

23. August 2007

medien heft

Von Kanzlermachern und Politikberatern

Oder wer die politische Agenda bestimmt

Leif Kramp und Stephan Weichert

Als „Vierte Gewalt“ im Staat sollen die Medien recherchieren und die Öffentlichkeit über das politisch Relevante informieren. Das gilt insbesondere für Missstände und Ungereimtheiten. Doch das ist gar nicht so einfach: Halten die Journalisten gebührende Distanz zu den Politikern, sind sie zu weit weg von der Quelle; sind sie zu nahe dran, fehlt es ihnen an kritischer Distanz. Hinzu kommt der Konkurrenzdruck in der eigenen Gilde und der damit verbundene Wettbewerb um exklusive Informationen, wobei die neuen Medien für eine zunehmende Beschleunigung sorgen.

In Berlin, so der weit verbreitete Verdacht, werde regelmässig und ausgiebig zwischen Journalisten und Abgeordneten gekuschelt, gekungelt und gekuscht – zumal vor den politischen Schwergewichten. Die Politikberichterstattung leide ausserdem, so die Kritiker, unter einem Geltungskomplex einiger prominenter Zeitgenossen, den „Alpha-Journalisten“ und „Wichtigtuern“ der Branche; auch habe sich die politische Publizistik komfortabel in der „nervösen Zone“ zwischen dem Edelrestaurant „Borchardt“ und dem Bundestag eingenistet. Von dort zelebrierten die Politikberichtersteller einen komfortablen, im Grunde harmlosen Wohlstandsjournalismus, der immer mehr auf ökonomische Abhängigkeiten und Einflussnahmen schiele. Damit würden die Journalisten der deutschen Politikressorts alles andere tun, als den Recherche-Vorbildern eines Bob Woodward und Carl Bernstein nachzueifern, die einst in Washington wichtige Einzelheiten der Watergate-Affäre enthüllten.

Politikberichtersteller im Fokus der Wissenschaft

Was es mit den Vorurteilen über die politischen Berichtersteller auf sich hat, untersucht die Studie „Journalismus in der Berliner Republik – Wer prägt die politische Agenda in der Bundeshauptstadt?“, die im Auftrag von Netzwerk Recherche e.V. durchgeführt wurde. Befragt wurden 32 Experten aus Politik und Wirtschaft sowie Journalis-

Impressum

Medienheft [vormals ZOOM K&M], ISSN 1424-4594

Herausgeber: Katholischer Mediendienst, Charles Martig; Reformierte Medien, Urs Meier

Redaktion: Judith Arnold, Adresse: Medienheft, Badenerstrasse 69, Postfach, CH-8026 Zürich

Telefon: +41 44 299 33 11, Fax: +41 44 299 33 91, E-Mail: redaktion@medienheft.ch, Internet: www.medienheft.ch

kostenloser Bezug via Internet oder Mailingliste: www.medienheft.ch/mailling_abo

ten aus den Politikressorts sämtlicher Mediengattungen. Die Ergebnisse der qualitativen Studie können einige Vorurteile bestätigen und andere relativieren: So ergab die Expertenbefragung, dass die Berichterstattung in der Bundeshauptstadt zahlreichen Zwängen ausgesetzt ist, welche die Einhaltung des journalistischen Ethos erschweren. Geprägt wird die Themen-Agenda von einigen wichtigen Korrespondenten und Leitmedien. Alle Befragten kritisieren, dass die Selbstreflexion und -kontrolle des eigenen Berufsstandes und der Politikberichterstattung mangelhaft sei: Es fehle sowohl an Gelegenheiten und Foren zum professionellen Austausch als auch an funktionierenden und nachhaltigen Kontrollmechanismen im Politikjournalismus selbst. Hier gelte es, den erlahmenden Medienjournalismus neu zu beleben und die Instanzen der Medienkritik zu stärken. Des Weiteren erhellt die Studie, wer die Politikberichtersteller überhaupt sind, welches Rollen-Selbstbild sie haben, wie sie arbeiten, wer sie informiert, welche Themen sie auswählen und weshalb.

Heterogene Herkunft und Rollen-Selbstbilder

Die biografischen Werdegänge der befragten Hauptstadtjournalisten und Pressesprecher sind ebenso verschieden wie die Auffassungen ihrer einzelnen Berufsrollen: Einige der Befragten waren vor ihrer Journalisten- und Sprecherlaufbahn parteipolitisch aktiv, manche lehnten genau dies aus ethischen Gründen vehement ab. Viele volontierten oder arbeiteten bereits während des Studiums journalistisch, für andere wiederum kam der Wechsel in den Journalismus bzw. ins politische Sprecheramt eher unvermittelt. Zwei Drittel der Journalisten erklärten, ihr Beruf sei schon immer ihr Ziel gewesen; der Grossteil war bereits zu Schüler- und Studienzeiten journalistisch aktiv. Vier der Befragten sind Quereinsteiger, die erst einen anderen Beruf ausübten bevor sie zum Journalismus kamen. Bemerkenswert ist auch, dass die überwiegende Mehrheit der befragten Pressesprecher und Politikberater zuvor als Journalisten gearbeitet haben.

Unterschiedlich fällt das Rollen-Selbstverständnis der Journalisten aus: Während sich die einen eher als reine Chronisten der Berliner Republik und als Dienstleister der Öffentlichkeit verstehen, sehen sich die anderen als „Vierte Gewalt“, die den politischen Machtapparat kontrolliert. Viele der Journalisten und Pressesprecher begannen ihre Karriere bereits in Bonn, mussten sich jedoch dem Umzug der Bundesregierung beugen und mit ihren Redaktionen bzw. Ministerien in die Hauptstadt wechseln; nur wenige, meistens jüngere Journalisten starteten ihre Laufbahn erst in Berlin, einige waren zuvor Auslandskorrespondenten in europäischen Hauptstädten. Bemerkenswert ist, dass alle ihre ursprünglichen beruflichen Ziele und Erwartungen heruntergeschraubt oder zumindest relativiert haben; nur wenige haben die Verhältnisse des Hauptstadtjournalismus und der politischen Kommunikation so vorausgesehen, wie sie heute sind. Was (fast) allen Befragten ebenfalls gemeinsam ist: Sie halten ihre Tätigkeit einerseits für besonders wichtig und gestehen ein, selbst „wichtigtuersisch“ zu sein – wenngleich sie sich nicht mit dem Prädikat des „Alpha-Journalisten“ schmücken wollen (dies sei anderen Wichtigtuern vorbehalten, vor allem den prominenten Publizisten, Moderatoren und Chefredakteuren). Andererseits beklagen sie, dass sich die Branche zunehmend in Alpha- und Omega-Tiere aufspaltet: in die Medienprominenz und die „Medienbrötler“.

Konkurrenz und Ingroup-Orientierung sind dominant

Der massive Konkurrenzdruck, die eklatante Selbstbezogenheit der Medienszene, die mit einer zunehmend gleichförmigen Berichterstattung einhergeht, und die ausgepräg-

te Tendenz zur Boulevardisierung gehören zu den wichtigsten Determinanten der Politikberichterstattung. Ohne deren Analyse sind die unterschiedlichen Ausprägungen des Agenda-Setting in Berlin nicht zu verstehen. Die Beschleunigung des Informationsumschlags durch die zunehmend digitalisierten Medien führt zu einer weiteren Verkürzung von Themenkarrieren und zu einer Ausbreitung des so genannten „Häppchenjournalismus“, der jeder historischen Perspektive entbehrt. Dadurch wird nicht nur der durchschnittliche Mediennutzer überfordert, sondern auch die Journalisten und Politikvertreter, denen es allesamt immer schwerer fällt, den (Über-)Blick für das Wesentliche, Langfristige und Sachliche zu behalten. Grund dafür, dass sich die publizistischen Rahmenbedingungen derart rasant wandeln, sind nicht nur die technologischen Schübe im Bereich der politischen Kommunikation und die Recherchebesonderheiten in der Hauptstadt, sondern in erster Linie die veränderten Konstellationen unter den Berliner Leitmedien.

Fernsehen und Qualitätspresse sind (noch) immer Leitmedien...

Vergleicht man die unterschiedlichen Mediengattungen und Nachrichtenangebote, wird deutlich, dass nach wie vor das Fernsehen und die Qualitätspresse – insbesondere etablierte Nachrichtenmarken wie „Tagesschau“ und „heute“, „F.A.Z.“ und „Süddeutsche Zeitung“ –, aber auch die „Bild“-Zeitung, das Nachrichtenmagazin „Spiegel“ und der „Deutschlandfunk“ den Takt vorgeben. Das Ansehen des Fernsehens als lineares Programmmedium hat in der Wahrnehmung der Hauptstadtjournalisten allerdings stärker eingebüsst als jedes andere Medium. Dieser Bedeutungsverlust ist insofern bemerkenswert, als dass die öffentlich-rechtlichen Fernsehveranstalter nach dem Aus von „Sabine Christiansen“ ihr Angebot an politischen Talkshows noch weiter ausgebaut haben. Dennoch vermag es das Fernsehen nach Einschätzung der Politikberichterstattung nicht, über das basale Informationsangebot in den herkömmlichen Nachrichtensendungen hinaus noch eine tragende Rolle im Agenda-Setting-Prozess zu spielen – selbst Politikmagazine wie „Panorama“ oder „Monitor“ wurden von vielen Befragten als bedeutungslos bezeichnet.

...doch Spiegel Online gibt den Ton an

Die Funktion des Fernsehens beschränkt sich vielfach nur noch auf die Popularisierung des politischen Personals, was zwar der Image-Pflege und Bekanntheit von Politikern dient, die sachliche Auseinandersetzung mit politischen Themen aber erheblich erschwert. Während viele Befragte den älteren und neueren politischen Talkshows wie „Anne Will“, „Maybrit Illner“ und „Hart aber fair“ einen schwindenden Einfluss auf das politische Tagesgeschehen attestieren, wurde in den vergangenen Jahren besonders ein Medienangebot zur Pflichtlektüre erhoben, das offenbar kein Hauptstadtjournalist mehr ignorieren kann: „Spiegel Online“, das nach Aussage der Befragten mit Abstand schnellste und flexibelste Nachrichtenmedium, hat sich im Bereich der politischen Themensetzung den Ruf eines Trendverkünders und unerschütterlichen Agenda-Setters erworben. Der bahnbrechende Erfolg des „Spiegel“-Ablegers in Berlin hat jedoch gravierende Nachteile: Gerade Zeitungsleute, aber auch manche Fernsehmacher, fürchten die Agilität und den boulevardesken Stil von „Spiegel Online“ – derart aggressiv und dominant kommt ihnen die Berichterstattung vor. Manche Korrespondenten sehen sich von den Zentralredaktionen mitunter sogar mit dem Auftrag konfrontiert, vorrangig die Themen von „Spiegel Online“ als Ausgangspunkt für ihre Berichterstattung zu wählen.

Kulturwechsel von Bonn nach Berlin

Mit dem Regierungsumzug von Bonn nach Berlin und dem späteren Machtwechsel der Bundesregierung von Rot-Grün zur Grossen Koalition veränderten sich nach Aussage der Befragten auch die Kommunikationsströme und Medienstrategien des politischen Betriebs: Die Zahl der politischen Kommunikations- und Medienkongresse nahm exorbitant zu, ebenso die Konzentration der elektronischen und mobilen Kommunikationsmittel. Zudem arbeiteten in der Hauptstadt im Jahr 2008 so viele Profis im Kommunikationssektor wie nie zuvor: Die – neben Politik und Journalismus – „dritte Säule“ der politischen Kommunikation bilden Politikberater, Pressesprecher und Lobbyisten, die wie die publizistischen Leitmedien in Berlin erheblichen Einfluss auf das Agenda-Setting und das Kommunikationsverhalten der politischen Klasse zu nehmen vermögen.

Neue Medien, Spielarten und Arbeitsweisen

Zum Leidwesen der Zeitungsjournalisten hat sich das Prinzip der Interview-Autorisierung zugespitzt: Kaum etwas, was im Gespräch gesagt wurde, bleibt unverändert, stattdessen wird extrapoliert, umgeschrieben, sinnentstellt. Der Austausch der Kommunikatoren ist – wie überhaupt das Miteinander von Medien und Politik – überdies charakterisiert durch neue Spielarten in der Regierungskommunikation, die es zu Bonner Zeiten nicht gegeben hat, darunter die informelle SMS-Kommunikation zwischen Journalisten und Abgeordneten, die den Berichterstattungsdruck in der Hauptstadt abermals potenziert und zunehmend als Mittel zur Profilierung dient. Ein weiteres Beispiel ist der Video-Podcast von Bundeskanzlerin Angela Merkel, der – absichtlich oder nicht – galant die traditionelle Gatekeeper-Rolle der Medien umgeht.

Ausserdem hat sich die Recherche-Kultur der politischen Berichterstattung grundlegend gewandelt. Zunehmende Geltung erfahren die neuen Möglichkeiten der Hinterzimmer und der Nobelgastronomie Berlins: Auch wenn schon in Bonn in trauter Runde Hintergrundgespräche geführt wurden, ist die gefühlte Nähe des Journalismus zur Politik an den gemeinsamen Dreh- und Angelpunkten offensichtlicher als je zuvor. Zugangsprobleme zum exklusiven Informationsfluss haben insbesondere (kleinere) Regionalmedien; sie werden nicht nur bei Interviews mit Spitzenpolitikern, bei Ministerreisen oder bei politischen Events benachteiligt, ihnen fehlt meist auch die Flexibilität und Beharrlichkeit, um den etablierten Leitmedien das Wasser reichen zu können.

Profilierungsdruck führt zu Indiskretionen

Die Hintergrundkreise sind als wertvolle Recherchequellen zunehmend gefährdet. Schuld daran ist der wachsende Konkurrenzdruck, weshalb sich Journalisten über die Verschwiegenheitspflicht hinwegsetzen und vertrauliche Informationen veröffentlichen. Die Folge ist ein wachsendes Misstrauen der politischen Gäste, was die Institution des Hintergrundkreises grundsätzlich in Frage stellt.

Persönliche Kontakte sind etwa im Edelrestaurant „Borchardt“, im In-Lokal „Grill Royal“, im „Café Einstein“ unter den Linden oder auf einer der vielen Festivitäten, welche von Medienhäusern, Grossunternehmen und Politikern regelmässig ausgerichtet werden, an der Tagesordnung – zumindest für die Medien- und Politprominenz. Das „Fussvolk“ hingegen wendet sich bei der Informationsakquise zunehmend den kostenlosen

medien heft

Informationsangeboten im Internet zu („Google“, „Wikipedia“) oder nutzt aus zeitökonomischen Gründen die politischen Fernsehübertragungen. Dazu gehören nicht zuletzt die Bundespressekonferenzen, die für die journalistischen Recherchen jedoch zunehmend unwichtiger werden.

Zum Ärger vieler Journalisten kommen investigative Recherchen unter Berliner Bedingungen gänzlich zu kurz, was einerseits der ‚kollegialen‘ Zusammenarbeit mit den Pressestellen bzw. Pressesprechern von Bundesregierung, Ministerien und Parteien geschuldet ist, andererseits offenbar auch einem Mangel an (redaktionellen und finanziellen) Ressourcen und dem gestiegenen Zeitdruck. Das dadurch erzwungene „Nachdrehen“ der Themensetzung einiger führender Leitmedien, darunter vor allem der „Bild“-Zeitung, zwingt die betroffenen Hauptstadtjournalisten häufig zu einem ambivalenten Vorgehen: Zwar betonen die Befragten ihre ethischen Grundsätze bei der journalistischen Arbeit und verweisen bei privaten „Tabu-Themen“ auf den Pressekodex. Gleichzeitig bemängeln sie aber, dass sie sich dem Druck, das Privatleben von Politikern aufzugreifen, nicht entziehen könnten, wenn dieses von Boulevardmedien aggressiv auf die Agenda gehoben werde und dadurch oft unnötig (politische) Relevanz erhalte.

Zwischen Selbstkritik, Sachzwängen und Trott

Die Befragten lassen allesamt eine grundsätzlich kritische, auch in Teilen selbstkritische Haltung zur Arbeitssituation in der Hauptstadt erkennen, konkrete Verbesserungsideen und -ansätze im eigenen Berufsalltag aber vermissen. Sie fordern einerseits mehr (Selbst-)Reflexion im Medienbetrieb, schaffen selbst aber keine eigenen Reflexionsräume, obwohl sie in den geeigneten Führungspositionen innerhalb der Redaktionen sitzen, um derartige Voraussetzungen zu ermöglichen. Erklärt wird die Nachlässigkeit in der kritischen Selbstbeobachtung und Herstellung von Transparenz häufig damit, dass die Hauptstadtjournalisten in einem „Hamsterrad“ steckten, das ein Ausbrechen aus der täglichen Routine erschwere.

Die Rechervesituation der Hauptstadtjournalisten ist von einer starken Ambivalenz geprägt, die sich aus dem Zusammenspiel von Nähe und Distanz, Ausnutzen und Anfreunden ergibt. Hinzu kommen zuweilen auch Wissenslücken in Bezug auf die Sachthemen und das jeweilige Gegenüber. Die für den Recherchejournalismus zentrale Frage, warum in Berlin so wenig bzw. so mangelhaft recherchiert wird, lässt sich auf Grundlage der Befragung zwar nicht eindeutig beantworten. Die Befunde legen allerdings die Vermutungen nahe, dass (1) aktualitätsgebundene Redaktionen generell weniger recherchieren, (2) die Zentralredaktionen eine umfassende Recherche gar nicht unbedingt erwarten, (3) Recherchen – im ökonomischen und ideellen Sinn – nicht (mehr) angemessen honoriert werden und (4) generell nach einem „Zuckerbrot-und-Peitsche“-Prinzip gehandelt wird: Bei einer kritischen Berichterstattung könnten wertvolle Recherchequellen für immer versiegen, umgekehrt könnten publizistische Liebesdienereien und ein Hinwegsehen über Missstände einen dauerhaften Zugang zu Exklusivinformationen garantieren.

Die Ergebnisse der Befragung „Journalismus in der Berliner Republik“ dokumentieren einen zum Teil erheblichen Korrekturbedarf in der Politikberichterstattung. Schwer auszumachen ist, wer die eigentlichen Verantwortlichen sind, wird die Medienpraxis doch von zahlreichen Einflussnahmen und Einflussversuchen determiniert. Dazu gehören machtpolitische, ökonomische und journalistische Mechanismen ebenso wie zunehmend individuelle Motive.

medien heft

Leif Kramp, Medienwissenschaftler und Journalist, ist wissenschaftlicher Mitarbeiter am Institut für Medien- und Kommunikationspolitik in Berlin. Dr. Stephan Weichert, Kommunikationswissenschaftler und Publizist, ist Projektleiter am Institut für Medien- und Kommunikationspolitik in Berlin. Ab Oktober 2008 lehrt er als Professor für Journalistik an der Macromedia Fachhochschule der Medien in Hamburg. Die Studie wurde im Auftrag des Netzwerks Recherche durchgeführt (vgl. <http://www.netzwerkrecherche.de>).

Quelle:

Kramp, Leif/ Weichert, Stephan (2008): Journalismus in der Berliner Republik – Wer prägt die politische Agenda in der Bundeshauptstadt? Eine Studie, herausgegeben von Netzwerk Recherche e.V.:
<http://www.netzwerkrecherche.de/docs/NR-Studie-Hauptstadtjournalismus.pdf>

Weiterführende Literatur:

Bruns, Tissy (2007): Republik der Wichtigtuer. Ein Bericht aus Berlin. Freiburg im Breisgau: Herder.

Hachmeister, Lutz (2007): Nervöse Zone. Politik und Journalismus in der Berliner Republik. München: DVA.

Hoffmann, Jochen (2003): Inszenierung und Interpenetration. Das Zusammenspiel von Eliten aus Politik und Journalismus. Wiesbaden.

Shepard, Alicia C. (2008): Woodward und Bernstein – im Schatten von Watergate. Weinheim.

Weichert, Stephan/ Zabel, Christian (Hrsg.) (2007): Die Alpha-Journalisten. Deutschlands Wortführer im Porträt. Köln.

Der Text befindet sich im Internet unter:

http://www.medienheft.ch/politik/bibliothek/p08_KrampWeichert.pdf