

Richard Meng

Freie Bahn für die Clowns

Warum Medien und Meinungsforschung zu oft den politischen Takt diktieren

Themenwahlkampf – aber wie? Immer schwieriger wird es, ein Sachthema länger als ein paar Tage in der Debatte zu halten. Ob Mindestlohn oder Energiewende: Auch was wirklich wichtig ist, wird angesichts chronischer Aufgeregtheit und unbedingtem Neuigkeitswahn schnell untergepflügt. Medien und Demoskopien spielen dabei einander die Bälle zu. Wenn Politik sich selbst ernst nimmt, muss sie auch mal die Show verweigern und zu ihren Themen stehen.

Der Anfang des Bundestagswahljahres war bezeichnend. Kaum hatte die unvermeidliche Debatte über ein, zwei oder sonst wie viele TV-Duelle begonnen, da hatte sie auch schon ihren Mittelpunkt. Nicht um Inhalte, Themenauswahl und Abläufe ging es, sondern darum, ob einer der Privatsender den Showmoderator Stefan Raab zum Kanzlerfragesteller machen darf. Prompt wurde im Boulevard daraus eine nette unbezahlte PR-Kampagne für Raab. Und dem Kanzlerkandidaten der SPD wurde selbst von seriösen Medien Unprofessionalität vorgehalten, nur weil er es gewagt hatte, Raabs Qualifikation für eine ernsthafte politische Debatte in Frage zu stellen. Dieser Vorwurf geht so: Er hätte es nicht sagen sollen, egal ob er damit Recht hat oder nicht. Weil man den ach so souveränen Fernsehsendern doch nie und nimmer öffentlich in die Moderatoren-auswahl reinreden dürfe. Wenn schon, dann nur diskret und im Hintergrund. Auch das ist eine Art Machtfrage, medial selbstredend unhinterfragt. So sind die Zeiten halt.

An anderer Stelle wurde eine Debatte begonnen, die damit vordergründig nichts, aber letztlich doch wieder einiges zu tun hat. Die öffentlich-rechtlichen Fernsehsender begannen zu überlegen, ob sie ab sofort nicht auch – genau wie die Privaten – bis unmittelbar vor den Wahlen Meinungsumfragen veröffentlichen sollten.



Richard Meng

(* 1954) ist Sprecher des Senats von Berlin und Beiratsmitglied der NG/FH.

sprecher@senatskanzlei.berlin.de

Hier mit dem Brustton der Profis: Die bisher eingehaltene Woche Karenzzeit lasse den Privatsendern und Zeitungen den Raum, ihrerseits mit – im Zweifel weniger seriösen – Umfragen die Debatte zu prägen. Dann also lieber mitmachen als daneben stehen.

Befeuert wurde diese Diskussion durch die Erfahrungen der Niedersachsenwahl, als ersichtlich viele taktisch Wählende aus dem CDU-Lager kurzfristig zur FDP schwenkten, um sie und damit Schwarz-Gelb zu retten. Nur dass es am Ende dann mehr waren als von ihnen selbst gedacht, was die FDP auf fulminante fast 10 % Wählerstimmen hievte. Stimmen, die ihr galten, aber sie nicht meinten. Wären mehr Last-minute-Umfragen veröffentlicht worden, am besten noch bis in den Wahltag hinein, dann wäre das so sicher nicht passiert.

Ein neues Format für den Spaßmoderator Raab (Subtitel: spricht junge Zuschauer an) und freie Fahrt für Demoskopien. Randfragen eigentlich der professio-

nellen Inszenierung des Wahljahres in den Medien, die aber nach deren eigenen Kriterien plötzlich als wichtig erscheinen. Insofern sind es auch neue Highlights eines Trends, der tiefer reicht.

Die Regie des öffentlichen politischen Prozesses liegt nicht in den Händen der Politik – aber auch nicht wirklich in den Händen des Publikums. Die Politik wird mit Blick auf den September natürlich wieder eine Richtungswahl propagieren, und trotz Angela Merkels Strategie der Themenabwehr durch Inhaltsübernahme wird es beim einen oder anderen Inhalt auch deutlich eine Richtungswahl bleiben.

Schlagzeilen auf scheinobjektiver Grundlage

Aber in der öffentlichen Arena wird die Auseinandersetzung doch immer wieder inhaltlich entleert. Auch weil Journalismus sich immer seltener traut, auf Inhalten zu bestehen und bei diesen Inhalten dann auch eine Weile zu bleiben. Lieber wird erst mal eine Umfrage in Auftrag gegeben, die dann Daten darüber liefert, wie das Volk die aktuellen Dinge bewertet – und auf dieser Basis lässt es sich dann trefflich den Zeigefinger heben. Eine Basis, die fast immer auf der Bewertung von aktuellen Einzelfragen beruht, plus der unvermeidlichen Stimmungs- und Sonntagsfragen, aus deren wöchentlichen Schwankungen in Messfehlergrößenordnung dann hochtrabend Ratschläge abgeleitet werden.

Dass sich da ein Kreislaufsystem etabliert, geben weder Medienleute noch Demoskopien gerne zu, weil die meisten von ihnen sich innerhalb ihrer eigenen Professionalität am liebsten nur als handwerkliche Begleiter des Tagesaktuellen verstehen. Aber in ihrem Zusammenspiel haben sie längst auch – und zwar ganz gerne – die Definitionsmacht über diesen Prozess. Medien lassen von Demoskopien erforschen,

was die jeweils aktuellen Schlagzeilen an Meinungsreflexen nach sich ziehen. Daraus wird dann die nächste mediale Runde. Das Ergebnis sind nicht selten Zirkelschlüsse. Die Skandalisierung schafft sich via nachfolgender Blitzumfragen eine scheinobjektive Grundlage.

Es gibt Parteienforscher, die inzwischen vom demoskopisch-medialen Komplex sprechen. Zur Logik einer stets aufgeregten und empörungsbereiten, aber selten an längerfristigen Themen interessierten Öffentlichkeit passt das. Mit chronisch gutem Gewissen und einem gerüttelt Maß an professioneller Überheblichkeit wird die Definitionsmacht ausgeübt. Allein schon durch die Themenauswahl, aber dann auch durch die Art der Fragestellung, meist entlang der Art der journalistischen Berichterstattung. Gerne negativistisch, stark personenorientiert, in Geringschätzung zeitlicher Faktoren (siehe nicht nur die ständige »Sonntagsfrage«, wenn gar keine Wahlen anstehen).

Das alles wirkt. Innerhalb des Parteiensystems sind die demoskopischen Wasserstände längst stimmungsprägend. In der Öffentlichkeit sind sie es ohnehin. Das führt dann dazu, dass öffentliche Themensetzung und Kommentarlage zumindest unterschwellig stets die abgefragten Daten zugrunde legen, alles andere wäre dann ja auch unprofessionell. Und die großen Schlagzeilenthemen überlagern damit erst recht vieles andere. Eine so sozialisierte Gesellschaft entwickelt geradezu logischerweise ein schnell abrufbares Empörungspotenzial, das immer wieder auch wahlentscheidend sein kann.

Italien hat Ende Februar ja nicht Clowns wählen wollen, sondern möglichst radikale Nein-Sager gegenüber dem, was vorher war, gegenüber der Regierung Montis. Auch unter den Jungen zum Beispiel, die in Deutschland 2011/12 plötzlich die Piratenpartei entdeckten, stand die Sehnsucht nach einer fundamentalen politisch-kulturellen Alternative im Zentrum, die sich

am Lebensraum Internet andockte. In nahezu jedem demokratischen Land – außer in denen das Mehrheitswahlrecht es verhindert – finden sich inzwischen bei Wahlen Ankerpunkte für jene Millionen Menschen, die in Richtung Politik zwischen (noch) illusionären Erwartungen und (schon) tiefer Verachtung schwanken. Die insbesondere mit den komplizierten Kompromissbildungsprozessen der Demokratie, die ihnen kaum mehr irgendwo positiv dargestellt werden, nichts mehr anfangen wollen oder können.

Dieser Prozess wird durch die Kurzfristigkeitslogik der demoskopisch-medialen Themenmake verstärkt. Abgewöhnt werden uns dadurch jene Einsichten, die komplexe Entscheidungsprozesse nun einmal auch erfordern: verstehen wollen unterschiedlicher, gegenläufiger Interessen; Achtung vor Regeln und Rollenzuweisungen, etwa im Rahmen der Gewaltenteilung; Bereitschaft zum Zusammen-Denken der verschiedenen politischen Themen, wenn es zum Beispiel um die Finanzierung geht; vor allem aber Geduld und das Verständnis der Gegenwart als Momentum in einem Prozess, der einen Vorlauf hat und der weiter gehen wird. Den Faktor Zeit verstanden im positiven Sinne, Respekt vor Langsamkeit gibt es in der politischen Debatte kaum noch.

Nun kann man einwenden: Wenn die Verhältnisse so sind und öffentlich nur noch über Personalisierung und Tagesthemen etwas kommuniziert werden kann, dann muss man das eben annehmen. Dann kommt es auf die Personen und ihre Haltung an, zumindest mal auf den Anschein von Haltung. Auf Haltung als eine Art mediengerechte Momentaufnahme von Charakter, in der sich dann alles spiegelt, auch der politische Inhalt.

Letztlich war das ja immer so: In der Haltung der Spitzenfiguren drückt sich das ganze Universum des jeweiligen Wahlangebotes aus. Da passen die Dinge dann mal besser und mal schlechter zusammen.

Aber auch wenn sie mal eher schlecht zusammen passen, gibt es dafür seit Helmut Schmidts Zeiten noch Theorien, warum genau dies besonders professionell sein kann: um ein möglichst breites Wählerspektrum anzusprechen.

Ernsthaftigkeit und Mut zum Inhalt

Die heutige Kanzlerin findet ihre Haltung eher im Ausmoderieren und Wegdrücken von Gegensätzen. Was bedeutet: Haltung muss auch in der Mediengesellschaft nicht zwingend bedeuten, Position zu beziehen. Im Zweifel liefern die Demoskopen ja den Beleg dafür, wie grandios geschickt die Null-Aussage ist. Und die Medienleute werden diesen Befund dann voller Bewunderung für die »Mutti der Nation« aufnehmen.

Spannender als die Koraus vor dem Ungefährten ist aber die Frage, ob Haltung auch dann politisch Halt gibt, wenn starke Figuren klare Linien ziehen. Gerhard Schröders Agenda 2010 war eher ein Gegenbeispiel. Generell stellt sich die Frage, ob die politischen Parteien nach all den demoskopisch-medialen Wutbürgerfestspielen noch die Kraft haben, Positionen lange durchzuhalten, die sich als unpopulär erweisen oder auch nur dieses Risiko bergen. Erkennbar ist diese Unsicherheit auf lokaler oder regionaler Ebene anhand drohender Volksbegehren, über die angesichts der niedrigen Beteiligungsquoten auch engagierte Minderheiten mit medial-demoskopischen Verstärkungseffekten viel erreichen können.

So wie die Dinge sich entwickeln, wird der Bundestagswahlkampf wenn überhaupt programmatisch, dann über die ganz großen Themen entschieden. Vor allem: die Haltung zu Europa und die Haltung zu den Gerechtigkeitsfragen der Gesellschaft. Kleinere kontroverse Themen werden von der Kanzlerin serienweise durch Übernahme

aus der Debatte genommen. Prozedurale Fakten, wie etwa die neue rot-grüne Bundesratsmehrheit, sind mehr noch für die Psychologie als für den Inhalt des Wahlkampfes wichtig, weil sich auf diese Weise ja immerhin unbestreitbar zeigt, dass Schwarz-Gelb so oder so auch künftig nichts bewegen wird. Offen bleibt dabei, für wie viele Wählerinnen und Wähler das ein Argument ist.

Wie ernst überhaupt Programme und ihre Durchsetzung zu nehmen sind, ist das große Thema hinter der Clownfrage. Die Antwort fällt umso prekärer aus, je offensiver die politische Öffentlichkeit von Klick-, Quoten- und Unterhaltungsmaßstäben bestimmt wird. Deshalb ist das scheinbar so professionelle Argument, mehr Raab oder noch mehr Umfragen-Dramaturgie könnten mehr Volk für Politik interessieren, letztlich fatal.

Noch einmal: Diese beiden Beispiele sind Kleinkram, und es gibt jeweils sehr wohl Gegenargumente. Die Einschaltquote der Jüngeren ist keinesfalls egal und die Last-Minute-Umfragen gibt es anderswo

auch dann, wenn einige sie verweigern. Aber so, wie sich der Journalismus rückentwickelt hat, war es doch schon vor den letzten Bundestagswahlen so, dass die Performance beim Kanzlerduell Merkel/Steinmeier oder der Trend der »letzten« Umfragen und die daraus sich ergebenden Koalitions(un)möglichkeiten weit mehr Medienaufmerksamkeit hatten als jede inhaltliche Auseinandersetzung.

Meta-Berichterstattung, das bedeutet Berichterstattung über die Berichterstattung und ihre Wirkung, ist an die Stelle der Berichterstattung getreten. Manchmal scheint es schon jetzt, als rückten die realen politischen Themen dank allseitiger Inszenierungskunst ausgerechnet in der Schlussphase von Wahlkämpfen sogar noch weiter weg, bis in einen toten Winkel der öffentlichen Aufmerksamkeit. Die Alternative: Ernsthaftigkeit und Mut zum Inhalt. Immer weiteres Öffnen für den publizistischen Jahrmarkt mag Aufmerksamkeit einkaufen, hilft aber mit, den neuerdings Clowns genannten Populisten die Türen zu öffnen. ■

Christian Demuth

Es bleibt spannend – Die Wahl 2013 ist anders als 2009

Merkel will die Geschichte einer »bürgerlichen Moderne« zwar weiter erzählen, stößt aber mittlerweile überall an Grenzen. Unser Autor skizziert, warum die kommende Bundestagswahl nicht mit der von 2009 zu vergleichen ist, und markiert die Dilemmata der Kanzlerin.

Christian Demuth

(* 1971) ist Politikwissenschaftler und zur Zeit Referent im sächsischen Landtag sowie externer Berater für Konkurrenzbeobachtung für den SPD-Parteivorstand.

christian.demuth@spd.de



■ Ist der Wahlkampf bereits vorbei, bevor er begonnen hat? Erwartet uns eine Wiederholung des Schlafwagen-Wahlkampfes von 2009, als Angela Merkel jede Polarisierung vermied, um die Anhänger der SPD davon abzuhalten, zur Wahl zu gehen, und in dem sich eine mit Teflon bewehrte sowie äußerst beliebte präsidiale Kanzlerin