regel dienen sie nur dazu, die Plattform für die eigene, schon lange im Vorfeld ersonnene Forderung herzustellen.

Trotz dieser offensichtlichen Dürftigkeit des Polit-Talks ist die Dominanz der Talk-Formate bis heute ungebrochen. Derzeit gibt es im deutschen Fernsehen 34 abendliche Talksendungen. Im Durchschnitt haben diese vier Gesprächsgäste. Dies macht 136 Gäste pro Woche oder 7072 im Jahr. Seit dem Herbst des Jahres 2011 sendet die ARD von Montag bis Freitag an jedem Abend eine Talksendung. Auch wenn das dort zu besichtigende Personal stets mehr oder minder dasselbe ist, ist hier ein reges Geschäftsfeld für die Etablierung von Medienprominenten entstanden. Eine Zeitlang war es sogar üblich, in PR-Beraterverträge die Platzierung der Kunden in bestimmten Talkshows aufzunehmen. Zu den Dauergästen des deutschen Talkbetriebs gehören zum Beispiel der bayerische Landesminister Markus Söder, der FDP-Politiker Gerhard Baum, der SPD-Gesundheitsexperte Karl Lauterbach, der niedersächsische Kriminologe Christian Pfeiffer, Heiner Geißler von der CDU und Gregor Gysi von der Linkspartei, die Journalisten Hans-Ulrich Jörges, Roger Köppel und Michael Jürgs oder der Ökonom Hans-Werner Sinn. Sie alle reden sich Abend für Abend die Köpfe heiß. Man kann fast den Eindruck haben, die politische Klasse suche die Verständigung mit sich selbst und ihren Wählern vor allem auf dem Bildschirm. Bundestagpräsident Norbert Lammert legte seinen Parlamentskollegen einmal eine mehrjährige Talkshow-Pause ans Herz, weil die beachtliche Präsenz von Politikern in immer mehr Talkshows keine nachhaltige Verbesserung des Ansehens der Politiker bewirkt habe. Dass seine Kollegen sich daran halten, kann als ausgeschlossen gelten. Selbst wenn in Politiker- und Journalistenkreisen stets etwas abfällig über »Plasberg gestern Abend« oder »Will am Sonntag« geredet wird, gilt doch die Präsenz in diesen Sendungen als Ausweis von A-Prominenz. Das ist nur folgerichtig, sind doch Talkshows der Inbegriff der Personalisierung von Politik. Talkshow-Redaktionen orientieren sich bei der Planung ihrer Sendungen ausschließlich am zu Verfügung stehenden Personal, jedes Thema ist von vornherein mit einer Besetzungsliste unterlegt. Dabei arbeiten die Redaktionen erstaunlich schmerzfrei. Es schert sie nicht, dass man die Personen, die man an einem Sonntag als Studiogäste umwirbt, gerade letzten Sonntag in Grund und Boden polemisiert hat. Dies führt zu merkwürdigen Ungleichzeitigkeiten: Talkshows huldigen mitunter Politikern, deren Politik sie fundamental kritisieren. Vor diesem Hintergrund muss man sich fragen, ob die Politik gut beraten war, das Fernsehen zum eigentlichen Austragungsort

politischer Auseinandersetzungen zu machen. Wenn Peer Steinbrück urteilt, dass das »Desinteresse am Parlamentarismus auch damit zu tun hat, dass die Politik den Ort ihrer Bestimmung verlassen hat«, kann dies durchaus wortwörtlich verstanden werden. <sup>157</sup>

## Politikerleben

Warum ist die Talkshow-Fixierung der Politiker so ungebrochen, wenn doch eigentlich klar ist, dass diese das Ansehen der Politik eher untergraben als befördern? Die eine Antwort liegt darin, dass das Fernsehen für jeden Politiker ein funktionales Karrierevehikel ist. Die zweite Antwort lautet, dass die Politik hofft, durch Fernsehauftritte jene Barrieren zu überwinden, welche die Medien zwischen der Politik und dem Zugang zur breiten Öffentlichkeit errichtet haben. Eine der Hauptfähigkeiten von Politikern besteht deswegen in der Antizipation der Medienaufmerksamkeit, also einer Vorwegnahme der vermuteten Reaktion der Medien auf ein politisches Angebot durch eine bestimmte Form der Inszenierung, durch die Orientierung an den als relevant erachteten Nachrichtenfaktoren und den Gebrauch von Symbolen, die für die Medien Aussagekraft haben. Die Politik dringt so zwar zum Publikum durch, gerät aber regelmäßig in Versuchung, mit überzogener Inszenierung, mit personalisierten Homestory-Angeboten oder mit »Politainment« <sup>158</sup> auf die vermutete Nachfrage zu reagieren. Manchen Politikern ist dabei jedes Mittel recht. Auf den FDP-Politiker Jürgen Möllemann geht die Feststellung zurück, dass Ansehen und Aufsehen zwei Seiten derselben Medaille seien. Die Folge ist, dass ein neuer Typus des Politikers durch den Umweg über das Fernsehen die politischen Parteien erobert. »Als Hoffnungsträger der politischen Szene gelten gemeinhin die jungen, schnellen Smarties der Mediengesellschaft, die am Morgen schon ihr drittes Interview mit flotten Sprüchen schräg zur offiziellen Parteilinie abgesondert haben, wenn die Kollegen noch beim Frühstück sitzen« <sup>159</sup>, urteilt Jürgen Leinemann. Entsprechend groß ist der Einfluss der Medien auf die Auswahl des politischen Personals. Eine vom damaligen Bundespräsidenten Richard von Weizsäcker eingesetzte Expertenkommission kam schon 1994 in einem Bericht zu dem Schluss, von den Politikern verlange der Fernsehauftritt »vor allem darstellerische Qualitäten, die in keinem

notwendigen Zusammenhang zu politischen Leistungen stehen, aber über den politischen Erfolg entscheiden, denn als erfolgreich gilt der Politiker mit den darstellerischen Fähigkeiten auch dann, wenn seine politischen Leistungen deutlich dahinter zurückbleiben«. <sup>160</sup> Politiker, die über die richtigen Anlagen für den telegenen Auftritt verfügen, werden heutzutage systematisch aufgebaut. Klaus Kocks, als selbsternanntes »brain to hire« das *enfant terrible* der Beraterszene, erläuterte in einem Gespräch mit Hamburger Journalistikstudenten sein Patentrezept für die Schaffung medienaffiner Politiker: »Man muss eine relativ komplexe Persönlichkeit in ein Rollenkonzept überführen. Dieses Rollenkonzept muss einfach, klar und erinnerbar sein. Und es muss tradierten, in unserer Kultur verwurzelten Rollenkonzepten entsprechen.« Letztlich gehe es um »fiktionale Glaubwürdigkeit«, um die Frage, wie gut ein Politiker auf öffentlicher Bühne die einmal gewählte Rolle ausfülle. »Da kann er authentisch oder weniger authentisch spielen. Authentizität ist eine bestimmte Art der Inszenierung, auf die wir mit der Zubilligung von Vertrauen reagieren.« <sup>161</sup>

Politiker werden so mehr und mehr zu Politik-Schauspielern, die für jede Rolle, die sie einnehmen, das passende Inszenierungsmuster parat haben. Bildschirmpräsenz gerät so im Lauf der Zeit zur *raison d'être* jedes Politikerlebens – und damit zum Substitut für das reale Leben. Politiker beziehen ihr Selbstbewusstsein, ihren inneren Antrieb und auch ihre Bereitschaft, die Widrigkeiten des Politikerlebens zu dulden, immer stärker aus ihrer Medienpräsenz. Damit wird das Licht der Öffentlichkeit zur Droge, der die überwiegende Mehrheit von ihnen verfallen ist. Herausgehobene Medienpräsenz ersetzt im unüberschaubaren Dickicht des Politikbetriebs, wo kaum eine Handlung einzelnen Personen zuzurechnen ist, die konkreten Erfolgserlebnisse. Sie wird zum Tätigkeitsnachweis, bestätigt die eigene Wichtigkeit und zeigt den Leuten daheim im Wahlkreis, dass ihr Mann oder ihre Frau in Berlin Erfolg hat. Gleichzeitig entschuldigt ein kurzfristig anberaumter Fernsehauftritt das verpasste Klassentreffen, den versäumten Abend im Freundeskreis und das ausgefallene Essen mit der Familie – denn schließlich können einem ja alle im Fernsehen zugucken, auch wenn man selbst nicht da ist. Vor allem aber bedeutet TV-Präsenz ungeteilte Aufmerksamkeit. Und nach dieser sehnen sich alle Politiker, die in der Kakophonie einer parlamentarischen Demokratie mitmischen, und sie lässt sie auch 80-Stunden-Wochen scheinbar unberührt

überstehen. Medienpräsenz ist ein Teil von Machtausübung, und an der Ausübung von Macht haben Politiker Lust. Das ständige Agieren in hyperbeschleunigten Kontexten zwischen Headlines und Deadlines ist für die allermeisten von ihnen nicht Last, sondern Lust, es gibt ihnen den Kick, den sie brauchen, um sich ihrer eigenen Bedeutung zu versichern. Lässt die Anspannung nach, sinkt der Adrenalin Spiegel, setzt bei vielen Politikern fast unmittelbar der Phantomschmerz ein. Politische Überzeugungen sind bei diesem ständigen Spiel mit dem ultimativen Thrill zwar nicht bedeutungslos, treten aber im Verlauf einer Politikerkarriere immer stärker hinter persönliche Antriebe zurück. »Macht ist«, bekannte Jürgen Möllemann freimütig, »wenn man ehrlich ist, das zentrale Motiv, Politik zu machen. Ich will nicht nur sagen, was gemacht werden muss, ich will es machen.« <sup>162</sup>

Doch Politik ist nicht nur Sucht an sich, sondern begünstigt auch korrespondierende Suchtverhalten. Da ist auf der einen Seite der enorme Druck. Politiker agieren immer an verschiedenen Fronten gleichzeitig: im Wahlkreis, innerhalb der eigenen Partei und Fraktion, auf der Medienbühne, im Hinterzimmer, gegenüber den Wählern. Der Zwang, auf allen Ebenen gleichzeitig Höchstleistungen zu vollbringen, verbindet sich für die meisten Politiker mit einer zerstückelten persönlichen Lebensführung: die Sitzungswochen in Berlin, die sie meist in spartanischen Abgeordnetenwohnungen verbringen, die sitzungsfreie Zeit daheim im Wahlkreis. Dazwischen Auslandsreisen, Parteitage, Konferenzen. Und immer wieder Kommunikation, Fühlunghalten, sich der eigenen Leute durch SMS oder Telefonate versichern. Dass ein solches Leben suchtanfällig macht, dürfte wohl auf der Hand liegen. Dies galt schon für Bonn. »Der Bundestag ist eine unglaubliche Alkoholikerversammlung, die teilweise ganz ordinär nach Schnaps stinkt«, stellte der Parlamentsneuling Joschka Fischer zu Beginn seiner Bonner Zeit fest. <sup>163</sup> Einige Jahre später, im November 1988, sendete das ARD-Magazin *Panorama* einen Film über die »Suchtgefahr bei Abgeordneten und Ministern«. Dort sah man den FDP-Abgeordneten Detlef Kleinert, von Joschka Fischer regelmäßig als der »schwankende Teil der Koalition« verhöhnt, wie er, aus »Ossis Bundeshaus Bar« kommend, im Plenum das Wort ergriff und sich über die Aussage seines Vorredners empörte, die Mehrheit des Bundestags sei der Diskussion mit den Bürgern nicht gewachsen. Kleinert lallte: »Wir haben es nicht nötig, uns hier von einigen, die eine Außenseiterrolle zur persönlichen Hochsteigerung

missbrauchen wollen, haben wir es nicht nötig, dieses Parlament missbrauchen zu lassen.« <sup>164</sup>

Heute in Berlin ist das nicht viel anders. Der schleswig-holsteinische FDP-Politiker Wolfgang Kubicki berichtete im März 2010 in einem skandalträchtigen Interview mit der *Zeit*, warum er trotz seines erheblichen Einflusses in der FDP in Kiel bleibe, statt in die Bundespolitik zu wechseln. Das klang dann so: »Ich würde in Berlin zum Trinker werden, vielleicht auch zum Hurenbock. Ich bin inzwischen zum dritten Mal verheiratet, und ich will auf keinen Fall auch diese Ehe ruinieren.« Denn das politische Leben in Berlin sehe doch so aus: »Sie sind den ganzen Tag unter Druck, abends wartet Ihr Apartment auf Sie, sonst niemand. Es gibt einen enormen Frauenüberschuss, denn wenn Sie den gesamten Politikbetrieb nehmen, kommen Sie auf schätzungsweise 100 000 Leute, in Parlament, Regierung, Verwaltung, Botschaften, Verbänden und Medien, davon 60 Prozent Frauen. Ich weiß doch, wie es läuft: Da sind dann diese Abende, an denen Sie nur abschalten wollen, Stressabbau. Da sitzt Ihnen plötzlich eine Frau gegenüber, die Ihnen einfach nur zuhört. Und dann geht die Geschichte irgendwann im Bett weiter. Dazu der Alkohol: Sie könnten, weil Sie ständig in Terminen sind, den ganzen Tag trinken. Eine Flasche Wein ist da gar nichts, leicht zu verteilen auf fünf Termine. Und abends geht es richtig los. Sie betreten bestimmte Restaurants und sehen schon diese glasigen Augen in den Rotweingesichtern Ihrer Kollegen. ›Kubicki‹, rufen die beseelt, während Sie noch in der Tür stehen, ›Kubicki, setz dich zu uns.‹ Aber wissen Sie, auch mein Leben ist endlich. Ich bin jetzt 58, ich will meine politische Karriere überleben.« <sup>165</sup> Auch wenn dieses Interview absonderliche Passagen enthält – der Leser lernt zum Beispiel, dass Kubicki sich am besten mit seiner Sammlung alter Kriegsfilme wie *Steiner, das eiserne Kreuz* entspannen kann –, gibt es doch seltene Binneneinblicke in die Psyche eines Spitzenpolitikers. So berichtet Kubicki davon, dass er beim Publik-Werden eines Skandals, bei dem es um die Vermischung seiner politischen und anwaltlichen Tätigkeit ging, zehn Minuten lang sehr intensiv überlegt habe, ob er sich das Leben nehmen solle. Nach seinem damaligen Rücktritt sei der *F.A.Z.*-Redakteur Volker Zastrow zu ihm gekommen und habe ihm prophezeit: »Kubicki, Ihre politische Karriere hat sich damit erledigt. Kubicki, Sie sind wie ein Boxer, der sich einen schlimmen K.o. eingefangen hat. They never come back.« Doch Zastrow irrte. Auch Kubicki gehört

zu jenen Polit-Junkies der Republik, die immer zurückkommen. Heute ist er Vorsitzender der FDP-Fraktion im schleswig-holsteinischem Landtag und Mitglied im Bundesvorstand der FDP.

Das von Kubicki beschriebene doppelte Suchtpotenzial der Politik als Sucht nach Politik und dem von Politik ausgelösten Suchtverhalten ist auch von anderen Spitzenpolitikern so geschildert worden. Der ehemalige Bundeswirtschaftsminister Michael Glos befand: »Ein Abgeordnetenleben in der Hauptstadt ist ein permanenter Ausnahmezustand. Die Versuchungen sind vielfältig. Ich kann mich an keinen sogenannten parlamentarischen Abend eines Verbandes, einer Botschaft, einer Lobby erinnern, bei dem das Alkoholangebot nicht reichhaltig war. Ich habe Kolleginnen und Kollegen durch den Alkohol sterben sehen. Das hat auch etwas mit der Einsamkeit des Politikers zu tun.« <sup>[166]</sup> Der damalige niedersächsische Ministerpräsident Gerhard Schröder beschrieb schon 1993 in seinem Buch *Reifeprüfung* die von der Politik ausgehenden Suchtgefahren und porträtierte sich selbst als einen »Gefährdeten«, der sich durch die Ausübung von Macht verändere. Seine Parteikollegin Heide Simonis, damals noch Finanzministerin, später Ministerpräsidentin von Schleswig-Holstein, sinnierte im Jahr 1992: »Wenn es mir ausschließlich darum gegangen wäre, etwas zu ändern, wäre ich vermutlich bei der Gewerkschaft oder in der Kirche gelandet. Offensichtlich habe ich mir in der Politik auch eine gewisse Außenwirkung versprochen, die Möglichkeit, andere zu beeinflussen. Und das befriedigt auch die persönliche Eitelkeit.« <sup>[167]</sup> In ihrer Autobiographie *Unter Männern* beschreibt Simonis auch die Entzugsphantasien, die alle Spitzenpolitiker umtreiben: »Die Angst vor der Leere und Stille, wenn plötzlich um einen herum keine Kameras und Mikrofone mehr sind, man von heute auf morgen keine Einladungen mehr bekommt. Wenn man bemerkt, dass die Leute, die früher immer hinter einem hergerannt sind, jetzt anderen nachlaufen.« <sup>[168]</sup> Die Folge der Angst vor einem Ausscheiden aus der Klasse der A-Prominenz sind vielfach schwere Identitätskrisen, Burn-out-Symptome und Angstzustände – und da die Politiker um diese Gefahr wissen, drehen sie sich wie in einem Hamsterrad, um die Angst vor der großen Leere zu überspielen. Lothar Späth kokettierte in seiner Amtszeit als baden-württembergischer Ministerpräsident immer mal wieder mit der Idee, er könne ja theoretisch auch alles hinschmeißen – um gleich hinzuzufügen,

dass er in der Praxis wie ein Zirkuspferd sei: »Da klimpert die Musik, und dann muss ich lostraben.« <sup>169</sup>

Heide Simonis hat auch über ein Thema Auskunft gegeben, das ansonsten tabu ist: den Umgang der Politiker mit ihren Körpern, mit Krankheiten und den Folgen der ständigen Überlastung. Denn für Politiker sind Krankheiten nicht nur ein medizinisches Problem, sondern auch eine berufliche Existenzbedrohung. Immer stellt sich auch sofort die Frage, welche Bedeutung die Krankheit für die weiteren Karriereaussichten hat. Wer als Kandidat für ein Spitzenamt als gesundheitlich angeschlagen gilt, darf sich sicher sein, dass Gegner in der eigenen Partei oder bei der Konkurrenz wispernd daraus Kapital schlagen. Und wer im Amt erkrankt, kann ebenso sicher davon ausgehen, dass seine Führungsfähigkeit in Zeitungskommentaren und Stammtischgesprächen in Frage gestellt wird. Simonis selbst war 2002 an Brustkrebs erkrankt. Rückblickend rühmt sie sich, trotz dieser schweren Erkrankung »nicht einen Tag gefehlt« zu haben: »Am Samstag bin ich operiert worden. Damit mich keiner sieht, haben die das am Wochenende gemacht. Am Montag bin ich mit dem Tropf unterm Arm losgezogen und habe Herrn Stoltenberg posthum die Ehrenbürgerwürde verliehen. Und nachts bin ich dann wieder ins Krankenhaus zurück.« Den Tropf hatte Simonis bei diesem Auftritt unter einer riesigen Stola verborgen. Resultat der Aktion war aus Simonis' Sicht, dass es ihr »nicht besonders gut ging, hinterher«, doch sie hätte weder dem politischen Gegner noch den Medien die Angriffsfläche einer Erkrankung im Amt öffnen wollen. »So einfach soll man es denen nicht machen.« <sup>170</sup>

Simonis steht mit dieser Art des Umgangs mit ihrer Erkrankung in einer Reihe mit zahlreichen anderen Politikern, die ihre Krankheiten verschwiegen, heruntergespielt oder ignoriert haben – oft, bis es fast zu spät war. Denn weder im Selbstbild noch in den übervollen Terminkalendern von Spitzenpolitikern ist Platz für Krankheiten, für Phasen der Schwäche, in denen sich ein überanstrengter Körper zurückholen darf, was ihm über Jahre und Jahrzehnte abverlangt wurde. Schon Reichspräsident Friedrich Ebert verstarb im Februar 1925 mit nur 54 Jahren an einer Blinddarmentzündung, weil er die anstehende Operation wegen eines für ihn wichtigen Verleumdungsprozesses über seine Rolle während der Novemberrevolution immer wieder aufschob. Helmut Kohl litt im September 1989 an einem sehr schmerzhaften

Prostatatageschwulst, als er auf dem Bremer CDU-Parteitag den Putschversuch seiner innerparteilichen Gegner um Lothar Späth und Rita Süßmuth abwehren musste. Erst danach wurde er heimlich in ein Krankenhaus gebracht. Der SPD-Vorsitzende Willy Brandt kam im November 1978 ins Krankenhaus, angeblich hatte er nur eine schwere Grippe. Berichte über einen Herzinfarkt bezeichnete ein SPD-Sprecher als »schamlose Sensationsmache«. Aus wenigen Tagen Krankenhaus wurden für Brandt fünf Wochen. Diagnose: Herzinfarkt. Erst an Weihnachten war der Altkanzler wieder zu Hause. Und der damalige Außenminister Hans-Dietrich Genscher verschleppte im Frühjahr 1989 über Tage und Wochen eine Infektion. Einem Bericht Nico Frieds zufolge soll er auf den Rat seines Arztes, Genscher möge doch ins Krankenhaus gehen, geantwortet haben, er sei kein Sparkassenvorstand, der sich ohne öffentliches Aufhebens einfach ins Bett legen könne. Im Juli desselben Jahres hatte er einen Herzinfarkt. Ein ähnliches Schicksal traf 2004 Peter Struck. Dieser erlitt einen Schlaganfall, ließ aber verlautbaren, es handele sich nur um Kreislaufprobleme. Selbst Bundeskanzler Gerhard Schröder erzählte Struck erst nach einigen Tagen die Wahrheit und rechtfertigte sich Jahre später damit, er habe als Bundesminister keine Schwäche zeigen dürfen: »In Amerika können die Politiker das besser. Die reden auch von ihren Krankheiten, das gehört dazu. Bei uns gilt immer noch das Image: Die Jungs und Mädels da oben müssen zu hundert Prozent leistungsfähig sein. Ich fände es besser, wenn es anders wäre. Aber irgendwie geht es nicht. Ich hatte auch früher schon mal einen Herzinfarkt. Ich weiß nicht, was passiert wäre, wenn ich mich hingestellt und gesagt hätte: Leute, ich bin noch nicht ganz auf dem Damm, aber langsam wird es wieder. Ich glaube, eine solche Schwäche würde einem der politische Betrieb letztlich nicht verzeihen.«<sup>[171]</sup> In seinen Erinnerungen warf Struck den Medien vor, seine Erkrankung über Gebühr sensationalisiert zu haben: »Hinter der Bedenken anheizenden Berichterstattung versteckte sich große Sensationslust, weil es viele Redaktionen nicht ertragen konnten, nicht bis ins letzte Detail in mein Privatleben vorzudringen. Ich habe in jenen Wochen viel gelernt über den Druck, den Medien ausüben können. Journalisten suchten verzweifelt nach Stimmen, die ihre These bestätigten, dass ein Verteidigungsminister mit Schlaganfall nicht tragbar sei. Es fand sich aber offensichtlich niemand, der für so einen Unsinn zur Verfügung stehen wollte.« Struck ist sich bis heute sicher: »Selbst wenn es harte Wochen waren, bin ich

heute überzeugter denn je, dass es richtig war, mir zunächst das Recht auf Genesung genommen und dann erst die Öffentlichkeit über den Befund informiert zu haben.«<sup>[172]</sup> Wie Struck handeln die meisten Politiker: Sie geben eine Erkrankung erst zu, wenn diese zumindest halbwegs auskuriert ist. Eine Ausnahme gibt es im politischen Betrieb: den Rollstuhlfahrer Wolfgang Schäuble, der seit einem Attentat am 12. Oktober 1990, in dessen Verlauf der geistig verwirrte Dieter K. drei Mal auf ihn schoss, querschnittsgelähmt ist, was sich weder kaschieren noch verstecken lässt. Deswegen hat Schäuble seinem Handicap stets selbst ein Thema gemacht, öffentlich über »einen Krüppel als Kanzler« räsoniert und bei seinen mit den Jahren häufiger werdenden gesundheitlichen Krisen stets die Öffentlichkeit Anteil haben lassen. Schäuble tut dies aber nicht, weil er aus eigenem Antrieb eine andere Strategie im Umgang mit seiner Behinderung an den Tag legen möchte als die Mehrzahl seiner von Krankheiten betroffenen Kollegen. Er thematisiert seine Angewiesenheit auf den Rollstuhl, weil sie so offensichtlich ist, dass er gar nicht anders kann, als offensiv mit ihr umzugehen.

Das gelingt ihm ganz gut: Schäuble erscheint mit seinem Rollstuhl auch auf den Titelseiten seriöser Zeitungen, das Vehikel ist so etwas wie sein Markenzeichen geworden. Von Franklin D. Roosevelt, der von 1933 bis 1945 Präsident der USA war, wusste nur eine verschwindende Minderheit der Amerikaner, dass er im Rollstuhl saß. Deswegen allerdings zu glauben, dass die Zurschaustellung des Privaten von Politikern und die Berichterstattung über ihre persönlichen Lebensverhältnisse, Krankheiten und Gebrechen eine gänzlich neue Entwicklung sei, wäre ein Trugschluss. Schon immer hat es mediale Instrumentalisierungen des Privatlebens von Politikern gegeben – ausgelöst sowohl von der Politik- wie von der Medienseite. Und schon immer waren diese medialen Darbietungen des Privaten für die Politiker mit der Gefahr verbunden, nach hinten loszugehen. Die Finger lassen können die meisten vom Spiel mit der Presse dennoch nicht, und manchmal rettet sie eine strategische Allianz mit den Medien tatsächlich aus höchster Bedrängnis. Beispiele hierfür sind Ex-Bundeskanzler Gerhard Schröder und Bundespräsident Christian Wulff: Beiden Politikern gelang es, die eigentlich hässliche Tatsache, dass sie ihre Ehefrauen verließen, mit Hilfe des *stern* (Schröder) bzw. der *Bild* (Wulff) öffentlich so umzudeuten, dass sie davon sogar profitierten. Gerade der als glatt geltende Wulff, der zwar vielleicht einmal jung, aber nie

ein junger Wilder war, konnte sein Image aufpolieren: Selbst Mr. Perfect, so die Wahrnehmung vieler Menschen, ließ sich einmal durch sein Herz zu unkontrollierten Handlungen hinreißen. Das klassische Vorbild für diese Form der Flucht nach vorn lieferte der US-Vizepräsident Richard Nixon im Jahr 1952. Nixon sah sich damals Korruptionsvorwürfen ausgesetzt. In einem eigens angesetzten Fernsehauftritt trat er gemeinsam mit seinem kleinen Hund Checker auf und erklärte rührselig, dies sei das einzige Geschenk, das er jemals angenommen habe. Wenn man ihm seinen Hund wegnehmen wolle, so werde er sich von diesem trennen. Das Mitleid des Publikums war natürlich auf seiner Seite.

Das Privatleben der Politiker – die Frauen, die Kinder, der Ferienort – steht bei politischen Inszenierungen meist im Mittelpunkt. Doch Inszenierungen sind nicht darauf beschränkt. Sie zielen darauf ab, einem Politiker eine bestimmte Aura, ein Charisma zu verleihen und eine Identität zwischen seinem politischen Programm und seiner Person herzustellen. Von daher können politische Inszenierungen ein Vorteil sein, denn sie verschaffen einer bestimmten Position eine höhere Kenntlichkeit. Gleichzeitig setzen sie aber auf die auratische Überhöhung von Personen und Positionen und verdecken so die nackten Fakten. Die Zunahme der Inszenierungsdimension in der Politik hat substantielle Veränderungen der politischen Parteien und damit auch des Politischen an sich bewirkt. *Issueless politics*, Inszenierungen ohne tieferen Sinngehalt, nehmen inflationär zu. Sachverhalte, die sich jeder Regelbarkeit entziehen, werden pompös zur Chefsache erklärt. Es entsteht der Eindruck politischer Handlungsfähigkeit, ohne dass es dazu irgendeine Entsprechung in der Realität gäbe. Bemerkenswert ist, dass oft allein diese Vortäuschung von entschlossenem Handeln genügt, um Unmut zu beschwichtigen und ein Thema im Diskurs als von der Politik bearbeitet zu markieren. Vielfach bleibt Politikern gar nichts anders übrig, als sich auf die von Medien und Publikum geforderte Pose einzulassen, wenn sie auch genau wissen, dass sie am Ende nicht einlösen können, was ihnen gerade abverlangt wird.

## Spektakel als Debakel

Doch Politiker sind nicht nur Getriebene. Sie kennen die Gesetze der Mediengesellschaft und können zumindest Akzente setzen. Viele glauben, die um sie herum wirkenden Kräfte unter Kontrolle zu haben. Berlins Regierender Bürgermeister Klaus Wowereit etwa gab zu Protokoll, er könne Journalisten fast nach Belieben instrumentalisieren: »Ich weiß, auf was sie abfahren, und wenn ich eine Nachricht produzieren will, weiß ich, wo ich sie hinsetze.« <sup>173</sup> Er ist nicht der einzige Politiker, der so denkt. Jürgen Rüttgers bot als nordrhein-westfälischer Ministerpräsident gezielt Einblicke in sein Privatleben, um sein politisches Image als erdverbundener Landesvater zu inszenieren. Dabei mutierte er wahrhaft zum Pantoffelhelden: Journalisten empfing er in Hausschuhen im heimischen Pulheim, seine Ehefrau servierte den Tee und versicherte, dass ihr Mann jeden Samstag die Brötchen hole. War Rüttgers früher ein ungeduldiger Modernisierer gewesen, gab er nun den sanften Arbeiterführer und einzig wahren Erben Johannes Raus. Dass all dies nur erfunden war und mit dem echten Rüttgers wenig zu tun hatte, zeigte ein Papier seines Chefstrategen Boris Berger, der Rüttgers' Image des soliden Biedermanns und Menschenversteher noch vor Amtsantritt sorgsam choreografiert und seinem Chef auf den Leib geschrieben hatte. Berger empfahl Rüttgers in einem Vermerk einen »ambulanten Regierungsstil« – er meinte damit häufiges Herumreisen im Land –, auch um dadurch unabhängiger von der »verwöhnten und zynischen Landespressekonferenz« zu werden: »Ziel muß ein über das ganze Land angelegtes Netzwerk sein, das für Sie aufgebaut wird und in dem Sie im Mittelpunkt stehen, ohne in der operativen Pflege gebunden zu sein.« Weiter forderte Berger: »Die Termine, die Bilder und Geschichten, die dann von Ihren Reisen erzählt werden sollen, müssen sich dann immer hieran orientieren. Ziel muß doch sein, in Zeiten, wo aufgrund großen Reformbedarfs die Politik den Menschen keine materiellen Wohltaten mehr zukommen lassen kann und aufgrund der zu erwartenden Einsparungen im Landeshaushalt, die zwangsläufig zu Protesten und Widerständen führen wird, Ihnen als MP immer wieder die Rolle des »Kümmerers« zu geben, der die Seele des Landes kennt, versteht und streichelt. Sie dürfen nicht derjenige sein, der die bösen Wahrheiten über zu bringende Opfer verkündet – das sollten die Minister machen –, sondern Sie müssen in die Lage versetzt werden,

die emotionalen Bedürfnisse des Landes zu befriedigen.« Für Rüttgers Wahl zum Ministerpräsidenten im Juni 2006 legte Berger eine detaillierte Regieplanung fest: »Ihre Wahl zum MP muß ganz zweifellos eine besondere Inszenierung kriegen – das heißt der Abend vor der Wahl, der Morgen und die Termine am 22.06. im Anschluß. Wo und wann gehen Sie zum Gottesdienst – vielleicht sinnvoll wäre hierfür der Abend vorher in Köln oder Aachen. Eventuell könnte am Morgen vor der Wahl oder nachmittags ein Besuch am Grabe Konrad Adenauers (...) oder Arnold Gehlens stattfinden, die ja Vorgänger im Amte waren [sic!]. Nach der Wahl sollte ein Empfang stattfinden – wo soll der gemacht werden? Gut wäre, wenn wir bis dahin eine Örtlichkeit hätten in Düsseldorf, wo Sie zukünftig ›Hof halten‹ wollen, dort könnte dies gemacht werden. Wer soll als Ehrengast geladen sein (...) Nachmittags müsste im Stil eines ambulanten, ganzländischen Regierungsstil ein Termin in Westfalen – Münster Rathaus (Konzert im Friedenssaal) – und abends ein Termin im Ruhrgebiet (Essen oder Duisburg) statt finden (vielleicht ein Konzert in der Philharmonie). (Irgendwann an diesem Tag müssten Sie dann ja auch noch das Kabinett benennen – vielleicht kann man das in die Inszenierung mit einbauen). Wichtig wird auch die Frage des Einzugs in die Staatskanzlei sein – wann machen Sie das, welche Bilder sollen da entstehen, wie wird die Übergabe mit MP Steinbrück inszeniert; was sind die ersten Amtshandlungen, an wen geht der erste Anruf, der erste Brief, der erste Termin, die erste Mitarbeiterbesprechung, die Ansprache an die Mitarbeiter der Staatskanzler; etc.« <sup>174</sup>

Rüttgers folgte als Ministerpräsident diesen Inszenierungsratschlägen seines *spin doctors*, wenn auch unsicher und unbeholfen. Den Weg von der Düsseldorfer Staatskanzlei zum Parlament legte er regelmäßig zu Fuß zurück. Doch er wirkte dabei so unnahbar, dass kaum jemand sich traute, ihn anzusprechen. Dass die Sanftmut, mit der Rüttgers Nordrhein-Westfalen zu regieren vorgab, nur vorgetäuscht war, wurde spätestens deutlich, als sein Oberstratege Berger im Landtagswahlkampf 2010 die »Omme einer Alten namens Hannelore« <sup>175</sup> zur Strecke bringen wollte. Gemeint war die SPD-Spitzenkandidatin Hannelore Kraft. Als Bergrers Regieplanung durch Indiskretionen öffentlich wurde, entstand ein Inszenierungswiderspruch, für den die NRW-Wähler Rüttgers im Mai 2010 mit Abwahl bestraften und Hannelore Kraft zur Ministerpräsidentin machten.

## Anti-Politiker

Rüttgers ist nicht der einzige Politiker, der versucht hat, auf die Unwägbarkeiten der Medien- und Stimmungsdemokratie mit systematisch inszenierter Volksnähe zu reagieren. Gerade in letzter Zeit hat der Populismus Hochkonjunktur. Natürlich gab es in der deutschen Politik schon immer Populisten: die dröhnenden Volksredner wie Franz-Josef Strauß und Horst Seehofer, die den eigenen Erfolg kühl kalkulierenden Tabubrecher wie Jürgen Möllemann und die smarten Darlings wie Guido Westerwelle, die privatisierenden Populisten und diejenigen, die zwar ihr Intimleben unterm Deckel halten, aber jede Gelegenheit nutzen, sich populistisch mit dem kleinen Mann gemein zu machen. Es ist kein Zufall, dass gerade hoch beschleunigte Mediengesellschaften für Populismus anfällig sind: Die volatile Stimmungsdemokratie befördert den Zwang zu Popularität, die Bereitschaft der Politiker, dem Volk um des kurzfristigen Vorteils willen nach dem Mund zu reden. Populismus verspricht eine größeren Nähe zwischen Wählern und Gewählten und eine Aufhebung der vielfältigen politischen Blockaden, die in einem komplexen Mehrebenensystem an der Tagesordnung sind. Wo parlamentarische Politik langsam und schwergängig ist, suggeriert der Populismus einfache und schnelle Lösungen. Zudem lässt er dort Alternativen aufscheinen, wo noch kurz zuvor alles vorherbestimmt und bereits entschieden wirkte. »Das Erstarken populistischer Kräfte folgt der Logik, dass dann, wenn es in der Demokratie keine Alternativen gibt, Alternativen zur Demokratie attraktiv werden«, schreibt der Rechtswissenschaftler und Schriftsteller Bernhard Schlink.<sup>[176]</sup> Für die Sozialwissenschaftlerin Karin Priester ist Populismus »das Ergebnis einer gestörten Kommunikationsbeziehung von Politik und Volk«. <sup>[177]</sup> Das Erfolgskalkül populistischer Strategien besteht deswegen vor allem darin, sich unter Berufung auf den »wahren Willen« des Volkes gegen die angeblich der Realität entfremdete politische Klasse aufzulehnen, diese aufzufordern, endlich Tacheles zu reden, und eine grundlegende Kurskorrektur einzufordern. Politiker, die einen solchen Weg einschlagen, müssen sich zu Nicht-Politikern erklären, zu mit dem Volk verbündeten Outsidern des etablierten Politikbetriebs. Sie gehen ein Scheinbündnis mit dem Volk gegen »die da oben« ein. Dies kann in Gestalt der Politikerschelte geschehen, wie sie Bundespräsident Horst Köhler zum Prinzip seiner Amtsführung erhoben

hatte, kann in vermeintlichen Tabubröchen wie Westerwelles »Man muss doch noch sagen dürfen« zum Ausdruck kommen und bis zu Roland Kochs plumpem Bedienen xenophober Stereotype reichen.

Keinem anderen aber ist die Inszenierung des Nicht-Politischen in den vergangenen Jahren so gut gelungen, wie dem Freiherrn Karl-Theodor zu Guttenberg, der auch Monate nach seinem Rücktritt als aktiver Politiker noch ganz vorn unter den beliebtesten Politikern des Landes rangierte. Aufstieg und Absturz von Guttenberg nahmen die steilste Verlaufsbahn, die je ein Politiker in der Bundesrepublik durchlaufen hat. Binnen zweier Jahre hatte sich Guttenberg vom CSU-Nachwuchstalente in eine politische Wunderwaffe verwandelt. Siebzig Prozent der Deutschen zeigten in Umfragen Sympathien für ihn, nicht nur der *Spiegel* sah in Guttenberg den künftigen Kanzler. Fast alle deutschen Medien spekulierten im Jahr 2010 monatelang darüber, ob der Verteidigungsminister erst Horst Seehofer als bayerischen Ministerpräsidenten beerben müsse oder gleich Angela Merkel nachfolgen könne. Dabei kannten noch drei Jahre zuvor nur Eingeweihte den CSU-Bundestagsabgeordneten und transatlantischen Sicherheitspolitiker. Getragen von einer Welle der populären Verehrung machte Guttenberg seinen Weg im politischen Establishment in atemberaubendem Tempo. Dabei wirkte sein Aufstieg so, als ob er eigentlich hinabstiege, von seinem schönen Schloss in die Niederungen der Tagespolitik. In den Augen vieler Leute war Guttenberg einer, der es gar nicht nötig hatte, sich mit Politik abzugeben, und sich dennoch auf sie einließ. Als Adliger wurde er so zum Shootingstar und Identitätsanker des politikfrustrierten Bürgertums. Seine Herkunft und sein privates Vermögen – der Besitz der Familie Guttenberg wird auf über 400 Millionen Euro geschätzt – ermöglichten dem fränkischen Freiherrn dabei eine Pose der Unabhängigkeit, so als ob derjenige, der Politik als Beruf nicht nötig hat, von ihr auch nicht vereinnahmt und verdorben werden kann. Dieser Gestus ermöglichte es ihm, innerhalb des Regelkorsetts der Politik eine vollkommen regelkonforme Blitzkarriere zu machen und gleichzeitig den Eindruck zu erwecken, die Regeln der Politik würden für ihn nicht gelten. Anders zu sein war seine Hauptbotschaft, aus seiner Geringschätzung des politischen Normalbetriebs hat Guttenberg nie einen Hehl gemacht. Dabei scheute er auch nicht davor zurück, andere zu diskreditieren. Am Ende einer Veranstaltung mit Soldaten stellte der Verteidigungsminister fest, nun dürfe man Fragen stellen.

Und sollte nicht jeder zum Zuge kommen, sollte man ihm die offenen Fragen schicken. »Und zwar nicht etwa über den Dienstweg, dann erreicht es mich in einem halben Jahr, sondern direkt an mich und mein Büro.« <sup>178</sup> Damit machte er zwar die ganze Bundeswehr schlecht, die offenbar so schlampig arbeitet, dass Post sechs Monate bis zum Minister braucht, doch er selbst sah so ziemlich gut aus. Dabei hätte er auf der Hardthöhe auch einfach die Anweisung erteilen können, dass persönlich an den Minister adressierte Eingaben direkt ans Ministerbüro gehen. Die Profilierung als der Andere auf Kosten der Anderen war Guttenbergs Erfolgsprinzip. So setzte er sich bewusst von der Kaste der Berufspolitiker ab, ließ diese langweilig und spießig erscheinen und sonnte sich in dem Licht, das vor dem so gemalten Hintergrund umso heller auf ihn strahlte.

Guttenbergs Umgang mit dem tradierten Politikbetrieb hatte etwas Hasardeurhaftes: Er nutzte seine herausgehobene Popularität zu immer neuen Regelbrüchen. Etwa, als er mit dem Talkmaster Johannes B. Kerner nach Afghanistan flog, um dort eine Sendung aufzuzeichnen, die man ebenso gut in Deutschland hätte einspielen können. Die Bundeswehr zahlte hierfür sogar einen Zuschuss von 17 000 Euro an die Produktionsfirma. Allen anderen Politikern wäre dies als sinnlose Verschleuderung von Steuergeld angekreidet worden, doch Guttenberg kam damit nicht nur durch, sondern erhielt obendrein Beifall vom Boulevard, dem die ganze Chose wieder herrliche Bilder von Prominenten im exotischen Setting Afghanistan beschert hatte. Inhaltlich war die *Kerner-Show* übrigens dilettantisch, die Redakteure kamen mit den militärischen Dienstgraden gründlich durcheinander und promovierten z.B. einfache Patrouillenführerinnen zu ranghohen Offizieren mit strategischer Verantwortung. Insofern war die Talkshow im Wüstensand typisch für Guttenbergs Politikstil, der sich dadurch auszeichnete, Politik nicht notwendig gründlich zu machen, sondern nur sorgfältig zu inszenieren. Wäre es Guttenberg in seiner Zeit als Verteidigungsminister wirklich um die Bundeswehrreform gegangen, dann hätte er diese ernsthaft vorbereiten und sich Verbündete in den eigenen Reihen und auch in der Opposition suchen müssen. Stattdessen wählte Guttenberg die Rolle des unerbittlichen Solitärs und spielte auf Sieg oder Untergang. Unterm Strich bediente er damit ein Politikverständnis im Sinne Carl Schmitts. Mit seinem manichäischen »alles oder nichts« betrieb er das Gegenteil von Politik, weil er suggerierte, dass nur

der entschlossene Schlag gegen den Gegner zum Erfolg führe, wo er doch eigentlich Verbündete über die Lagergrenzen hinweg gebraucht hätte.

Diese Haltung spiegelte sich auch in seiner Rhetorik wider. Schon ganz zu Anfang seiner Ministerzeit galt Guttenberg als der große Klartextredner, der auch unbequeme Wahrheiten offen ausspricht. Diese allgemein verbreitete Wahrnehmung ist umso erstaunlicher, da kaum jemand wiedergeben kann, was Guttenberg eigentlich im Verlauf seiner politischen Laufbahn Substanzielles gesagt hat. Sein Satz, dass in Afghanistan Krieg herrsche, wenn auch nicht völkerrechtlich, so doch zumindest »umgangssprachlich«, wurde allgemein als Befreiung empfunden, als Aufbrechen eines deutschen Denktabus. Bei näherem Hinsehen entpuppte er sich als reine Worthölse. Patrick Bahners unterzog Guttenbergs Satz in der *F.A.Z.* einer näheren Analyse. Er wies darauf hin, dass das Völkerrecht den Begriff des Krieges seit Jahrzehnten nicht mehr kennt, aus seiner Verwendung also auch keine völkerrechtlichen Konsequenzen erwachsen können. Denn was in der Alltagssprache weiter Krieg heißt, ist in der Definition des Rechts der bewaffnete Konflikt. Bahners schrieb: »Mittlerweile ist in der Öffentlichkeit der Eindruck allgemein, die Rechtfertigung der deutschen Afghanistan-Mission sei durch und durch euphemistisch. Der gegenwärtigen Bundesregierung und insbesondere dem Verteidigungsminister ist das Kunststück gelungen, zu einem Zeitpunkt, da der strategische Sinn des Einsatzes zweifelhafter ist denn je, durch eine Verlautbarungsoffensive noch einmal Unterstützung an der Heimatfront zu mobilisieren: durch das Versprechen, endlich Klartext zu reden.«<sup>[179]</sup> Ein Klartext freilich, der völlig frei von Konsequenzen blieb. Nicht anders steht es um die Ereignisse jener Nacht im Kanzleramt im Mai 2009, als es um die Rettung von Opel durch Staatshilfen ging. Guttenberg inszenierte sich in dieser Situation als Gralshüter ordnungspolitischer Grundsätze. Der damalige Wirtschaftsminister stand, so das öffentlich perpetuierte Bild, in der großen Koalition allein gegen alle, drohte angeblich mit Rücktritt, blieb dann aber doch im Amt. Nur was genau er zu seiner Dienstherrin Angela Merkel in der Opel-Frage gesagt hatte und welche Konsequenzen er daraus ziehen wollte, ist bis heute unbekannt. Letztlich ersetzte Guttenberg einen differenzierten Politikbegriff, wie ihn Politiker schon aus Präzisionsgründen unabdingbar brauchen, durch einen moralisch aufgeladen, unbestimmt bleibenden Habitus, den er selbst immer wieder als »Haltung« umschrieb. Mit diesem Begriff begründete der fränkische Freiherr seine

Positionierung zur Frage der Opel-Rettung, und er nutzte ihn später exzessiv, als er in Bedrängnis geriet. In Talkshows sagte er dann regelmäßig Sätze wie: »Dem Sturm, der über mich hinüberfegt, halte ich stand« oder: »Man kneift nicht, man kneift generell nicht«. Doch so hoch Guttenberg dieses Prinzip in der Theorie hielt, so schlecht hielt er es in der Praxis durch. Im Sommer 2009 mitten im Wahlkampf legte sein Wirtschaftsministerium ein Papier mit ordnungspolitischen Grundsätzen der CDU/CSU vor, das mit der Ablehnung von Mindestlöhnen und der Forderung nach Steuersenkungen voll auf der programmatischen Linie der Union lag. Doch nach den ersten Protesten zog der Minister es eilig zurück, erklärte, dass dieses nicht hinreichend mit ihm abgesprochen sei, und versprach, persönlich ein neues Konzept zu erarbeiten. Danach hat man nie wieder von der Sache gehört.

Dann ereilte Guttenberg die Kundus-Affäre. Am 4. September 2009 hatte der deutsche Oberst Georg Klein im deutschen Feldlager Kundus die Bombardierung von zwei von den Taliban entführten Tanklastern angeordnet. Über 100 Menschen starben bei dem Luftangriff, darunter viele Zivilisten. Zum Zeitpunkt des Angriffs war Guttenberg noch Wirtschaftsminister. Als er nach der Bundestagswahl das Verteidigungsministerium übernahm, sagte er, der Angriff sei »militärisch angemessen« gewesen. Kurz darauf revidierte er diese Aussage und begründete seinen Meinungswechsel damit, dass er von seinen Untergebenen nicht ausreichend über den Hergang des Angriffs informiert worden sei. Den Generalinspekteur der Bundeswehr, Wolfgang Schneiderhan, und seinen Staatssekretär Peter Wichert entließ er, weil diese ihm einen Feldjägerbericht mit zusätzlichen Informationen vorenthalten hätten. Seither gibt es zwischen den Beteiligten einen nicht auflösbaren Streit um den Ablauf der Sitzung, die zur Entlassung des Beamten und des Offiziers geführt hat. Die Aussagen von Guttenberg und Wichert widersprechen sich, man ist sich nicht einmal einig, wie viele Leute bei dem Gespräch im Raum waren. Guttenberg behauptet fünf, Wichert und Schneiderhan sagen, es seien vier gewesen.

Ähnlich erratisch war das Bild, das Guttenberg während des vermeintlichen Skandals um die Bedingungen der Offiziersausbildung auf dem Segelschulschiff Gorch Fock abgab. Auslöser war der tödliche Unfall der Offiziersanwärterin Sarah Seele im November 2010. Im Gefolge gab es Medienveröffentlichungen über die Zustände an Bord, vor allem *Bild* skandalisierte,

mehrere Zeitungen sprachen von einer »Meuterei auf der Gorch Fock«. Statt in Ruhe abzuwarten, was die Berichte der zuständigen Stellen ergaben, und das Ganze den militärischen Hierarchien zu überlassen, zog Guttenberg auch diese vermeintliche Affäre wieder direkt an sich, wie er stets alles zur Chefsache erklärt hatte, was breit in den Boulevardmedien auftauchte. Zunächst wollte er abwarten, was die Untersuchungen ergaben. In der dritten Januarwoche 2011 machte er dann eine spektakuläre Kehrtwendung und enthob den Kapitän der Gorch Fock, Norbert Schatz, seines Kommandos. Unklar bleibt, was Guttenberg zu diesem Schritt trieb, obwohl er noch Stunden zuvor im Bundestag angekündigt hatte, mögliche personelle Konsequenzen nicht aufgrund von Spekulationen, sondern allein auf der Basis von Fakten treffen zu wollen. Das Einzige, was sich in den nächsten Stunden änderte, war die Ankündigung der *Bild*-Zeitung, einen weiteren Bericht über Verfehlungen der Gorch-Fock-Offiziere zu veröffentlichen. Dessen Erscheinen überhaupt nur abzuwarten, schien Guttenberg nun nicht mehr opportun. Nach Darstellung der *Bild am Sonntag* fiel die Entscheidung Guttenbergs zur Abberufung von Schatz während einer gemeinsamen Autofahrt des Ministers mit einem Reporter der Zeitung: »Der gepanzerte Audi A8 schießt mit knapp 200 Kilometern pro Stunde durch die Freitagnacht zwischen dem osthessischen Fulda und dem unterfränkischen Esselbach, als Karl-Theodor zu Guttenberg der Kragen platzt. »Es reicht!«<sup>180</sup> Wegen immer neuer Berichte über seltsame Ekelrituale und Quälereien auf der Gorch Fock habe sich der Minister für die Dienstenthebung des Kapitäns und die Rückbeorderung des Schiffes nach Deutschland entschieden. Diese Berichte fanden sich freilich vor allem in der *Bild* selbst. Dort wurde das Zitat einer anonym bleibenden »ehemaligen Kadettin« gedruckt, die behauptete, das Schiff sei »der größte schwimmende Puff Deutschlands«. Zudem wurden die unbelegten Gerüchte über sexuelle Übergriffe an Bord in einen möglichen Zusammenhang mit dem Tod der Kadettin Jenny B. gebracht, die im September 2008 unter nie ganz geklärten Umständen über Bord des Schulschiffs gestürzt war und später tot aufgefunden wurde. Mit der Amtsenthebung des Kapitäns hatte *Bild* mal wieder gesiegt. Das Schlagzeilentrommelfeuer über die Zustände auf der Gorch Fock mündete in einen spektakulären Abgang. *Bild am Sonntag* feierte Guttenberg nach dem Schatz-Rauswurf: »Das Einhorn gilt als das edelste aller Fabeltiere. Ihm werden seit Jahrhunderten Wunderkräfte zugeschrieben wie die Erweckung

von Toten. So gesehen ist Karl-Theodor zu Guttenberg das Einhorn der deutschen Politik.« Die Begründung der Zeitung: »Für kurze Zeit stand in dieser Woche Guttens Ruf als Aufklärer und Erneuerer auf dem Spiel, war doch der unschöne Eindruck entstanden, der Minister wisse nicht oder erfahre zu spät, was in seiner Truppe vor sich geht. Für einen Augenblick wirkte er wie ein Getriebener der schlechten Nachrichten. Doch dann berappelte sich Guttenberg. Mit der Abberufung des Kommandeurs der ›Gorch Fock‹ und noch mehr mit der zumindest vorübergehenden Stilllegung des traditionsreichen Seglers bewies der Baron, dass mit ihm in diesen Dingen nicht zu spaßen ist. Und mit dem Auftrag an den Generalinspekteur, einen umfassenden Report über schräge Rituale zu erstellen, nutzt der Minister die jüngsten Vorfälle, um den Umbau der Bundeswehr voranzutreiben.« 181

Spätestens mit Guttens spontaner Entscheidung zur Kommandoenthebung von Schatz, der später durch Untersuchungsberichte rehabilitiert wurde, entstand unter den Politikerkollegen, aber auch in der seriösen Presse das Bild eines Ministers, der sich von *Bild* treiben lässt. Unübersehbar war die Zeitung zum Sprachrohr des Freiherrn geworden und stellte ihn immer wieder ins Rampenlicht: Guttenberg auf dem Times Square, Guttenberg in Afghanistan, Guttenberg im Kanzleramt, Guttenberg in Bayreuth. So entstand eine politisch-mediale Verbindung, die zumindest zeitweise, so die *F.A.Z.*, den Charakter einer strategischen Partnerschaft trug. Der offensichtliche Einfluss der *Bild*-Zeitung auf den Minister verstörte nicht nur die Opposition. Selbst Unionskollegen aus dem Kabinett sahen die Nähe Guttens zum Springer-Blatt kritisch. Denn es schien ein Geschäft auf Gegenseitigkeit zu sein, wie Steffen Hebestreit in der *Berliner Zeitung* beobachtete: Stets nahm *Bild* alle »Neider, Nörgler und Niederschreiber« aufs Korn, wenn sich Kritik an Guttenberg regte. Zuverlässig handelte er im Gegenzug, wenn *Bild* nach *action* verlangte, und räumte dafür nicht nur Untergebene aus dem Weg, sondern auch die eigenen Überzeugungen. *Bild* forderte, Guttenberg lieferte und durfte sich hinterher bestätigen lassen, im Einklang mit Volkes Stimme zu handeln. Die seriöse Presse monierte bald, so richtig zu Hochform laufe Guttenberg nur auf, wenn Auftritte in Boulevardmedien oder Talkshows winkten. Im Tagesgeschäft sei der Minister oft schlecht informiert. Er werde erst bei Mediendruck tätig, überreagiere dann aber. »Wem fühlt sich Guttenberg verpflichtet? Parlament oder Zeitung?«, fragte Stefan Reinecke in der *taz* und

brachte damit eine verbreitete Stimmung auf den Punkt.<sup>182</sup> An dieser Stelle zerbrach die mediale Symbiose, die Boulevardjournalismus und Qualitätsmedien im Umgang mit Guttenberg zunächst eingegangen waren. Bis zur Gorch-Fock-Affäre galten hier die typischen Regeln einer intermedialen Arbeitsteilung: Der Boulevard zog Guttenberg als Hoffnungsträger hoch, die Demoskopie verschaffte ihm einen Spitzenplatz in den Beliebtheitsrankings und damit war die Person gesetzt. Jetzt kamen auch seriöse Medien nicht mehr daran vorbei, sich extensiv mit den »fabelhaften Guttenbergs« auseinanderzusetzen, was ihnen nicht nur die Legitimation für tiefschürfende Porträts und viele Bilder verschaffte, sondern auch die Gelegenheit zum selbstreferentiellen Raisonement, weil man so wunderbar die Frage diskutieren konnte, wie denn ein Politiker, der eigentlich noch gar nichts geleistet hat, so populär sein kann. Doch irgendwann war die Liaison der Guttenbergs mit *Bild* so eng und exklusiv, dass andere Medien umschwenkten und sowohl *Bild* als auch den Verteidigungsminister ins Visier nahmen. Insofern lassen sich die Umstände von Guttenbergs Abgang auch als Showdown einer Auseinandersetzung werten, in der es um Einfluss und Macht des Boulevardjournalismus in Deutschland ging.

## Guttenberg, die Bild und der Medienpopulismus

Es war an einem kalten Tag Ende Februar 2011, als die *Bild*-Zeitung mit einem letzten Fanfarenstoß versuchte, Guttenberg zu retten und quasi nebenbei die direkte Demokratie in Deutschland einzuführen. An jenem Tag sollte Verteidigungsminister Karl-Theodor zu Guttenberg in einer Aktuellen Stunde des Bundestags zu seiner über weite Strecken plagiierten Doktorarbeit Stellung nehmen. *Bild* flankierte die parlamentarische Anhörung mit einer groß aufgezogenen Umfrage, die schon in der logistischen Vorbereitung die heute üblichen Online-Abstimmungen bei weitem übertraf: 227 175 Leser stimmten per Telefon oder Fax für einen Verbleib Guttenbergs im Amt. Auch wenn manche Ungereimtheit bestehen blieb – *Bild* hatte parallel dazu eine Umfrage online stehen, in der 55 Prozent der Nutzer für einen Rücktritt Guttenbergs votierten –, war klar: Gegen die geballte Macht des Springer-Verlags und der Straße kam auch die Kanzlerin nicht an, obwohl sie als promovierte

Physikerin in dieser Situation vermutlich wusste, was angesichts der so offensichtlich abgeschriebenen Doktorarbeit geboten, vernünftig und dem Anstand geschuldet gewesen wäre. Sie hielt ihren Minister ungeachtet aller Vorwürfe im Kabinett und handelte sich mit ihrer hilflosen Verteidigungsstrategie viel Ärger ein. Guttenberg blieb noch drei Tage im Amt, obwohl er nach allen Regeln der politischen Kultur, die bislang in Deutschland galten, längst hätte zurücktreten müssen. Doch eigene Partei wie Opposition wussten in dieser Situation um die Gefahr, die von einer offensiven Rücktrittsforderung an Deutschlands einzigen Pop-Politiker ausging. *Bild*-Kolumnist Franz Josef Wagner hatte die Warnung deutlich ausgesprochen: »Worum geht es bei den Plagiatsvorwürfen (...)? Um die Reinheit der Wissenschaft? Oder darum, einen Superstar zu entzaubern?« Wagners unmissverständlicher Appell: »Macht keinen guten Mann kaputt. Scheiß auf den Doktor.« 183

Niemand aus der politischen Klasse konnte Guttenberg in dieser Situation wirklich bedrängen, das offensichtlich Gebotene zu tun, da seine enorme Popularität ihn schützte. Der Schaden für die Demokratie war zu diesem Zeitpunkt längst eingetreten: Bei einem Rücktritt Guttenbergs war zwangsläufig eine Welle der Empörung zu erwarten, dass die verkommenen politischen Eliten den Hoffnungsträger wegen kleinerer Verfehlungen vom Hof jagen – obwohl die doch »alle Dreck am Stecken haben«. Ein Verbleib Guttenbergs im Amt hingegen bedeutete einen Bruch mit den Regeln bürgerlichen Anstands, denn einen Betrüger in einem politischen Spitzenamt zu halten war bislang mit dem Verständnis der politischen Kultur der Bundesrepublik Deutschland nicht vereinbar. Selbst wenn der Spuk bis zu Guttenbergs schließlichem Rücktritt nur noch drei Tage dauerte: *Bild* hatte neue Regeln geschrieben. Wieder einmal wurden die Grenzen des Anstands und der Seriosität angesichts einer populistischen Inszenierung ein Stück weit verschoben. So steuert das Land, befeuert von *Bild* und *Bunte*, unaufhaltsam in Richtung neuer Kommunikationsverhältnisse, in denen Anti-Politiker mit ihren gezielten Attacken auf die politische Klasse Stück für Stück Geländegewinne erzielen.

## 7. Am Ende?

### Wo Politik auf Wut trifft

Die unübersehbare Krise der deutschen Demokratie lässt sich als Resultat mehrerer miteinander verknüpfter Entwicklungen verbuchen, die jede für sich als normale und unausweichliche Modernisierungsfolge gewertet werden kann. In der Summe führen diese Tendenzen jedoch zu einer fundamentalen Veränderung unseres Gemeinwesens. Will man diese plakativ auf den Punkt bringen, muss man von einem dreifachen Versagen sprechen: dem der Bürger in ihrer Rolle als *citoyens*, dem der Medien als Mittler im politischen Diskurs und Moderatoren des gesellschaftlichen Gesprächs und dem der Politiker als der professionellen Sachwalter des Gemeinwesens.

Beginnt man mit der Durchmusterung dieses Versagens bei den Bürgern, lässt sich feststellen, dass das Aufkommen der Stimmungsdemokratie mit einem neuen Typus des Bürgers korrespondiert, der immer weniger *citoyen* und immer mehr *bourgeois* und Konsument ist, der seine Marktmacht – sei es als Wähler, sei es als Mediennutzer – dazu gebraucht, egoistisch eigene Anliegen durchzusetzen, ohne an die Folgen für das Gemeinwesen zu denken. Das politische Engagement der Bürger richtet sich immer weniger auf Fragen, welche die grundlegende Ausgestaltung des Zusammenlebens betreffen. Stattdessen fokussiert es auf private Interessen im Nahbereich. Politische Projekte werden selektiv auf eigene Vor- und Nachteile abgeklopft. Wagt es die Politik, Privilegien in Frage zu stellen, setzt sofort ein ungezügelter Proteststurm ein. Selbstverständlich gibt es berechtigte Wut und natürlich gibt es staatliche Projekte, deren Megalomanie nur durch geballten Widerstand gebremst werden kann. Was aber Sorgen machen muss, ist die dahinterstehende Haltung: Politikverachtung, die sich mit fundamentalistischer Besitzstandswahrung paart. In einem Leserbrief an die *Bild*-Zeitung hieß es einmal wunderbar schizophoren: »Erst machen die Politiker keine Reformen, und jetzt gehen sie auch noch an die Rente ran.« 184

Die Privatisierung der Demokratie geht dabei Hand in Hand mit einer stetig wachsenden Politikunkenntnis. Die Befunde der Medienwirkungsforschung sind erschreckend: Knapp 30 Prozent der von einem Forscherteam

der Universität Jena befragten Fernsehzuschauer sind durch Fernsehnachrichten nicht zu erreichen, weil sie diese entweder gar nicht sehen, sich nicht an sie erinnern können oder deren Inhalt nicht verstehen. Ein erheblicher Teil der Zuschauer ist nicht in der Lage, Qualitätsunterschiede etwa zwischen *Kabel1*-Nachrichten und der *ARD-Tagesschau* zu bemerken. Dieser Trend hat sich in den letzten Jahren verstärkt. Vor allem der Osten des Landes wird durch die Fernsehgewohnheiten der Menschen weiter entpolitisiert mit Folgen, die laut dem Jenaer Kommunikationswissenschaftler Georg Ruhrmann »für den Aufbau und den Bestand der Demokratie unabsehbar sind«. <sup>185</sup>

An den Medien dürften solche erschreckenden Befunde des Versagens, insbesondere wenn man sie am eigenen Vermittlungsanspruch misst, eigentlich nicht vorbeigehen, liegt doch bei ihnen ein erheblicher Teil der Verantwortung für die politische Bildung und Information der Bevölkerung. Umso erstaunlicher ist, dass die meisten Redaktionen gar nicht erst den Versuch machen, einerseits das Politische als solches zu thematisieren und andererseits die Leser oder Zuschauer auch nur ein bisschen zu fordern. Stattdessen schnappen sie sich nach dem Atomausstieg sofort den Taschenrechner und kalkulieren die Verbraucherpreise neu. Die Medien bereiten ihren Stoff stereotyp und unbeirrt nach Repräsentationsregeln auf, die letztlich nur zu Überdruß führen können. Statt ein gesellschaftliches Gespräch zu initiieren, das das Verbindende betont und auf Verständigung ausgerichtet ist, produzieren sie tagtäglich eine Kakophonie unzusammenhängender, sich widersprechender Nachrichten, die kein Bild des Ganzen mehr zu zeichnen vermögen. Der Mahlstrom aus vorgefertigten Statements und albernen PR-Bildern, der so entsteht und auch noch als politischer Diskurs verkauft wird, bewirkt eine unübersehbare Ermüdung der Menschen nicht nur an der Politik, sondern letztlich auch an den Medien selbst, die ihnen dieses Bild der Welt servieren. Der Overkill bestenfalls anpolitisierten News und Nichtigkeiten auf allen Kanälen führt offensichtlich nicht zu besser informierten Bürgern, sondern eher zu deren weiterem Rückzug aus den öffentlichen Belangen. Idole und Identifikationsfiguren werden binnen kurzer Zeit verschlissen, die Zeitkontingente der Menschen für Unwichtiges aufgebraucht, ihre Aufmerksamkeitskapazitäten systematisch überreizt.

Bleibt das Versagen der Politik, die in der Mediengesellschaft ihren eigenen Gestaltungsanspruch weitgehend aufgegeben hat und vorwiegend »medienoptimiert« agiert, also eher Handlungsfähigkeit vortäuscht, als wirklich zu handeln. Die merkwürdige Unfähigkeit der Medien zu einer angemessenen Darstellung der Welt korrespondiert mit der Unfähigkeit der Parteien, die wirklich wichtigen Fragen angemessen zu adressieren und dadurch Bindekraft in die Gesellschaft hinein zu entfalten. Auf die Erosion ihrer Gestaltungsmacht im nationalstaatlichen Rahmen hat die Politik bislang genauso wenig Antworten gefunden wie auf die nachlassende Attraktivität der Parteien. Statt sich auf die geänderten Verhältnisse einzustellen und Handlungsfähigkeit zurückzugewinnen, lässt die Politik sich wie die Gummiente in der Badewanne vom Plätschern der Wellen treiben. Für eine nach wie vor üppig alimentierte gesellschaftliche Elite, von der Führung und Vorbild erwartet werden, ist diese Haltung entschieden zu wenig.

Das Zusammenspiel von Bürgern, die der unerfüllte gesellschaftliche Regelungsbedarf nicht weiter stört, einer Politik, die sich in ihrer viel beklagten Handlungsunfähigkeit längst zufrieden eingerichtet hat, und einer medialen Repräsentation derselben, die gleichermaßen frei ist von Entsprechungen in der Lebenswelt der Menschen wie von einem tieferen Verständnis der Politik, führt zu einer Krise der politischen Öffentlichkeit, die nur demokratiebedrohend sein kann. Die tektonischen Verschiebungen der Kommunikationsverhältnisse und Aushandlungsprozesse in der Nahzone von Politik, Bürgern und Medien begannen zunächst unmerklich und gewinnen nun mehr und mehr an Tempo. Es muss verwundern, dass dies von allen Beteiligten einfach hingenommen wird. Denn nach wie vor gilt die seit der Aufklärung hochgehaltene Erkenntnis, dass eine funktionierende Öffentlichkeit der wichtigste Garant für den Bestand der Demokratie ist. Sie ist nicht nur der Ort, an dem ständig Transparenz über das Handeln der Mächtigen hergestellt wird, sondern bildet auch jene Arena, in der die Bürger untereinander aushandeln, welchem Kurs das Gemeinwesen folgt, welche politischen Projekte mit welcher Intention verfolgt werden und wer sich daran beteiligt. Dies setzt voraus, dass die Öffentlichkeit auch tatsächlich jene Themen bearbeitet, die gesellschaftlichen Regelungsbedarf entfalten, und sich nicht von Inszenierungen, Hypes und Werbeunterbrechungen ablenken lässt. Sonst ist Öffentlichkeit als zentrale Ressource für die handelnde Politik verloren. Diese hat dann kein Zentrum

mehr, keine legitimierten Akteure und auch keine Adressaten. »Ohne ein Mindestmaß an Symmetrie in den Kommunikationsbeziehungen zwischen den politischen Spitzen und der Gesellschaft, ohne ein ausreichendes Maß an informativer und argumentativer Öffentlichkeit und ohne einen Grundzug von Verständigungsbemühen in der öffentlichen Kommunikationsatmosphäre einer Gesellschaft kann es keine Demokratie geben, die ihren Namen verdient«, stellt Thomas Meyer fest. <sup>186</sup>

Die Rolle des kritischen Bürgersinns geht dabei über die Legitimierung des politischen Entscheidungsapparats, die Bereitstellung von sogenannter Input-Legitimität, weit hinaus. »Demokratische Öffentlichkeit«, schreibt der Soziologe Dieter Rucht, »soll über den Zustand von Gesellschaft informieren, kollektive Willensbildung ermöglichen, politische Entscheidungen mit aktiver bürgerschaftlicher Beteiligung stimulieren sowie getroffene Entscheidungen legitimieren.« <sup>187</sup> Hierfür muss eine funktionierende politische Öffentlichkeit mindestens drei Aufgaben erfüllen: Sie muss erstens Transparenz schaffen, damit in der öffentlichen Diskussion klar markiert wird, welche Probleme anstehen, wie die Handlungsalternativen aussehen und was dies für einzelne Gruppen und den individuellen Bürger bedeutet. Hier steht die Kontrollfunktion von Öffentlichkeit im Zentrum, die verhindert, dass die Staatsmacht hinter dem Rücken ihrer Bürger agiert. Zweitens muss Öffentlichkeit zur Findung ausgleichender Kompromisse beitragen. Diese diskursiv herbeizuführen, ist eine der vornehmsten Möglichkeiten der Bürger, sich an der Demokratie zu beteiligen. Unterschiedliche Positionen, Anliegen und Vorstellungen müssen im kommunikativen Austausch auf ihre Auswirkungen abgeklopft und gegeneinander gestellt werden. Die Meinung, die sich hier herauschält, ist dann wiederum für die politisch Verantwortlichen eine Richtschnur für ihre Handlungen. Und drittens muss Öffentlichkeit dazu beitragen, die einzelnen, parallel laufenden politischen Projekte in den größeren Zusammenhang einer gesellschaftlich-politischen Konzeption zu stellen. Hier hat Öffentlichkeit also eine Orientierungsfunktion, die es dem Einzelnen überhaupt erst möglich macht, sich in der Gesellschaft zu verorten, und die es umgekehrt der Gesellschaft erst erlaubt, sich als eine solche zu begreifen.

Wenn die politische Öffentlichkeit aufgrund vielfältiger Blockaden diese Funktionen nicht mehr erfüllen kann, trägt sie zwar vielleicht noch dazu bei, die auseinanderstrebenden Teile der Gesellschaft lose miteinander zu

verkoppeln und einige Themen vom gemeinschaftsstiftenden Charakter einer Fußball-WM zu setzen, die in allen Segmenten der Gesellschaft diskutiert werden. Ein Abbild des politischen Prozesses liefert sie aber nicht mehr. Die ins Destruktive umgeschlagene Öffentlichkeit untergräbt dann die Legitimität politischer Institutionen, weil deren Agieren eben auf Öffentlichkeit angewiesen ist. Staatliche und politische Einrichtungen handeln nämlich stets so lange in der Annahme, mit dem Rückhalt der Bürger zu agieren, bis ihnen Impulse aus der Öffentlichkeit vermitteln, dass Teile ihres Handelns in Frage gestellt werden. Gerät aber die Praxis staatlichen und politischen Handelns gar nicht mehr in das Blickfeld der Öffentlichkeit, gibt es auch keine Signale mehr, dass bestimmte politische Handlungen auf Protest stoßen. Dann ist die Postdemokratie da. Stuttgart 21 ist hierfür ein Beispiel: Jahrelang wurde das Projekt von Kommissionen, Kommunalregierungen und Parlamentsausschüssen vorangetrieben, doch zu breiterer öffentlicher Wahrnehmung fand es erst mit dem ersten Spatenstich im Schlossgarten. Die Welle der Wut und Ablehnung kam zu spät, um die Planung noch ohne größere Verwerfungen für das einmal Beschlossene zu beeinflussen – einen sechswöchigen Bauschopp lässt sich die Deutsche Bahn mittlerweile mit fünfzig Millionen Euro entschädigen –, und so kam es schließlich zur Explosion. Dies zeigt: Die Öffentlichkeit erträgt Verzerrungen und Verkürzungen, ohne vollkommen funktionslos für die Demokratie zu werden – eine totale Entkoppelung von dem, was in der Politik geplant und gedacht wird, übersteht sie dagegen nicht.

## Alka-Seltzer für eine verkaterte Gesellschaft

In dem Maße, in dem in Stuttgart und anderswo die Beschädigung der deutschen Demokratie sichtbar wird, gewinnt die Suche nach Therapien an Tempo. Der Ruf nach mehr direkter Demokratie wird dabei lauter und lauter. Ob die stärkere Beteiligung der Bürger an konkreten Entscheidungen aber die richtige Kur ist, bleibt abzuwarten. Denn auf blockierte Strukturen der öffentlichen Kommunikation dadurch zu reagieren, dass man diejenigen entscheiden lässt, die an den Blockaden nicht unmaßgeblich Anteil haben, kann auch heißen, den Bock zum Gärtner zu machen. Auf den ersten Blick versprechen Plebiszite, etwa über den Stuttgarter Bahnhofsnubau, für die

politische Klasse Entlastung: Politiker könnten sich durch die Delegation strittiger Entscheidungen an das Volk im Rahmen fakultativer Referenden aus der Verantwortung stehlen. Allerdings würden sie dann ihrer Aufgabe, in Vertretung des Volkes eigenständig politische Lösungen zu entwickeln, nicht länger nachkommen. Dies wäre unterm Strich ein weiterer Schritt zum Abtritt der professionellen Politik. Seine Folge wäre vermutlich nicht nur eine schlechtere Regelung der Belange des Gemeinwesens, bedient würde damit auch eine zynische Haltung, gemäß der das Volk ein paar Mal im Jahr die Gelegenheit bekäme, die aus seiner Sicht völlig verlotterte Kaste der Politiker so richtig abzuwaschen. Deswegen ist zu befürchten, dass der Ruf nach einer Revitalisierung der Demokratie durch mehr Plebiszite, eine Direktwahl des Bundespräsidenten und mehr Bürgerbeteiligung auf der kommunalen Ebene die Abnutzungsprobleme der Demokratie nicht beheben wird.

Umso erstaunlicher ist es, dass auch die Politik selbst mehr Bürgerpartizipation als Allheilmittel gegen die Erosion der Demokratie in Stellung bringt. Die Politiker versprechen sich von der Stärkung direktdemokratischer Elemente offenbar eine höhere Prozessqualität politischer Entscheidungen und damit eine Stärkung der demokratischen Legitimation staatlichen Handelns. Doch sägen sie damit nicht an dem Ast, auf dem sie sitzen? Liefert direkte Demokratie die Politik den kurzfristigen Stimmungen und Zyklen der öffentlichen Meinung nicht noch viel brutaler aus, als es ohnehin schon der Fall ist? Verstärkt sie nicht genau jenen Zug zum Populismus und zur Vermeidung unpopulärer Entscheidungen, der schon heute den Politikern vorgeworfen wird? Hier nur zwei Befunde: 62 Prozent der Deutschen hätten im Jahr 2010 für eine Beschränkung der Zuwanderung gestimmt, 61 Prozent gegen einen EU-Beitritt der Türkei. <sup>188</sup> Knapp die Hälfte der in einer Allensbach-Studie Befragten äußerte die Erwartung, dass der Ausgang von Volksabstimmungen im beträchtlichen Maß vom Medientenor beeinflusst werden würde. <sup>189</sup> Das Plebiszit würde so zur populistischen Wunderwaffe, aufwendige Infrastrukturprojekte wären kaum noch möglich, da jede Standortentscheidung nur von der lokalen Willensbildung abhängig wäre.

In der Zunahme von Volksbefragungen lauert also ständig die Gefahr einer »Bürgerbeteiligung ohne Bürgersinn«, weil die Betroffenen in allererster Linie ihre eigenen Interessen zur Grundlage der Entscheidung machen. Thomas de Maizière, einer der nicht sehr zahlreichen Skeptiker direkter

Demokratie, warnt vor dem Stillstand, den allzu viel Orientierung am Bürgerwillen hervorbringen kann: »Es gibt ein starkes Gefühl: Alles soll so bleiben, wie es ist. An den Bahnhof hab ich mich gewöhnt! Migration? Schlimm genug, wenn es das in Neukölln gibt. Hauptsache, in Dahlem bleibt es, wie es ist! Das ist ein Strukturkonservatismus auf hohem materiellem Niveau. Er wird getrieben durch eine diffuse Furcht und den Willen zur Besitzstandswahrung. Wenn das unwidersprochen bleibt, steht die Politik alleine für Veränderung und die Bürgerschaft für Stillstand.«<sup>[190]</sup> Hinzu kommt: Eine weitere Zunahme von Volksentscheiden, zu denen sich Parteien und Regierungen jedes Mal neu positionieren müssten, würde zu einer Situation des Dauerwahlkampfes führen, in dem Politiker und Parteien stets die Getriebenen wären und ad hoc auf jede Stimmungsaufwallung reagieren müssten. Schon jetzt ist die Zahl von Volksbegehren und -entscheiden von nur zwölf in den 1980er-Jahren auf rund 140 in der Dekade von 2000 bis 2010 gestiegen.<sup>[191]</sup> Die meisten von ihnen scheitern zwar an mangelnder Beteiligung, führen aber trotzdem zu Polarisierung und harten Auseinandersetzungen. Politik mit Augenmaß und Ausgleich wird so immer schwieriger, denn man kann mit guten Gründen bezweifeln, dass eine stärker auf direkte Partizipation ausgerichtete politische Kultur in der Lage wäre, zentrale Zukunftsfragen adäquat zu adressieren. Die politische Energie der Bürger fokussiert primär auf konkrete, ihre unmittelbare Lebenswelt betreffende Fragen wie Bauprojekte, die lokale Infrastruktur oder die örtlichen Bildungsangebote. Die abstrakteren, aber meist ungleich wichtigeren Zukunftsfragen der Gesellschaft nach der Gestaltung der Sozialsysteme, dem demografischen Wandel, der technologischen Zukunftsstrategie oder den Koordinaten der Außenpolitik thematisieren lokale Bürgerbündnisse dagegen nicht. Oft produzieren Volks- und Bürgerbegehren unauflösliche Widersprüche: Wie verhält sich der verbreitete Wunsch nach der Beibehaltung des Gymnasiums als elitärer Schulform zur OECD-Forderung nach einer signifikanten Erhöhung der Zahl der Schulabgänger mit Hochschulzugangsberechtigung und zum bei uns schmählich missachteten Postulat der Chancengleichheit? Die neue Protestkultur der Wutbürger ist vielleicht eine Ressource, um die gesellschaftliche Diskussion wieder lebendiger zu machen, ein Mittel, um Teilhabe herzustellen, die Demokratie umfassend zu revitalisieren und zukunftsfähig zu machen, ist sie dagegen nicht.

Dies ist nicht als grundsätzliches Plädoyer gegen die Einführung von mehr plebiszitären Elementen zu verstehen. Bürgerpartizipation kann durchaus Vorteile haben – man muss nur wissen, worauf man sich einlässt. Eine Volksabstimmung über ein konkretes Vorhaben wie Stuttgart 21 könnte zum Beispiel aus einem Konflikt Staat gegen Bürger eine Auseinandersetzung unter den Bürgern machen, den Staat damit als Objekt des Volkszorns aus der Schusslinie nehmen und das Ergebnis – wie immer es ausfällt – zu einem Akt wirklicher demokratischer Entscheidung machen, was zur Beruhigung der aufgeheizten Situation beitragen könnte. Mehr Partizipation kann auch helfen, die Demokratie repräsentativer zu machen, indem sie bislang nicht beachtete Themen in die Debatte einführt und neue Alternativen kenntlich macht. Bürgerbefragungen können zudem einen Anteil daran haben, in den Medien verzerrt kolportierte Stimmungsbilder zu korrigieren. All dies sei zugestanden. Und dennoch gilt: Die Einführung direkter Demokratie als Ausweg aus einer zunehmend blockierten Republik macht keinen Sinn, solange die Kommunikationsverhältnisse der Mediengesellschaft den Wert der Demokratie an sich gering schätzen und erodieren lassen, solange der öffentliche Diskurs nur in den Kategorien von »Schocks und Hypes« verläuft, wie Bernd Ulrich in der *Zeit* feststellte. Schocks sind dabei schwere Erschütterungen wie die Euro-Krise, der Missbrauchsskandal in der katholischen Kirche und das Reaktorunglück von Fukushima, Hypes dagegen künstlich befeuerte Erregungen wie die Sarrazin-Debatte, die Wikileaks-Enthüllungen oder Joachim Gaucks Bundespräsidenten-Kandidatur. Beide, Schocks und Hypes, werden unsere Gesellschaft weiter begleiten. Man müsse anerkennen, so Ulrich, »dass heutzutage jeder Versuch aussichtslos ist, die Emotionen der Bürger zu unterdrücken oder totzuschweigen. Weder Wut wie bei Stuttgart 21 und bei Sarrazin noch Sehnsucht wie bei Joachim Gauck oder Karl-Theodor zu Guttenberg lassen sich auf Dauer kanalisieren.« 192

## Plebiszite als Placebos

Da die Politiker zumindest in reflektierten Momenten durchaus um die Risiken des ungebremsen Volkswillens in der Stimmungsdemokratie wissen, inszenieren sie Bürgerbeteiligung oft lieber, als diese wirklich zuzulassen –

was die Abwärtsspirale der Demokratie nur weiter beschleunigt, denn wer schon gefragt wird, will auch, dass seine Antwort einen Unterschied macht. Jürgen Kaube hat in der *F.A.Z.* eine Episode geschildert, die zeigt, wie die Menschen auf den taktischen Umgang der Politik mit dem Bürgereinfluss reagieren. Die Geschichte spielt im Sommer 2010, als Angela Merkel ihre »Energie-Reise« – damals ging es noch um die von Merkel beabsichtigte Laufzeitverlängerung, nicht um die nun von ihr durchgesetzte Abschaltung der AKWs – durch Deutschland machte und zum Abschluss nach Darmstadt kam. Von dort erreichte die *F.A.Z.*-Redaktion wenig später ein Anruf: »Die Anruferin, eine Dame Anfang siebzig, berichtete vom Auftritt der Kanzlerin. Man habe diese auch nach der Atomenergie und den Laufzeiten gefragt, und die Kanzlerin habe sinngemäß geantwortet, Genaues könne sie noch nicht sagen. Das Gutachten, das dazu in Auftrag gegeben worden sei, liege nämlich erst seit heute, dem Tag des Besuchs in Darmstadt, vor. Das fand die Anruferin erstaunlich. ›Wieso macht die Kanzlerin eine Reise mit dem Thema Energiepolitik, wenn sie noch nicht sagen kann, welche Energiepolitik sie vorhat?‹ Und nach einer kurzen Pause: ›Aber vielleicht war sie ja genau deshalb in Sachen Energiepolitik unterwegs, weil noch kein Gutachten vorlag. Sie wollte noch so tun, als sei alles offen. Sie wollte noch nichts sagen können.‹« Kaube schlussfolgert aus diesem Anruf: »Selbst in der Mitte der Gesellschaft traut man der Politik inzwischen einen rein taktischen Umgang mit den Bürgern zu. Selbst dort fragt man nicht mehr, was sie sagen, sondern warum sie es wohl sagen. Die Proteste in Stuttgart, Hamburg, Göttingen sind insofern nicht nur Proteste in der Sache. Sie betreffen viel mehr die Form von Politik. (...) Politiker, so der Eindruck, suchen den Dialog beispielsweise genau dann, wenn sie wissen, dass es gar keine Voraussetzungen für ihn gibt – damit der Eindruck des Dialogs bestehen bleibt, ohne den Preis des Dialogs in Kauf nehmen zu müssen. Das Modell dafür ist das Genehmigungsverfahren für Großprojekte. Oder eine Schulreform. Oder eine Hochschulreform. Oder eine Rechtschreibreform. Oder Europa. Immer geht es angeblich um vitale Probleme unserer Gesellschaft, aber ständig irrt sich das Volk in ihnen so sehr, dass man es – bei der Verfassung nach 1989, beim Euro, bei Maastricht, bei Integrationsfragen, bei der Atomenergie oder beim Schulsystem – nie in der Sache fragen darf.«

Einen ähnlichen Nachweis hat Andreas Zielcke von der *Süddeutschen Zeitung* über den Ablauf des Planungsverfahrens für Stuttgart 21 geführt. Den Gegnern des Bahnprojekts, so Zielcke, werde vorgeworfen, sie hätten ausreichend Zeit zum Mitreden gehabt und diese Chance ungenutzt verstreichen lassen. Doch nach einer Sichtung der Stuttgarter Archive lasse sich nur resümieren: »Diese Unterstellung ist schlicht falsch.«<sup>[194]</sup> Schon 1995 habe sich die Stadt Stuttgart ohne jede Bürgeranhörung oder -beteiligung in einer Rahmenvereinbarung zur Mitwirkung an dem Bahnhofprojekt verpflichtet. Alle späteren Gerichtsurteile hätten genau diese Verpflichtungserklärung ins Zentrum gestellt und betont, die Stadt Stuttgart könne nicht durch Bürgerentscheide oder Volksbegehren dazu gezwungen werden, eine rechtswidrige Handlung zu begehen. Genau dies sei aber der Fall, wenn sie von ihrer eingegangenen Verpflichtungserklärung abrücke. Der Zug war also schon abgefahren, die Weichen unwiderruflich gestellt, lange bevor es überhaupt eine öffentliche Diskussion über das Bahnhofprojekt gab. Es war ein bisschen wie in Douglas Adams *Per Anhalter durch die Galaxis*, wo die Pläne für die Zerstörung der Erde schon seit Jahren auf Alpha Zentauri aushingen und von jedem Erdenbewohner hätten eingesehen werden können. Diese hätten dafür nur einmal auf Alpha Zentauri vorbeischauchen müssen.

Genau dieser manipulative Umgang mit der Einbindung der Bürger aber hat hoch problematische Folgen für die Demokratie. Das Volk wird offenbar nur dann zu Rate gezogen, wenn es den Strippenziehern gerade passt. Dies zeigen zumindest die bisherigen Experimente. 1993 wurde Rudolf Scharping in einer Mitgliederbefragung zum neuen SPD-Vorsitzenden erkoren. Diese Mitgliederbefragung ging auf den Landesverband Nordrhein-Westfalen zurück, der auf diese Weise den Niedersachsen Gerhard Schröder als Parteivorsitzenden verhindern wollte. Schon zwei Jahre später putschte Oskar Lafontaine Scharping aus dem Amt – mit einer einfachen Parteitagsmehrheit. Eine Mitgliederbefragung zur Vorsitzendenwahl hat es seitdem in der SPD nicht mehr gegeben. Ein Jahrzehnt später hatte die Ablehnung des EU-Verfassungsvertrags durch die skeptischen Bürger in Irland, den Niederlanden und Frankreich zur Folge, dass die wesentlichen Inhalte des Abkommens in eine Vertragsform überführt wurden, die keiner Zustimmung in Referenden unterlag. Nicht viel anders verhält es sich heute mit Stuttgart 21: Als Wahlkämpfer forderte der baden-württembergische Grüne Winfried Kretschmann eine

Volksabstimmung über den Bahnhofsbau. Nun, als Regierungschef, muss er darauf hoffen, dass diese an mangelnder Beteiligung scheitert, damit er die rechtlichen Verpflichtungen erfüllen kann, die das Land Baden-Württemberg im Hinblick auf den Bahnhof eingegangen ist. Die Liste ließe sich fortsetzen. »In der öffentlichen Diskussion über Plebiszite fällt auf, wie häufig sie rein taktisch und instrumentell unter dem Gesichtspunkt befürwortet werden, ob eine Volksabstimmung helfen würde, in einer bestimmten Frage die Oberhand zu behalten«, urteilt Renate Köcher.<sup>[195]</sup> Unter dem doppelten Druck von Bürgerdrängen und Sachzwängen entsteht so eine Situation, wo direkte Demokratie von den Politikern zwar einhellig gefordert, aber selbst da nur höchst unzureichend praktiziert wird, wo sie rechtlich schon heute möglich ist. Dies ist vermutlich für die Demokratie schlimmer, als wenn man auf die Fiktion der Bürgereinbindung bei der Planung von Großprojekten ganz verzichten würde. Denn die Politik simuliert zur Erhöhung ihrer Legitimation eine Form direktdemokratischer Einbindung, die sie bei ihren Entscheidungen weder einlösen kann noch wirklich einlösen möchte. Für die Akzeptanz demokratischer Politik ist dies eine schwere Belastung, denn es kommt zur Entkoppelung zwischen öffentlichem Diskurs und arkaner Herrschaftsausübung. Eben dadurch, dass der Diskurs für die Entscheidungsfindung keinerlei Verbindlichkeit hat, beginnt er sich den Realitäten zu entheben. Die Emotionen dürfen dann ruhig hochkochen, der Volkszorn schäumen – die Politik richtet es danach im stillen Kämmerlein. Auf der öffentlichen Bühne dagegen darf sich die erregte Republik von lästiger Verantwortung befreit ganz ihren Gefühlszuständen hingeben.

## Der Wert der repräsentativen Demokratie

Da dieser Weg ganz eindeutig in die Sackgasse führt, müssen wir Alternativen suchen. Die erfolgsversprechendste besteht darin, die Legitimationskrise der parlamentarischen Demokratie zu überwinden und den Wert des repräsentativen Systems wieder ins Bewusstsein zu rufen. Denn die indirekte Demokratie, die über einen langen Zeitraum das zentrale Erfolgsprinzip der zweiten deutschen Republik war, revitalisiert sich nicht durch die Selbstabdankung der Politik und die Machtrückgabe an die Wähler. Thomas

Schmid urteilt in der *Welt*: »Es wäre falsch, darauf zu setzen, man könne den Souverän auf Trab und zur Zustimmung bringen, indem man ihm eine Karotte namens direkte Demokratie vor die Nase hält. Denn es ist ein Irrtum zu glauben, die direktere Demokratie wäre die bessere Demokratie. Und es ist in hohem Maße beunruhigend, dass selbst unter dem Fachpersonal für Politik – nennen wir es hier einmal die politische Klasse – diese grundlegende Einsicht offensichtlich nicht fest verankert ist. Erst der Umstand, dass sie nicht direkt, sondern repräsentativ ist, macht unsere Demokratie zu einem Juwel. Ihre Repräsentativität ist kein Mangel, für den man sich schämen müsste, sondern ein großer Vorzug.« <sup>[196]</sup> Tatsächlich wird erst durch die vielfältigen Vermittlungs- und Häutungsprozesse, die zwischen der spontanen, medial beeinflussten Willensbildung des Volkes und den politischen Entscheidungen in Parlamenten liegen, der unmittelbare Wille des Volkes – sofern man von diesem angesichts der Heterogenität der Meinungen und Einstellungen überhaupt sprechen kann – in praktikable, vielfältig austarierte politische Aktionsprogramme übersetzt, werden Interessen in einem 80-Millionen-Land überhaupt erst handhabbar. Thomas Schmid schreibt weiter: »Die ganze Kunst des Politischen ist eine Kunst des Repräsentativen. Der ursprüngliche Volkswille kennt nur Himmel und Hölle, Schwarz und Weiß, Ja oder Nein. Vermittlung ist da nicht vorgesehen, Kompromiss und Ausgleich sind auch nicht angelegt. Der direkteste Demokrat ist der, der sich holt, wonach ihm der Sinn steht.« <sup>[197]</sup> Möglich wäre so nur noch eine binäre Ja/Nein-Demokratie, die die Komplexität des Politischen hoffnungslos unterfordern würde und leicht zur Diktatur einer engagierten Minderheit verkommen könnte. Richtig praktizierte repräsentative Demokratie dagegen bedeutet kluge, auf Vertrauen begründete Delegation von Macht auf Zeit in der begründeten Annahme, dass die komplizierten Aushandlungswege der Politik am Ende Ergebnisse zeitigen, die für die Mehrheit der Menschen positive Effekte haben und so den Zusammenhalt dauerhaft sichern. Dieses Prinzip zu verteidigen, ist eine lohnenswerte Aufgabe.

## Grenzen der Medialisierung

Deswegen lautet die eigentliche Frage für die Zukunftsfähigkeit unserer Demokratie, wie wir wieder zu einer Diskursordnung kommen, die einen entschiedenen Gegenpunkt zur mäandrierenden Stimmungsdemokratie setzt, das allgemeine Anspruchs- und Servicedenken hinterfragt und ernsthafte Versuche zur Rehabilitierung des Politischen unternimmt. Erste Gegenbewegungen zur alles überlagernden Erregung sind bereits zu erkennen. Eine besteht in der Umgehung der Medien durch die Politik. Diese versucht schon seit längerem, an den Medien vorbei wieder direkte Kommunikation zu ihren Wählern aufzubauen. Gerhard Schröders »Glaubt denen nicht« und Angela Merkels wöchentliches Videopodcast sind hier nur zwei unterschiedliche Ausprägungen derselben Strategie. Doch auch innerhalb des Mediensystems sind Veränderungen zu erkennen. Gunter Hofmann hat beobachtet, dass die heute scheinbar alles beherrschende Medienlogik schon den Keim zu ihrer Überwindung in sich trägt: »Sogar das Fernsehen kann dabei helfen, das viel vom klassischen Geschäft der Politik übernimmt. Es schafft auch wieder den Resonanzboden für Kontroversen, für kleine Gegenöffentlichkeiten, die sich – und sei es im Internet – rapide und weltweit verbreiten können. Und in dem Sinne provoziert es geradezu auch eine differenzierte Wortewelt, die auf Nuancen und Differenzen, auf Begründungen und Alternativen Wert legt, also einen streitbaren Journalismus, der sich, Inseln im flirrenden Einerlei, als ›politische Öffentlichkeit‹ behauptet.« <sup>198</sup> Am wichtigsten aber ist: Die scheinbar unaufhaltsame Medialisierung findet dort ihre Grenzen, wo es richtig ernst wird. Tief in ihrem Innern wissen die Menschen, dass die Politik auch in einer entgrenzten und globalisierten Welt noch Verantwortung trägt und weiter unsere Zukunft bestimmt. Wenn es wirklich darauf ankommt – bei großen Wirtschaftskrisen, Terrorgefahr oder Epidemien –, wollen die Bürger ihre Politiker am Schreibtisch, im Flugzeug oder in der Kabinettsitzung sehen, keinesfalls aber schwadronierend in der Talkshow oder liebestoll in der Homestory. Eine ganze Reihe deutscher Politiker hat diese Erfahrung in den vergangenen Jahren gemacht. Rudolf Scharpings im Jahr 2001 kunstvoll inszeniertes Planschen im Swimmingpool wirkte auch deshalb so deplatziert, weil die von ihm befehligte Bundeswehr zu dieser Zeit auf dem Balkan in einem schwierigen Auslandseinsatz stand. Dies zeigt: Die beabsichtigten

Wirkungen von Inszenierungen können sich nicht nur ins Gegenteil verkehren, Inszenierungen nutzen sich auch ab, werden langweilig und führen zum Überdross. Der SPD-Vordenker Matthias Machnig prognostizierte schon zur Jahrtausendwende, dass der Wunsch der Menschen nach Authentizität umso größer werde, je gestylter und künstlicher die politische Welt um sie herum sich geriere.

Als Tony Blair, der Großmeister des politischen Spins, im Mai 2007 als britischer Premierminister zurücktrat, schrieb die *Süddeutsche Zeitung*: »Tony Blair ist nicht nur der letzte amtierende Protagonist des Dritten Weges. Mit ihm wird auch jener ganz spezifische, manchmal fast halbweltliche Glamour aus der Politik verschwinden, den Clintons Zigarren, Schröders Prol-Kumpeligkeit und Blairs Pop-Existenz symbolisiert haben. Es war dies eine Gruppe von Politikern, die sich manchmal *outrageous* und oft polarisierend benahmen, die ebenso in der politischen Wochenpresse wie in den Klatschblättern zu Hause waren.«<sup>[199]</sup> Heute ist Tony Blair, der 1997 mit einer kunstvoll inszenierten »Cool Britannia«-Kampagne und mit enthusiastischer Unterstützung der traditionell besonders aggressiven britischen Boulevardpresse die Downing Street 10 eroberte und jahrelang als charismatischster Regierungschef Europas galt, eine der unbeliebtesten Personen in Großbritannien. Und das ist nicht nur auf seine kriegstreiberische Haltung im Irakkrieg zurückzuführen, sondern auch auf den allgemeinen Überdross, den sein durch und durch auf Inszenierung bedachter und von Kontrollwahn durchzogener Regierungsstil im Lauf der Jahre bei den eigentlich geduldigen Briten erzeugte.

Es gibt ganz offensichtlich nach wie vor so etwas wie eine kommunikative Rationalität, eine dem Volk innewohnende politische Vernunft, die sich auch durch den Dauerkonsum minderwertiger Medienangebote nicht ausrotten lässt. Trotz aller Unterhaltungsfixierung: Unterm Strich wollen die Bürger bei der Regelung der gemeinsamen Angelegenheiten offenbar lieber Sinn statt Spin. Zu fragen ist, ob wir nicht bereits heute einen Wendepunkt erreicht haben, an dem die Inszenierung des Politischen endlich wird – zumindest dann, wenn sie allzu offensichtlich im Widerspruch zur Realität steht. Folgt man Gunter Hofmann, gibt es bemerkenswerte Hinweise in diese Richtung: »Das Publikum, auf das die Akteure schielen, entscheidet souverän, ob es die Politiker trotz ihrer Inszenierungen wählt oder abwählt, nicht wegen ihres Talents zur Symbolpolitik. (...) Die Mediendemokratie ist da, nun lässt uns

wieder zur Sache kommen.«<sup>[200]</sup> Die Medialisierung der Politik hat also dort Grenzen, wo die Bürger selbst erkennen, dass sie das Politische brauchen. Umgekehrt gilt, dass auch die Politisierung der Medien endlich ist, weil diese in der Demokratie ebenfalls gebraucht werden. Die gesellschaftlichen Teilsysteme Politik und Medien mögen sich gegenseitig überformen und manchmal wie miteinander verschmolzene Lavaströme wirken. Sie bleiben aber in ihren zentralen Funktionszuweisungen – Probleme zu lösen im Fall der Politik, Diskurse zu moderieren im Fall der Medien – doch für sich distinkt und klar geschieden. Dies deutet darauf hin, dass es nach wie vor einen zwar beschädigten, aber doch noch funktionsfähigen Kern der politischen Öffentlichkeit und auch einen zur Vernunft befähigten Journalismus gibt.

## Deliberative Demokratie

Um diesen Kern zur Geltung zu bringen, braucht Öffentlichkeit einen gesellschaftlichen Ort, der als nicht vermachtetes Forum des öffentlichen Austauschs über die alle gemeinsam betreffenden Belange dienen kann. Der Philosoph Jürgen Habermas hat die Eröffnung solcher neuer Diskursräume schon vor vielen Jahren als deliberative Demokratie bezeichnet und zum Zentrum seiner Theorie demokratischer Öffentlichkeit gemacht. »Deliberare« bedeutet so viel wie »mit sich und anderen zu Rate gehen« und verweist auf die gemeinsame Willensbildung unter freien Bürgern. Die politischen Institutionen der repräsentativen Demokratie arbeiten nach Habermas' Vorstellung nur dann im Sinne des Gemeinwohls, wenn den Parteien und Parlamenten eine demokratische Öffentlichkeit der Bürger vorgelagert ist, in der durch das Miteinander-Reden und das Abwägen der Argumente ein Gemeinsinn hergestellt wird, der durch seine Umfassendheit und Unvoreingenommenheit einen Geltungsanspruch und somit kommunikative Macht entfaltet, die erst in einem zweiten Schritt in die legislative und administrative Macht der Parlamente und des Staates umgemünzt wird. Es geht bei der deliberativen Demokratie also um die Aufhebung des Schismas von gesellschaftlichem Raisonement und staatlichem Handeln. Denn Demokratie funktioniert in Habermas' Konzeption nur dort, wo über das Politische als das alle gemeinsam Betreffende mit der Absicht gesprochen wird, das Reden auch in

gemeinschaftliches Handeln umzusetzen. Und Gemeinschaftlichkeit wird eben über kommunikative Verständigung hergestellt. Hierfür wird die Unterstützung der Medien als Diskursmoderatoren benötigt, doch sie allein sind schon deswegen keine hinreichende Bedingung für eine neue Gemeinsamkeit, da sie den Leser oder Zuschauer immer nur als Einzelperson adressieren und isoliert erreichen, also nicht zur Vergemeinschaftung beitragen und so auch kein gemeinschaftliches Handeln ermöglichen. Gebraucht werden deswegen auch Zonen des Austauschs, in denen die Bürger unmittelbar miteinander reden und ihre Interessen kommunikativ in Ausgleich bringen. »Wir leben in pluralistischen Gesellschaften«, stellt Habermas fest. »Das demokratische Entscheidungsverfahren kann über tiefe weltanschauliche Gegensätze hinweg nur solange eine legitimierende, alle Bürger überzeugende Bindungskraft entfalten, wie es der Kombination aus zwei Forderungen genügt. Es muss Inklusion, also die gleichberechtigte Beteiligung aller Bürger, mit der Bedingung eines mehr oder weniger diskursiv ausgetragenen Meinungsstreites verbinden. Denn erst deliberative Auseinandersetzungen begründen die Vermutung, dass das demokratische Verfahren auf lange Sicht mehr oder weniger vernünftige Ergebnisse ermöglicht. Die demokratische Meinungsbildung hat eine epistemische Dimension, weil es dabei auch um die Kritik falscher Behauptungen und Bewertungen geht. Daran ist eine diskursiv vitale Öffentlichkeit beteiligt. Das kann man sich intuitiv an dem Unterschied klarmachen, der zwischen konkurrierenden ›öffentlichen Meinungen‹ und der Veröffentlichung demoskopisch erfasster Meinungsverteilungen besteht. Die öffentlichen, durch Diskussion und Polemik erzeugten Meinungen sind bei aller Dissonanz bereits durch einschlägige Informationen und Gründe gefiltert, während die Demoskopie gewissermaßen latente Meinungen in ihrem Roh- und Ruhezustand nur abrufte. Natürlich erlauben die wilden Kommunikationsflüsse einer von Massenmedien beherrschten Öffentlichkeit nicht die Art von geregelten Diskussionen oder gar Beratungen, wie sie in Gerichten oder parlamentarischen Ausschüssen stattfinden. Das ist auch nicht nötig, weil die politische Öffentlichkeit nur ein Verbindungsglied darstellt. Sie vermittelt zwischen den institutionalisierten Diskursen und Verhandlungen in staatlichen Arenen auf der einen Seite, den episodischen und informellen Alltagsgesprächen potentieller Wähler auf der anderen Seite. Die Öffentlichkeit leistet zur demokratischen Legitimation des staatlichen Handelns ihren Beitrag, indem sie

politisch entscheidungsrelevante Gegenstände auswählt, zu Problemstellungen verarbeitet und zusammen mit mehr oder weniger informierten und begründeten Stellungnahmen zu konkurrierenden öffentlichen Meinungen bündelt. Auf diese Weise entfaltet die öffentliche Kommunikation für die Meinungs- und Willensbildung der Bürger eine stimulierende und zugleich orientierende Kraft, während sie das politische System gleichzeitig zu Transparenz und Anpassung nötigt.« <sup>201</sup>

Für die Verwirklichung dieses Projekts einer von Machtzwängen und Taktik befreiten und damit an gegenseitiger Verständigung orientierten Öffentlichkeit werden nicht nur Bürger gebraucht, die eine Meinung haben und diese auch kundtun, und nicht nur Politiker, die die Kunst des Zuhörens wieder lernen, sondern auch die Medien, weil nur sie die nötige Reichweite haben, um alle Mitglieder der Gesellschaft in einen Austausch über den Kurs des Gemeinwesens einzubinden, der das gemeinsame Verständnis über die grundlegenden Fragen »Wo stehen wir?« und »Wo wollen wir hin?« herstellt.

Denn eine Entwicklung zurück zur lokalen *townhall*-Demokratie, in der die Anwesenden die gemeinschaftlichen Belange in freier Diskussion regeln, wird es nicht geben. Die *great community* ist längst zur *great society* geworden und hat eine Größe und Komplexität angenommen, in der gesellschaftliche Kommunikation medienvermittelt sein muss, wenn sie die Gesellschaft als Ganzes erreichen und die Organisation deren inneren Zusammenhalts sicherstellen will. Die kommunikative Organisationsleitung des Journalismus wird vor diesem Hintergrund heute dringender gebraucht, denn je. Man denke nur an die 250 000 Dokumente der US-Diplomatie, die Wikileaks im Herbst 2010 online stellte. Ohne die kommentierende und einordnende Aufbereitung durch Presseorgane wie den britischen *Guardian* oder den *Spiegel* wären diese Aufzeichnungen zwar öffentlich zugänglich gewesen, doch nur wenige Menschen hätten aus ihnen irgendeine Form von Sinn generieren können. Gerade dieses Beispiel zeigt, dass politische Öffentlichkeit dann gelingt, wenn die hochgradig vermachteten und zentralisierten Massenmedien durch andere Kommunikationsforen, wie sie sich im Internet und anderswo bilden, flankiert und ergänzt werden. Diese sollen den professionellen Journalismus nicht verdrängen, sondern ergänzen. Zu diesen neuen Formen zivilgesellschaftlicher Kommunikation gehört der Bürgerjournalismus genauso wie die gerade entstehenden hyperlokalen Medien, aber auch Foren

des bürgerschaftlichen Austauschs, die mit niedrigen Zugangsbarrieren ausgestattet und auf Verständigung im lokalen Nahraum ausgerichtet sind. Diese ergänzenden Instrumente der Öffentlichkeit können dazu beitragen, aus reinen Thematisierungen wieder ein Gespräch zu machen. Und sie können dabei helfen, das Gefühl der Verantwortung für die Qualität des gesellschaftlichen Gesprächs in den massenmedial vermittelten Journalismus selbst hineinzutragen.

## Journalismus als Hoffnungsträger

Die Medien werden auch in Zukunft der wichtigste Kristallisationskern politischer Öffentlichkeit sein. Betrachtet man die materielle Ausstattung des deutschen Journalismus, verfügt er – trotz zweier schwerer Medienkrisen in einem Jahrzehnt – noch immer über eine hervorragende Ausstattung, um diese Aufgabe wahrzunehmen. Deutschland hat das teuerste öffentliche Rundfunksystem der Welt, das vom Gebührenzahler jährlich mit rund sieben Milliarden Euro finanziert wird, es gibt sieben angesehene überregionale Zeitungen, die noch dazu in den fünf Metropolen Berlin, Hamburg, Frankfurt am Main, Düsseldorf und München gemacht werden und das dortige Leben abbilden. Hinzu kommt eine Palette von Regionalzeitungen mit zum Teil beachtlichem politischem Analysevermögen. Die Gesamtauflage der Tagespresse in Deutschland ist zwar seit Jahren rückläufig, beträgt im Jahr 2011 trotz der Einkreisung durch Fernsehen und Internet aber nach wie vor über 19 Millionen Exemplare, die jeden Tag fast 50 Millionen Leser erreichen. Die sieben überregionalen Qualitätstageszeitungen kommen tagtäglich auf immerhin 1,5 Millionen Exemplare und erreichen zusammen mit den Hamburger Wochenmagazinen fast zehn Prozent der Bevölkerung. Das ist vielleicht nicht allzu viel, ganz wenig ist es auch nicht.

Der deutsche Journalismus hat sich nach 1945 viele Jahre lang als Wächter der Demokratie, Anwalt der Bürger und Sachwalter des Gemeinwesens begriffen. Das war ein Fortschritt im Vergleich zum Kaiserreich und zur Weimarer Republik, wo die Medien Propagandisten von Partei- und Klasseninteressen gewesen waren – von ihrer Rolle als gleichgeschaltete Sprachrohre im Dritten Reich ganz zu schweigen. Heute droht die Gefahr, dass diese

demokratischen Errungenschaften durch die umfassende Kampagnenorientierung der Medien, durch ihren politischen Machtanspruch und ihr von eigenen Marktinteressen gesteuertes Befeuern populistischer Stimmungen wieder zunichte gemacht werden. Medien können die Demokratie sichern, aber auch aushöhlen.

In seinem Kern ist Journalismus eine Funktion der kommunikativen Selbstverständigung einer Gesellschaft. <sup>[202]</sup> In ihm steckt auch heute noch genügend emanzipatorische Kraft, um alternative Sichtweisen in den Diskurs einzuspeisen. Journalistinnen und Journalisten sind Bürgerinnen und Bürger wie alle anderen auch – allerdings obliegt ihnen mit Blick auf die Öffentlichkeit eine besondere Aufgabe, nämlich die, den gesellschaftlichen Diskurs anwaltschaftlich zu betreuen. Dafür brauchen sie kein anderes Mandat als die Akzeptanz ihres Tuns in der Gesellschaft. Und hier sieht es momentan verbesserungsbedürftig aus, auch wenn die innermediale Diskussion Anlass zur Hoffnung gibt.

Der Weg aus dem Ghetto wird dem Journalismus allerdings nicht alleine gelingen. Die Politik von oben und die Bürger von unten müssen dem Journalismus helfen, sich die nötigen Freiräume zu erkämpfen, um sich wieder in den Dienst der Gesellschaft zu stellen. Würde der Journalismus den Ausbruch aus der oberflächlichen Marktlogik der Medien wagen und sich wieder stärker zum Betreuer der gesellschaftlich als wichtig empfundenen Themen machen, würden die Medien versuchen, innerhalb ihrer Strukturen das Ziel kommunikativer Verständigung der Gesellschaft zur Grundlage ihrer Handelns zu machen, könnten auch sie einen Beitrag dazu leisten, dass die Diskursfähigkeit unserer Gesellschaft wieder steigt. Ansätze dazu hat es immer gegeben, Inseln der Qualität, die auch unter schlimmsten Quoten- und Auflagedruck am Ziel gesamtgesellschaftlicher Verständigung festhielten. Der F.A.Z.-Herausgeber Frank Schirrmacher hat die mögliche zukünftige Rolle des Qualitätsjournalismus 2007 in seiner optimistischen Dankesrede zum Jacob-Grimm-Preis Deutsche Sprache so skizziert: »Jeder, der Augen hat zu sehen, wird erkennen, dass das nächste Jahrzehnt das Jahrzehnt des Qualitätsjournalismus sein wird; er schafft die Bindekräfte einer medial disparaten Gesellschaft. (...) Die, die sich nicht anstecken lassen, die ihre Qualität, also ihre Inhalte, unverändert lassen, werden sein, was diese Gesellschaft dringender benötigt denn je: der geometrische Ort, an dem die Summe des Tages und der

Zeit gezogen wird.«<sup>[203]</sup> Dass es eines solchen Ortes bedarf, steht außer Frage, denn die Bürger sind in der immer komplexer werdenden Welt darauf angewiesen, dass es professionelle Schleusenwärter gibt, welche die Informationsflut stellvertretend für die Leser und Zuschauer sortieren und aufbereiten. Der Soziologe Richard Münch hat diese Funktion des Journalismus einst mit der Rolle einer Notenbank verglichen, die durch Zinspolitik die im Umlauf befindliche Geldmenge steuert: Journalismus könnte zum effizienten Verwalter des knappen Gutes Aufmerksamkeit werden und durch eine präzise, dabei gleichzeitig umfassende und analytisch anspruchsvolle Beschreibung der Zustände der kommunikativen Reizüberflutung entgegenwirken.<sup>[204]</sup>

Dies freilich erfordert Veränderungsbereitschaft in allen Segmenten des Journalismus, den Mut, ausgetretene Pfade zu verlassen und einen Blick auf die Welt zu werfen, der unverstellt und nicht ausschließlich von Quotendruck und strukturellen Präsentationserfordernissen geleitet ist. Die Journalistin Carolin Emcke hat diesen Perspektivenwechsel in ihrer Eröffnungsrede zur Jahrestagung 2010 des Netzwerks Recherche wundervoll ausgedrückt: »Wenn ich also (...) sagen darf, was für einen Journalismus es braucht für diese Welt, dann würde ich mir folgendes wünschen: Einen Journalismus, der misstrauisch ist und zweifelnd daherkommt, nicht besserwisserisch, sondern fragend, ich würde mir Geschichten wünschen, die ambivalent und offen sind, nicht eindeutig und geschlossen, und ich würde mir Journalisten wünschen, die leidenschaftlich und nachdenklich zugleich sind, die sich einlassen auf die Wirklichkeit jenseits des Hauptstadtbüros, die teilnehmend, nicht distanziert beobachten, dichte Beschreibungen von Gegenden liefern und den Blick für die feinen Unterschiede behalten, ich würde mir einen Journalismus wünschen, der alle Genres des Internets entdeckt und bespielt, der sich die Räume dort erobert, wo es nötig ist, und sie sein lässt, wo es möglich ist, ich wünsche mir einen Journalismus, der nicht der Wirklichkeit hinterherhetzt, sondern sie kritisch hinterfragt, und, wie hat Henry Kissinger jüngst in einem Interview mit *Newsweek* gesagt: »You have to know the difference between what is urgent and what is important.«<sup>[205]</sup>

All dieses Potenzial trägt der Journalismus in sich. Er ist selbst ein Hoffnungsträger der Emanzipation und der kommunikativen Vernunft. Er kann auf Verständigung orientiert sein – aber eben auch auf sinnlosen Krawall. Es wäre gar nicht so schwer für den Journalismus, auch unter den

existierenden Medienbedingungen wieder dorthin zurückzufinden, wo er Beitrag zur und nicht Bedrohung für die Demokratie ist. Er müsste sich nur dazu entschließen, dafür zu sorgen, dass alle Argumente gehört werden, dass seine Themen und Thesen in der Lebenswelt der Menschen auch anschlussfähig sind und partikulare Interessen in der Diskussion auch als solche benannt werden. Und er müsste auch wieder Kritik an sich zulassen. Frank A. Meyer hat dies so formuliert: »Dem Leser, dem Bürger Sprache geben, das ist, das wäre, das war unsere Kernkompetenz. Des Bürgers Bürgermacht nämlich gründet auf der täglichen und alltäglichen Leistung, dass wir Journalisten ihm ein Instrument zur Klärung der Dinge in die Hand geben. Damit er mehr sein kann als nur Konsument. Deshalb ist das unzeitgemäße Wort Aufklärung das richtige Wort für diese Zeit. Wenn aber Journalismus wieder etwas mit Aufklärung zu tun haben soll, dann muss unser Thema wieder das Handwerk sein: das Ringen um das Wort, um die Sprache, um die Geschichte, um die Reportage, um das Interview, um den Kommentar, um den Essay. Kämpfer müssen wir sein, leidenschaftlich für unseren Journalismus.«<sup>[206]</sup> Gelänge dem Journalismus der Weg zurück zu seinen aufklärerischen Wurzeln, dann wäre er selbst eine ungemein wertvolle Ressource des bürgerschaftlichen Rasonnements. Er wäre dann eine Stimme der kommunikativen Vernunft und würde von einem Störfaktor der Verständigung wieder zum Moderator des Gesprächs, zu einem Mittler zwischen Politik und Bürgern.

## Das Politische und das Mediale im 21. Jahrhundert

Welchen Weg also nimmt die Reise, wohin steuert unsere Demokratie? Neben der künftigen Entwicklung des Journalismus inner- und außerhalb des markt-orientierten Mediensystems erscheint vor allem die Frage zentral, ob es den politischen Parteien gelingen wird, den Protest, der sich seit Stuttgart, Hamburg und Berlin mehr an ihnen vorbei als wirklich gegen sie gerichtet entwickelte, in eine Unterstützung für die parlamentarische Demokratie zurückzuverwandeln. Denn noch ist nicht entschieden, ob dieser Protest eine Art Paukenschlag für den Beginn eines neues Zeitalters des Bürgerengagements war oder doch mehr ein antipolitischer Ohne-uns-Reflex, ob es also in Zukunft um mehr Demokratie und eine bessere Qualität demokratischer Verfahren

geht oder um einen letztlich richtungslosen Zorn, der sich mit den üblichen Verfahren demokratischer Aushandlungsprozesse nicht mehr kanalisieren lässt. Einer neuen Welle der Politisierung steht potenziell eine weitere Verschärfung der Apathie gegenüber. So oder so: Eine Rückkehr zu alten Verhältnissen, gar zu den beschaulichen der Bonner Republik, scheint ausgeschlossen. Die politischen Parteien werden nicht zu ihrer alten Aufgabe als Integratoren breiter sozialer Schichten und Weltanschauungsmilieus zurückfinden, die Bürger werden weiter selbstbewusst und oft auch wütend in politische Prozesse eingreifen und der Strukturwandel der Medienlandschaft wird sich eher beschleunigen als verlangsamen. Das kann man beklagen, es entspricht aber dem Modernisierungstempo einer Gesellschaft wie der bundesdeutschen. Dies ist freilich kein Plädoyer dafür, alles so zu lassen, wie es ist. Denn es ist unbestritten, dass die Politik die Aufgabe hat, Gesellschaften immer wieder neu auf die veränderten Parameter der Zeit zu justieren. Hätte sie keinen Gestaltungsanspruch und blieben die Umweltbedingungen stets konstant, wäre Politik im Prinzip überflüssig. Doch wenn Politik der Versuchung erliegt, sich nur noch an der hohen Taktung der Medien und der gesellschaftlichen Eliten zu orientieren, hängt sie die Mehrheit der Menschen ab. Diese Tendenz verstärkt sich, desto mehr die Parteien die Erdung verlieren, sich von ihren Ortsvereins- und Hinterzimmertraditionen lösen und ihre politischen Angebote nur noch auf die schnelllebige mediale Superstruktur ausrichten.

Entscheidend ist deswegen, wie sich das Politische und das Mediale im 21. Jahrhundert zueinander verhalten werden. Ohne Frage bedrängen die Medien mit ihren bunten Bildern, ihren Verflachungen und Personalisierungen die Demokratie. Doch das Politische ist noch da. Es muss nur mühsam unter einer dicken Schicht unnützer Ablagerungen hervorgeholt werden. Dabei ist Pragmatismus angesagt. Bürger, Politiker und Journalisten müssen die übermächtig werdenden Erregungswellen hinter sich lassen und die vorherrschenden Schwarz-Weiß-Zeichnungen der Realität durch ein ambivalenteres Bild der Welt ersetzen, weil nun einmal die Welt weitaus ambivalenter und komplexer ist, als Agenturmeldungen oder Präsidiumsbeschlüsse dies nahelegen. Alle am öffentlichen Diskurs Beteiligten müssen sich von der apodiktischen Sicht eines letztlich von Eigeninteressen getriebenen »so ist es« lösen und versuchen, die Welt in ihrer ganzen Kompliziertheit in den Blick zu nehmen.

Das alles hilft nicht nur gegen die Politikverdrossenheit, weil sich die Menschen plötzlich ernst genommen fühlen, sondern es macht auch die Suche nach dem »Wie soll es sein?« viel einfacher. Vor allem aber: Sobald über ein Problem unter Einbeziehung aller breit und offen diskutiert wird, lösen sich die Verhärtungen, entsteht Verständnis für die Position und Situation des jeweils anderen. Der Kommunikationswissenschaftler Carsten Brosda fordert: »Wir brauchen eine gesellschaftliche Debatte darüber, wie wir grundsätzlich politische Debatten führen wollen. Niemand will die politische Auseinandersetzung in ein akademisches Hauptseminar verwandeln, aber die Frage nach den Rahmenbedingungen des demokratischen Gesprächs lohnt allemal: Wie etablieren wir Demokratie als Gespräch? Welche Voraussetzungen hat dieses Gespräch? Welches Ethos brauchen seine Teilnehmer? Welche institutionellen Voraussetzungen braucht sein guter Verlauf? Und wie entwickeln wir die kommunikative Kompetenz, die ein aktives Publikum braucht?« 207

Vielleicht waren die Ereignisse des letzten Jahres in Stuttgart und anderswo auch Vorboten einer herausziehenden Diskursrepublik. Das von Heiner Geißler moderierte Schlichtungsverfahren in Stuttgart hatte ohne Frage viele Mängel. Doch zumindest für einen kurzen historischen Moment erbrachte es eine erhebliche Leistung: die Unerbittlichkeit eines medial orchestrierten Meinungsstreits in den Willen zur kommunikativen Verständigung zu transformieren und Politik jenseits der Häppchen und Inszenierungen plötzlich wieder interessant und – trotz oder gerade wegen der enormen Komplexität des Themas – des Engagements wert erscheinen zu lassen. Wichtig für die öffentliche Debatte der Zukunft erscheint, dass alle Beteiligten sich als Diskursteilnehmer verstehen, nicht als Einpeitscher, Durchzieher und Abschießer. Wer sich öffentlich zu Wort meldet, muss sich auch den Geltungsansprüchen seiner Aussagen unterwerfen, muss seinen Willen zur Richtigkeit und auch Wichtigkeit seiner Äußerungen im Zweifelsfalle auch durch seine Taten beweisen. Da Verständigung überhaupt nur möglich ist, wenn wir uns gegenseitig glauben, dass wir es ernst meinen, und den jeweils anderen als Partner akzeptieren, spielt die Tonalität, mit der Politiker, Bürger und Medien aufeinander zugehen, eine herausgehobene Rolle. Alle drei Parteien müssen künftig mehr achtgeben auf die Verletzungen, die sie sich in der Auseinandersetzung zufügen. Der amerikanische Präsident Barack Obama hat am 13. Januar 2011 bei der Trauerfeier für die Opfer des Amoklaufs von Tuscon einen

bemerkenswerten Satz gesagt: »In Zeiten eines sehr polarisierten Diskurses sollten wir wieder in einer Art und Weise miteinander reden, die heilt und nicht verletzt. Ich bin überzeugt, wir können es besser.« 208

# Dank

Wie eigentlich immer in meinem Leben habe ich auch bei der Abfassung dieses Manuskripts auf die Hilfe zahlreicher Freunde vertraut und mich von ihren Urteilen leiten lassen. Mein Dank für ihre kritischen und akribischen Kommentare zum Manuskript geht an Prof. Dr. Dominik Geppert, Prof. Dr. Timm Beichelt und Prof. Dr. Lutz Hachmeister. Für die Idee des diskursiven Journalismus und seine Rolle für die demokratische Gesellschaft hat mich nicht zum ersten Mal mein Freund Dr. Carsten Brosda sensibilisiert. Mit Prof. Dr. Thomas Mergel hatte ich viele anregende Diskussionen über die Grenzen der Medialisierung, mit Mechthild Küpper, Prof. Dr. Thomas Leif, Frank A. Meyer, Tissy Bruns und Dr. Richard Meng ausgiebige Auseinandersetzungen über den Hauptstadtjournalismus in der Berliner Republik. Prof. Dr. Dr. Gesine Schwan hat nicht nur die Entstehung des Textes begleitet, sondern auch sonst an meinem Leben in gewohnt rührender Weise Anteil genommen, wie ich für mich in Anspruch nehme, dies umgekehrt an ihrem zu tun. Profitiert habe ich bei der Abfassung dieses Manuskripts wieder einmal von dem Handwerkszeug, das ich einst bei Prof. Dr. Peter Glotz (†) und Matthias Machnig gelernt habe. Eine stete Mahnerin, Antreiberin und irgendwann beinahe mein Alter Ego war mir meine Lektorin Teresa Löwe-Bahners, ohne die es dieses Buch nicht gäbe. Für Stabilität und Kontinuität in meiner Lebenswelt sorgten derweil zwei wundervolle Kolleginnen: Kerstin Scholz und Anja Utermark. Gewidmet ist dieses Buch – auch das ist nichts Neues – Mareike Dittmer.

# Anmerkungen

- 1 FRIEDRICH-EBERT-STIFTUNG: Persönliche Lebensumstände, Einstellungen zu Reformen, Potenziale der Demokratieentfremdung und Wahlverhalten. Arbeitspapier, Bonn 2008.
- 2 DIRK KURBJUWEIT: Sieg der Ängstlichkeit; in: *Der Spiegel*, Nr. 44 v. 26. 10. 2009.
- 3 Vgl. REINHARD HÖNIGHAUS: Ignoriert die Signale; in: *Financial Times Deutschland* v. 22. 6. 2010.
- 4 Vgl. TIMO PACHE: Die Ohnmacht der Mächtigen; in: *Financial Times Deutschland* v. 9. 2. 2011.
- 5 *stern*, Nr. 19 v. 5. 5. 2011, S. 28.
- 6 JACQUES RANCIÈRE: Das Unvernehmen, Frankfurt a.M. 2002 (1995).
- 7 COLIN CROUCH: Postdemokratie, Frankfurt a. M. 2008 (2003), S. 10.
- 8 Vgl. INGOLFUR BLÜHDORN: Billig will Ich: Post-demokratische Revolution und Simulative Demokratie; in: *Forschungsjournal Neue Soziale Bewegungen*, Heft 4/2006, S. 72–83.
- 9 SUSANNE GASCHKE: Politiker, hört die Signale!; in: *Die Zeit*, Nr. 37 v. 9. 9. 2010.
- 10 MATTHIAS GEIS: Ihr da draußen; in: *Die Zeit*, Nr. 44 v. 28. 10. 2010.
- 11 FRANZ WALTER/TOBIAS DÜRR: Die Heimatlosigkeit der Macht. Wie die Politik in Deutschland ihren Boden verlor, Berlin 2000, S. 266.
- 12 RENATE KÖCHER: Der Ruf nach dem Plebiszit; in: *Frankfurter Allgemeine Zeitung* v. 20. 10. 2010.

- 13 FREIE UNIVERSITÄT BERLIN U. DEUTSCHE PAUL-LAZARFELD-GESELLSCHAFT: Einstellungen zur Demokratie in Berlin und Brandenburg 2002–2008 sowie in Gesamtdeutschland 2008. Arbeitspapier, Berlin 2008.
- 14 RENATE KÖCHER: Der Ruf nach dem Plebiszit (wie Anm. 12).
- 15 *Die Zeit*, Nr. 44 vom 28. 10. 2010, S. 2.
- 16 Ebd.
- 17 ARNULF BARING: Bürger, auf die Barrikaden; in: *Frankfurter Allgemeine Zeitung* v. 19. 2. 2002.
- 18 DIRK KURBJUWEIT: Der Wutbürger; in: *Der Spiegel*, Nr. 41 v. 11. 10. 2010.
- 19 Ebd.
- 20 Zit. n. *Frankfurter Rundschau* v. 18. 1. 2011, S. 10.
- 21 KURBJUWEIT: Sieg der Ängstlichkeit (wie Anm. 2).
- 22 UWE VOLKMANN: Die Privatisierung der Demokratie; in: *Frankfurter Allgemeine Zeitung* v. 26. 2. 2010.
- 23 Ebd.
- 24 MARCUS JAUER: Sendeschleife; in: *Frankfurter Allgemeine Zeitung* v. 20. 3. 2010.
- 25 THOMAS LEIF: Hysterischer Herdentrieb@besinnungslose Tempospirale – Defekte der Mediendemokratie; in: Netzwerk Recherche (Hg.): Werte und Orientierungen für Journalistinnen und Journalisten. Positionen von netzwerk recherche e. V., Wiesbaden 2010, S. 16.
- 26 *Süddeutsche Zeitung* v. 19. 10. 2010.
- 27 NIKLAS LUHMANN: Die Realität der Massenmedien, Wiesbaden 1996 (1995), S. 9.

- 
- [28] BERND ULRICH: Spielen und gurken; in: *Die Zeit*, Nr. 28 v. 8. 7. 2010.
- [29] Vgl. MAYBRITT ILLNER/HAJO SCHUMACHER: Szenen einer Zugewinngemeinschaft; in: dies. (Hg.): *Schmierfinken. Politiker über Journalisten*, München 2009, S. 9–20, hier S. 14 ff.
- [30] SUSANNE GASCHKE: Das Volk sind wir; in: *Die Zeit*, Nr. 40 v. 24. 9. 2009.
- [31] Zit. n. THOMAS MERGEL: *Propaganda nach Hitler. Eine Kulturgeschichte des Wahlkampfes in der Bundesrepublik*, Göttingen 2010, S. 199 f.
- [32] *Der Spiegel*, Nr. 8 v. 23. 2. 2011, S. 42.
- [33] »Unser Außenminister steht total auf Johnny Depp«; in: *BRAVO*, Nr. 16 v. 14. 4. 2010, S. 72–74.
- [34] WOLFGANG DONSBACH/OLAF JANDURA: Vorwort; in: dies. (Hg.): *Chancen und Gefahren der Mediendemokratie*, Konstanz 2003, S. 11–18, hier S. 12.
- [35] Vgl. WALTER LIPPMANN: *Public Opinion*, New York 1922, S. 15 f.
- [36] Vgl. Donsbach/Jandura: Vorwort (wie Anm. 34), S. 13 f.
- [37] THOMAS MEYER: *Mediokratie. Die Kolonisierung der Politik durch die Medien*, Frankfurt a. M. 2001, S. 10.
- [38] LUTZ HACHMEISTER: *Nervöse Zone. Politik und Journalismus in der Berliner Republik*, München 2007, S. 47.
- [39] OTFRIED JARREN: »Mediengesellschaft« – Risiken für die politische Kommunikation; in: *Aus Politik und Zeitgeschichte*, B 41–42/2001, S. 10–19, hier S. 12.
- [40] MEYER: *Mediokratie* (wie Anm. 37), S. 44.
- [41] THOMAS STEG: Kann die Demokratie die Medien überleben?; in: *berlinpolis/Vodafone* (Hg.): *Kann die Demokratie die Medien überleben? Zum Verhältnis von Politik und Medien*, Berlin 2005, S. 16–20, hier S. 17.

- 
- [42] Ebd., S. 18.
- [43] PIERRE BOURDIEU: Über das Fernsehen, Frankfurt a. M. 1998 (1996), S. 132 f.
- [44] Vgl. THOMAS MERGEL: Politisierte Medien und medialisierte Politik. Strukturelle Kopplungen zwischen zwei sozialen Systemen; in: Klaus Arnold/Christoph Classen/Susanne Kinnebrock u. a. (Hg.): Von der Politisierung der Medien zur Medialisierung des Politischen? Zum Verhältnis von Medien, Öffentlichkeiten und Politik im 20. Jahrhundert, Leipzig 2010, S. 29–50.
- [45] CAROLIN EMCKE: Zur Lage des Journalismus. Eröffnungsrede auf der Jahrestagung 2010 des Netzwerks Recherche; <http://www.carolin-emcke.de/de/article/102.zur-lage-des-journalismus.html>.
- [46] Vgl. OLAF HOFFJANN: Das öffentliche Gesicht der Politik. Konflikte, Interdependenzen und deren Folgen für die Beziehungen von Politik und Journalismus; in: Donsbach/Jandura (Hg.): Chancen und Gefahren (wie Anm. 34), S. 212–225.
- [47] Zit. n. TISSY BRUNS: Republik der Wichtigtuere. Ein Bericht aus Berlin, Freiburg i. B. 2007, S. 145.
- [48] *epd-Medien*, 40/41 v. 25. 5. 2005
- [49] MERGEL: Politisierte Medien (wie Anm. 44), S. 31.
- [50] *Der Spiegel*, Nr. 45 v. 8. 11. 2010, S. 35.
- [51] *Süddeutsche Zeitung* v. 2. 11. 2010, S. 5.
- [52] *Der Spiegel*, Nr. 45 v. 8. 11. 2010, S. 34.
- [53] *Spiegel online*: <http://www.spiegel.de/politik/deutschland/a-29501.html> (1. 7. 1999).

- 54 PETER ZUDEICK: Ein Schmiergeld namens Nähe. Die politischen Wahlverwandtschaften der Bonner Journalisten; in: *Transatlantik*, Heft 1/1987, S. 25–29.
- 55 »Zäh wie Kleistermasse«; in: *Der Spiegel*, Nr. 7 v. 11. 2. 1953.
- 56 Zit. n. Jürgen Leinemann: Höhenrausch. Die wirklichkeitsleere Welt der Politik, München 2006 (2004), S. 120 f.
- 57 Zit. n. ebd., S. 120.
- 58 GUNTER HOFMANN: Die Arena, in der alles erlaubt ist; in: *Die Zeit*, Nr. 35 v. 25. 8. 2005.
- 59 Vgl. Geheimnisbruch; in: *Der Spiegel*, Nr. 34 v. 17. 8. 1970.
- 60 Vgl. JOACHIM RASCHKE/RALF TILS: Politische Strategie. Eine Grundlegung, Wiesbaden 2007, S. 112 ff.
- 61 GUNTER HOFMANN: Abschiede, Anfänge. Die Bundesrepublik. Eine Anatomie, München 2004, S. 180.
- 62 Zit. n. ebd., S. 182.
- 63 Zit. n. ebd.
- 64 Zit. n. WALTER/DÜRR: Die Heimatlosigkeit der Macht (wie Anm. 11), S. 123.
- 65 BRUNS: Republik der Wichtigtuer (wie Anm. 47), S. 67.
- 66 Vgl. LARS ROSUMÉK: Die Kanzler und die Medien. Acht Porträts von Adenauer bis Merkel, Frankfurt a. M./New York 2007, S. 240 f.
- 67 RICHARD MENG: Der Medienkanzler. Was bleibt vom System Schröder? Frankfurt a. M. 2002, S. 98.
- 68 Vgl. ROSUMÉK: Die Kanzler und die Medien (wie Anm. 66), S. 240f.

- 
- [69] BRUNS: Republik der Wichtiguer (wie Anm. 47), S. 144.
- [70] Ebd., S. 147.
- [71] BERND ULRICH: Verstehen oder Verachten; in: *Die Zeit*, Nr. 5 v. 26. 1. 2006.
- [72] ELISABETH NOELLE-NEUMANN: Die Schweigespirale. Öffentliche Meinung – unsere soziale Haut, München 1980.
- [73] HANS-ULRICH JÖRGES: Der Coup im Coup; in: *stern*, Nr. 23 v. 2. 6. 2005.
- [74] SUSANNE GASCHKE: Die Relativitätstheorie; in: *Die Zeit*, Nr. 37 v. 8. 9. 2005.
- [75] FRANK A. MEYER: Journalisten. Gleichgeschaltet; in: *Cicero*, Nr. 7/2005.
- [76] *Neue Zürcher Zeitung* v. 23. 9. 2005.
- [77] GIOVANNI DI LORENZO: Aus der Rolle gefallen; in: *Die Zeit*, Nr. 40 v. 29. 9. 2005.
- [78] ULRICH: Verstehen oder Verachten (wie Anm. 71).
- [79] Vgl. MARCUS JAUER: Politischer Journalismus und offener Wahnsinn; in: *Süddeutsche Zeitung* v. 30. 9. 2005.
- [80] <http://www.newsaktuell.de/mediatlas/>
- [81] Vgl. LEIF KRAMP/STEPHAN WEICHERT: Journalismus in der Berliner Republik. Wer prägt die politische Agenda in der Bundeshauptstadt? Studie für das Netzwerk Recherche, Wiesbaden 2008, S. 11.
- [82] BRUNS: Republik der Wichtiguer (wie Anm. 47), S. 18.
- [83] PETER STRUCK: So läuft das. Politik mit Ecken und Kanten, Berlin 2010, S. 57.
- [84] GUNTER HOFMANN: Helden wie wir; in: *Die Zeit*, Nr. 7 v. 10. 2. 2000.

- 
- [85] JÜRGEN LEINEMANN: »Wir jagen sie«; in: *Cicero*, Nr. 7/2005 v. 30. 6. 2005.
- [86] MENG: Der Medienkanzler (wie Anm. 67), S. 74.
- [87] Ebd.
- [88] PEER STEINBRÜCK: Unterm Strich, Hamburg 2010, S. 373.
- [89] JAUER: Sendeschleife (wie Anm. 24).
- [90] Ebd.
- [91] LEIF: Hysterischer Herdentrieb (wie Anm. 25), S. 17.
- [92] STEINBRÜCK: Unterm Strich (wie Anm. 88), S. 371.
- [93] Zit. n. ROSUMEK: Die Kanzler und die Medien (wie Anm. 66), S. 61.
- [94] STRUCK: So läuft das (wie Anm. 83), S. 246.
- [95] MEYER: Mediokratie (wie Anm. 37), S. 69.
- [96] WALTER/DÜRR: Die Heimatlosigkeit der Macht (wie Anm. 11), S. 219 f.
- [97] HACHMEISTER: Nervöse Zone (wie Anm. 38), S. 41.
- [98] KURT TUCHOLSKY: Gesammelte Werke in zehn Bänden. Bd. 6, Reinbek bei Hamburg 1975, S. 70–73.
- [99] WALTER/DÜRR: Die Heimatlosigkeit der Macht (wie Anm. 11), S. 224 f.
- [100] TISSY BRUNS: Unsere ermattete Demokratie; in: *Der Tagesspiegel* v. 17. 10. 2010.
- [101] Zit. n. KRAMP/WEICHERT: Journalismus in der Berliner Republik (wie Anm. 81), S. 43.
- [102] STRUCK: So läuft das (wie Anm. 83), S. 55.

- 
- [103] MENG: Der Medienkanzler (wie Anm. 67), S. 77.
- [104] GERHARD HOFMANN: Die Verschwörung der Journaille zu Berlin, Bonn 2007, S. 422.
- [105] HACHMEISTER: Nervöse Zone (wie Anm. 38), S. 59 f.
- [106] GUNTER HOFMANN: Der Wähler, dieser Lümmel; in: *Die Zeit*, Nr. 39 v. 22. 9. 2005.
- [107] MENG: Der Medienkanzler (wie Anm. 67), S. 75.
- [108] Vgl. STEPHAN WEICHERT/CHRISTIAN ZABEL (Hg.): Die Alpha-Journalisten. Deutschlands Wortführer im Porträt, Köln 2007.
- [109] GABOR STEINGART: Deutschland. Der Abstieg eines Superstars, München 2004, S. 9.
- [110] BOURDIEU: Über das Fernsehen, (wie Anm. 43), S. 134.
- [111] Vgl. [http://www.epd.de/medien/medien\\_index\\_14958.html](http://www.epd.de/medien/medien_index_14958.html)
- [112] Vgl. TOM SCHIMMECK: Am besten nichts Neues. Medien, Macht und Meinungsmache, Frankfurt a. M. 2010, S. 273.
- [113] Zit. n. HACHMEISTER: Nervöse Zone (wie Anm. 38), S. 29.
- [114] MICHAEL HANFELD: Sabine Christiansen. Wie eine Unpolitische Politik machte; in: *Frankfurter Allgemeinen Sonntagszeitung* v. 15. 2. 2007.
- [115] HACHMEISTER: Nervöse Zone (wie Anm. 38), S. 180.
- [116] WALTER/DÜRR: Die Heimatlosigkeit der Macht (wie Anm. 11), S. 267 f.
- [117] Zit. n. SCHIMMECK: Am besten nichts Neues (wie Anm. 112), S. 227.
- [118] Vgl. ebd., S. 74.

- 
- 119 Ebd., S. 243.
- 120 JAKOB AUGSTEIN: Das ist nicht Ihr Kanzleramt!; <http://www.sueddeutsche.de/medien/765/501026/text> (16. 2. 2010).
- 121 HOFMANN: Abschiede, Anfänge (wie Anm. 61), S. 7.
- 122 Zit. nach: AUGSTEIN: Das ist nicht Ihr Kanzleramt! (wie Anm. 120).
- 123 PETER GLOTZ/WOLFGANG LANGENBUCHER: Der missachtete Leser. Zur Kritik der deutschen Presse, Nachdruck der Ausgabe von 1969, München 1993, S. 54.
- 124 FRANK A. MEYER: Rede auf der Jahrestagung des Netzwerks Recherche am 20. Mai 2006; <http://www.netzwerkrecherche.de/Reden/Frank-A-Meyer-2006/>
- 125 SIEGFRIED WEISCHENBERG/MAJA MALIK/ARMIN SCHOLL: Die Souffleure der Mediengesellschaft. Report über die Journalisten in Deutschland, Konstanz 2006, S. 186.
- 126 HACHMEISTER: Nervöse Zone (wie Anm. 38), S. 78.
- 127 MARKUS FELDENKIRCHEN: Mehr Papier wagen; in: *Der Spiegel*, Nr. 33 v. 10. 8. 2009.
- 128 Ebd.
- 129 SCHIMMECK: Am besten nichts Neues (wie Anm. 112), S. 72.
- 130 PATRICK BAHNERS: Wenn der Kapitän die Schläger zerstört hat; in: *Frankfurter Allgemeine Zeitung* v. 2. 7. 2010.
- 131 HACHMEISTER: Nervöse Zone (wie Anm. 38), S. 59 f.
- 132 Zit. n. KRAMP/WEICHERT: Journalismus in der Berliner Republik (wie Anm. 81), S. 33.

- 
- 133 DETLEF ESSLINGER: Dalai Guttenberg; in: *Süddeutsche Zeitung* v. 23. 10. 2010.
- 134 *Der Spiegel*, Nr. 21 v. 22. 5. 2010, S. 18.
- 135 GASCHKE: Das Volk sind wir (wie Anm. 30).
- 136 TOM SCHIMMECK: Haltungen, Popper und Moneten. Rede zur Jahreskonferenz des Netzwerks Recherche, 15./16. 6. 2007; <http://schimmeck.de/Texte/medienrede.html>
- 137 Zit. n. LEIF KRAMP/STEPHAN WEICHERT: Die Meinungsmacher. Über die Verwahrlosung des Hauptstadtjournalismus, Hamburg 2010, S. 50.
- 138 STEFAN NIGGEMEYER: Selbstbewusst anders sein; in: *Aus Politik und Zeitgeschichte*, Nr. 9–10 v. 23. 2. 2009, S. 3–6, hier S. 3 f.
- 139 MENG: Der Medienkanzler (wie Anm. 67), S. 78 f.
- 140 THOMAS LEIF: Ein Leben voll gefilterter Luft; <http://www.sueddeutsche.de/medien/serie-wozu-noch-journalismus-ein-leben-voll-gefilterter-luft-1.961943> (29. 6. 2010).
- 141 KLAUS KOCKS: Helden müssen fallen; in: *Rheinischer Merkur* v. 25. 3. 2010.
- 142 Bruns: Republik der Wichtigtuer (wie Anm. 47), S. 84.
- 143 Zit. n. KRAMP/WEICHERT: Journalismus in der Berliner Republik (wie Anm. 81), S. 38.
- 144 THOMAS DE MAIZIÈRE: Politiker in der Mediendemokratie; in: Donsbach/Jandura (Hg.): Chancen und Gefahren (wie Anm. 34), S. 40–46, hier S. 40.
- 145 RICHARD MENG: In der Negativ-Spirale. Der Alarmismus der Medienöffentlichkeit bedroht die Demokratiefähigkeit der Gesellschaft; in: *Neue Gesellschaft/Frankfurter Hefte*, 7/8 2010, S. 37 f.
- 146 LEINEMANN: »Wir jagen sie« (wie Anm. 85).

- 
- [147] Vgl. *journalist* 5/2009, S. 9.
- [148] Zit. n. KRAMP/WEICHERT: Die Meinungsmacher (wie Anm. 137), S. 52.
- [149] BRUNS: Republik der Wichtigtuer (wie Anm. 47), S. 87.
- [150] STEINBRÜCK: Unterm Strich (wie Anm. 88), S. 371.
- [151] Vgl. *Der Spiegel*, Nr. 8 v. 22. 2. 2010, S. 129.
- [152] CHRISTOPH SCHWENNICK: Münteferings Versprechen; in: *Der Spiegel*, Nr. 35 v. 24. 8. 2009.
- [153] LEINEMANN: Höhenrausch (wie Anm. 56), S. 249.
- [154] BRUNS: Republik der Wichtigtuer (wie Anm. 47), S. 48.
- [155] *Berliner Zeitung* v. 10. 5. 2010.
- [156] Vgl. KRAMP/WEICHERT: Journalismus in der Berliner Republik (wie Anm. 81), S. 61.
- [157] STEINBRÜCK: Unterm Strich (wie Anm. 88), S. 364.
- [158] Vgl. ANDREAS DÖRNER: Politainment. Politik in der medialen Erlebnisgesellschaft, Frankfurt a. M. 2001.
- [159] LEINEMANN: Höhenrausch (wie Anm. 56), S. 446.
- [160] Zit. n. ebd., S. 333.
- [161] Zit. n. HACHMEISTER: Nervöse Zone (wie Anm. 38), S. 26.
- [162] Zit. n. NIKOLAUS BLOME: Faul, korrupt und machtbesessen? Warum Politiker besser sind als ihr Ruf, Bonn 2009 (2008), S. 36.
- [163] Zit. n. LEINEMANN: Höhenrausch (wie Anm. 56), S. 221 f.

- 
- <sup>164</sup> Zit. n. ebd., S. 221 f.
- <sup>165</sup> Interview mit Wolfgang Kubicki; in: *Die Zeit*, Nr. 12 v. 18. 3. 2010.
- <sup>166</sup> *Der Spiegel*, Nr. 8 v. 23. 2. 2011, S. 40.
- <sup>167</sup> Zit. n. LEINEMANN: Höhenrausch (wie Anm. 56), S. 72.
- <sup>168</sup> Zit. n. ebd., S. 383.
- <sup>169</sup> Zit. n. ebd., S. 229.
- <sup>170</sup> »Mein Mann hat gesagt, du spinnst«. Interview mit Heide Simonis; in: *Welt am Sonntag* v. 14. 3. 2010.
- <sup>171</sup> »Kohl war nicht so wischiwaschi«. Interview mit Peter Struck; in: *Die Zeit*, Nr. 31 v. 23. 7. 2009.
- <sup>172</sup> STRUCK: So läuft das (wie Anm. 83), S. 146.
- <sup>173</sup> Klaus Wowereit in der Talkshow *Beckmann* im Oktober 2007; <http://www.reinholdbeckmann.de/talk/gast-detail-info/zeige/archiv/gast/klaus-wowereit.html>
- <sup>174</sup> BORIS BERGER: Vermerk für Herrn Dr. Rüttgers vom 29. 5. 2005; [http://www.wir-in-nrw-blog.de/wp-content/uploads/berger\\_papierlang2.pdf](http://www.wir-in-nrw-blog.de/wp-content/uploads/berger_papierlang2.pdf) (Download: 22. 4. 2010).
- <sup>175</sup> <http://www.politblogger.eu/der-inszenierte-ruttgers-und-die-omme-einer-alten-namens-hannelore/>
- <sup>176</sup> BERNHARD SCHLINK: Die Früchte des Zorns; <http://www.vorwaerts.de/artikel/die-fruechte-des-zorns>
- <sup>177</sup> KARIN PRIESTER: Populismus. Historische und aktuelle Erscheinungsformen, Frankfurt a. M./New York 2007, S. 28.

- 
- 178 Zit. n. ULRIKE DEMMER/MARKUS FELDENKIRCHEN/DIRK KURBJUWEIT/RENÉ PFISTER: Der Bürgerkönig; in: *Der Spiegel*, Nr. 42 v. 18. 10. 2010.
- 179 PATRICK BAHNERS: Die Menschheit nennt es Krieg; in: *Frankfurter Allgemeine Zeitung* v. 15. 4. 2010.
- 180 MICHAEL BACKHAUS: Minister Liebling im Sturm; in: *Bild am Sonntag* v. 23. 1. 2011.
- 181 MICHAEL BACKHAUS: Jagd auf das Einhorn; in: *Bild am Sonntag* v. 23. 1. 2011.
- 182 STEFAN REINECKE: Der Guttenberg-»Bild«-Komplex; in: *die taz* v. 23. 1. 2011.
- 183 FRANZ JOSEF WAGNER: Post von Wagner; in: *Bild* v. 17. 2. 2011.
- 184 Zit. n. BLOME: Faul, korrupt und machtbesessen? (wie Anm. 162), S. 113.
- 185 Vgl. MICHAELA MAIER/GEORG RUHRMANN/KARIN STENGEL: Der Wert von Nachrichten im deutschen Fernsehen. Ergebnisse einer Inhaltsanalyse 2007, Düsseldorf 2009.
- 186 MEYER: Mediokratie (wie Anm. 37), S. 8 f.
- 187 DIETER RUCHT: Demokratische Öffentlichkeit als kritische Öffentlichkeit; in: *WSI-Mitteilungen*, 3/2011, S. 98.
- 188 Vgl. KÖCHER: Der Ruf nach dem Plebiszit (wie Anm. 12).
- 189 Ebd.
- 190 *Die Zeit*, Nr. 44 v. 28. 10. 2010, S. 2.
- 191 Vgl. NIKOLAUS BLOME: Der kleine Wählerhasser. Was Politiker wirklich über die Bürger denken, München 2011, S. 58.

- 
- [192] BERND ULRICH: Schlag auf Schlag; in: *Die Zeit*, Nr. 16 v. 14. 4. 2011.
- [193] JÜRGEN KAUBE: Wer hat Angst vor der Bürgereinschaltung?; in: *Frankfurter Allgemeine Zeitung* v. 9. 11. 2010.
- [194] ANDREAS ZIELCKE: Der unheilbare Mangel; in: *Süddeutsche Zeitung* v. 19. 10. 2010.
- [195] KÖCHER: Der Ruf nach dem Plebiszit (wie Anm. 12).
- [196] THOMAS SCHMID: Im Namen des Volkes; in: *Die Welt* v. 8. 12. 2010.
- [197] Ebd.
- [198] HOFMANN: Abschiede, Anfänge (wie Anm. 61), S. 255.
- [199] Zit. n. BLOME: Faul, korrupt und machtesessen? (wie Anm. 162), S. 27.
- [200] HOFMANN: Abschiede, Anfänge (wie Anm. 61), S. 236.
- [201] JÜRGEN HABERMAS: Keine Demokratie kann sich das leisten; in: *Süddeutsche Zeitung* v. 16. 5. 2007.
- [202] Vgl. CARSTEN BROSDA: Diskursiver Journalismus. Journalistisches Handeln zwischen kommunikativer Vernunft und mediensystemischem Zwang, Wiesbaden 2008.
- [203] FRANK SCHIRRMACHER: Der Pulsschlag des Textes; in: *Süddeutsche Zeitung* v. 29. 10. 2007.
- [204] Vgl. RICHARD MÜNCH: Journalismus in der Kommunikationsgesellschaft; in: *Publizistik*, Heft 3/1993, S. 261–279.
- [205] EMCKE: Zur Lage des Journalismus (wie Anm. 45).
- [206] FRANK A. MEYER: Schreckgeweitete Augen; <http://www.sueddeutsche.de/medien/serie-wozu-noch-journalismus-schreckgeweitete-augen-1.934245> (3. 5. 2010).

---

<sup>207</sup> CARSTEN BROSDA: Viel Gerede, aber kein Gespräch; in: *Message. Internationale Zeitschrift für Journalismus*, Heft 2/2009, S. 11–18, hier S. 16.

<sup>208</sup> Zit. n. *Frankfurter Allgemeine Zeitung* v. 14. 1. 2011, S. 1.

# Literatur

- Arnold, Klaus/Classen, Christoph/Kinnebrock, Susanne u. a. (Hg.):* Von der Politisierung der Medien zur Medialisierung des Politischen? Zum Verhältnis von Medien, Öffentlichkeiten und Politik im 20. Jahrhundert, Leipzig 2010.
- Blome, Nikolaus:* Faul, korrupt und machtbesessen? Warum Politiker besser sind als ihr Ruf, Bonn 2009 (2008).
- Blome, Nikolaus:* Der kleine Wählerhasser. Was Politiker wirklich über die Bürger denken, München 2011.
- Bourdieu, Pierre:* Über das Fernsehen, Frankfurt a. M. 1998 (1996).
- Brosda, Carsten:* Diskursiver Journalismus. Journalistisches Handeln zwischen kommunikativer Vernunft und mediensystemischem Zwang, Wiesbaden 2008.
- Bruns, Tissy:* Republik der Wichtigtuert. Ein Bericht aus Berlin, Freiburg i. B. 2007.
- Crouch, Colin:* Postdemokratie, Frankfurt a. M. 2008 (2003).
- Dörner, Andreas:* Politainment. Politik in der medialen Erlebnisgesellschaft, Frankfurt a. M. 2001.
- Donsbach, Wolfgang/Jandura, Olaf (Hg.):* Chancen und Gefahren der Mediendemokratie, Konstanz 2003.
- Glötz, Peter/Langenbacher, Wolfgang:* Der missachtete Leser. Zur Kritik der deutschen Presse, München 1993 (1969).
- Hachmeister, Lutz:* Nervöse Zone. Politik und Journalismus in der Berliner Republik, München 2007.
- Hofmann, Gerhard:* Die Verschwörung der Journaille zu Berlin, Bonn 2007.
- Hofmann, Gunter:* Abschiede, Anfänge. Die Bundesrepublik. Eine Anatomie, München 2004.
- Illner, Maybritt/Schumacher, Hajo (Hg.):* Schmierfinken. Politiker über Journalisten, München 2009.
- Kramp, Leif/Weichert, Stephan:* Die Meinungsmacher. Über die Verwahrlosung des Hauptstadtjournalismus, Hamburg 2010.
- Kramp, Leif/Weichert, Stephan:* Journalismus in der Berliner Republik. Wer prägt die politische Agenda in der Bundeshauptstadt? Studie für das Netzwerk Recherche, Wiesbaden 2008.
- Leinemann, Jürgen:* Höhenrausch. Die wirklichkeitsleere Welt der Politik, München 2006 (2004).
- Lippmann, Walter:* Public Opinion, New York 1922.
- Luhmann, Niklas:* Die Realität der Massenmedien, Wiesbaden 1996 (1995).
- Maier, Michaela/Ruhrmann, Georg/Stengel, Karin:* Der Wert von Nachrichten im deutschen Fernsehen. Ergebnisse einer Inhaltsanalyse 2007, Düsseldorf 2009.

- 
- Meng, Richard*: Der Medienkanzler. Was bleibt vom System Schröder? Frankfurt a. M. 2002.
- Meyer, Thomas*: Mediokratie. Die Kolonisierung der Politik durch die Medien, Frankfurt a. M. 2001.
- Noelle-Neumann, Elisabeth*: Die Schweigespirale. Öffentliche Meinung – unsere soziale Haut, München 1980.
- Priester, Karin*: Populismus. Historische und aktuelle Erscheinungsformen, Frankfurt a. M./New York 2007.
- Rancière, Jacques*: Das Unvernehmen, Frankfurt a. M. 2002 (1995).
- Raschke, Joachim u. Tils, Ralf*: Politische Strategie. Eine Grundlegung, Wiesbaden 2007.
- Rosumek, Lars*: Die Kanzler und die Medien. Acht Porträts von Adenauer bis Merkel, Frankfurt a. M./New York 2007.
- Schimmeck, Tom*: Am besten nichts Neues. Medien, Macht und Meinungsmache, Frankfurt a. M. 2010.
- Steinbrück, Peer*: Unterm Strich, Hamburg 2010.
- Steingart, Gabor*: Deutschland. Der Abstieg eines Superstars, München 2004.
- Struck, Peter*: So läuft das. Politik mit Ecken und Kanten, Berlin 2010.
- Walter, Franz/Dürr, Tobias*: Die Heimatlosigkeit der Macht. Wie die Politik in Deutschland ihren Boden verlor, Berlin 2000.
- Weichert, Stephan/Zabel, Christian* (Hg.): Die Alpha-Journalisten. Deutschlands Wortführer im Porträt, Köln 2007.
- Weischenberg, Siegfried/Malik, Maja/Scholl, Armin*: Die Souffleure der Mediengesellschaft. Report über die Journalisten in Deutschland, Konstanz 2006.

# Informationen zum Buch

Die Bürger trauen ihren demokratischen Institutionen nicht mehr. Sie proben den Aufstand, initiieren Volksbegehren, fordern Bürgerbeteiligung und Formen direkter Demokratie. Auch die Gewichte zwischen Politik und Medien haben sich in den vergangenen Jahren deutlich verschoben.

Die traditionelle Parteipolitik ist auf dem Rückzug, die Medien und allerlei Stimmungspolitikern versuchen, dieses Vakuum zu füllen. Doch die Logik der Medien ist eine andere als die Logik der Politik. Hier zählt Quote, nicht Problemlösungskompetenz.

Der Autor zeichnet das Bild einer erregten Republik, die mehr und mehr zum Spielball von Stimmungen und Kampagnen wird. Und er zeigt, wer daran ein Interesse hat und wohin es führen kann, wenn um der Erregung willen die auf Konsensbildung, Abstimmung und das Aushandeln von Kompromissen angelegte repräsentative Demokratie beschädigt wird. Wie Politik auf Wirklichkeit trifft.

# Informationen zum Autor



Thymian Bussemer © Xavier Borein

Thymian Bussemer, geb. 1972, war Büroleiter, Berater und Redenschreiber verschiedener Spitzenpolitiker. Seit 2007 ist er Manager in einem großen Industrieunternehmen.