

Vortrag von Hans-Ulrich Jörges auf
Strukturwandel der Öffentlichkeit 2.0
Mediendemokratie = Medien + Demokratie?
1. und 2. Dezember 03
Landesvertretung NRW, Hiroshimastr.16 - 18, Berlin

Embedded in Berlin

Der Begriff „embedded journalism“ ist während des Irak-Kriegs sehr stark diskutiert worden. Er ist dadurch entstanden, dass Journalisten in die militärischen Einheiten der Alliierten, vor allem der Amerikaner, aufgenommen worden sind. Es gab eine große Diskussion darüber, ob die Unterstellung unter den militärischen Befehl, die Zensurmöglichkeiten der Militärs sozusagen, tief greifende Auswirkungen auf die Darstellung dieses Kriegs in der Öffentlichkeit haben. Es gab die Befürchtung, dass sich die Kollegen, die sich dem ausgesetzt haben, psychologisch zugehörig fühlen zu den kämpfenden Einheiten, weil auch ihr Leben und ihre Gesundheit bedroht sind wie die der kämpfenden Soldaten.

Ich habe vor einiger Zeit an einer Diskussion des WDR teilgenommen, bei der Kollegen berichtet haben, die in solchen Einheiten „embedded“ waren, also eingebettet waren, und interessant war, dass viele Befürchtungen, die man hatte, in der Praxis nicht eingetreten sind. Zum einen sind Amerikaner Amerikaner, und da geht alles ein bisschen lockerer zu – auch in Kampfsituationen –, als man das vielleicht in anderen Nationen, in anderen Armeen gewohnt ist. Zum anderen hat es praktische Auswirkungen gegeben, dergestalt, dass Kollegen gegen die schärfsten Auflagen ihre Handys behalten haben, aus den Kampfsituationen heraus telefoniert haben, was natürlich für die Möglichkeit des Abhörens von Gesprächen verheerend war. Letztendlich ist der „embedded journalism“ von den Kollegen, die selber daran teilgenommen haben, und zwar von kritischen Kollegen, im Nachhinein relativ gelassen und fast positiv beurteilt worden. Interessant war die Debatte besonders deshalb, weil die Kritik am eingebetteten Journalismus hierzulande häufig von Journalisten vorgetragen worden ist, die selbst sehr eingebettet sind, und zwar nicht in amerikanischen Einheiten, sondern in der deutschen Politik. Insofern ist dieser Begriff des „embedded journalism“ für Berlin eine hervorragende Metapher, um sich ein paar Gedanken darüber zu machen, wie die Zustände hier so sind. Zugespitzt könnte man sagen, dass einige Kollegen, die von amerikanischen Kriegseinheiten

berichtet haben, dort offenbar freiere Arbeitsmöglichkeiten hatten als Kollegen, die hier in Berlin unter friedlichen Umständen über Politik berichten müssen.

Wie sind die Zustände? Ich stelle eine klare Tendenz des Versuchs seitens der Politik fest, die Herrschaft über Medien und über Journalisten zu gewinnen. Wir haben das in diesen Tagen als Spitze des Eisbergs kennen gelernt: an der Diskussion, die die „taz“ und andere Tageszeitungen über das Absegnen von Politiker-Interviews geführt haben. Das ist ein sehr bemerkenswerter Versuch des Ausbruchs aus den eingerissenen Zuständen. Die Zustände sind insofern schlimmer geworden, als man früher eher im Ausnahmefall mit Politikern zu tun hatte, die bei der üblichen Regel des Autorisierens von gedruckten Interviews über die Stränge geschlagen sind. Ein Interview mit Rudolf Scharping war eine Strafe fürs Leben. Ich habe einen Versuch unternommen, dann dachte ich, das sei vielleicht eine außerordentliche Situation gewesen, noch einen, und dann nie wieder. Mit Scharping habe ich nie wieder ein Interview gemacht, weil die Texte, die er gesprochen hatte, komplett gestrichen wurden und mit kleiner, nickeliger Schrift völlig neue Texte an die Stelle auf dem Manuskript geschrieben wurden. Ein anderer Politiker aus einem anderen Lager, der das auch mit Hingabe gemacht hat, professoraler Hingabe, war Kurt Biedenkopf, der schon immer wie gedruckt gesprochen hat, aber dem es immer noch nicht gut genug war und der dann auch noch mal alles beseitigt hat. Umgekehrt hat man mit sehr positiven Beispielen zu tun. Gerhard Schröder ist jemand, der nie – und ich habe viele Interviews mit ihm gemacht – nie etwas zurückgenommen hat, was er gesagt hat. Da gab es nur kleine Korrekturen in der Formulierung, das war alles. Die Zustände sind heute die: Die Scharpings und Biedenkopfs sind die Regel geworden, und gedruckte Interviews sind fast nicht mehr lesbar; sie transportieren immer weniger Information und Meinung. Ich habe seit langer Zeit kein Politikerinterview mehr gelesen, das wirklich eine neue Botschaft hatte oder ein neues Datum gesetzt hat.

Das ist nur die Spitze dessen, was sich an Versuchen, die Journalisten zu beherrschen, in Berlin abspielt. Ich benutze gern den Begriff „Gefolgschaft“. Was auf allen Seiten der Politik gesucht wird, sind Gefolgschaften, was organisiert wird, sind Gefolgschaften. Eine kleine Ausnahme ist die FDP, die es immer gewöhnt war, von Journalisten heftig getreten zu werden. Das haben sich die Journalisten gern herausgenommen, weil es eine kleine Partei war, die sich nicht richtig rächen konnte, alle anderen Parteien sind in dieser Hinsicht mit unterschiedlicher Ausprägung (und,

was die Politiker angeht, natürlich auch mit unterschiedlicher Ausprägung) im Prinzip mit dem gleichen Werk beschäftigt, nämlich dafür zu sorgen, dass Journalisten, die über sie berichten, ihnen folgen, Gefolgschaften bilden, sich einbinden lassen in Sprachregelungen und Netzwerke.

Wie funktioniert so etwas? Es funktioniert mit einem ausgefeilten System von Lockung und Drohung. Die Drohung haben wir im Fall der „taz“ nachlesen können. Wenn man nach einem Interview fragt, kann es passieren, dass der Pressesprecher, mit dem man es zu tun hat, oder auch der Politiker selbst zurückfragt: Steht denn neben dem Interview noch eine Geschichte? Ist das Interview nur ein zweites Bein der gleichen Geschichte? Könnte das Interview konterkariert werden durch eine interpretierende Geschichte? Könnte das Interview sogar zum Beweis werden, dass einer in einer daneben stehenden Geschichte ganz besonders dämlich ist, einfältig argumentiert und so weiter? Das ist eine offenbar drängende Besorgnis: Steht man alleine, wie steht man da, gibt es Karikaturen, gibt es Illustrationen in einem solchen Interview, wie wird es aufbereitet?

Warum fliehen Politiker aus dem gedruckten Interview? Die meisten Politiker verhalten sich ja bei elektronisch geführten Interviews völlig anders. Da sind sie zu allem bereit, in jeder Sekunde, sie stellen sich zu allem zur Verfügung. Offenbar sind gedruckte Interviews, die nachlesbar bleiben, die einen gewissen Anspruch auf Konkretion und auf eine These haben, gefährlicher als dahingeschwätzte Interviews in elektronisch geführten Medien. Die Flut an so genannten politischen Talkshows, die wir heute im Fernsehen erleben, in den Privaten wie den Öffentlich-Rechtlichen, führt nach meiner Überzeugung überhaupt nicht dazu, dass das Niveau der politischen Aufklärung in Deutschland damit gleichbedeutend gestiegen ist. Ich glaube, dass die Flut der Talkshows darüber hinwegtäuscht. Diese Formate gelten ja üblicherweise als politische Informationssendungen, sind es aber in Wahrheit nicht, es sind Unterhaltungssendungen. „Hart aber fair“ halte ich für eine sehr interessante Ausnahme, weil viel Information vermittelt wird; es ist eine stark strukturierte Sendung. Die meisten anderen schwimmen mehr oder weniger, zeigen Politiker und geben ihnen die Gelegenheit, sich zu produzieren. Meine These ist, dass, vor allem was das öffentlich-rechtliche Fernsehen angeht, der Informationsauftrag des Fernsehens dramatisch verfehlt wird und dass man sich darüber hinwegtäuscht mit diesen Sendungen. In dieser Situation der deutschen Politik, in der viele Veränderungen, Reformen diskutiert werden, haben die Fernsehanstalten versagt,

weil das, was notwendig wäre, um die Diskussion überhaupt zu verstehen, nämlich Aufklärung, Information, vernachlässigt wird. Die Menschen verabschieden sich in dieser schwierigen Herstdiskussion, die wir im Moment erleben, aus der Politik, verlieren das Vertrauen zu ihr, weil sie schlicht nicht mehr verstehen, worüber geredet wird. Die Zusammenhänge sind kompliziert, die Reformdebatten bei Rente, Gesundheit usw. sind schwierig, und die Menschen bekommen es zu wenig aufbereitet. Die gedruckten Medien geben sich sehr viel größere Mühe, auch wenn sie das gelegentlich Auflage kostet, es ist nämlich mühsam, so etwas zu lesen. Einen Anspruch des Fernsehens, mit seinen Mitteln die schwierigen Sachverhalte verständlich aufzubereiten, kann ich nicht mehr feststellen.

Die Politiker, um wieder den Faden aufzunehmen, fliehen gern in diese Talkshows, weil sie glauben, dort könnten sie sozusagen „wählerschmeichelnder“ auftreten, sich „besser verkaufen“, wie man das nennt. Damit einher geht der Verlust von planvoller politischer Kommunikation. Es gibt, jedenfalls wenn man das Regierungslager betrachtet, keine organisierte, verständliche politische Kommunikation mehr. Deshalb spreche ich von einer kommunikativen Katastrophe. Dass die SPD so schlecht dasteht, hat viel damit zu tun, dass sie nicht mehr erklären kann, was sie eigentlich tut.

Kommen wir zurück auf das System von Repression und Drohung, was den Umgang der Politik mit den Medien angeht. Wie spielt sich so etwas konkret ab? Um es sehr anschaulich zu machen: Ein bekannter Minister aus dieser Regierung liebt es, bei Auslandsreisen die Pässe der angemeldeten Journalisten an seinem eigenen Schreibtisch nach rechts und links zu sortieren. Nach genehmen und nicht genehmen. Das tut er ganz persönlich. Der zweite Schritt, der danach folgt, ist, den für ihn oder sein Themenfeld vorgesehenen Berichterstatter ablösen zu lassen, wenn er ihm nicht passt. Pässe sortieren nach rechts und links, Druck ausüben, um die passenden Journalisten an die Seite zu bekommen – warum lassen sich Journalisten auf so etwas ein? Und was tun Journalisten von ihrer Seite aus, um gefällig zu sein?

Es gehören immer zwei zu so einer Geschichte. Als eine Verirrung unseres Berufs ist mit immer die persönliche Versippung mit der Politik erschienen, die um sich zu greifen scheint. Das Duzen, das wechselseitige Einladen zu Geburtstagen und Hochzeiten ist sehr ausgeprägt. Bekannt geworden ist es bei Gerhard Schröder. Als der zum letzten Mal geheiratet hat, waren vier oder fünf Chefredakteure von sehr

prominenten Blättern unter den Hochzeitsgästen. Das ist auf den ersten Blick natürlich eher harmlos: Wenn so ein netter Mensch heiratet und man das alles beobachten kann, warum fährt man dann nicht hin? Es hat für die Berichterstattung schwerwiegende Folgen, denn wenn man sich nicht schon vorher geduzt hat, duzt man sich spätestens dann, und von einem solchen befreundeten Menschen, der auch Geschenke überreicht, wenn er umgekehrt zum Geburtstag eingeladen wird, mal den Rücktritt zu fordern, ist schon eine sehr hohe Hürde.

Eine zweite Perversion unseres Berufs ist das Beratungsgeschäft für die Politik. Es gibt eine ganze Reihe von aktiven Journalisten, die Politiker beraten. Das weiß weder der Leser noch der Zuschauer noch der Hörer, das wird auch nicht bezahlt, das läuft durch das System von immateriellen Gegengeschäften. Beratung heißt, dass in großen Redaktionen Kollegen – gottlob bislang nur wenige, aber immerhin – sehr prominente Kollegen über lange Zeit zur Wahlkampfberatung von bestimmten Politikern abgestellt worden sind. Die Führungen der Blätter wussten das, die Kollegen haben auch nichts mehr geschrieben, sie haben umgekehrt versucht, Themen zu infiltrieren, die den von ihnen Beratenen gedient haben. Man hat plötzlich mit Kollegen zu tun, die nicht mehr Journalisten sind, sondern das Ohr der Politik in einer Redaktion und die den Politikern aus der Redaktion berichten. Insbesondere in Wahlkampfzeiten ist das hochinteressant für die Politik: Was planen die, wer sagt was in einer Konferenz, wer nimmt welche Position ein, wohin tendieren die, was kann man dagegen tun – und so weiter.

Nächste Perversion: das Schreiben von Biographien. Klingt zunächst ganz harmlos. Politikerbiographien sind ein ganz klares Gegengeschäft, allerdings mit Ausnahmen – es gibt natürlich kritische Biographien. Aber der übliche Fall der Politikerbiographie wird von Nahestehenden geschrieben, die dafür ausgesucht und bei Hofe zugelassen sind. Eine solche Biographie geschrieben zu haben, ist dann wiederum eine geschäftliche Beziehung mit der Politik: Das Buch muss sich verkaufen. Wenn es freundlich ist, nimmt der betroffene Politiker oder die Partei auch eine gehörige Portion ab, verteilt es im Weihnachtsgeschäft an Besucher, Gäste usw., es fließt auch noch Geld.

Wer kann sich dem entziehen? Journalisten, die bei großen, selbständigen, auch wirtschaftlich starken Blättern arbeiten, haben, sofern sie charakterlich stark sind und ihrer Eitelkeit nicht nachgeben, üblicherweise die Möglichkeit. Das ist dann ihre

Entscheidung, sich darauf nicht einzulassen und sich im Beruf einen anderen Weg zu suchen. Die Kollegen bei kleineren und mittleren Blättern in Berlin, die für ihre Verlage teuer sind, die fast täglich einen Nachweis liefern müssen, dass sie möglichst Exklusivinformationen oder doch zumindest das gleiche heranschleppen wie die anderen, die Exklusivinformationen haben, für die kann es existenzgefährdend oder -vernichtend sein, wenn sie sich diesem Druck nicht beugen. Wenn sie nicht bereit sind, solche Geschäfte zu machen, dann nicht mehr zugelassen werden, keine Interviews bekommen, nichts erfahren, zu Hintergrundgesprächen nicht zugelassen werden. Dann können sie dem Chefredakteur oder dem Verleger, der 700 km entfernt irgendwo in der Provinz sitzt, zehnmal sagen, dass sie das aus Gründen der journalistischen Tapferkeit getan haben – das ist dann am Ende doch nur eine Frage betriebswirtschaftlicher Rationalität. Irgendwann überlegt jeder Chefredakteur oder Verleger: Der bringt mir nichts, das ist ein Bockbeiniger, mit dem ist nichts anzufangen, ein bisschen Flexibilität kann man ja wohl erwarten. Für solche Kollegen ist es schwierig, sich dem System zu entziehen.

Wie arbeiten Kollegen, die sich den Seilschaften anschließen, gegen andere Journalisten? Ich habe selbst erlebt, dass eine Kollegin, die dachte, ich sei SPD-naher Journalist, Franz Müntefering zur Seite nahm und ihn bat, mir doch Zügel anzulegen, weil ich im Fernsehen die Regierung immer stärker angreife als sie, die dann in ihrem konservativen Verlag dafür zur Rede gestellt werde. Das sind nun Highlights der Perversion des Berufs, aber so etwas gibt es, wenn auch nicht alltäglich.

Wer sich auf dieses System der Gefolgschaft einlässt, wird – unterm Strich betrachtet – zum berittenen Boten seines Herrn. Wer das System kennt, wer es beobachtet, der kann es ordnen, der kann genau Journalisten zu Politikern zuordnen, der weiß dann auch, dass diese Kollegen in Wahrheit zu Medienreferenten geworden sind, die die Lesarten über ihre Blätter transportieren. Das ist auch für kundige Journalisten interessant, weil man dann genau weiß, wie die Lesart des Herrn ist. Das hat, wenn man es zu lesen versteht, einen hohen Informationswert, weil man natürlich feststellt, welches die genehme Lesart ist, wann sich Positionen verändern und wann der Minenhund vorangeschickt wird, um das anzudeuten. Es ist interessant, aber der normale Zeitungsleser kann damit natürlich gar nichts anfangen, er hält es für bare

Münze, er kann es nicht interpretieren, das können nur Journalisten, die Herren und Knechte kennen.

Ein Beispiel dafür, wie gefährlich dieses System der Gefolgschaft wird, wenn es dann noch durch Spin-Doktoren bedient wird, möchte ich Ihnen zum Schluss gern noch erzählen. Ich habe das selbst erlebt, muss es allerdings aus juristischen Gründen etwas anonymisieren. Am Tag nach dem Wahlsieg von Gerhard Schröder im Jahre 1998 habe ich nach der üblichen Präsidiumssitzung am Montag ein Interview mit Gerhard Schröder in der damaligen Landesvertretung Niedersachsen in Bonn geführt. Da saß ein Spin-Doktor schon in einem Hinterzimmer, wo er einen Tee serviert bekam, und dieser Spin-Doktor telefonierte gerade mit einem Kollegen von einem sehr großen Blatt, duzte ihn und unterhielt sich angeregt und angenehm mit ihm. Dann kam er an den Tisch herüber und sagte Folgendes: „Ach, ich weiß gar nicht, ob ich Ihnen das sagen soll, ich habe das gerade gehört“ – es war, wie gesagt, der Tag nach der Bundestagswahl 1998 – „Ich habe es zunächst auch nicht geglaubt – ach, ich sag's Ihnen mal, ich habe nämlich einen kleinen Test gemacht, und es hat mir jemand bestätigt, es könnte was dran sein: Oskar will Bundespräsident werden.“ Am Tag nach der Bundestagswahl 1998 begann der Versuch, Oskar Lafontaine aus dem Zentrum der Macht der SPD zu verdrängen. Das, was der Spin-Doktor gesagt hatte, war offenkundig lächerlich. Oskar Lafontaine wollte alles werden, Bundeskanzler ganz bestimmt, aber Bundespräsident sicher zu dem Zeitpunkt nicht und wahrscheinlich bis heute nicht. Das war aber nicht das Ende der Geschichte. Ein paar Wochen später hat mich der Kollege, der bei dem Interview dabei war, vom Flughafen aus angerufen und gesagt: „Du glaubst gar nicht, was ich gerade gelesen habe.“ Er hatte in dem Blatt des Kollegen, mit dem der Spin-Doktor duzend telefoniert hatte, einen Einspalter gefunden, dass Oskar Bundespräsident werden wolle. Diesen Spin-Doktor kannte ich zu diesem Zeitpunkt schon hinlänglich, denn ich hatte ihn schon früher bei mehreren anderen Aktionen beobachtet. Man kann nur froh sein, dass die Spin-Doktoren in Deutschland dümmer sind als in England oder anderswo. Es fällt noch auf. Das war ja primitiv gemacht: Am Tag nach der Bundestagswahl zu sagen, Oskar Lafontaine wolle aus der Politik ausscheiden, um Bundespräsident zu werden, ist einfach lächerlich. Die Absicht war erkennbar, Oskar Lafontaine gegen seinen damaligen Gönner Johannes Rau, der noch nicht Bundespräsident war, sondern Ministerpräsident in Nordrhein-Westfalen, auszuspielen, also einen Gegensatz zwischen den beiden Verbündeten aufzubauen,

einen Keil zwischen sie zu treiben und dann sowohl Diskussionen zwischen ihnen als auch öffentliche Verwirrung auszulösen.

Wie entkommt man diesen Zuständen, wenn man nicht auf die Charakterfestigkeit von Journalisten alleine hofft? Das wäre zu wenig. Ich glaube, man muss die Charakterfestigkeit stützen und ein Gelände einbauen, an dem sich Charaktere festhalten können. Das kann nur, finde ich, ein Verhaltenskodex für den politischen Journalismus sein. In anderen Feldern gibt es so etwas schon, im Bereich des Wirtschaftsjournalismus zum Beispiel für die Börsenberichterstattung, im politischen Journalismus gibt es das nicht. Die „New York Times“ hat unlängst ein Vorbild gegeben und einen 53-seitigen Verhaltenskodex aufgestellt, der so rigide ist, dass man es nach den geschilderten deutschen Zuständen gar nicht für möglich hält. Da steht unter anderem der Satz: „Journalisten haben nichts auf dem Spielfeld der Politik zu suchen.“ Das wird dann durchdekliniert und führt unter anderem zu der Auflage, dass, wenn der Lebenspartner des Journalisten politisch organisiert ist oder an einer Demonstration teilnimmt, man sich klar davon absetzen muss und nicht mitgehen darf. Selbst Aufkleber auf dem Auto sind tabu. Es wird nicht geduzt, es wird nicht eingeladen, nicht zusammen gefeiert. Und wenn man das doch tut, ist man aus der Berichterstattung ausgeschlossen. Über dies alles sollten wir nachdenken, denn die –zugespitzt geschilderten – Zustände führen dazu, dass sich der politische Journalismus Schritt für Schritt der Forderung nach Gefolgschaft beugt, sich Druck, Drohung und Verlockung unterwirft. Ein bisschen Hoffnung habe ich gewonnen: Ich ziehe den Hut vor dem Mut der Kollegen, die die Frage der Absegnung eines Interviews mit Olaf Scholz in der „taz“ und dann auch in anderen Zeitungen zum Thema gemacht haben. Das ist möglicherweise der Beginn einer Debatte, diesem Verhängnis zu entkommen.

Letzte Bemerkung: Die Politiker tun sich selbst keinen Gefallen mit den geschilderten Zuständen, denn die Art und Weise, wie sie glauben, Öffentlichkeitsarbeit machen zu können, durch glatt geschliffene Medien, durch Talkshows, setzt sie außerstande, die Menschen zu informieren über das, worum es überhaupt in der Politik geht. Es ist ein großer Irrtum zu glauben, es sei für sie unter Wahlgesichtspunkten ein Vorteil, nur noch Seifenparolen auszugeben, auf die die Menschen hereinfallen, und sie seien dadurch von der Vermittlung dessen befreit, worüber sie entscheiden. Ich habe die Beobachtung gemacht, dass in diesen Krisenzeiten, in diesem Krisenjahr Leser, Hörer, Zuschauer ganz außerordentlich interessiert waren an nackter Information,

also an dem, was nötig ist, um sich überhaupt eine Meinung bilden zu können. Der „Stern“ hat in diesem Jahr eine Titelgeschichte über Subventionen gebracht, da war auf dem „Stern“-Titel eine Toiletten-Schüssel abgebildet, in der Geld weggespült wurde. Wenn es eine Kloschüssel auf den „Stern“ schafft und sich dieses Heft noch gut verkauft, kann man ungefähr ahnen, was die Menschen brauchen und was sie suchen. Sie suchen Information, und wenn sie sie nicht bekommen, verabschieden sie sich aus der Politik, weil sie sie nicht mehr verstehen. Sie verlieren das Vertrauen. Die für politische Kommunikation vorgesehenen Apparate werden von den Politikern selbst zunehmend entmachtet, weil die Damen und Herren glauben, sie selbst könnten in Talkshows einfacher und direkter vermitteln, was sie wollen. Das ist ein schwerer Irrtum.

Hans-Ulrich Jörges ist stellvertretender Chefredakteur und Berliner Büroleiter des „Stern“.