

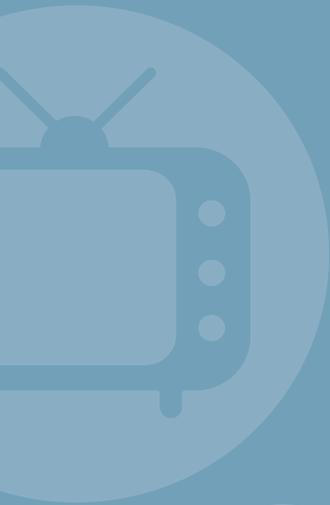
Roland Schatz (Hrsg.)

BERICHT ZUR LAGE DER INFORMATIONSGUALITÄT IN DEUTSCHLAND

**Analysen und Vorschläge für die Zeit
nach Corona**



James D.
Bindenagel, Frank
Brettschneider, Thomas
Brockmeier, Sophie Karmasin,
Kerstin Klemm, Margit Osterloh,
Thomas Petersen, Senja Post,
Patrick Rössler, Stephan Russ-
Mohl, Dennis J. Snower,
Matthias Vollbracht



Roland Schatz (Hrsg.)

BERICHT ZUR LAGE DER INFORMATIONSGUALITÄT IN DEUTSCHLAND

**Analysen und Vorschläge für die Zeit
nach Corona**

„Die Selbstkritik, die ganz selbstverständlich von Politikern gefordert wird, ist auch von Medienmachern zu erwarten. Natürlich, gerade in dieser unübersichtlichen Welt brauchen wir Vertrauen in die Autorität von Medien. Aber ich bin sicher, Selbstkritik untergräbt nicht die Autorität der Medien – im Gegenteil: Sie ist Grundlage für das Vertrauen in Medien.“

Bundespräsident Frank-Walter Steinmeier anlässlich der Verleihung des Marion Dönhoff Preises für internationale Verständigung und Versöhnung an die New York Times 2017 in Hamburg

„Wir haben praktisch die Rolle eines Pressesprechers oder Ministers eingenommen, der seiner Bevölkerung erklärt, warum diese Maßnahmen jetzt sein müssen. Das ist einfach nicht unser Job.“

Claus Kleber vier Monate nach Ausbruch der Covid-19-Krise bei der Heraeus Bildungstiftung im Juni 2020

Roland Schatz BERICHT ZUR LAGE DER INFORMATIONSGUALITÄT IN DEUTSCHLAND	10
TEIL 1: WAS DIE MENSCHEN VON DEN MEDIEN ERWARTEN	
Kerstin Klemm DER WUNSCH NACH VERBESSERUNG IST KLAR	18
Thomas Petersen DER WERT DER FREIHEIT UND DIE ROLLE DER MASSEN- MEDIEN	22
Stephan Russ-Mohl STÄRKEN UND SCHWÄCHEN DER BERICHTERSTATTUNG ÜBER CORONA	27
„DIE NACHFRAGE NACH GUTEM JOURNALISMUS IST KEINE FRAGE DES ALTERS.“ Johannes Boie, Chefredakteur der <i>Welt am Sonntag</i> , im Interview	54
Frank Brettschneider INFORMATIONEN VON PARTEIEN UND REGIERUNGEN BESONDERS SCHLECHT VERSTÄNDLICH	55
Sophie Karmasin DAS NEUE RETRO? WIE COVID-19 DAS VERHALTEN VERÄNDERT	61
„WIR KÖNNTEN LÄNGER AN EINEM THEMA DRANBLEIBEN.“ Johann Oberauer, Geschäftsführer des Medienfachverlags Oberauer, im Interview	66
Margit Osterloh GEGEN DEN AUTORITÄTS-VIRUS	69
TEIL 2: WAS DIE MENSCHEN IN DEN MEDIEN (NICHT) FINDEN	
Matthias Vollbracht BERICHTERSTATTUNG BLEIBT IM WESENTLICHEN IN DER GEGENWART VERHAFTET	74

Dennis J. Snower WIE INFORMATIONEN ZU WISSEN WERDEN – UND WAS DARAUS FÜR DIE ZUKUNFT FOLGT	77
„NOCH MEHR DIALOG MIT DEN LESERN.“ Horst von Buttlar, Chefredakteur des Wirtschaftsmagazins <i>Capital</i> , im Interview	82
Adrian Mork DIE QUALITÄT DER BERICHTERSTATTUNG ÜBER WALD- UND FORSTWIRTSCHAFT	84
Patrick Rössler DAS FERNSEHEN VERMITTELT EIN ALARMIEREND SCHLECH- TES BILD DER ERNÄHRUNG	90
Thomas Brockmeier BERICHTERSTATTUNG ÜBER DIE WIRTSCHAFT IN OSTDEUTSCHLAND NACH WIE VOR KLISCHEEHAFTE	96
„WIR MÜSSEN EINE BRÜCKE RUND UM DIE VOLLSTÄNDIGE DIGITALE ZEITUNG BAUEN.“ Carsten Knop, Herausgeber der <i>Frankfurter Allgemeinen Zeitung</i> , im Interview	102
Doreen Mohaupt Stefan Korb ENERGIEWENDE UND STRUKTURWANDEL IN DER LAUSITZ Cottbus/Chósebus – Stadt im Osten des Ostens und mit Erfolgen	104
Peter Klotzki WIR BRAUCHEN MEHR SELBSTSTÄNDIGE, DIE BEREIT SIND, IN DIE MEDIEN ZU GEHEN	111
James D. Bindenagel DEUTSCHLAND BRAUCHT EINEN SACHVERSTÄNDIGENRAT FÜR STRATEGISCHE VORAUSSCHAU	115
Günter Nooke AFRIKA VERSTEHEN LERNEN	121

„WIR HÄTTEN DER POLITIK SCHÄRFER AUF DIE FINGER SCHAUEN KÖNNEN.“ Holger Stark, Mitglied der Chefredaktion der Wochenzeitung <i>Die Zeit</i> , im Interview	128
„COVID-19 IST NICHT NUR EINE GESUNDHEITSKRISE, SONDERN AUCH EINE MENSCHENRECHTSKRISE.“ Markus N. Beeko, Generalsekretär der deutschen Sektion von Amnesty International, im Interview	130
Matthias Vollbracht BERICHTERSTATTUNG ÜBER MENSCHEN MIT BEHINDERUN- GEN IN ART UND UMFANG NICHT AUSREICHEND	135
Matthias Vollbracht MEDIALE AUFMERKSAMKEIT FÜR SENIORINNEN UND SENIOREN SEHR GERING	138
Senja Post BERICHTERSTATTUNG ÜBER WISSENSCHAFT IN REGELMÄSSIGEN FALLSTUDIEN ANALYSIEREN	141
„DIE COVID-19-KRISE HAT GEZEIGT, DASS SERVICE OFT UNTERSCHÄTZT WIRD.“ Markus Wiegand, Chefredakteur <i>Kress Pro</i> , im Interview	148
TEIL 3: WIE SCHÄTZEN DIE MEDIEN IHRE LEISTUNG EIN?	
Georg Mascolo FREI, UNABHÄNGIG, KRITISCH Das sind die Kriterien für Qualitätsmedien. Die Frage ist, ob wir Journalisten genug tun, um sie auch zu erfüllen. Eine Selbstkritik	152
„SELBSTKRITIK GEHÖRT NICHT ZU DEN STÄRKEN EINES BERUFS, DER SICH DER KRITIK DER ANDEREN VERSCHRIE- BEN HAT.“ Jakob Augstein, Verleger und Chefredakteur der Wochenzeitung <i>der Freitag</i> , im Interview	158
Tanit Koch SURFEN AUF DER CORONA-WELLE? JOURNALISMUS IM KRISENJAHR	160

Eva Quadbeck JOURNALISMUS IN ZEITEN VON CORONA	169
„WER MIT RTL SPRICHT, SPRICHT MIT DEUTSCHLAND.“ Nikolaus Blome, Ressortleiter Politik und Gesellschaft von RTL Deutschland	172
Jürgen Hogrefe DER TENDENZBETRIEB Hinweise zur Einordnung der aktuellen Debatte zur Qualität unserer Medien	175
TEIL 4: WAS FOLGT DARAUS?	
Bodo Hombach „HALTUNG KANN ZUM HALTUNGSSCHADEN FÜHREN, WENN JOURNALISTEN IHRE MACHT MISSBRAUCHEN.“	186
Roland Schatz DIE WAHRNEHMUNGSSCHWELLE ENTSCHIEDET	193
ANHANG: DIE AUTORINNEN UND AUTOREN	203

Roland Schatz

BERICHT ZUR LAGE DER INFORMATIONSQUALITÄT IN DEUTSCHLAND

Auch in der Covid-19-Krise wurde es deutlich: Entscheidungen müssen getroffen werden, doch die Informationsbasis ist lückenhaft. Das gilt für alle: Parlamentarier, Verantwortliche in der Regierung, Wirtschaft, Wissenschaft, Kultur, Medien, Bildung. Zahlen fehlt zu oft der Kontext. Trends werden nicht selten ohne valide Grundlage dargestellt. Warnhinweise werden nahezu überall übersehen. Doch anstatt die Pausen für ein Inne-Halten zum Besser-Werden zu nutzen, beginnt das Finger-Zeigen, als sollte es spätestens in Paris als eine Olympische Disziplin aufgenommen werden. Insbesondere von uns Journalisten.

All das trat 2020 nicht zum ersten Mal auf. Und nicht zum letzten Mal, wie die neue Flut-Katastrophe Deutschland und die Fehleinschätzungen zur Lage in Afghanistan uns und dem Rest der Welt im Sommer 2021 schmerzhaft vor Augen führt. Trotz aller fundamentalen Unterschiede haben Rinderwahnsinn, Vogelgrippe, 9/11, Lehman-Kollaps, Euro-Krise, Brexit, H1N1, Ebola, die Fluten von 1997, 2002, 2008, 2013 und nun 2021 bis zu Corona eines gemeinsam: Weil kaum jemand sich für das Gesamtbild verantwortlich fühlt, werden Entscheide auf Teil-Informationen getroffen, die notgedrungen weitere Fehler nach sich ziehen. Nicht, weil dieses Gesamt-Bild schwer zugänglich gewesen wäre, sondern wohl eher, weil bestimmte, über Jahrzehnte eingeübte Gewohnheiten, noch immer unhinterfragt den Rahmen vorgeben.

Qualität leidet überall da, wo a) die Daten/Nachrichtenlage teilweise bis zu 80% aus der nationalen Perspektive heraus präsentiert werden und solange b) Gegensätze unwidersprochen hingenommen werden wie z.B. Gesundheit vs. Ökonomie – wobei klar ist, dass ein Gesundheitssystem, dem die wirtschaftlichen Grundlagen genommen werden, keines mehr sein kann. Genauso wenig wie Betriebe produzieren können, deren Mitarbeiter (und/oder deren Familienmitglieder) krank sind. Solange relevante Gesellschaftsteile wie Parlament (Die Sichtbarkeit in TV-Nachrichten liegt seit Jahrzehnten bei 10% vs. 90% für die Exekutive), Senioren oder Jugendliche etc. gerade in den Momenten, wo relevante, Generationen-

übergreifende Entscheidungen getroffen werden, eher unterhalb der Wahrnehmungsschwelle bleiben. Und in der Folge führt dies zu den bekannten Vertrauensdefiziten und der Hinwendung zu Extremen.

Und diese Schwächen werden von den Journalisten selber auch schmerzlich erkannt: Claus Kleber brachte dies für die Redaktion seines HEUTE JOURNALS in brutalst möglicher Offenheit auf den Punkt: „Wir haben praktisch die Rolle eines Pressesprechers oder Ministers eingenommen, der seiner Bevölkerung erklärt, warum diese Maßnahmen jetzt sein müssen. Das ist einfach nicht unser Job.“ auf den Punkt.

Man könnte meinen, es fehlt ein Ort, an dem alle gemeinsam in Offenheit sich austauschen und um die dringendst notwendigen Verbesserungen ringen können. Dem Parlament wird im Grundgesetz die zentrale Rolle überantwortet, weil kein besserer Platz für die Repräsentation sowie den Austausch von Ideen und Konzepten denkbar war. 50 Jahre später vermuten manche, dass diese Rolle von Talkshows zum Teil übernommen worden sei. Nun 70 Jahre später wird spekuliert, mittlerweile seien die Social Media an die Stelle von Parlament und/oder Talkshows getreten. Da insbesondere in der Demokratie die funktionierende Repräsentation so wichtig ist, sollte Klarheit über den Status Quo in der 19. Legislaturperiode geschaffen werden.

Der Deutsche Bundestag ist der von den Verfassungsvätern vorgesehene Ort, an dem den Volksvertretern der Status zur Lage in Deutschland, Europa und der Welt präsentiert wird. Dies geschieht erfolgreich zur Lage der Kinder, Sicherheit, Wirtschaft etc. Einen Jahres-Bericht zur Lage der Informationsqualität gibt es allerdings nicht. Regelmäßig wird bislang untersucht, an welchen Medien deutsche Parteien beteiligt sind – aber WAS in ausgewählten Medien berichtet wird, diese Übersicht fehlt genauso wie die kontinuierliche Erfassung, wo und wie die Deutschen sich Daten und andere Informationen besorgen, wobei die Allensbacher Werbeträger Analysen jeden Sommer auf enormer Datenbasis spannende Einblicke liefert. Mit einerseits einer jährlichen Übersicht, welche Themen, Institutionen, Parteien, NGOs, Länder etc. in den privaten bzw. öffentlich-rechtlichen Medien (nicht) angesprochen werden und andererseits, wie diese Angebote von den Deutschen genutzt werden und wo Verbesserungspotentiale gesehen werden, kann die Lücke geschlossen werden.

Zudem kann heutzutage viel einfacher auf Erfahrungen und best-practise Beispiele aus dem Ausland zurückgegriffen werden, um bei etwaigen Mängeln auch Lösungsoptionen aufzeigen zu können. Und mit den Leibniz-Gesellschaften (und vielen anderen) sind ausreichend Kompetenz-Zentren schon geschaffen, die zu dieser überparteilichen Initiative zur Qualitätssicherung in Deutschland beitragen können.

Als Johann Oberauer (Herausgeber Kress und Medium Magazin) am 15.9.2020 den ersten Parlamentarischen Abend in Berlin zur Informati-

onsqualität in Deutschland moderierte, boten die AutorInnen anhand konkreter Daten und ausgewählter Vorschläge einen ersten Eindruck, wie in Zukunft ein solcher jährlicher „Bericht zur Informationsqualität in Deutschland“ aussehen könnte – und welche Aspekte zusätzlich noch berücksichtigt werden sollten. Auf www.mediatenor.de bzw. https://www.youtube.com/watch?v=zei2_JEzr30 ist die Diskussion auch noch für diejenigen im Video nachzuvollziehen, die im letzten Herbst nicht teilnehmen konnten. Einzelne weitere Sichtweisen und Vorschläge wie die von Markus Beeko, Jürgen Hogrefe, Tanit Koch, Georg Maskolo oder Günter Nooke wurden nun aufgegriffen und liegen mit diesem Band einer breiten Öffentlichkeit vor.

Ihr Gemütszustand lässt sich zwölf Monate später mit „Mütend“ zusammenfassen: Während im Herbst 2020 noch der Eindruck vorherrschte, dass alle die in den einzelnen Kapiteln skizzierten Schwachstellen in Medien, Politik, Wirtschaft, Wissenschaft und Kultur trotz allem einen üblichen Krisenverlauf (auf Ignoranz folgt Negativ-Übertreibungen eine ungeahnte Bündelung von Kräften, die dann – mehr oder weniger rechtzeitig – das Schlimmste verhindert) erwarten lassen. Doch als Angela Merkel mit ihrer Runde der Ministerpräsidenten Ostern 2021 oder dann wieder nach der Sommerpause 2021 im Nachgang der Bilder aus Afghanistan das Gefühl vermittelte: Zuhören, Besser-Werden-Wollen und professionelles Informieren zählen nicht zu den Kern-Kompetenzen.

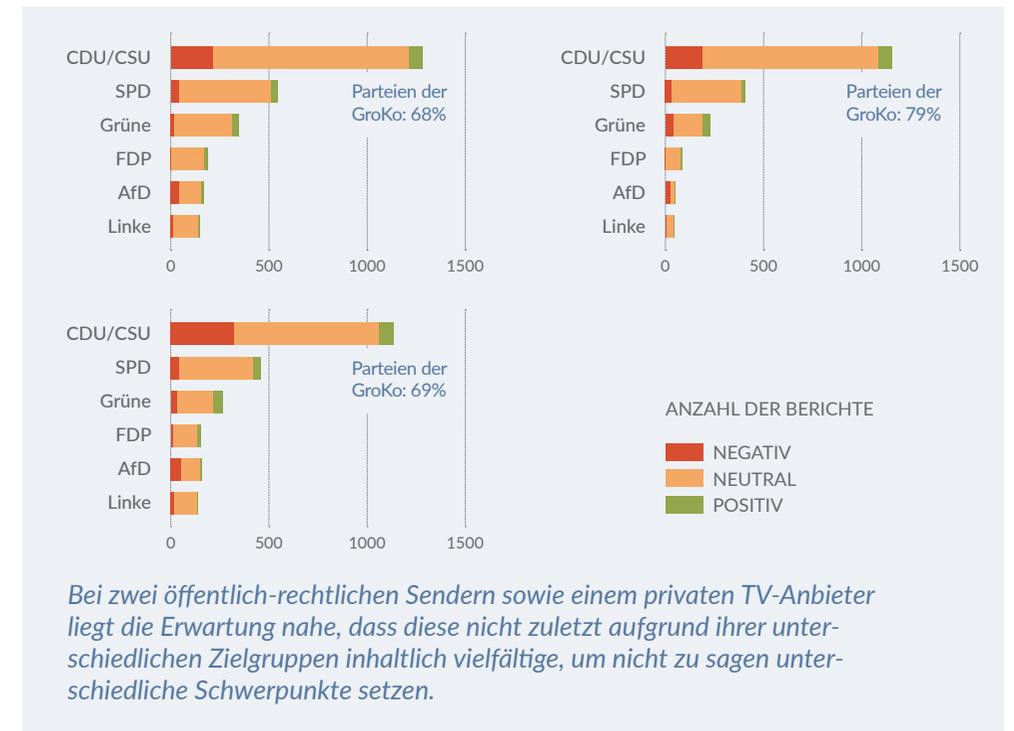
Es ist nicht das erste Mal, dass die Kanzlerin ahnen lässt, dass ihr das Land, seine Geschichte und die Menschen eher fremd scheinen, die über Jahrhunderte Formate für ein Zusammenleben geschaffen haben, die allen ein selbstverantwortetes Leben in grösstmöglicher Freiheit ermöglichen, sodass auch Nachbarn nah und fern davon Nutzen ziehen können. Auf dem Höhepunkt der Griechenland-Krise sprach sie in Davos: „Scheitert der Euro, dann scheitert Europa“ und die Medien erkannten dies nicht als Offenbarungseid: Hier redete die Regierungschefin eines der G7 Staaten zu den Eliten der meisten Länder und beschwört ein Szenario, als könne eine noch nicht einmal zehn Jahre lange Währung die Fundamental-Werte dieses Kontinents ins Wanken bringen, die der Physikstudentin aus Leipzig keine dreissig Jahre zuvor gerade erst die Freiheit brachten.

Europa mit all seinen Stärken und Schwächen ist alles andere als „alternativlos“. Und so ist auch die im Föderalismus verankerte politische Lebenswirklichkeit der Bundesrepublik nicht. Vielfalt statt Einfalt.

Seit Jahrzehnten wird dem Souverän allerdings das „Gleiche“ vermittelt, wenn wir uns ein eigenständiges Urteil über die Ereignisse in der Welt bilden wollen – um im Nachgang dann alle vier Jahre zu entscheiden, von wem wir uns und unsere Kinder in die Zukunft führen lassen wollen. Die nachfolgenden zwei Grafiken illustrieren das Dilemma, oder wer kann anhand dieser Daten erkennen, welches Themen-Angebot von der ARD, RTL

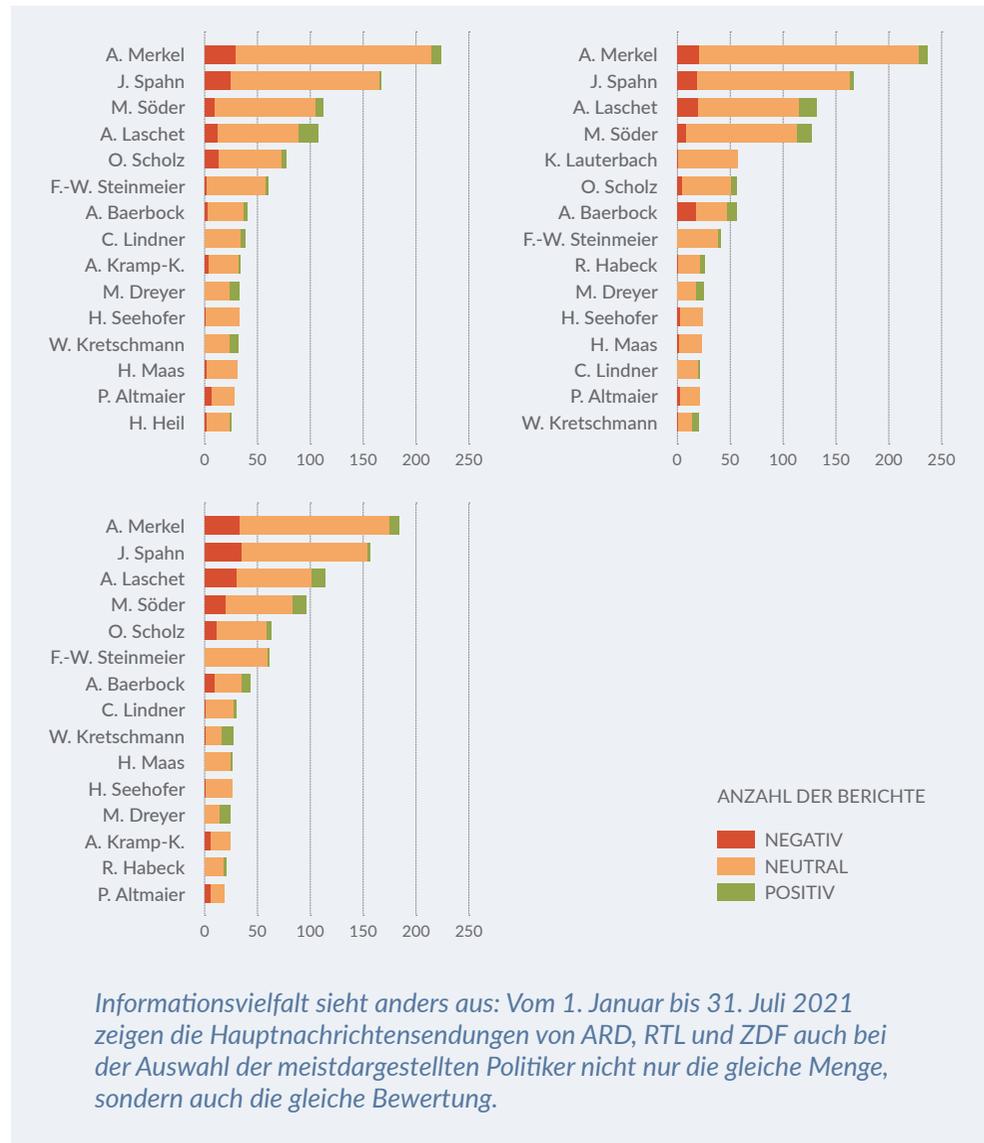
bzw. dem ZDF als Hauptnachrichten die Ereignisse in Deutschland vom 1. Januar bis 31. Juli 2021 wiedergeben?

Abbildung 1: Das Informationsangebot von ARD, RTL und ZDF im Wahljahr (TV-Nachrichten der Sender: parteipolitische Berichterstattung 1–7/2021, Basis: 2.309 Berichte über Parteien und Politiker in ZDF heute, 2.673 Berichte in ARD Tagesschau, 1.972 Berichte in RTL aktuell)



Als der Schauspieler Jan-Josef Liefers mit anderen Kollegen nach dem Auftritt von Merkel bei Anne Will im Frühjahr 2021 in einer gemeinsamen Aktion mit anderen Kollegen auf diese mangelnde Vielfalt in der Präsentation von Nachrichten hinwies, glaubten insbesondere Journalisten ihm a) mit Auftrittsverbot beim Tatort und b) mit dem Vorwurf von übler Nachrede mundtot machen zu müssen. All denen sei die Frage gestellt: Welche Ergebnisse in obiger Grafik zeigen das Nachrichtenangebot der ARD Tagesschau, der RTL-Aktuell-Sendungen sowie von ZDF Heute, die diese vom 1.1. bis 31.7.21 ausgestrahlt haben? Die Auflösung folgt auf Seite 199.

Abbildung 2: Bis hin zur Bewertung scheinen alle Sender das Gleiche zu bieten (TV-Nachrichten der Sender: Berichterstattung über Politiker 1–7/2021, Basis: 2.309 Berichte über Parteien und Politiker in ZDF heute, 2.673 Berichte in ARD Tagesschau, 1.972 Berichte in RTL aktuell)



Wenn von vielen Sendeplätzen in Deutschland das Gleiche ausgestrahlt wird, wer kann dann erfahren, dass in der Schweiz seit über einem Jahr die Kinder unverändert in die Schule gehen können? Und damit vor den Haustüren der „Alternativlos-Regierenden“ Generationen gesund und munter mit ihren Eltern und Großeltern heranwachsen können, die nicht „lost“ sind.

Dieses Problem ist nicht neu: Mein Vater berichtete mir von seinem Verleger, der ihn 1970 bestürzt fragte, warum er im Westfalenblatt mit einer anderen Geschichte aufmachte als die Konkurrenz von der Neuen Westfälischen. Als ich 1982 wieder einmal von einer Reise aus Leipzig zurückkehrte, kaufte ich mir von meinen restlichen Mark der DDR alle am Kiosk befindlichen Tageszeitungen vom Neuen Deutschland über die LVZ bis zur Märkischen Allgemeinen, klebte alle Titelseiten nebeneinander und konnte im Gesellschaftkunde-Unterricht Eindruck schinden mit dem Verweis, dass alle Titelseiten die gleichen Texte und Bilder publizierten. Ich hätte bei meiner Ankunft in Frankfurt das gleiche mit den West-Titeln machen sollen – dann wäre meine Erkenntnis umfassender gewesen. Einfalt statt Vielfalt.

Die Welt ist bunt. Warum wir uns ausgerechnet im Bereich der Informationsqualität wieder mit Schwarz-Weiß-Bildschirmen zufrieden geben wollen, leuchtet nicht ein. Und die Vorliebe für Schwarz-Weiß hat seit Erfindung des Internets anscheinend zugenommen, auch wenn es mittlerweile Tausende von Plattformen gibt. Solange sie bevorzugt Schwarz-Weiß liefern, ist nichts gewonnen.

Um diese Daten und die daraus zu erwartenden Handlungen zu überprüfen, könnte ein jährlicher Bericht zur Lage der Informationsqualität (nicht nur) in Deutschland wertvolle Einsichten liefern.

Zürich, 13 August 2021

TEIL 1

Was die Menschen von den Medien erwarten

Kerstin Klemm

DER WUNSCH NACH VERBESSERUNG IST KLAR

Zum 25. Jubiläum von B5 Aktuell, dem Inforadio des Bayerischen Rundfunks, wollte der Sender nicht nur von den Bayern, sondern von allen Deutschen wissen, was ihre Erwartungen an die Medien sind, wie sie das bisherige Angebot einschätzen und wo sie Optionen zur Verbesserung erkennen. Als die Ergebnisse vor fünf Jahren am 2. Mai 2016 präsentiert wurden, sorgten einige Antworten auf Fragen, die sonst oft nicht in solchen Umfragen gestellt werden, für Überraschungen. Die bis dahin durchgeführten Inhalts-Analysen der deutschen Leitmedien hätten eigentlich ein anderes Resultat erwarten lassen: Nur 6 Prozent der Befragten gaben

Abbildung 1: Informationsinteressen: Wenn Sie sich informieren, wie wichtig sind Ihnen persönlich die folgenden Dinge? (Angaben in Prozent, Basis: 1.000 Personen ab 18 Jahren in Deutschland, Quelle: Informationen fürs Leben – BR-Studie zum Vertrauen in die Medien)

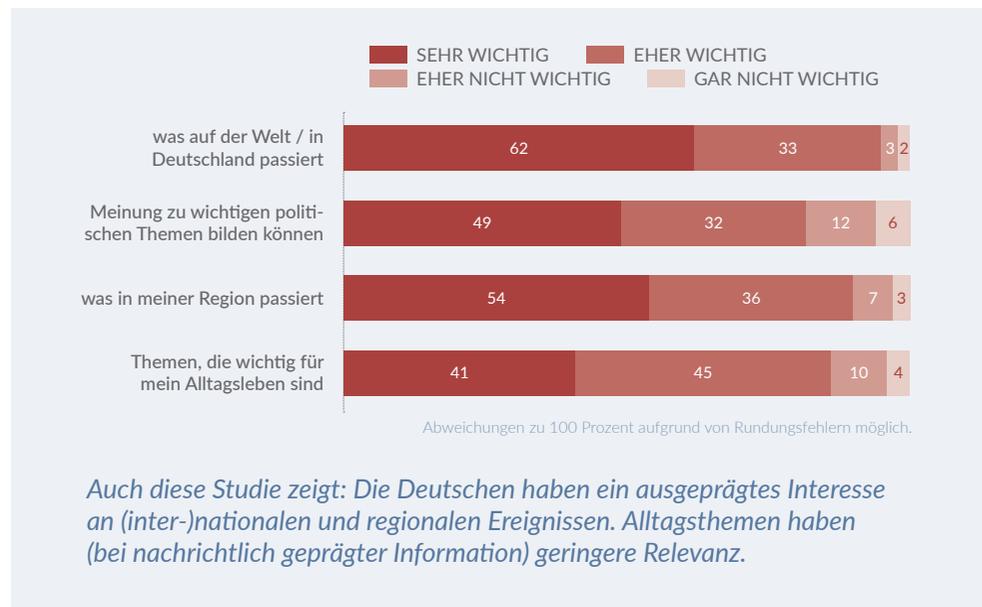
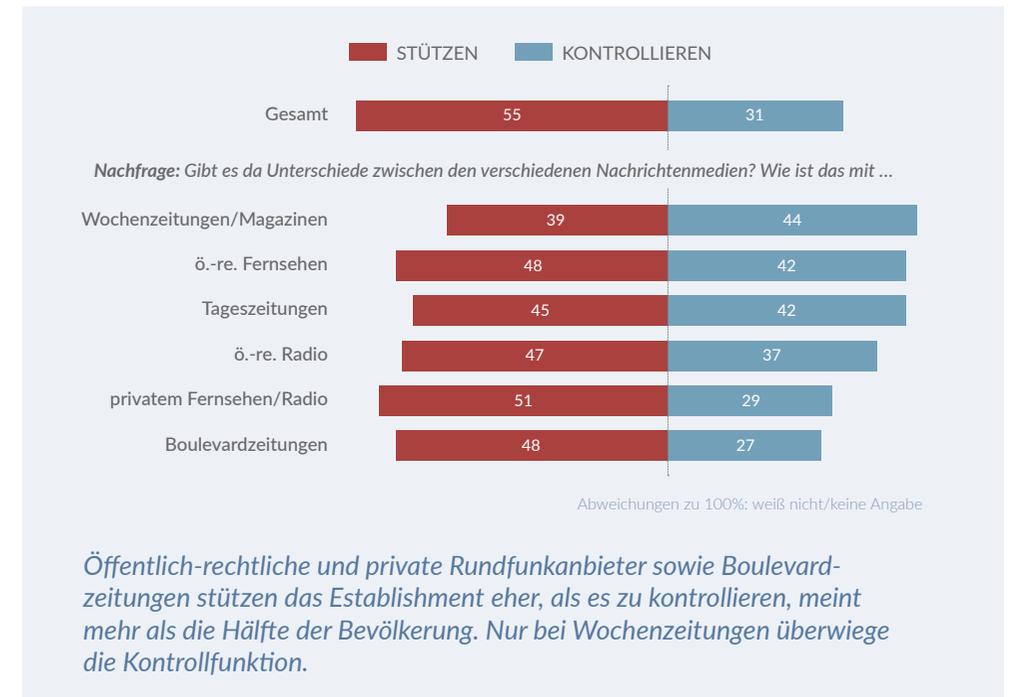


Abbildung 2: „Vierte Gewalt“ oder Stütze des Establishments? Kontrollieren oder stützen die Nachrichtenmedien mit ihrer Berichterstattung die „Mächtigen“ im Land, also Staat, Regierung, Wirtschaft, einflussreiche Personen und Interessengruppen? (Angaben in Prozent, Basis: 1.000 Personen ab 18 Jahren in Deutschland, Quelle: Informationen fürs Leben – BR-Studie zum Vertrauen in die Medien)



an, dass sie an wichtigen politischen Themen kein Interesse hätten – und dass, obwohl seit 25 Jahren der Anteil sachpolitischer Informationen in den deutschen Leitmedien rückläufig ist, oftmals mit dem Hinweis darauf, die Menschen hätten daran kein Interesse. Nur 4 Prozent möchten nichts darüber erfahren, was ihr Alltagsleben wie Gesundheit, Schule, Verkehr betrifft. Und es sind ganze 3 Prozent, die sich nicht für ihre Region interessieren – das entspricht ungefähr dem Anteil, mit dem die Menschen, die in Ostdeutschland leben, seit 20 Jahren leben müssen, wenn sie in den Abendnachrichten bei ARD oder ZDF erfahren wollen, wie es von Brandenburg bis Thüringen weitergeht.

Auf die Frage, ob die Deutschen den Eindruck haben, dass die Journalisten von BILD über Spiegel bis zum ZDF ihrer Arbeit frei und unabhängig nachkommen können, ergibt sich ein erster Ansatzpunkt, warum die auf

Abbildung 3: Hindernisse für unabhängige Berichterstattung – Ergebnisse aus der qualitativen Untersuchung (Basis: vier Fokusgruppen in München und Nürnberg, Quelle: Informationen fürs Leben – BR-Studie zum Vertrauen in die Medien, qualitative Teilstudie)



der ersten Seite so offensichtliche Lücke zwischen Nachfrage und Angebot klafft: Nach Meinung der vom Bayerischen Rundfunk Befragten sind im Saldo 60 Prozent der Überzeugung, dass die Medien nicht unabhängig sind. Dies schwankt je nach Genre (siehe Abbildung 2), aber noch nicht einmal den Wochenmedien wie Frankfurter Allgemeine Sonntagszeitung oder Spiegel ebenso wenig wie dem öffentlich-rechtlichen Rundfunk und Fernsehen gestehen die Befragten ein unabhängiges Suchen und Präsentieren von Themen zu.

Dieses Ergebnis ist fünf Jahre alt und es wäre ein Wunder, wenn eine Mehrheit der Leser des Weißbuches a) von dem Resultat aus dem Jahr 2016 Kenntnis hätten und vor allem b) mehrheitlich eine andere Einschätzung hätten. Und es schließt sich eine weitere Frage an: Wie würden die Antworten im September 2020 ausfallen?

In der Umfrage 2016 wurde zudem abgefragt, ob die Medien als „Vierte Gewalt“ wahrgenommen würden oder beim Lesen der Printmedien bzw.

beim Verfolgen des Geschehens über Radio bzw. TV der Eindruck entstanden sei, dass die dort präsentierten Nachrichten, Berichte, Meinungen und Hintergrundbeiträge eher publiziert würden, um das „Establishment zu stützen“. Auch hier waren die Antworten klar (Abbildung 3).

Deutlich mehr als die Hälfte der Befragten war der Ansicht, dass Nachrichtenmedien Regierung, Wirtschaft und einflussreiche Interessengruppen eher stützen als dass sie diese mit kritischem Blick und Analysen kontrollieren. Interessant auch: Besonders verbreitet ist diese Meinung unter jungen Menschen, den 18–29-Jährigen. Insgesamt überwog nur bei den Wochenmedien die Ansicht, dass diese ihre Kontrollfunktion wirklich ausüben.

Neben der Repräsentativbefragung wurde auch eine qualitative Teilstudie mit Fokusgruppen durchgeführt, die einige Gründe für die oben beschriebenen Antworten der Befragten darlegen: Lobbyismus der Großindustrie, Parteinähe, politisches Kalkül, Abhängigkeit von wenigen Quellen sind einige dieser Gründe.

Angesichts von Pegida, Begriffen wie „Lügenpresse“ und „Fake News“ etc. dürfte sich an den Ergebnissen in den vergangenen fünf Jahren nicht viel verändert haben. Die Kritiker und Zweifler dürften eher noch zahlreicher geworden sein.

Die in den nachfolgenden Kapiteln präsentierten Langzeit-Daten illustrieren aus vielfältigen Perspektiven die 2016 ausgedrückte Sorge der Deutschen und bieten erste Ansätze zur Verbesserung.

Thomas Petersen

DER WERT DER FREIHEIT UND DIE ROLLE DER MASSENMEDIEN

Zu den spannendsten, gesellschaftlich relevantesten, aber auch methodisch schwierigsten Aufgaben der Sozialforschung gehört die Untersuchung des gesellschaftlichen Wertewandels und des Einflusses der Massenmedien auf ihn. Die Regeln und Normen, die das Zusammenleben bestimmen, müssen in freien Gesellschaften laufend neu ausgehandelt werden. In einem ständigen Prozess der öffentlichen Diskussion wird bestimmt, welche Werte und Ziele als besonders schützenswert gelten, welche Vorrang haben und welche eher nachrangig zu behandeln sind oder gar als veraltet fallen gelassen werden.

Die Bedeutung des Themas hat sich gerade während der Corona-Krise gezeigt, denn hinter der intensiven öffentlichen Diskussion um die Frage, ob der Gesundheitsschutz die von der Bundesregierung und den Landesregierungen beschlossenen Einschränkungen der Grundrechte rechtfertigt, steht letztlich nichts anderes als der Grundkonflikt zwischen den Werten Freiheit und Sicherheit.

Vor rund 50 Jahren wurde zum ersten Mal in Repräsentativumfragen der Wertewandel dokumentiert, mittlerweile zeichnen sich die Muster des Prozesses ab. Nur selten verläuft der Wertewandel sprunghaft, wie Anfang der 70er Jahre. Typischer scheinen sich über Jahrzehnte hinziehende Wellenbewegungen zu sein.¹ Für die Entwicklung eines Landes sind diese Prozesse von höchster Bedeutung, denn eine Gesellschaft, in der beispielsweise der Handlungsfreiheit des Einzelnen eine sehr hohe Priorität eingeräumt wird, wird andere politische Entscheidungen treffen und eine andere ökonomische Entwicklung durchmachen als eine Gesellschaft, in der die Gleichheit den höheren Stellenwert hat, oder eine, die der inneren oder der sozialen Sicherheit den Vorrang einräumt.

¹ Vgl. Thomas Petersen: Die Entdeckung des Wertewandels und die Bewältigung der Diktatur in den Familien. In: *Studia Universitatis Babeş-Bolyai* 60 (2), 2015, S. 87–99.

Bei der Aushandlung der gesellschaftlichen Werte und Normen spielen die Massenmedien eine wesentliche Rolle. Die Schwerpunktsetzung der Berichterstattung, die Ausrichtung der Kommentare, der Tonfall der über die Medien verbreiteten Diskussion, dies alles sind Quellen, aus denen die Bürger die Information ziehen, welche Meinungen und Verhaltensweisen gesellschaftlich akzeptiert werden und welche nicht. Dabei spiegeln die Medien nicht nur eine Debatte wider, von der man annehmen kann, dass sie auch ohne die Berichterstattung ähnlich stattgefunden hätte, sondern sie spielen eine eigene, aktive Rolle, formen wesentlich die öffentliche Diskussion mit.

Für die Untersuchung der Rolle der Medien bei der Meinungsbildung in Wertefragen (wie auch bei anderen gesellschaftspolitischen Themen) bedarf es der Kombination von Umfragen und Inhaltsanalysen, die über einen längeren Zeitraum hinweg erhoben werden. Dabei ergeben sich praktische Probleme, weil Umfragen und Inhaltsanalysen, obwohl sie eigentlich auf der gleichen empirischen Grundlogik beruhen, in der Forschungspraxis doch so unterschiedlich sind, dass es außerordentlich schwer ist, Fragebogen und Codebücher miteinander zu synchronisieren. So beschränken sich die Vergleiche zwischen den Trendergebnissen beider Methoden meist auf sehr einfache Kategorien wie die Zahl der Bürger, die eine gute oder keine gute Meinung über einen Politiker haben und die Anteile positiver und negativer Wertungen über diesen Politiker in der Berichterstattung. Selbst bei solchen einfachen Vergleichen zeigen sich immerhin bereits erstaunlich klare Muster, die auf einen erheblichen Einfluss der Berichterstattung auf die Meinungsbildung hindeuten.²

Ein langfristig angelegtes Forschungsprojekt, das die Werteorientierung der Bevölkerung untersuchte, Umfragen und Inhaltsanalysen miteinander kombinierte und dabei deutlich über den bloßen Vergleich einfacher Positiv-Negativ-Kategorien hinausging, war der „Freiheitsindex Deutschland“, der immerhin sieben Jahre lang, von 2011 bis 2017, den Stellenwert der Freiheit im Wettbewerb zu anderen gesellschaftlichen Werten bei der Bevölkerung und in den Medien dokumentierte. Herausgeber des Freiheitsindex war das John Stuart Mill Institut für Freiheitsforschung, die

² Vgl. z. B. David P. Fan, Elbert E. Tims: The Impact of the News Media on Public Opinion. American Presidential Election 1987/88. In: *International Journal of Public Opinion Research* 1, 1989, S. 151–163. Hans Mathias Kepplinger, Simone Christine Ehmgig, Christine Ahlheim: Gentechnik im Widerstreit. Zum Verhältnis von Wissenschaft und Journalismus. Frankfurt am Main, Campus 1991. Media Momentum. In: *Media Monitor*, Vol. 6, Nr. 6, Juni/Juli 1992, S. 6. Thomas Petersen: Ende des Blindflugs. Weitere Belege für den Einfluss der Berichterstattung auf die Bevölkerungsmeynung. In: *Medien Tenor* Nr. 35, Februar 1996, S. 8. Hans Mathias Kepplinger: Wirkung der Massenmedien. In: Elisabeth Noelle-Neumann, Winfried Schulz, Jürgen Wilke (Hrsg.): *Fischer Lexikon Publizistik Massenkommunikation*. Frankfurt am Main: Fischer 2009, S. 651–702. Dort S. 697–699.

Umfrage wurde vom Institut für Demoskopie Allensbach, die Inhaltsanalyse vom Institut für Publizistik der Universität Mainz konzipiert.³

Der Freiheitsindex setzte sich aus drei Komponenten zusammen: Der erste Teilindex repräsentierte den gesellschaftlichen Stellenwert der Freiheit, wie er sich in den Ergebnissen dreier Fragen aus der Umfrage niederschlug. Die erste lautete: „Zwei Männer/Frauen⁴ unterhalten sich über das Leben. Der/Die eine sagt: ‚Jeder ist seines Glückes Schmied. Wer sich heute wirklich anstrengt, der kann es auch zu etwas bringen.‘ Der/Die andere sagt: ‚Tatsächlich ist es so, dass die einen oben sind, und die anderen sind unten und kommen bei den heutigen Verhältnissen auch nicht hoch, so sehr sie sich auch anstrengen.‘ Was würden Sie persönlich sagen: Wer von beiden hat eher recht, der/die erste oder der/die zweite?“ Für den Index wurde der Saldo aus diesen beiden Antwortmöglichkeiten gebildet: Von der Zahl derer, die die erste Position vertraten, wurde der Anteil derjenigen abgezogen, die sich für die zweite Antwort entschieden hatten.

Analog hierzu wurde auch bei der zweiten Frage vorgegangen, bei der die Befragten gebeten wurden anzugeben, ob ihrer Ansicht nach im Konfliktfall die Freiheit oder die Gleichheit wichtiger sei. Das dritte Element des ersten Teilindex bildete eine Frage, mit der recht detailliert ermittelt wurde, in welchen Lebensbereichen Verbote eingeführt werden sollten. Hier wurde der durchschnittliche Anteil derjenigen, die bei 21 zur Auswahl gestellten Bereichen kein Verbot forderten, zum Maßstab für die Indexbildung genommen. Lag der Anteil über 50 Prozent, beispielsweise bei 58 Prozent, ging dies mit einem Wert von +8 in die Indexbildung ein, denn dies bezeichnete das Maß, in dem die freiheitliche Position die regulierende überschritt. Aus diesen drei Einzelergebnissen wurde nun der Durchschnitt berechnet, der dann als Teilindex 1 in die Gesamtrechnung einging.⁵

Auch der zweite Teilindex beruhte auf den Umfrageergebnissen. Er repräsentierte das Maß der von der Bevölkerung subjektiv empfundenen Freiheit. In ihn ging der Anteil derjenigen ein, die sagen, man könne seine politische Meinung in Deutschland frei äußern, außerdem der Anteil derer, die sich in ihrem persönlichen Leben sehr frei fühlten und dies dadurch dokumentierten, dass sie bei einer entsprechenden Frage auf einer Skala von 0 bis 10 die Stufen 8, 9 oder 10 wählten. Auch hier wurde der Durchschnitt berechnet.

Der dritte Teilindex schließlich wurde auf der Grundlage der Inhaltsanalysen errechnet. Er repräsentierte die Bedeutung der Freiheit in der Medi-

³ Vgl. Ulrike Ackermann (Hrsg.): *Freiheitsindex Deutschland 2011*. Frankfurt am Main: Humanities Online 2012.

⁴ Bei männlichen Befragten hier es im Fragetext „Männer“, bei weiblichen „Frauen“.

⁵ Zu den methodischen Details der Indexbildung siehe Thomas Roessing, Thomas Petersen: *Die Bildung des „Freiheitsindex Deutschland“*. In: Ackermann 2012, S. 71–80.

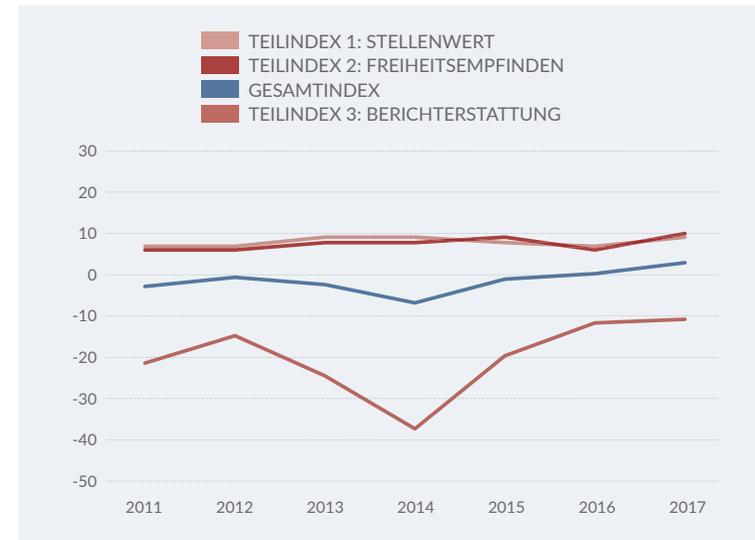


Abbildung 1: Freiheitsindex Deutschland 2011–2017: Entwicklung der Teilindices und des Gesamtindex (Quelle: Allensbacher Archiv, IfD-Umfragen Nr. 10077, 10097, 11012, 11023, 11039, 11055, 11071 | Institut für Publizistik der Universität Mainz | Prime Research International | TRG | aserto | mct Dortmund)

enberichterstattung. Als Basis für die Berechnung wurden die Ergebnisse einer sogenannten „Frame-Analyse“ herangezogen. Hierbei wird nicht, wie sonst bei Inhaltsanalysen, der Wortlaut der Beiträge verschlüsselt, sondern die Codierer schätzen den Grundton ein, die Hauptperspektive, aus der heraus ein Text geschrieben ist.⁶ Die Konstruktion des Codebuches erfolgte inhaltlich und methodisch analog zum ersten Teilindex: So wurden die Beiträge führender Massenmedien daraufhin verschlüsselt, ob in ihnen die grundlegende Perspektive zu erkennen war, dass die meisten Menschen in der Lage seien, aus ihrem Leben etwas zu machen (analog zu „jeder ist seines Glückes Schmied“), oder ob eher die Position vertreten wird, wonach die meisten Menschen ihren äußeren sozialen Bedingungen ausgeliefert seien. Entsprechend wurden auch die Betonung von Freiheit und Gleichheit und der Ruf nach Verboten bzw. deren Ablehnung verschlüsselt und aus den drei Teilergebnissen ein Durchschnitt errechnet.

Den endgültigen Freiheitsindex bildete schließlich der Durchschnitt aus den drei Teilindices. Er konnte zwischen -50 und +50 schwanken, bewegte sich aber in allen sieben Jahren in der Nähe des Nullpunktes.

⁶ Zur Frame-Analyse siehe Hans Mathias Kepplinger, Marcus Maurer, Thomas Roessing: *Deutschland vor der Wahl. Eine Frame-Analyse der Fernsehnews*. In: Elisabeth Noelle-Neumann, Hans Mathias Kapplinger, Wolfgang Donsbach (Hrsg.): *Kampa. Meinungsklima und Medienwirkung im Bundestagswahlkampf 1998*. Freiburg: Alber 1999, S. 78–107. Dort S. 82–84. Thomas Roessing: *Freiheit in der Presse. Eine Inhaltsanalyse deutscher Leitmedien*. In: Ackermann 2012, S. 57–69. Dort S. 63–66.

Aufschlussreich ist der Kontrast zwischen den Umfrageergebnissen und denen der Inhaltsanalysen. Während bei den Umfragen die Ergebnisse durchgängig über der Nulllinie lagen, befanden sich die Resultate der Inhaltsanalyse in allen sieben Jahren deutlich darunter. Das bedeutet, dass die Berichterstattung nicht die Grundeinstellung der Bürger zu diesem Thema widerspiegelte, sondern einen anderen Schwerpunkt setzte. Während die Befragten mehrheitlich der Freiheit den Vorrang vor der Gleichheit gaben, sich gegen Verbote aussprachen und auch die Meinung vertraten, die meisten Menschen könnten aus eigener Kraft ihr Leben gestalten, überwogen in der Berichterstattung die Gegenpositionen dazu. Da, wie oben beschrieben, die Medien eine wesentliche Quelle der Meinungsbildung für die Bevölkerung sind, ist es nicht übertrieben, aus diesem Ergebnis zu schlussfolgern, dass – unter dem Strich – die Berichterstattung die Bevölkerung vom Wert der Freiheit tendenziell gleichsam „wegzog“. Dieser Befund ist von erheblicher gesellschaftlicher Tragweite. Er zeigt, warum es so wichtig war, den „Freiheitsindex Deutschland“ wieder aufzugreifen. Der zu erwartende Einbruch wird mit allen Details wenige Tage vor der Bundestagswahl in Berlin präsentiert.

Stephan Russ-Mohl

STÄRKEN UND SCHWÄCHEN DER BERICHTERSTATTUNG ÜBER CORONA

Wer nach einem Jahr Pandemie-Berichterstattung zu Covid-19 weiterhin die These vertritt, dass Medien ohne Einfluss sind, muss, so der Medienforscher und Herausgeber dieses Buchs, Roland Schatz, „2020 auf einer Mars-Expedition gewesen“ sein. Noch nie habe „jemand den Beruf des Journalisten ergriffen, weil er oder sie nicht wollte, dass die eigenen Beiträge rezipiert und beachtet würden“. Idealerweise sollten sie „nach einer Rezension zum Buchkauf animieren, nach der Filmkritik den Kinobesuch stimulieren oder – schon weitaus weniger wahrscheinlich – nach dem Hinweis auf Mängel in der Buchführung bei Wirecard deren Überprüfung durch die zuständigen Stellen veranlassen“. „Und wer“, so Schatz weiter in einer E-Mail an den Verfasser, „als Verleger solche Beiträge verbreitet, tut dies mit der Absicht, dass seine Publikation gekauft wird und Anzeigenkunden mit ihren Annoncen in seinem Vehikel ebenfalls die versprochene Wirkung erzielen.“

Journalisten und Journalistinnen üben mehr oder weniger Einfluss aus. Medien sind mächtig. Gerade unpopuläre Entscheidungen lassen sich oftmals nur mit ihrem Rückenwind durchsetzen. Ohne nachhaltige Unterstützung seitens des Fernsehens und der Presse hätte Margaret Thatcher nicht in den Falkland-Krieg ziehen und George W. Bush nicht den Irak-Krieg anzetteln können. Ob das bei den Lockdowns anlässlich der Pandemie und beim „Krieg“ gegen das Corona-Virus grundsätzlich anders war und ist? Es spricht inzwischen viel dafür, dass der Umgang der Medien mit der Pandemie auch das politische Handeln stark beeinflusst hat.

Um von Anfang an nicht missverstanden zu werden: Viele Journalistinnen und Journalisten haben in den letzten Monaten im Ausnahmezustand

Dank für Anregungen geht an Thomas Petersen, Roland Schatz, Bartosz Wilczek und – für ihre klugen Kommentare – an zahlreiche Leserinnen und Leser der Neuen Zürcher Zeitung und der Süddeutschen Zeitung.

in der Corona-Berichterstattung Einzigartiges geleistet, oftmals im Home Office. Das verdient Anerkennung – und dennoch ist unsere Medienwelt nicht in Ordnung. Vor allem mangelt es an Aufklärung über systemische Mängel im Journalismus, die schwere gesellschaftliche Folgen zeitigen. Die Medien selbst schweigen sich dazu meist aus, während andere zurecht fürchten, an den Pranger gestellt zu werden, wenn sie auch nur zaghaft und satirisch darauf hinweisen – wie kürzlich einige der 52 Schauspielerinnen und Schauspieler in der „Alles dicht machen“-Kampagne.

Corona in den Nachrichten

Zwei erste wissenschaftliche Studien gaben der Corona-Berichterstattung zunächst gute Noten: Im Blick auf die deutsche Berichterstattung gelangte ein Forscherteam von Thorsten Quandt (Universität Münster) zum Urteil, die klassischen Medienhäuser hätten „in den ersten drei Monaten seit Ausbruch des Coronavirus mit einer differenzierten Berichterstattung auf die Pandemie“ reagiert, „die von keiner systematischen Dramatisierung geprägt war.“ (Universität Münster 2020; Quandt et al. 2020). Ähnlich positiv die Einschätzung der Forscher im südlichen Nachbarland. Die Berichterstattung in der Schweiz sei „qualitativ relativ hoch“ gewesen, heisst es in einer Forschungsarbeit des Teams von Mark Eisenegger (fög, Forschungsinstitut Öffentlichkeit und Gesellschaft, Universität Zürich). Defizite habe „es jedoch beim Umgang mit Zahlen und Statistiken“ gegeben, und viele Medien hätten sich „in der sensitiven Phase“ vor dem ersten Lockdown als „zu wenig kritisch“ erwiesen (Universität Zürich 2020; Eisenegger et al. 2020; später: fög 2020).

Die wichtigste Frage, um die Qualität der Corona-Berichterstattung angemessen zu bewerten, haben beide Forscherteams indes gar nicht gestellt: Hat die exzessive, ja geradezu „Corona-monomane“ Berichterstattung in den Wochen vor und während der Corona-Schockstarre im Frühjahr 2020 und auch seither in der zweiten und dritten Welle Angst, ja Panik erzeugt und politische Kollateralschäden gezeitigt? Hat bei Corona womöglich nicht die Politik die Medien vor sich hergetrieben, sondern hat umgekehrt die verspätete, dann aber extrem umfangreiche Corona-Berichterstattung der Medien die Politik immer wieder in Zugzwang gebracht?

Im März und April 2020 schnellte der Anteil der Corona-News in den beiden Hauptnachrichtensendungen von ARD und ZDF, Tagesschau und Heute, schlagartig hoch und bewegte sich wochenlang zwischen 60 und 75 Prozent, so das Institut für Medienforschung in Köln (IFEM 2020).

Die zitierte Schweizer Studie liefert ganz ähnliche Anhaltspunkte: Selten sei „ein Thema so stark präsent in den Schweizer Medien“ gewesen wie die Coronavirus-Pandemie: Im ersten Halbjahr 2020 habe sich an manchen Tagen bis zu 70 Prozent der gesamten Berichterstattung um die-

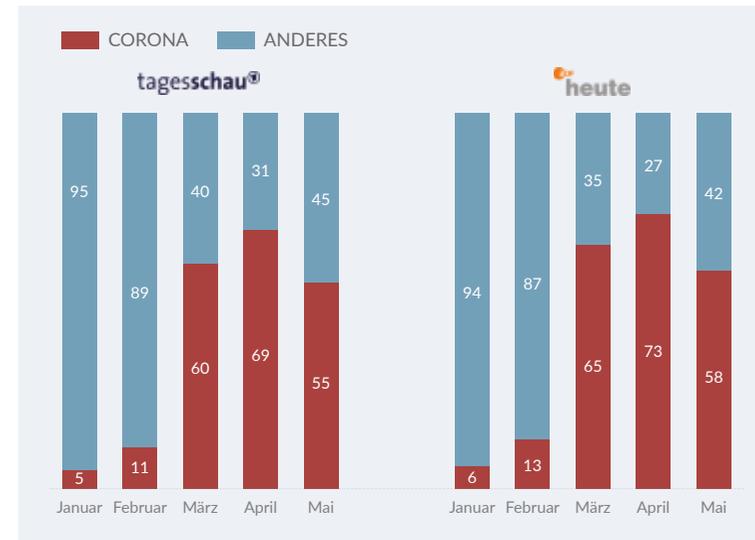


Abbildung 1: Corona und andere Themen in ARD-Tagesschau und ZDF-heute 1. Januar bis 31. Mai 2020 (Sendezeitanteile in Prozent)

ses Thema gedreht. Zum Vergleich: „Der Anteil Beiträge zur Klimadebatte – das prägende Thema im Wahljahr 2019 – habe „in Spitzenzeiten kaum mehr als 10 Prozent der Gesamtberichterstattung“ erreicht (Universität Zürich 2020).

Sowohl die erste als auch die aktuellere zweite Münsteraner Studie (Quandt et al. 2021) kann die Forschungsfrage zum Overkill-Umfang der Corona-Berichterstattung nur indirekt beantworten. Die Forscher haben keine Inhaltsanalyse der deutschen Nachrichtenmedien erstellt, sondern stattdessen Beiträge auf Facebook untersucht, die von deutschen Nachrichtenmedien zu Corona verbreitet wurden. Bei der zweiten Studie waren es 160.000 Postings in neun Monaten (bis zum Stichtag 6. Oktober 2020). Aber auch hier ergibt sich mit 27 Prozent am Gesamtvolumen der über 578 000 untersuchten Postings ein sehr hoher Anteil an Corona-Berichterstattung, zumal Zeitungsredaktionen ja traditionell ein viel breiteres Spektrum an Nachrichten abdecken als TV-Sender. Auf dem Höhepunkt der ersten Welle im März 2020 waren jedenfalls auch bei Facebook zwischen 60 und 66 Prozent aller erfassten nachrichtlichen Postings der etablierten Medienhäuser Corona gewidmet (vgl. Quandt et al. 2021, Figure 1).

Sondersendungen und Talkshows

In einer Studie von Dennis Gräf und Martin Hennig (beide Universität Passau) wird ebenfalls auf die „Verengung der Welt“ aufmerksam gemacht, welche die Medien in den Wochen vor und während der Schockstarre konstruierten (Gräf/Hennig 2020). Die Studie fokussiert allerdings „nur“

auf die zahlreichen Sondersendungen ARD extra und ZDF spezial zu Corona. Übers Jahr 2020 hinweg gab es davon 134.

Bis zum 18. Juni gab es innerhalb von 15 Wochen 51 ARD Extra- und 42 ZDF-spezial-Sendungen. Damit, so stellen die Wissenschaftler fest, sei aus dem Konzept von Sondersendungen, die das reguläre Programm verändern, eine „neue Normalität“ entstanden: „Wenn nahezu täglich das Exzeptionelle zum neuen Regelfall stilisiert wird, dann findet damit zwangsläufig eine lebensweltliche und auch ideologische Engführung statt, die einer Ausblendung aller anderen gesellschaftlich relevanten Gemengelage entspricht.“ (Gräf/Hennig 2020, 15) Zum Vergleich, so die beiden Forscher, habe es im gesamten Vorjahr insgesamt 12 ZDF-spezial-Sendungen gegeben – also weniger als ein Drittel der Zusatzangebote, die allein in den zwei Monaten von Mitte März bis Mitte Mai zu Corona ausgestrahlt wurden.

Die Berichterstattung selbst sei von einer „hyperbolischen Krisenrhetorik“ getragen gewesen. Auch sei Verwirrung gestiftet worden: Experten hätten wiederholt die Effizienz staatlicher Lösungsansätze bezweifelt, gleichzeitig sei „permanent ein ‚Zuwenig‘ der staatlichen Intervention angeprangert und fortlaufend der Wunsch nach klaren Vorgaben konstruiert worden. Diese einseitige Krisenrhetorik sei „auf bildlicher Ebene dupliziert und übersteigert worden“ – die Autoren verweisen auf „Bildwelten apokalyptischer Endzeiterzählungen“.

Noch krasser ist die Situation bei den Talkshows. 66 von insgesamt 106 solcher Sendungen bei ARD und ZDF beschäftigten sich 2020 mit Corona. Weit abgeschlagen lagen mit acht Sendungen die US-Wahlen auf dem zweiten Platz. Unter den Gästen belegten fünf Politiker der Regierungsparteien die vorderen Plätze – je 14 Auftritte hatten allein Wirtschaftsminister Peter Altmaier (CDU) und der Scharfmacher unter den Pandemie-Wellenreitern, der SPD-Politiker Karl Lauterbach. Dass im Vergleich dazu sachkompetente Experten nicht ganz so wichtig scheinen, zeigt sich an Auftritten der deutschen Star-Virologen: Hendrik Streeck und Alexander Kekulé waren nur halb so oft dabei, Christian Drosten sogar nur viermal. (Schröder 2020)

Nachrichtenauswahl als journalistische Herausforderung

Die Schriftstellerin und brandenburgische Verfassungsrichterin Juli Zeh resümierte in der *ZEIT*, die Pandemie habe „konkurrierende Fundamentallängste“ ausgelöst, die „aufeinanderprallen“. Eine Angst beziehe sich „auf das Virus: Krankheit, Tod, Zusammenbruch des Gesundheitssystems. Eine weitere auf ökonomischen Existenzverlust und volkswirtschaftlichen Ruin. Eine dritte auf die Art der Virusbekämpfung: Abschaffung der Demokratie, schrittweiser Übergang in eine Vor- und Fürsorgediktatur.“ (Zeh 2020)

Könnte es sein, dass ein von Public Relations getriebener und vom Herdentrieb infizierter Journalismus vor allem in der Schockphase vor dem ersten Lockdown, aber durchaus auch seither, der erstgenannten Angst viel zu viel und den beiden anderen viel zu wenig Aufmerksamkeit gewidmet hat? Einerseits ist die Nachrichtenauswahl mit die wichtigste und vornehmste Aufgabe des professionellen Journalismus. Es gilt im Kern noch immer Niklas Luhmanns Einschätzung, dass wir das, was wir über die Welt wissen, aus den Medien wissen – wobei zu den klassischen Nachrichtenmedien heute die sozialen Netzwerke mit ihren Echokammern hinzugekommen sind.

Unser Weltbild wird also von den Medien geprägt. Die Medien orientieren sich indes, wie gesagt, umgekehrt in ihrer Auswahl immer mehr an der Nachfrage der Nutzer. Genau an dieser Stelle wird die mediale Aufmerksamkeitsökonomie (Franck 1998 und 2020) zum gesellschaftlichen Verhängnis: Mediale Überaufmerksamkeit erzeugt bei den Nutzern sowohl Angst und Panik als auch fokussiertes Interesse, also steigende Nutzernachfrage. Gestiegene Nachfrage, die ja inzwischen unmittelbar in Echtzeit messbar ist, verleitet wiederum die Redaktionen zu weiterer Verengung (und Dramatisierung) der Berichterstattung. Die Katze beißt sich in den Schwanz – und alles, was nicht mit Corona zu tun hat, findet somit zumindest zeitweise medial kaum noch statt.

Historiker, aber auch weitere Medienforscher werden mit Inhaltsanalysen zu klären haben, was die Regierungen und ihre Politikberater mit den „alternativlosen“ und – wie sich längst mutmassen lässt – unverhältnismässigen Lockdowns ausgelöst haben. Mit „schuld“ gewesen könnten eben auch die Medien sein an dem, was sich womöglich noch zur grössten Wirtschaftskrise seit den 30er Jahren und zu einer verheerenden Mittelstands-Vernichtung, insbesondere in der Gastronomie, der Touristik und im Kulturbetrieb auszuwachsen wird. Die „Medienmacher“ verfielen jedenfalls dem menschlichen Herdentrieb – und sie erzeugten mit ihrer überzogenen Berichterstattung mit grosser Wahrscheinlichkeit erst das Angstklima, das politischen Handlungsbedarf entstehen und die Lockdowns gegenüber gezielteren und weicheren Alternativen der Pandemie-Eindämmung unausweichlich werden liess. Was im Übrigen „ungestraft“ natürlich nur ein alter, weisser Mann ohne weitere Karriereambitionen sagen darf – und auch der läuft Gefahr, entweder totgeschwiegen oder in der AfD-Ecke veruscheladisiert zu werden.

Forschungsfragen und erste Antworten zur Coronaberichterstattung

Wir sollten weiteren Forschungsergebnissen nicht vorgreifen. Indes hängen diese auch davon ab, dass rechtzeitig die „richtigen“ Forschungsfragen gestellt werden. Deshalb habe ich bereits im April 2020 einen Fragenkatalog zur Informationsqualität der Corona-Berichterstattung formuliert.

Er wurde nach meinem Kenntnisstand von der Medienforschung bisher teilweise, aber insgesamt unzureichend beantwortet.

Hier ein Auszug – im Anschluss jeweils nach bestem Wissen ergänzt um den Stand der Beantwortung im April 2021.¹

1) Panikmache: *Haben die Medien mit ihrer Corona-Berichterstattung mehr Angst geschürt als nötig? Warum werden wir tagtäglich mit Zahlen von Infizierten und Todesopfern bombardiert, obschon den Wissenschaftlern die entscheidenden Daten zur Einordnung der Gefährlichkeit des Virus (z.B. Dunkelziffer der Infizierten, Verlauf von Ansteckungsketten, Grad der Durchseuchung) weithin fehlen?*

Aus heutiger Sicht ist die schiere, bereits skizzierte Quantität der Berichterstattung in eine neue Qualität umgeschlagen. Gerade weil die Redaktionen in kaum nachvollziehbaren Akten der Selbstgleichrichtung Corona-Berichterstattung im Übermass betreiben und damit tagtäglich ein überdimensioniertes „newshole“ zu füllen haben, wurden und werden wir weiterhin täglich neu mit wenig aussagekräftigen Zahlen und Statistiken von Infizierten, verfügbaren Intensiv-Betten und Verstorbenen bombardiert. Diese Daten werden nicht angemessen eingeordnet, während wir vergleichsweise wenig über Ansteckungsrisiken mehr oder weniger gefährdeter Gruppen, Schwere der Infektionen, Genesene und Übersterblichkeit erfahren haben und erfahren.

Weil der mediale Platz, der für Covid-19 „reserviert“ ist, so riesig ist, erfahren wir unentwegt letztlich unnötige Details, was bei der Impfstoffbeschaffung und bei der Impfkampagne schief läuft, was an unsinnigen Regeln und Schikanen ausgeheckt, aber auch an absurden Regelverstößen zu verzeichnen ist – was in der Summe eigentlich nur Politikverdrossenheit vertiefen kann.

2) Quellenvielfalt und Quellenprüfung: *Fehlen auch in grösseren Redaktionen Wissenschafts- und Medienjournalisten, die angemessen für Quellenvielfalt sorgen sowie einordnen und kontextualisieren können, was ihnen Virologen, Epidemiologen und Presseabteilungen zuliefern und wie die Medien mit diesen Informationen umgehen? Warum waren es immer dieselben Experten, die vor die Kamera geholt wurden?*

Es gibt weiterhin keine Studien zur personellen Ausstattung von Leitmedien-Redaktionen mit Wissenschafts- und Medienjournalisten. Es ist aber

¹ Kein auch nur näherungsweise Anspruch auf Vollständigkeit. Es gibt es mit grosser Wahrscheinlichkeit angesichts der unüberschaubaren Publikationsfülle wissenschaftliche Studien, die ich nicht auf dem Radar habe.

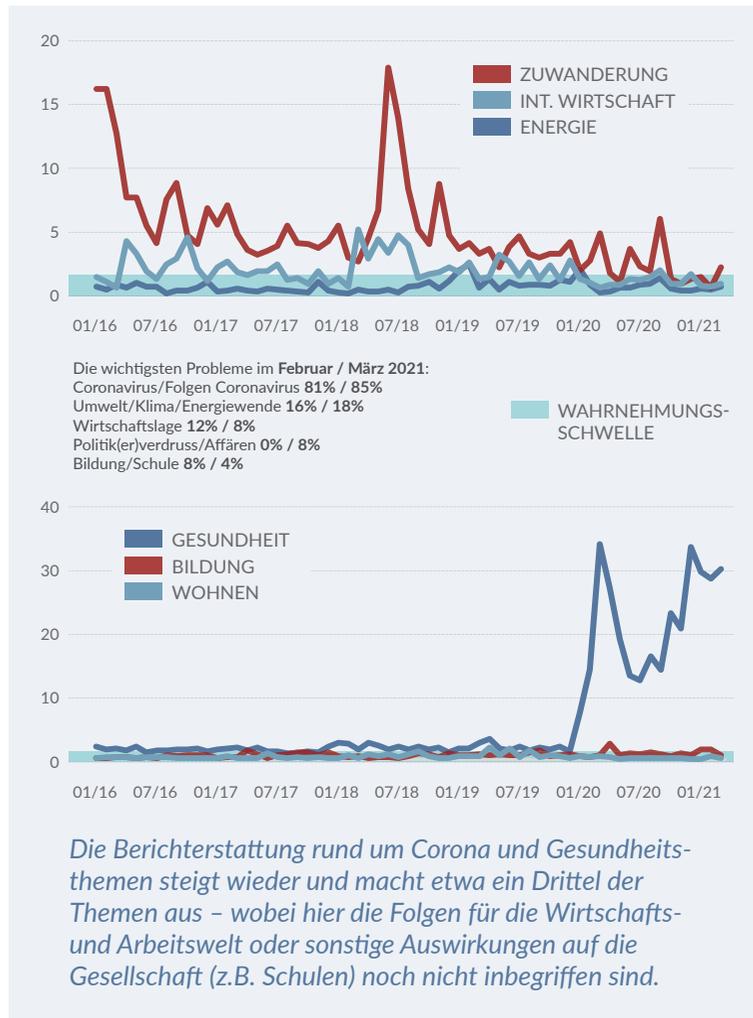
kein Geheimnis, dass über Jahre hinweg Wissenschafts- und Medienredaktionen eher reduziert als ausgebaut wurden. In den meisten Redaktionen finden sich weit mehr Sport- und Politikjournalisten, obschon die Wissenschaften nicht erst unter Pandemiebedingungen eine „Lebensbestimmungsmacht“ (Wilhelm Hennis) geworden sind, und auch die Medien in unserer Gesellschaft so viel Einfluss haben, dass sie dringend kompetenter und kontinuierlicher journalistischer Beobachtung bedürften. Wenn indes in den Redaktionen Wissenschafts- und Medienredakteure fehlen, die Experten im Wissenschaftsbetrieb identifizieren können und zumindest einen Überblick über die Eigendynamiken wissenschaftlicher und medialer Entwicklungen behalten, ist es sehr wahrscheinlich, dass man im Bedarfsfall auf einen kleinen, medienaffinen Kreis von Experten zurückgreift, deren Hauptqualifikation möglicherweise darin besteht, dass sie druck- und sendereife 1.30-Statements liefern. Diese Situation wird nicht besser, wenn inzwischen in einer Redaktion wie dem Stern sogar die Politik- und Wirtschaftsressorts verschmolzen werden.

3) Transparenz der Berichterstattungs-Bedingungen: *War der Journalismus hinreichend auf die Pandemie vorbereitet? Wo und wann wurde die Bevölkerung über Defizite der Berichterstattung in ähnlicher Weise informiert, wie wir über den Zustand der Krankenhäuser und über fehlende Schutzmasken informiert wurden? Warum erfahren wir so wenig über die Bedingungen, unter denen Medien berichten – insbesondere, wenn Public Relations als Quellen genutzt werden oder wenn – wie wochenlang bei der Corona-Entwicklung in Wuhan – Regierungspropaganda autoritärer Regime weiterverbreitet wird?*

Es ist kein Geheimnis mehr, dass sich PR-Experten inzwischen in einer mehrfachen Übermacht gegenüber Journalisten befinden – nur berichten Journalisten so gut wie nie über die Abhängigkeiten, die daraus bei der Nachrichtengebung und Informationsverarbeitung entstehen. Medienforscher haben obendrein herausgefunden, dass ausgerechnet Journalistinnen und Journalisten diesen Einfluss der PR-Seite nicht wahrhaben wollen (Koch et al. 2017), und dass die Recherchekapazität des Journalismus dramatisch ab-, dagegen seine PR-Abhängigkeit ebenso dramatisch zugenommen hat (vgl. Lloyd/Toogood 2014).

Die Kommunikationsabteilungen von Ministerien, Parlamenten, Verbänden, Unternehmen und Non-Profit-Organisationen, welche die Redaktionen mit ihren Verlautbarungen füttern, nehmen mehr Einfluss denn je auf die Berichterstattung. Denn welcher Journalist hat unter den heutigen Arbeitsbedingungen schon Zeit und Musse, zu einer Medienmitteilung die fehlende andere Hälfte der „ganzen Wahrheit“ in mühseliger Kleinarbeit herauszufinden? Welche Redaktion gibt indes zu, dass sie keinen Wissenschaftsjournalisten an Bord hat, der die Statements von Virologen

Abbildung 2:
Corona-Bericht-
erstattung nimmt
zuletzt wieder
zu (Stellenwert
 ausgewählter
 Issues in deut-
 schen Leitmedien
 1/2016–3/2021
 in Prozent)



und Epidemiologen kritisch einordnen und bewerten könnte? Und dass es auch an Medienjournalisten fehlt, die mitverfolgen könnten, wo Medien Honigspuren auf den Leim gehen, die Dritte für sie legen? Oder eben auch Schreckensszenarien weiterverbreiten, damit wir im Zweifel „freiwillig“, um unserer Gesundheit willen auf unsere Grundrechte verzichten?

Weil es an gut ausgebildeten Wissenschaftsjournalisten allerorten mangelt, kommt es oftmals – zu Lasten des Publikums – zu einer aufmerksamkeitsheischenden und auch angsterzeugenden Allianz zwischen Wissenschaftlern, die sich, gelegentlich durchaus auch assistiert von

Kommunikationsverantwortlichen im Forschungsbetrieb, mit zugespitzten Aussagen und unvollständigen oder nicht vom Peer Review gedeckten Erkenntnissen ins öffentliche Rampenlicht drängen. Ein jüngster Fall ist eine Studie zu den Langzeitfolgen von Covid-19 des Zürcher Epidemiologen Milo Puhan, die auf nicht repräsentativen Daten aufbaute und so die Gesundheitsschäden der Pandemie vermutlich dramatisierte (Frei 2021). Ein weiteres Beispiel war die selbst durchaus angsterregende These des Nanophysikers Roland Wiesendanger, das Corona-Virus sei einem chinesischen Labor entsprungen (vgl. Russ-Mohl 2021). Hier hatte eine Panne in der universitären Wissenschaftskommunikation der „Studie“ Wiesendangers zur Herkunft des Covid-19-Virus, die dieser als Fachfremder ohne Peer Review erstellt hatte, zu mehr Aufmerksamkeit verholfen, als ihr gebühren mochte. Aber es war eben eine Panne – und nicht, wie der Ex-Chefredakteur von *Bild der Wissenschaft*, Reiner Korbmann (2021) dramatisierte (und damit Öl in die Flammen goss...), ein „Super-GAU hoch drei“ der Wissenschaftskommunikation.

Obendrein haben viele Journalisten vermutlich noch nicht einmal bemerkt, wie subtil ihre Berichterstattung von China aus „ferngesteuert“ wird: Sie haben nicht nur die Propaganda über das Corona-Management, über die Abriegelung und die Lockdowns ganzer Millionenstädte weiterverbreitet – unter Einschluss von Krankenhäusern, die angeblich in wenigen Wochen hochgezogen wurden. Sie haben damit, entsprechend den chinesischen Vorgaben, wohl auch Erwartungen geweckt, wie in Europa Pandemie-Management aussehen sollte. Zumindest Angela Merkel, aber auch Markus Söder sowie Christian Drosten und Karl Lauterbach sind als Verfechter harter Lockdowns wohl eher bei Xi Jinping als beim schwedischen Ministerpräsidenten Stefan Löfven in die Schule gegangen. Und nur bei wenigen Medien ist überhaupt genauer zu erfahren, wie die chinesische Regierung ausländische Journalisten drangsaliert – und dass zum Beispiel kürzlich ein BBC-Korrespondent fliehen musste (Böge 2021).

Inzwischen gibt es natürlich weitere Studien. Freilich teilen auch sie das Schicksal, dass sie die Aufmerksamkeitsschwelle der Medien kaum je durchdringen, vor allem dann nicht, wenn sie sich kritisch mit der Medienberichterstattung zu Corona auseinandersetzen.

4) Grenzen internationaler Vergleiche: Warum vergleichen Journalisten weiterhin international Corona-Tote und -Infizierte – obschon bekannt ist, dass die Zahlen auf unterschiedliche Weise erhoben werden und damit Vergleiche wenig aussagekräftig sind? Weshalb wurde von vielen Medien besonders über Schweden so oft einseitig berichtet?² Wäre nicht mehr konstruktiver Journalismus gefragt gewesen?

² Vgl. exemplarisch sogar die New York Times (Goodman 2020) sowie als Antwort Karlsten 2020

Weiterhin sind Zweifel an internationalen Statistik-Vergleichen berechtigt und nötig. Leider werden häufig immer noch wenig aussagekräftige Statistiken verglichen – etwa zu Infizierten, ohne dass wir etwas über die Zahl der durchgeführten Tests oder die Schwere der Infektionen erfahren, oder zu Verstorbenen, ohne dass geklärt wäre, ob sie am oder mit dem Corona-Virus verstorben sind.

Unter dem Vergleichbarkeits-Vorbehalt stehen auch die Statistiken des *Coronavirus Resource Center* der Johns Hopkins Universität, aber auch die Erkenntnisse, die *Our World in Data* international vergleichend zur Corona-Berichterstattung sammeln und sehr gut aufbereiten. Interessante Vergleichs-Statistiken sind hier insbesondere die Corona-Toten pro Million Einwohner und die Übersterblichkeit. Beide Datensätze lassen beim internationalen Vergleich keinerlei verlässliche Schlüsse über die Wirksamkeit von Lockdowns zu – aber offensichtlich mangelt es in den Redaktionen an statistischem Know-how und an Recherchekapazität, um selbst solch sehr gut erschlossene Datensammlungen angemessen zu würdigen.

Das verbreitete Schweden-Bashing deutscher Leitmedien ist wohl damit zu erklären, dass es nur wenige Korrespondenten vor Ort gibt. Ich habe bei zwei vertrauenswürdigen professionellen Medienbeobachtern in Schweden nachrecherchiert, auf welch „geballter Korrespondenten-Kompetenz“ die Berichterstattung über das liberalere schwedische Modell der Corona-Politik beruht. Das Ergebnis war ernüchternd: Es gibt in Schweden offenbar zwei bei der ARD festangestellte Auslandskorrespondenten, einen fürs Radio und einen fürs Fernsehen. Ansonsten kümmert sich eine Handvoll Freelancer um das Land – darunter ist nach ihrem und meinem derzeitigen Kenntnisstand kein einziger Wissenschaftsjournalist, der gründlich und kontinuierlich das dortige Corona-Management recherchiert.

Meine beiden Quellen möchten allerdings nicht namentlich genannt werden – weshalb auch ich an dieser Stelle ein Transparenzproblem habe, das ich Berichterstattem ankreiden würde. Immerhin habe sich, so berichtet einer meiner „Kronzeugen“ weiter, der ehemalige ARD-Studioleiter in Stockholm, Christian Stichler, seit Beginn der Corona-Pandemie sehr intensiv mit der schwedischen Corona-Strategie und den Empfehlungen der nationalen Gesundheitsbehörde beschäftigt. Das ist offenbar sogar schwedischen Medien aufgefallen – und habe für so viel Aufmerksamkeit gesorgt, dass diskutiert wurde, ob die einheimischen schwedischen Journalisten kritisch genug seien. Dies wiederum scheint mir freilich eine Frage, die man auch an deutsche Journalistinnen und Journalisten zu Hause durchreichen könnte, wenn sie etwa über Pressekonferenzen des regierungsnahen Robert Koch-Instituts berichten.

Was über Schwedens Corona-Politik kommuniziert wird, ist jedenfalls weitestgehend „second hand“-Information. Sie basiert zum Teil auf schwe-

dischen Medien, die ihrerseits PR-Meldungen abkupfern, auf Hören-Sagen und Copy-Paste, die Nachrichten werden übersetzt ins Englische oder andere Sprachen, bevor sie von dort weiter ins Deutsche übertragen und von unseren „Qualitäts“- und Leitmedien als verlässliche Information ausgeschrieben und weiterverbreitet werden. Allerdings hätten solidere Berichte ja auch eher irritiert – denn sie hätten das herrschende Narrativ infrage gestellt, also sowohl die mediale Panikmache als auch die Lockdowns (Viehmann 2021).

Andererseits ist es hochproblematisch, wie viele Medien die Corona-Bekämpfung als „Horse race“ inszenieren – und damit durch internationale Vergleiche heimische Akteure unter Druck setzen. Wobei Angela Merkel und Ursula von der Leyen zunächst Glück hatten, dass ausgerechnet die von den Medien dauergeschmähten Populisten Trump, Johnson und Netanyahu bei der Beschaffung von Impfstoff so viel erfolgreicher „gedalt“ haben als die Bundesregierung und die Brüsseler Eurokraten. So gab es lange Beisshemmung, doch dieses Glück war angesichts des Ausmaßes des Impfstoffbeschaffungs-Desasters dann doch nicht von Dauer. Die Tatsache, dass im Zoo von San Diego bereits Gorillas geimpft wurden, als in Deutschland im März 2021 noch immer 90 Prozent der Bevölkerung auf ihren Impftermin warteten, hätte fraglos mehr Medienaufmerksamkeit verdient.

5) Wirkungsmacht von Bildern versus Risiko-Statistiken: *Wussten Corona-Berichterstatte um die Übermacht von Bildern (Beispiel: Leichentransporte mit italienischen Armeefahrzeugen in Bergamo) im Vergleich zur begrenzten Macht von Statistiken und Zahlen, welche hätten helfen können, Risiken realistisch einzuordnen, zu bewerten und mediale Übertreibungen (wie z.B. zuvor bereits bei SARS, BSE etc.) zu relativieren?*

Sie wussten und wissen das sehr wohl. Aber diese Macht der Bilder zu relativieren und zu erklären, statt sie auszuspielen, wäre wohl im Blick auf Clicks und Quoten „geschäftsschädigend“ gewesen. Leider ist bei vielen kommerziellen Medien Angst- und Panikmache seit eh und je Teil des Geschäftsmodells. Noch trauriger ist, dass ihnen ARD und ZDF dabei nach-eifern.

6) Kontextualisierung von Rettungsprogrammen: *Weshalb wurde und wird so selten versucht, die Fördersummen, mit denen die Regierungen um sich werfen, durch Vergleiche zu veranschaulichen – wo doch menschliches Vorstellungsvermögen von Milliarden und Billionen Euro begrenzt ist?*

Vermutlich gab und gibt es auch hier so etwas wie eine falsch verstandene Loyalität vieler Medienverantwortlicher gegenüber der Regierung – zu-

mal ja noch nicht einmal die „Fridays for Future“-Bewegung gegen Rettungsmilliarden für Lufthansa, TUI und Karstadt vernehmlich protestiert hat. Viele Journalistinnen und Journalisten tun sich auch, wie die meisten Normalmenschen, mit dem Rechnen schwer, wenn mehr als sechs Nullen vor dem Komma stehen, und wenn obendrein Prozentrechnen mit Zins und Zinseszins gefragt wäre: Haben wir uns womöglich alle einlullen lassen von den aberwitzigen Geldsummen, die ja letztlich Steuergelder sind, mit denen Olaf Scholz und Angela Merkel, aber auch die EU und die Notenbanken um sich werfen? Ich kann mich kaum an Versuche erinnern, diese Summen zu veranschaulichen. Mangelware sind auch Beiträge, die allgemeinverständlich die Folgen von Null- oder Negativzinsen darstellen.

7) Herdentrieb: *Wie lässt sich die Selbstgleichrichtung der Corona-Berichterstattung in den Leitmedien bis zum Shutdown und in dessen Initialphase erklären? Welche Rolle spielen im Kontext der Corona-Berichterstattung, bei der es immerhin um Leben und Tod geht, Erkenntnisse der Verhaltensökonomie und der Sozialpsychologie zum Herdenverhalten von Menschen?*

Leider spielen solche Erkenntnisse weiterhin keine Rolle – auch weil Journalistinnen und Journalisten sie nicht wahrhaben wollen. Stichworte sind selektive Wahrnehmung und Bestätigungsfehler (*Confirmation Bias*), Kontrollillusion (*Illusion of control*), Vernachlässigung von Wahrscheinlichkeiten (*Neglect of probability*), Verfügbarkeitsheuristiken (*Availability Bias*).³ Genau so wichtig wie das Wissen um diese Denk- und Entscheidungsfehler ist die Einsicht, wie Unsicherheit unser Denken beeinflusst und wie sehr wir in solchen Situationen dazu neigen, uns Gruppendruck zu fügen und von anderen in unserer Wahrnehmung und in unseren Entscheidungen beeinflussen zu lassen. Gerade im Journalismus haben es die Macher häufig mit solchen Situationen zu tun, und deshalb ist die Wahrscheinlichkeit von Herdenverhalten und „Groupthink“ (Janis 1972) auch besonders gross.

Einen klugen Einblick in den Alltag einer öffentlich-rechtlichen Nachrichtenredaktion hat kürzlich ein Insider gewährt, der allerdings anonym bleiben wollte, um seinen Job nicht zu gefährden (Arnold 2021). Ganz einfach ist es in einem zunehmend polarisierten Mediensystem leider nicht, die Leitmedien-Herde in eine andere Richtung zu bewegen. Zumal in der anderen Richtung sich jenseits des tiefen Grabens, der inzwischen auch unser Land teilt, neben *Bild* und *Welt* vor allem Publikationen wie *Tichys Einblick*, *Achgut*, *Junge Freiheit* positioniert haben – „Schmuddelkinder“, mit

³ Dazu, auf die Corona-Berichterstattung bezogen: Russ-Mohl 2020, mit Bezug zum Journalismus: Wilczek 2016 und 2020; zuvor ohne Bezug zum Journalismus, zusammenfassend: Dobelli 2011; grundlegend: Ariely 2008 und 2013; Thaler 2015).

denen sich nicht einlassen sollte, wer im etablierten Mediensystem, nicht zuletzt im öffentlich-rechtlichen Rundfunk, weiterhin mit Aufträgen und Einladungen bedacht werden möchte. Es sind allerdings auch die Medien, auf die man andererseits zunehmend ausweichen muss, wenn man sich mit bestimmten medienkritischen Aussagen überhaupt Gehör verschaffen möchte (vgl. z.B. das Interview von Hans-Mathias Kepplinger in der *Jungen Freiheit* – Schwarz 2021)

8) Journalismus als Frühwarnsystem: *Haben wirklich „nur“ die Regierungen und ihre Geheimdienste die Relevanz von Corona lange unterschätzt, oder haben die Medien selbst das Thema zunächst verschlafen? Konnten sich Auslandskorrespondenten in China während des Lockdowns von Wuhan in den deutschen Medien angemessen und rechtzeitig Aufmerksamkeit verschaffen? Weshalb wurde nicht bereits vor und während des Karnevals 2020 mehr von den Medien gewarnt?*

Wahrscheinlich wäre ein Journalismus, der sich selbst als „Frühwarnsystem“ konzipiert, hoffnungslos überfordert. Gleichwohl würde ein Ausbau der Auslands- und Wissenschaftsberichterstattung helfen, an diesem neuralgischen Punkt den Journalismus deutlich zu verbessern – wobei insbesondere die öffentlich-rechtlichen Anstalten über die Ressourcen gebieten würden, die all dies ermöglichten, wenn man nur wollte ...

Weitaus weniger eindrucksvoll, aber als Indikatoren brauchbarer, um die Dynamik der Pandemie zu verstehen, sind Daten zur Übersterblichkeit sowie Statistiken, welche die Verstorbenen in Bezug setzen zur jeweiligen Bevölkerungs-Grundgesamtheit. Wer solche Daten in Abständen von ein paar Wochen genauer studiert, gewinnt allerdings schnell den Eindruck, dass oftmals der Zufall im Spiel ist, wenn Superspreader wüten und neue Infektions-Hotspots entstehen. Die Politik vermag offensichtlich die Ausbreitung des Virus nur sehr bedingt zu kontrollieren, mit ihren Eindämmungsmassnahmen verursacht sie aber riesige Kollateralschäden. Die Journalisten unterscheiden in ihrer Berichterstattung dann aber noch nicht einmal zwischen Schäden, welche das Virus anrichtet, und solchen, die Folgen der Lockdowns sind, sondern schieben – mutmasslich ferngesteuert durch entsprechende Medienmitteilungen aus den PR-Küchen – alles der Pandemie in die Schuhe. Was Jens Spahn, Angela Merkel und Olaf Scholz gut aussehen und vermutlich insgeheim jubeln lässt, weil sie bisher kaum für die Kollateralschäden der Lockdowns haftbar gemacht wurden, sondern „nur“ für das Desaster bei der Impfstoff-Beschaffung und -verteilung.

Betrüblich ist auch der Verfall der Interview- und Recherchekultur, zumal beim finanziell gut ausgestatteten öffentlich-rechtlichen Rundfunk. Wenn eine Talkmasterin wie Anne Will, von der jeder Fernsehzuschauer aus besseren Zeiten weiß, dass sie kritische Nachfragen zu stellen vermag,

in ihrer Sonntagabend-Sendung der Bundeskanzlerin zu einem Solo-Auftritt verhilft, dann dürfen Zuschauer und Beitragszahler eigentlich schon erwarten, dass das staatliche Corona-Missmanagement kritisch beleuchtet wird – und die Moderatorin nicht nur Stichworte liefert, als sei sie Merkmals Regierungssprecherin. Stattdessen durfte die Kanzlerin ihre Sicht auf die Unvermeidbarkeit eines weiter verschärften Lockdowns verbreiten und fand bei den Medien allzu willige Helfershelfer, die – wie etwa der *Berliner Kurier* tags darauf – über die ganze Titelseite neuerlich „Angst vor der Super-Mutante“ verbreiteten.

Corona und die Medienforschung

Corona-monomane Berichterstattung ist eine Spielart von Desinformation – und zwar obendrein eine, die Angst und Schrecken erzeugt. Als Corona alle anderen Themen aus der Medienberichterstattung verdrängte, hätte allein schon diese Thematisierungs-Einseitigkeit Medien- und Journalismusforscher als kritische Stimmen auf den Plan rufen müssen. Für sie gab es indes kaum eine Chance, sich Gehör zu verschaffen. Es gelang in Deutschland allenfalls einer Handvoll Medienforschern an die breitere Öffentlichkeit durchzudringen.

Journalisten und Medienforscher sollten gemeinsam – am besten im Zusammenspiel mit Mediennutzern – nach genaueren Antworten suchen. Solche Antworten wären auch für Politiker und Politikberater in hohem Masse relevant, weil sie es ja sind, die in enger Zusammenarbeit mit den Kommunikationsexperten von Regierungen und Parlamenten die Medien mit Nachrichten füttern und obendrein die Exekutive in medienpolitischen Belangen beraten.

Wer eine Pandemie eindämmen will, kommt an den Erkenntnissen von Virologen und Epidemiologen nicht vorbei. Wer „Infodemien“ vermeiden und den Journalismus stärken möchte, braucht aktuelle Erkenntnisse der Medienforschung. Es gälte, diese ernst zu nehmen – statt Medienforscher-Bashing zu betreiben, wie es in jüngster Zeit ausgerechnet die FAZ mehrfach im Kontext des Diskurses um die Corona-Berichterstattung getan hat (D’Inka 2020; Hanfeld 2020).

Was heisst das für die Politik?

Der Journalismus unterliegt in der Aufmerksamkeitsökonomie der Zyklizität, und diese Zyklen sollten auch Politiker und Politikberater kennen und in ihr Rasonnement mit einbeziehen. Analytisch und idealtypisch unterscheiden lassen sich in aller Regel mehrere Phasen eines Aufmerksamkeitszyklus (Luhmann 1971; Downs 1972, ausführlicher: Russ-Mohl 1981, 16 ff. und 1993) – und damit einhergehend auch unterschiedliche Ausprägungen von Journalismus-Versagen.

- In der *Latenzphase* entwickelt sich ein Problem, das meist zu spät erkannt wird: Im konkreten Fall brach im fernen Wuhan eine Corona-Epidemie aus. Wer von den Medien sich eine Frühwarnfunktion erhoffte, wurde enttäuscht. Die meisten Nachrichtenmedien waren „off-guard“ und schätzten den Pandemie-Ausbruch falsch ein: Entweder würde das Virus auf China begrenzt bleiben, oder es wäre weniger gefährlich als eine Grippe (Quandt/Boberg 2021 m.w.N.). Wer bereits in dieser Phase Covid-19 ernst nahm, wurde dagegen ausgelacht (vgl. als Beleg ein Video des Bayerischen Rundfunks, Süß 2020).
- In der *Aufschwungphase* wird die mediale Aufmerksamkeitsschwelle (Eccles et al. 2007) durchbrochen; immer mehr Medien fokussieren auf das Thema. Weil steigende Nachfrage zu bedienen ist und sich die Redaktionen intensiv gegenseitig beobachten, schaukelt sich Corona schnell hoch und erlangt im öffentlichen Diskurs Dominanz. Dabei mündet die mediale Konkurrenz um Aufmerksamkeit oft auch in einen Dramatisierungs-Überbietungswettbewerb – wobei bisherige Untersuchungen zu Corona, die das nicht bestätigen (Quandt et al. 2020; Quandt/Boberg 2020) vielleicht ja auch deshalb zu kurz greifen, weil sie der schier Quantität und damit dem Übermass der Corona-Berichterstattung kaum Aufmerksamkeit zollten. Jedenfalls setzt sich in dieser Phase eine „herrschende Sichtweise“ durch, die im Fall von Covid-19 stark von den Regierungen und ihren wissenschaftlichen Beratern bestimmt wurde. Irritierende Nachrichten und Fakten wurden vom Mainstream lange ausgeblendet. Im Fall von Corona absorbierte das Thema mit nie dagewesener Wucht die mediale Aufmerksamkeit und blieb über viele Monate in der Medienarena – inzwischen über ein Jahr hinweg und mithin ungewöhnlich lange.
- Schliesslich wurden erste Gipfelpunkte erreicht, die Berichterstattung zum Thema selbst wurde breiter, facettenreicher: Spekulationen und Übertreibungen werden in solchen *Umschwungphasen* schrittweise korrigiert. Damit verliert das Drama allmählich an Drive, zumal sich ein Teil des Publikums inzwischen überinformiert („overnewsed“) fühlt und sich abzuwenden beginnt. Im Fall von Corona hielten die Redaktionen jetzt nicht mehr immer denselben Virologen, Epidemiologen und Regierungsvertretern die Mikrophone unter die Nase. Sie gewährten auch anderen – Medizinem, aber auch Verfassungsrechtlern, Finanzexperten, Mittelständlern, Politologen, Medienforschern und Psychologen – die Möglichkeit, zu einem differenzierteren Bild dessen beizutragen, was die Pandemie und die Lockdowns an Folgen verursachen. Im Fall von Corona folgten dieser Umschwungphase nach dem Sommer 2020 allerdings neue Corona-Wellen und damit auch erneuter Alarmismus.
- Zu guter Letzt flacht in der *Abschwungphase* eines typischen Zyklus die Berichterstattungsdichte ab, und das Thema verschwindet allmählich

aus der Medienagenda. Im Fall von Corona wurde diese einsetzende Abschwungphase im Herbst 2020 allerdings – wie gesagt – jäh von der zweiten Infektionswelle unterbrochen, so dass anders als bei „normalen“ Medienhypes bislang statt eines Dromedarbuckels derzeit der Doppelhöcker eines Kamels den Verlauf prägt.

Bei Redaktionsschluss für dieses Buch befinden wir uns im Blick auf die Covid-19-Pandemie und das Impfgeschehen vermutlich mitten in der zweiten Umschwungphase – also vor dem Abschwung, sofern wir mit den Impfungen vorankommen und keine impf-resistenten Mutanten sich ausbreiten. Andererseits ist absehbar, dass weitere Infektionswellen, Virusmutationen und die dramatischen, bisher eher unterbelichteten Folgen der Lockdowns uns noch lange Nachrichten beschern werden, die ihrerseits Aufmerksamkeitszyklen zu generieren vermögen. Der Corona-Aufmerksamkeitszyklus hat somit auch Facetten, die weitere Forscheraufmerksamkeit verdienen, weil sie neu waren und sind, zum Beispiel seine Intensität und seine Dauer. Keiner von uns kann sich nach 1945 an ein Thema erinnern, das mit vergleichbarer Wucht und vergleichbar lange die Medienagenda beherrscht hat.

Reaktionen

Was in diesem Buch ausführlich präsentiert wird, konnte ich verkürzt in der *Süddeutschen Zeitung* (26.10.2020) und – modifiziert – in der *Neuen Zürcher Zeitung* (12.1.2021) skizzieren.

Spannend und lehrreich war in beiden Fällen vor allem das Echo der Leserinnen und Leser. Es lässt sich in drei Beobachtungen zusammenfassen: Erstens habe ich selbst viel dazulernen dürfen. Zweitens gab es eine Welle erstaunlicher, ja überwältigender Zustimmung: So viel Echo auf journalistische Beiträge habe ich in den letzten 50 Jahren meiner umfänglichen publizistischen Arbeit nie erhalten. Es waren obendrein erkennbar „vernünftige“ Leute, die sich zu Wort meldeten – also kaum Aluhutträger und „Covidioten“.

Die Rückmeldungen bestätigten zudem einen Trend, der auch im privaten Umfeld beobachtbar ist, und den europaweit seit Jahren Forscher des Reuters Institute in Oxford registrieren: Bei vielen Menschen wächst der Frust über einseitige Nachrichtengebung und mündet in Nachrichtenabstinenz („News avoidance“) (Reuters Institute, 2020). Der Langfrist-Trend ist auch für unser Nachbarland Schweiz bestätigt, eigentlich eine Hochburg des Bildungsbürgertums (fög 2020).

Bei der *Süddeutschen Zeitung* gab es Tage später eine zweite Rückkopplungs-Welle, nachdem mein Beitrag kostenfrei online zugänglich wurde. Das löste ein Twitter-Wetterleuchten aus, neuerlich mit überwiegend zustimmendem Grundtenor. Es berichteten auch Branchendienste, darunter

der Kress-Report, und es meldeten sich jetzt indes auch jene Profis zu Wort, mit denen ich fest gerechnet hatte: Medienleute, die nicht genau hingucken, was man zu sagen hat, einem dafür aber hochprofessionell das Wort im Mund verdrehen und – schon weniger professionell – auch vor handfesten Beleidigungen nicht zurückschrecken.

Ein *Spiegel*-Redakteur warf mir vor, ich differenziere nicht, ob es bei der großen Zahl an Berichten um das Infektionsgeschehen und andere direkt mit dem Virus verbundene Neuigkeiten gehe, oder z.B. all die sozialen Konsequenzen. Das war scharf daneben, denn die gesellschaftlich-sozialen Folgen wurden in der Schockstarre-Phase, auf die sich die bisherigen Inhaltsanalysen bezogen, noch kaum analysiert. Und, fuhr der *Spiegel*-Mann fort: Natürlich werde massiv über diese globale Krise berichtet. „That’s the job“ (zit. n. Bartl 2020). Soll heißen: Wir machen alles richtig, auch wenn sich unsere Nachrichtenauswahl zeitweise bis hin zum Tunnelblick verengte. Und wenn wir, Stichwort: Aufmerksamkeitsökonomie, vor allem die schlechten Corona-News (über die USA, Spanien, Italien usw.) weiterverbreiteten, dagegen sehr wenig über jene Länder berichteten, bei denen sich möglicherweise im Umgang mit dem Virus konstruktiv hätte etwas lernen lassen (z.B. Schweden, Taiwan, Südkorea).

Ein Mitarbeiter des WDR und DLF meinte, ich liefere „keinen richtigen Beleg“ dafür, dass die Medien Angst gemacht hätten: „Wenn es nur die Menge an Berichterstattung sein soll, wie er behauptet, ist das etwas dünn“ (zit. n. Bartl 2020). Dass eben schiere Quantität in Qualität umschlagen kann, kommt dem Rundfunkjournalisten nicht in den Sinn. Ein weiterer, sonst geschätzter Kollege rückte mich in AfD-Nähe und meinte – ohne das weiter zu begründen – ich trage „eher zur Verwirrung als zur Aufklärung bei“. Von einem vormaligen Zeit-, Stern- und ARD-Redakteur wurde ich schlichtweg als „dumm“ beschimpft, mit dem Lügenbaron Donald Trump verglichen sowie zum „Hofnarren“ erkoren (am Hofe Merkels?).

Wer zu erklären versucht, dass Medien mächtig sind und Journalisten und Journalistinnen sehr selten zu der Verantwortung stehen, die sie für die Demokratie und das gesellschaftliche Leben nun einmal haben, muss mit Abwehrreflexen rechnen. Auch dieses gespaltene Echo zeigt indes: Nicht nur die Regierenden in Berlin und in den Staatskanzleien der Länder, auch viele Journalisten, die in Leitmedien arbeiten, verlieren den persönlichen Kontakt zu Normalbürgern und damit auch Einfühlungsvermögen und Empathie im Blick auf deren Alltagsprobleme.

Seelen-Balsam war eine E-Mail der Schriftstellerin und brandenburgischen Verfassungsrichterin Juli Zeh, der ich über die Kommentare aus der Journalistenzunft berichtet hatte: „Ich finde es wirklich unglaublich, wie man auf intelligente, kompetente und notwendige Gedanken wie die Ihren mit Empfindlichkeit reagieren kann. Kritik und Selbstkritik, die nicht polemisch vorgebracht werden, sollten doch für jedermann ein Geschenk

sein. Abgesehen davon ist die Tatsache, dass Redaktionen sich von Clickzahlen antreiben lassen, weithin bekannt. Was daraus folgt für Zuschnitt und Qualität unserer Medienlandschaft, ist ein bedenkens- und besprechenswertes Thema.“

Vorschläge zur Verbesserung der Corona-Berichterstattung

Wie lässt sich die Corona-Berichterstattung verbessern? Es ist stets heikel, als Medienforscher und -beobachter das Rad neu erfinden zu wollen, aber ein paar Vorschläge liessen sich ohne allzu viel Aufhebens im redaktionellen Alltag umsetzen. Sie sind auch deshalb nötig, weil sonst ja wohlfeil argumentiert werden könnte, der Elfenbeinturm-Wissenschaftler bleibe konkrete Empfehlungen schuldig.

Tipps für den redaktionellen Alltag

Beginnen wir damit, was jede Redaktion leisten könnte:

- Ziemlich absurd, aber im Blick auf Panikmache äußerst effektiv, ist das tagtägliche Starren auf Infizierten-Statistiken. Wenn mehr getestet wird, steigen natürlich die Fallzahlen – aber was letztlich zählen sollte, sind nicht die erfassten Infektionen, sondern die Zahl der schweren Fälle. Würden nur diese von den Medien aufgegriffen, wäre die medial generierte Dramatik längst in sich zusammengeklappt. Es würde dann auch nicht mehr unentwegt politischer Handlungsbedarf signalisiert, den alle drei Seiten in der Politik, die Scharfmacher, die moderaten Öffnungsbefürworter ebenso wie die unbelehrbaren Coronaleugner unentwegt aufmerksamkeitsökonomisch zur Profilierung nutzen, was wiederum die Berichterstattungsmaschinerie ölt. Besser heute als morgen sollten Journalistinnen und Journalisten sich also bei jeder Corona-News fragen, ob sie fürs eigene Publikum relevant ist. Wenn nein – wie zum Beispiel die Zahl der Neuinfektionen, die einfach wenig aussagekräftig ist, solange nichts über die Schwere der Infektionen bekannt ist –, schrumpft schon auf diese Weise die Corona-Berichterstattung drastisch. Wenn ja, sollte die Meldung kontextualisiert, also angemessen eingeordnet werden.
- Wann immer über Schäden der Pandemie berichtet wird, ist zu differenzieren, ob diese direkt dem Virus zur Last gelegt werden können – oder ob sie durch Lockdowns und andere Regulierungsmassnahmen der Pandemie entstanden sind. Das wird nicht immer gelingen, aber „das Virus“ ist zweifelsfrei nicht an allen unsinnigen Vorschriften schuld, die sich Regierende und Bürokraten von der Bundeskanzlerin abwärts bis zum lokalen Ordnungsamt als lebensfremde Schikanen einfallen lassen, um mündige Bürgerinnen und Bürger zu bevormunden und zu infantilisieren.

- Journalisten müssen lernen, mit Echtzeitmessung von Resonanz und Nachfrage angemessen umzugehen: Auch grosses Publikumsinteresse an einem Thema rechtfertigt nicht, alle anderen wichtigen Themen stiefmütterlich zu vernachlässigen – seien das andauernde Massenproteste in Belarus oder in Russland, sei es die Klimakrise oder die Verfolgung der Uiguren in China, seien es die Folgen des Berliner Mietendeckels oder die Schicksale von Obdachlosen, von Behinderten oder anderen Minderheiten, die auch ohne Pandemie krass benachteiligt sind.
- Medien sollten bewusster mit PR und Propaganda umgehen, stets die Herkunft von Nachrichten bekanntgeben und, wo nötig, Quellenkritik betreiben. Dazu würde auch gehören, eigene Kompetenzgrenzen in der Auslandsberichterstattung freimütig einzugestehen – bei einem von Zensur kontrollierten, autoritär regierten Riesenland wie China ebenso wie bei einem kleinen, demokratischen Nachbarstaat wie Schweden, wo schlichtweg die eigenen Ressourcen für eine angemessene Würdigung nicht ausreichen.
- Journalistinnen und Journalisten sollten Nachrichten, wenn sie faktisch zutreffen und hohen Nachrichtenwert haben, nicht herunterspielen, nur weil sie nicht in ihr Weltbild passen und nicht den eigenen „Confirmation bias“ bestätigen: Was in der Silvesternacht 2015 passiert ist, hat sich soeben wiederholt: Dass knappe Intensivbetten – immerhin Auslöser von Lockdowns, welche uns unserer Grundrechte berauben, Millionen von Existenzen gefährden und Milliarden und Abermilliarden an Steuergeldern verschlingen – weit überproportional von Mitbürgerinnen und Mitbürgern mit Migrationshintergrund belegt sind, ist solch eine Top News, die – in diesem Fall wohl gerade wegen ihrer Sprengkraft, weil eben manchmal „nicht sein kann, was nicht sein darf“ – nicht genügend Aufmerksamkeit erhielt (Schuppelius 2021). Diese Nachricht spricht nun einmal leider Bände nicht nur über die Corona-Kommunikationspolitik, die offenbar bestimmte Bevölkerungsgruppen zu wenig erreicht, sondern auch insgesamt über unzureichende Integrationsanstrengungen. Es sind mitten in Deutschland Parallelwelten entstanden, in denen vermutlich Putins und Erdogans Propagandasender, aber auch Islamisten und arabische Antisemiten mehr Resonanz erzielen, als deutsche Regierungen und deutschsprachige Medien. Das ist brisanter Berichterstattungsstoff, den Leitmedien, zumal öffentlich-rechtliche Anbieter, nicht *Tichys Einblick* und *Achtgut* überlassen dürfen, wenn sie Glaubwürdigkeit beanspruchen möchten.
- Leitmedien sollten Corona-Verschwörungstheoretikern sowie Rechts- und Linkspopulisten weniger Platz gewähren, aber auch nicht alle „Querdenker“ und Gegner von bevormundenden Regulierungen in dieselbe Schublade stecken. Ausserdem sollten sie auf Gegenseitigkeit fragwür-

diger, überflüssiger oder fehlerhafter Berichterstattung von Mainstream-Medien mehr Aufmerksamkeit zollen – und vielleicht endlich auch selbst eine Fehlerkultur entwickeln, um eigenes Versagen zu korrigieren.

- Sie sollten weniger Gewissheiten kommunizieren und mehr Zweifel zulassen – auch und gerade, wenn es um wissenschaftliche Erkenntnisse geht. Wenn sich Regierende oder Aktivisten, von der Bundeskanzlerin bis hin zu Greta Thunberg, auf Wissenschaftler und „die Wissenschaft“ berufen, unternehmen sie meist den Versuch, Forscher zu instrumentalisieren. Dieses Spiel sollten Journalisten durchschauen, nicht mitbetreiben und auch dann skeptisch bleiben, wenn sie es mit begnadeten, sendungsbewussten Wissenschaftlern und Wissenschaftskommunikatoren wie Christian Drosten zu tun haben.
- Die hohe journalistische Kunst bestünde sodann darin, Wissenschaftler-Aussagen angemessen einzuordnen. Der Mainzer Medienforscher Hans Mathias Kepplinger schlägt – in einer E-Mail an den Verfasser – vor, Wissenschaftsjournalisten sollten darauf achten, wie Aussagen von Forschern, im konkreten Fall von Epidemiologen und Virologen zur Corona-Pandemie, zu klassifizieren sind:
 - Substantielle Aussage auf der Basis eigener Forschung
 - Substantielle Aussage auf der Basis angelesener Forschung
 - Substantielle Aussage ohne erkennbare Basis
 - Trivialitäten, die jeder Zeitungleser kennt und sagen kann, etwa der Art „die dritte Welle kommt“. Wann bitte, wie groß?
 - Moralische Ermahnungen, Wertungen, Ermutigungen usw.

Gegebenenfalls könnten Journalisten nachfragen, wenn das unklar ist. „Mancher Lautsprecher wäre dann schnell als Heißluftgebläse erkannt“, so Kepplinger. An die eigenen Fachkollegen aus der Medienforschung gewandt, schlägt er vor, die publizierten Aussagen nach solch einem Schema inhaltsanalytisch zu untersuchen, um festzustellen, inwieweit Forscher – insbesondere dann, wenn sie prominent geworden sind – ihre Kompetenzgrenzen einhalten oder eben mehr oder minder häufig überschreiten.

- Gerade wenn es um Leben und Tod geht, sollte Sicherheit vor Schnelligkeit rangieren. Berichtersteller, die vom Forschungsbetrieb und seinen Usancen keine Ahnung haben, könnten bei der Berichterstattung über heikle Forschungs-Ergebnisse und deren Einordnung vielleicht gestandenen Wissenschaftsjournalisten den Vortritt lassen.
- Einzufordern ist mehr konstruktiver Journalismus, der Erfolge im Corona-Management angemessen würdigt. Das ist weiterhin Mangelware – sonst hätten Tübingen, Böblingen und Rostock, aber auch Länder wie Finnland, Südkorea, Taiwan und die Schweiz, wo immerhin die Schulen

seit Mai 2020 durchgehend offen waren, in den Medien mehr Aufmerksamkeit erzielt (vgl. auch Gerhards/Zürn 2021).

- „Humor ist, wenn man trotzdem lacht“. Wünschenswert wäre – last not least – mehr „sense of humour“, und zwar trotz oder wegen der ernststen Lage.

Als sich im April 2021 nach einem Jahr Lockdown-Verzweiflung 52 teils prominente Schauspieler aus der Deckung wagten und sich in kurzen, frechen Youtube-Videos mit der Rolle der Medien und der Regierungen bei der Corona-Bekämpfung auseinandersetzten, spuckten Kommentatoren linksliberaler oder liberaler, jedenfalls einstmals kulturraffiner Blätter wie der *Spiegel* (o.V. 2021), der *Tagesspiegel* (Leber 2021), der *FAZ* (Hanfeld 2021), aber auch der Branchendienst *Übermedien* Gift und Galle und verschubladierten mehrheitlich die Künstler in der AfD-Ecke. Hanfeld etwa bescheinigte vom hohen *FAZ*-Ross herab den Künstlern „Flachsinn“ und warf ihnen vor, ihre Aktion sei „so unterkomplex wie unzutreffend, dass man es nicht witzig finden kann“ – was freilich viele, die nicht selbst im Glashaus sitzen und tagtäglich mit Steinen werfen, anders gesehen haben dürften.

Als Mediennutzer hatte man unweigerlich den Eindruck, die Leitmedien-Autoren seien inzwischen selbst Opfer eines Corona-Kollers geworden, so bierernst machten sie sich über die nonkonformistischen Kritiker aus der Kulturszene her. Und einige der kritisierten Akteure – wie Heike Makatsch – schlugen gleich die Rolle rückwärts. Wobei dahingestellt bleiben mag, ob sie auf diese Weise zum unfreiwilligen Lebendbeweis von illiberaler Cancel Culture wurden, oder – was von ganz besonders zynischem Raffinement zeugen würde – gleich doppelt die aufmerksamkeitsökonomische Prämie der Aktion kassieren wollten.

Was Chefredaktionen und Medienmanager veranlassen sollten

Wichtig wäre auch, dass Chefredaktionen und Medienmanager, die für die Ressourcenverteilung im Medienbetrieb zuständig sind,

- die eigenen Grenzen konzedieren und im Interesse der eigenen Glaubwürdigkeit vermehrt kommunizieren, wie Redaktionen arbeiten und Medien in der Aufmerksamkeitsökonomie funktionieren;
- den Wissenschafts- und Medienjournalismus pflegen – und in den Redaktionen diese Ressorts aufwerten oder wiedereinführen. Wobei davon auszugehen ist, dass das Interesse an solchen Themenfeldern beim Publikum vorhanden ist, sich notfalls auch wecken liesse – und ein besseres Verständnis des Medienbetriebs und journalistischer Praxis ja vielleicht sogar die Zahlungsbereitschaft für „Qualitätsjournalismus“ steigern könnte;

- dem Faktencheck sowie Berichtigungen mehr Aufmerksamkeit zollen. Es ist ja einerseits absurd, dass genuine journalistische Aufgaben wie eben die Faktenüberprüfung aus den Redaktionen an eigene „Faktenchecker“ (selbst bei der ARD!) ausgelagert werden, und andererseits es viel zu wenig Ombudsleute gibt, die Beschwerden über die Berichterstattung nachspüren: Beim Impfstoff von Astra-Zeneca erwarten die Medien, dass die zuständigen Gremien nach millionenfacher Verimpfung fast ohne Nebeneffekte dennoch den wenigen Fällen massiver Nebenwirkungen nachgehen. Wo sind entsprechende Medienberichte oder Kontrollgremien, wenn es um das Immunisieren gegen Infantilisierung, Verdummung, Fake-News und von Massenmedien weiter verbreiteten Unfug geht? Redaktionen mögen sich in den Schockstarre-Monaten von Februar bis April 2020 von ihrer Kernaufgabe, der „Routinisierung des Unerwarteten“, überrollt und überfordert gefühlt haben – geschenkt. Aber seither sollten fehlende Kontrollschlaufen in Redaktionskonferenzen und ungeklärte Verantwortung für Berichterstattungsmängel eigentlich genauso wenig akzeptabel sein wie Regulierungsschikanen oder Fehler bei der Impfstoffbeschaffung und -verteilung.
- Nicht zuletzt gälte es, jene Wissenschaft, die sich mit dem eigenen journalistischen Metier befasst, endlich ernst zu nehmen: Wer eine Pandemie eindämmen will, kommt an den Erkenntnissen von Virologen und Epidemiologen nicht vorbei. Wer „Infodemien“ vermeiden und den Journalismus verbessern möchte, sollte sich regelmässig schlau machen, was es an neuen kommunikationswissenschaftlichen Erkenntnissen gibt und wie sich diese nutzen lassen – statt Medienforscher-Bashing zu betreiben, wie es in jüngster Zeit ausgerechnet die FAZ mehrfach im Kontext des Diskurses um die Corona-Berichterstattung getan hat (D’Inka 2020; Hanfeld 2020).

Wohl fast alle von uns haben Angst bekommen, angesteckt zu werden. Über Ansteckungsrisiken war gleichwohl zu wenig zu erfahren (vgl. dazu grundlegend: Nida-Rümelin/Weidenfeld 2021). Dagegen wurde das Impfrisiko mit dem Astra-Zeneca-Impfstoff so medial dramatisiert, dass die Impfkampagne ernsthaft gefährdet wurde – unter Vernachlässigung der tatsächlichen Gefährdungsrisiken, die sich, soweit wir das bisher wissen können, nur minimal von den anderen Impfstoffen unterscheiden.

Ansonsten gilt fraglos das Präventionsparadox: Wir werden nie erfahren, wie die Pandemie ohne Lockdowns bei uns verlaufen wäre. Hätten indes einige Medien schon vor Jahren mit ihren kühnen Bedrohungsszenarien recht behalten, gäbe es kein Covid-19-Infektionsrisiko mehr: Die Deutschen wären dann nämlich ebenso wie die Schweizer und Österreicher bereits wegen Rinderwahn oder spätestens an SARS ausgestorben. Die wenigen Überlebenden, darunter vor allem „Covidioten“, die bei De-

mos keine Abstandsregeln wahrten, wären inzwischen ebenfalls Corona-Opfer. Und alle Schweden, die monatelang keine Masken zu tragen brauchten, sowieso.

Es fehlt offenkundig an Demut vor der Unberechenbarkeit des Virus, es dominiert Selbstüberschätzung bei Regierenden und Medienleuten, und es mangelt an Bereitschaft, Fehler einzugestehen. Die Medienvertreter mögen es nicht so gemeint haben, sie verbreiten jedoch unablässig dieses merkwürdige Narrativ, das Virus ließe sich durch harte und härtere Lockdowns „kontrollieren“ – und zwar ohne dass dadurch Kollateralschäden entstehen, die weitaus grösser sind als alles Elend, welches das Virus selbst anzurichten vermag.

Kritik an der Corona-Berichterstattung gibt es tröpfchenweise, aber die Leitmedien verhindern, dass man damit an die breitere Öffentlichkeit durchdringt. Selbst hochangesehenen Journalisten-Kollegen wie Jakob Augstein, Claus Kleber oder Gabor Steingart gelingt das nur gerade so weit, dass Journalisten gegenüber Corona-Querdenkern und später einmal gegenüber Historikern argumentieren können, es habe auch kritische Stimmen zur Corona-Berichterstattung gegeben.

Es fehlt aber eben auch das, wofür sich die Autorinnen und Autoren dieses Buchs einsetzen: Ein „Jahresbericht zum Status des Journalismus und des Nachrichtenwesens“ bzw. ein „Jahrbuch Qualität der Medien“, wie es sie seit mehr als zehn Jahren sowohl in den USA als auch in der Schweiz gibt. Wir benötigen auch in Deutschland und Österreich dringend eine vergleichbare kontinuierliche Analyse, um wenigstens die Qualitätsverluste des Journalismus zu dokumentieren. Unabhängiger, hochwertiger, recherchierender Journalismus ist und bleibt für eine Demokratie systemrelevant, selbst wenn er aufmerksamkeitsökonomisch deformiert ist und obendrein finanziell ausblutet. Für die Pressefreiheit und damit auch für die Qualität der Nachrichten drohen die Corona-Lockdowns mit all ihren inzwischen zumindest teilweise absehbaren, nachfolgenden wirtschaftlichen, gesellschaftlichen und kulturellen Kollateralschäden zu einem Tsunami zu werden. Er baut sich erst allmählich auf, wird aber vermutlich in unseren freiheitlichen Gesellschaften länger und verheerender wüten als das Covid-19-Virus.

P.S. Kurz vor Redaktionsschluss bescheinigte die neueste Ausgabe der Mainzer Langzeitstudie Medienvertrauen (Jakobs et al. 2021) dem Journalismus weiterhin wachsendes Medienvertrauen vonseiten der Bevölkerung während der Pandemie – also eine für die Redaktionen sehr erfreuliche Tendenz, die auch prompt von einem prominenten Medienjournalisten als Gegenargument zu den hier vorgelegten kritischen Anmerkungen ins Feld geführt wurde. Gewiss, es stimmt, dass der Köder dem Fisch schmecken muss und nicht dem Angler. Andererseits beeinträchtigt das tägliche

Fischfutter, mit dem die Fische abgefüttert werden, eben inzwischen stark die Ausbildung sensibler Geschmacksnerven: Zahlreiche Studien bestätigen ja immer wieder, wie katastrophal unterentwickelt die Medien- und Nachrichtenkompetenz des Publikums hierzulande ist. Vor diesem Hintergrund besteht wenig Anlass für Journalisten, sich über zunehmendes Medienvertrauen zu freuen – im Gegenteil besteht die Herausforderung darin, das Publikum über den Medienbetrieb aufzuklären, über seine Schwächen genauso wie über seine Stärken.

Literatur

- Ariely, Dan (2008): Predictably Irrational. The Hidden Forces That Shape Our Decisions. New York: Harper Collins
- Ariely, Dan (2013): The Honest Truth About Dishonesty. New York: Harper Perennial
- Arnold, Ralf (2021): Die Mainstream-Blase, in: *Multipolar* v. 21.1. <https://multipolar-magazin.de/artikel/die-mainstream-blase>
- Bartl, Marc (2020): Sind die Medien schuld am Lockdown, in: *kress-report* v. 29.10. Sind die Medien schuld am Lockdown?: kress.de
- Böge, Friederike (2021): Ein Opfer im „Krieg um die Meinungshoheit“, in: *FAZ* v. 31.3.2021 <https://www.faz.net/aktuell/politik/ausland/bbc-journalist-verlaesst-china-nach-massiver-einschuechterung-17272567.html?premium=0x52f92e5957a5e8aef31e8e8c3129ee89&GEPC=s5>
- D`Inka, Werner (2020): Nicht lesen, nicht hören, in: *FAZ* v. 18.4.2020 <https://zeitung.faz.net/faz/medien/2020-04-18/nicht-lesen-nicht-hoeren/449999.html>
- Dobelli, Rolf (2011): Die Kunst des klaren Denkens: 52 Denkfehler, die Sie besser anderen überlassen, München: Piper
- Downs, Anthony (1972): Up and down with ecology – the „issue attention cycle“, in: *Public Interest*, Nr. 28, 38 ff.
- Eccles, Robert G./Newquist, Scott C./Schatz Roland (2007): Reputation and Its Risks, in: *Harvard Business Review*, February, 2–10
- Eisenegger, Mark et al. (2020): Die Qualität der Medienberichterstattung zur Corona-Pandemie, herausgegeben vom Forschungszentrum Öffentlichkeit und Gesellschaft der Universität Zürich https://www.foeg.uzh.ch/dam/jcr:b87084ac-5b5b-4f76-aba7-2e6fe2703e81/200731_Studie%20Leitmedien%20Corona.pdf
- Fög – Forschungszentrum Öffentlichkeit und Gesellschaft der Universität Zürich (Hrsg.) (2020): Qualität der Medien Jahrbuch 2020, Basel: Schwabe <http://www.foeg.uzh.ch/de/jahrbuch-qualit%C3%A4t-der-medien/analysen/gesamtausgabe.html>
- Franck, Georg (1998), Ökonomie der Aufmerksamkeit, München: Hanser
- Franck, Georg (2020): Vanity Fairs. Another View of the Economy of Attention, Cham: Springer Nature Switzerland

- Frei, Martina (2021): Long Covid: Unheilige Allianz zwischen Forschern und Medien, in: *Infosperber* v. 29.3.2021 <https://www.infosperber.ch/gesundheitsmedizin/long-covid-unheilige-allianz-zwischen-forschern-und-medien/>
- Gerhards, Jürgen/Zürn, Michael (2021): Warum wir nicht von asiatischen Ländern lernen: Corona offenbart die westliche Arroganz, in: *Tagesspiegel* v. 9.2.2021 <https://www.tagesspiegel.de/politik/warum-wir-nicht-von-asiatischen-laendern-lernen-corona-offenbart-die-westliche-arroganz/26893480.html>
- Goodman, Peter S. (2020): Sweden Has Become the World's Cautionary Tale, in: *New York Times* v. 7. Juli <https://www.nytimes.com/2020/07/07/business/sweden-economy-coronavirus.html>
- Gräf, Dennis/Martin Hennig (2020): Die Verengung der Welt. Zur medialen Konstruktion Deutschlands unter Covid-19 anhand der Formate „ARD Extra: Die Coronalage“ und „ZDF Spezial“. In: *Magazin des Graduiertenkollegs „Privatheit und Digitalisierung“*, Sonderausgabe „Privatheit in viralen Zeiten“. Universität Passau
- Hanfeld, Michael (2020): Im Zeichen von Corona, in: *FAZ* v. 29.12. <https://www.faz.net/aktuell/feuilleton/medien/journalismus-in-corona-zeiten-ist-die-kritik-berechtigt-17121657.html>
- Hanfeld, Michael (2021): „Alles nicht so einfach“, in: *FAZ* v. 23.4.2021 Gescheiterte Satire über Corona-Politik: „allesdichtmachen“ ([faz.net](https://www.faz.net))
- Institut für Medienforschung Köln /2020): Corona-Newsmonitor <https://www.ifem.de/aktuelles/jahr-2020/corona-newsmonitor>
- <https://www.ard-werbung.de/media-perspektiven/fachzeitschrift/2020/detailseite-2020/medienvertrauen-in-krisenzeiten/>
- Janis, Irving, L. (1972): Victims of Groupthink: A Psychological Study of Foreign-Policy Decisions and Fiascoes, Houghton Mifflin, Boston
- Karlsten, Manuel (2020): Multiple errors in the New York Times article about Sweden's corona strategy, July 10 <https://emanuelkarlsten.se/multiple-errors-in-the-new-york-times-article-about-swedens-corona-strategy/>
- Klauth, Jan (2021): „Wir könnten den Lockdown innerhalb von Tagen beenden“, in: *Die Welt* v.13.2. https://www.welt.de/wirtschaft/article226248757/Boeblinger-Modell-Schnelltest-Strategie-koennte-Lockdown-beenden.html?wtrid=socialmedia.socialflow....socialflow_facebook&fbclid=IwAR0YrO9sFfueccBn91Dzvk7NGySukADDn7Mdx456z3DNSp7CjcoGrOv8QX8
- Koch, Thomas et al. (2017): Powered by Public Relations? Mutual perceptions of PR practitioners' bases of power over journalism, in: *Journalism*. <https://doi.org/10.1177/1464884917726421>
- Korbmann, Reiner (2021): Der Super-GAU hoch drei? – Kommunikations-Desaster um den Ursprung des Corona-Virus, in: *Wissenschaft kom-*

- muniziert v. 23.2.2021 <https://wissenschaftskommuniziert.wordpress.com/2021/02/23/der-super-gau-hoch-drei-kommunikations-desaster-um-den-ursprung-des-corona-virus/>
- Leber, Sebastian (2021): „Alles dicht machen“ ist so schäbig, dass es weh tut, in: *Tagesspiegel* v. 23.4.2021 <https://www.tagesspiegel.de/gesellschaft/panorama/schauspieler-und-ihre-corona-kritik-alles-dicht-machen-ist-so-schaebig-dass-es-weh-tut/27124112.html>
- Lloyd, John & Toogood, Laura (2014): *Journalism and PR. News Media in the Digital Age*, London: I.B. Tauris & Co
- Luhmann, Niklas (1971): *Öffentliche Meinung*, in: ders., *Politische Planung*, Opladen: Westdeutscher Verlag, 66 ff.
- Nida-Rümelin, Julian/Weidenfeld, Nathalie: *Die Realität des Risikos. Über den vernünftigen Umgang mit Gefahren*, München: Piper 2021
- Our World in Data – Coronavirus <https://ourworldindata.org/coronavirus>
- Quandt, Thorsten et al. (2020): *Pandemic News: Facebook Pages of Mainstream News Media and the Coronavirus Crisis – A Computational Content Analysis*. ArXiv: 2005.13290 [Cs.SI], <https://arxiv.org/abs/2005.13290>
- Quandt, Thorsten/Boberg, Svenja/Schatto-Eckrodt, Tim/Frischlich, Lena (2021, in Vorbereitung): *Stooges of the system or holistic observers? A computational analysis of journalistic media's Facebook posts covering political action during the Corona crisis in Germany* In: Peter van Aelst & Jay Blumler (Hrsg.): *Political Communication in the time of the coronavirus*, Abington: Routledge
- Reuters Institute for the Study of Journalism (2020): *Newsletter vom 20.5.2020* <https://mailchi.mp/politics.ox.ac.uk/new-research-as-the-pandemic-lingers-news-avoidance-grows?e=04142898b5>.
- Russ-Mohl, Stephan (1981): *Reformkonjunkturen und politisches Krisenmanagement*, Opladen: Westdeutscher Verlag
- Russ-Mohl, Stephan (1993): *Konjunkturen und Zyklichkeit in der Politik: Themenkarrieren, Medienaufmerksamkeits-Zyklen und „lange Wellen“*, in: *Politische Vierteljahresschrift*, Sonderheft Nr. 24: Policy-Analyse, 356–370
- Russ-Mohl, Stephan (2020): „Zur Einführung: Streitlust und Diskurskultur vor und nach Corona“, in: *Streitlust und Streitkunst*. Diskurs als Essenz der Demokratie, Köln: Herbert von Halem Verlag, 2020, 13–47
- Russ-Mohl, Stephan (2021): *Ferngesteuerter Journalismus*, in: *Die Furche* v. 11.3. Ferngesteuerter Journalismus | Die FURCHE
- Schröder, Jens (2020): *Peter Altmaier und Karl Lauterbach sind die Talkshow-Könige 2020*, in: *Meedia* v. 16.12. <https://meedia.de/2020/12/16/peter-altmaier-und-karl-lauterbach-sind-die-talkshow-koenige-2020/>
- Schuppelius, Günter (2021): *Wann erfahren wir die ganze Wahrheit über die Intensivstationen?* [https://www.bz-berlin.de/berlin/kolumne/wann-](https://www.bz-berlin.de/berlin/kolumne/wann-erfahren-wir-die-ganze-wahrheit-ueber-die-intensivstationen)

- [erfahren-wir-die-ganze-wahrheit-ueber-die-intensivstationen](https://www.bz-berlin.de/berlin/kolumne/wann-erfahren-wir-die-ganze-wahrheit-ueber-die-intensivstationen)
- Schwarz, Moritz (2021): „Mit Journalismus hat das nichts zu tun“. Interview mit Hans-Mathias Kepplinger, in: *Junge Freiheit* v. 12.2.2021
- Süss, Christoph (2020): „Quer“ vom Bayerischen Rundfunk vom 30.1.2020 https://www.youtube.com/watch?v=DOSolBqSbtM&feature=emb_title
- Thaler, Richard (2015): *Misbehaving*, New York: W.W. Norton
- Universität Münster (2020), „Journalismus versagt in der Corona-Krise nicht“, *Newsportal*, Meldung vom 2.6. <https://www.uni-muenster.de/news/view.php?cmdid=11031>
- Universität Zürich (2020): „Relativ hohe Qualität der Berichterstattung zur Corona-Pandemie“, *Medienmitteilung* v. 29.7.2020
- Viehmann, Sebastian (2021): *Zahlreiche Seiten geschwärzt: Wie es zur Lockdown-Strategie der Bundesregierung kam*, in: *Focus* v. 11.2.2021 *Lockdown: Mails zeigen jetzt, wie es zur Strategie der Regierung kam – FOCUS Online*
- Youtube (2021): *Die Videos der Aktion „Alles dicht machen“*, Postings v. 21.4.2021 *allesdichtmachen – YouTube*
- Zeh, Juli (2020): *Ringeln um das beste Argument – nicht um die grösste Angst*, in: *Die Zeit* v. 5.11.2020, 13 *Corona-Lockdown: Alternativlos gibt's nicht | ZEIT ONLINE*

Quellenhinweis

Der Beitrag ist ein aktualisiertes und inhaltlich erweitertes Kondensat aus vorangehenden Publikationen des Autors:

- Dossier „Corona in der Medienberichterstattung und in der Medienforschung“ (Manuskript), 14.4.2020, <https://de.ejo-online.eu/qualitaet-ethik/corona-krise-und-medienforschung>
- In der Corona-Schockstarre, in: *Tagesspiegel* v. 14.4.2020 <https://www.tagesspiegel.de/gesellschaft/medien/media-lab-in-der-corona-schockstarre/25753800.html>
- Zur Einführung: *Streitlust und Diskurskultur vor und nach Corona*, in: ders. (Hrsg.): *Streitlust und Streitkunst*. Diskurs als Essenz der Demokratie, Köln: Herbert von Halem Verlag, 2020, 13–47
- Herdentrieb. Ein Overkill an Corona-Berichterstattung verzerrt die Massstäbe dafür, was alles relevant ist. So verbreitet sich eine gefährliche Angst, in: *Süddeutsche Zeitung* v. 17./18.10.2020, 4 *Das Corona-Panikorchester – Medien – SZ.de* ([sueddeutsche.de](https://www.sueddeutsche.de))
- Das Corona-Panikorchester in der Endlosschleife, in: *Neue Zürcher Zeitung* v. 11.1.2021 *Corona-Berichterstattung: Panikorchester in der Endlosschleife* ([nzz.ch](https://www.nzz.ch))

„DIE NACHFRAGE NACH GUTEM JOURNALISMUS IST KEINE FRAGE DES ALTERS.“

Johannes Boie, Chefredakteur der *Welt am Sonntag*, im Interview

Wie hat sich das Interesse an der WamS sowie den Zusatzangeboten Ihres Hauses in und nach Covid-19 entwickelt und was haben Sie für 2021 geplant, um dieses noch zu verstärken?

Das Interesse an WELT AM SONNTAG ist stark gestiegen, die Auflage liegt zum Teil sehr deutlich über gleich mehreren Vorjahren. Überdurchschnittliche Zahlen und starkes Wachstum weisen auch andere Produkte der WELT-Gruppe, wie unser digitales WELTplus-Bezahlangebot mit jetzt rund 130.000 Abonnenten, in der Corona Zeit auf. Wir bemerken auch einen gesteigerten direkten Austausch mit Leserinnen und Lesern.

Rückblickend betrachtet: Was würden Sie nun anders machen?

Im Rückblick ist man immer klüger. Aber wir würden gar nicht so viel anders machen. Ich glaube, es ist uns gut gelungen, die Entscheidungen der Politik kritisch zu hinterfragen, und den Leserinnen und Lesern in für sie nicht einfachen Wochen ein Angebot zu machen, das sie einerseits sehr gut informiert, aber auch emotional Stütze und Ablenkung gibt.

Gibt es ein besonderes Angebot an die 15- bis 20-Jährigen?

Die Nachfrage nach gutem Journalismus ist keine Frage des Alters. WELT AM SONNTAG ist eine Zeitung für alle Altersgruppen, sie wird am Sonntag von der gesamten Familie gelesen. Jüngere Leser erreichen wir darüber hinaus insbesondere über die sozialen Medien. Regelmäßig erleben wir es, dass ihr Weg in der Folge am Sonntag auch an den Kiosk führt.

Frank Brettschneider

INFORMATIONEN VON PARTEIEN UND REGIERUNGEN BESONDERS SCHLECHT VERSTÄNDLICH

Grundlage einer rationalen Meinungsbildung sind verlässliche und überprüfbare Fakten. Damit Fakten von der Bevölkerung zur Kenntnis genommen werden können, müssen sie verständlich kommuniziert werden. Aber oft sind Informationen über Fakten nicht allgemein verständlich formuliert. Das zeigt u.a. eine aktuelle Studie zur Corona-Kommunikation der deutschen und der österreichischen Bundesregierung. Aber die Daten sind punktuell, andere Daten zur Verständlichkeit sind veraltet. Sie sollten auf eine breitere Basis gestellt und aktualisiert werden.

1. Rationale Meinungsbildung setzt verständliche Kommunikation voraus

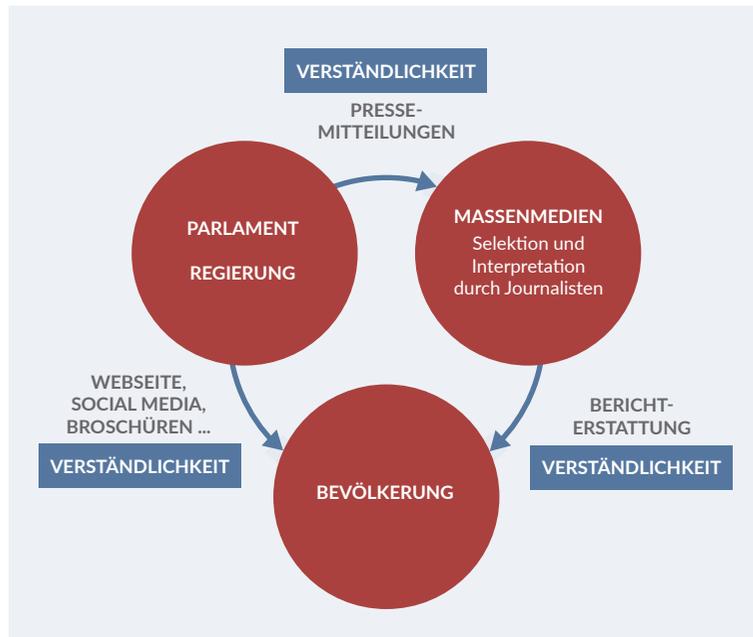
Die Öffentlichkeit erwartet verständliche Informationen und Transparenz. Diese Forderung richtet sich an Parlamente und Regierungen. Sie müssen auf nachvollziehbare Weise darstellen, was sie tun und warum sie es tun. Dafür können sie direkt mit den Bürgerinnen und Bürgern kommunizieren: via Webseite, Social Media, Broschüren, Reden etc. Ferner kommt es auf die indirekten Kommunikationswege an: via Massenmedien.

Damit Journalisten diese Informationen vermitteln können, müssen die Pressemitteilungen den Ansprüchen der Journalisten genügen. Pro Tag erhält eine Redaktion eine Fülle von Agenturmeldungen und von direkt zugesendeten Pressemitteilungen. Ob eine Meldung weiter verfolgt wird, entscheidet sich oft innerhalb weniger Sekunden. Dabei geht es auch um die Frage: Ist die Pressemitteilung verständlich geschrieben? Journalisten könnten zwar auch unverständliche Pressemitteilungen entziffern und übersetzen. Oft fehlt ihnen dafür aber die Zeit.

2. Wie kann man Verständlichkeit messen?

Aber wie verständlich ist die Kommunikation von Parlament, Regierung und Massenmedien? Die häufige Verwendung von Wortungetümen, Fach-

Abbildung 1:
Kommunikations-
dreieck



begriffen, Anglizismen, Bandwurmsätzen, Schachtelsätzen und Passiv-Formulierungen lassen Zweifel an der Verständlichkeit aufkommen.

Dass diese Zweifel begründet sind, zeigen einige Studien der Universität Hohenheim (zahlreiche Beispiele finden sich unter: https://komm.uni-hohenheim.de/forschung_verstaendlichkeit). Sie alle verwenden den Hohenheimer Verständlichkeitsindex HIX als Spitzenkennzahl für die Analyse der formalen Verständlichkeit der Kommunikation.

Das Vorgehen ist einfach: Die zusammen mit dem H&H CommunicationLab entwickelte Software „TextLab“ berechnet zahlreiche Kennzahlen, mit denen die Gesamtverständlichkeit eines Textes abgeschätzt und mit Zielwerten verglichen werden kann. TextLab misst die formale Verständlichkeit von Texten anhand verschiedener Lesbarkeitsformeln sowie einer Vielzahl einzelner Textfaktoren, die für die Verständlichkeit relevant sind (z.B. Satzlängen, Wortlängen, den Anteil der Schachtelsätze und den Anteil abstrakter Wörter). Aus diesen Werten setzt sich der „Hohenheimer Verständlichkeitsindex“ zusammen (siehe Abbildung 2).

Der Index reicht von 0 bis 20. Dabei steht „0“ für einen formal schwer verständlichen Text. So haben etwa Doktorarbeiten in Politikwissenschaft eine durchschnittliche Verständlichkeit von 4,3 Punkten. Hörfunk-Nachrichten haben eine durchschnittliche Verständlichkeit von 16,4 Punkten (siehe Abbildung 3).

Abbildung 2:
Der Hohenheimer
Verständlichkeits-
index HIX



Die Politik- und Wirtschaftsberichterstattung etwa der Welt (aber auch der Frankfurter Allgemeinen Zeitung oder der Süddeutschen Zeitung) liegt – je nach Thema – bei ungefähr 13 Punkten. Ebenfalls verständlich sind die Reden der meisten CEOs auf den Hauptversammlungen ihrer Unternehmen (Durchschnittswert im Jahr 2019: 15,5).

Es gibt aber auch weniger verständliche Kommunikation. So ist der Koalitionsvertrag von Union und SPD aus dem Jahr 2018 mit einem HIX-Wert von 5,7 formal nicht viel verständlicher als politikwissenschaftliche Doktorarbeiten. Auch die Wahlprogramme der Parteien zur Europawahl 2019 (8,1) sowie zur Bundestagswahl 2017 (9,1) könnten verständlicher sein.

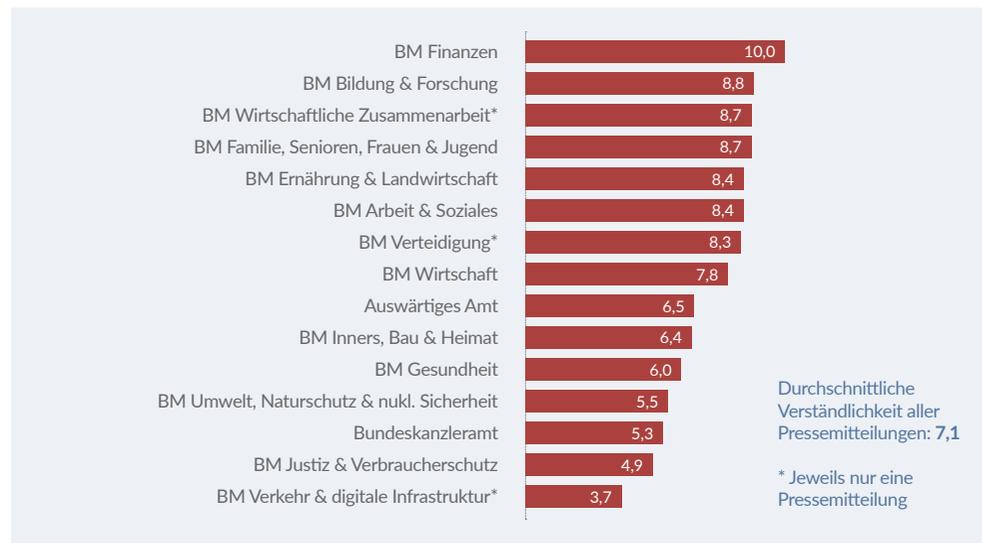
3. Beispiel: Corona-Kommunikation der Bundesregierung

Für den März und den April 2020 haben wir die Verständlichkeit der Corona-Informationen der Bundesregierungen in Deutschland und in Österreich untersucht. Gerade in Krisenzeiten suchen Menschen Informationen und Orientierung. Regierungen sollten beides liefern. Und zwar in einer auch für Laien verständlichen Form. Informationen zur Corona-Pandemie und zu den staatlichen Schutzmaßnahmen sollten besonders verständlich sein. Sie sind es aber nicht. Die Pressemitteilungen der deutschen Bundesministerien sind im Schnitt relativ unverständlich (HIX=7,1). Etwas verständlicher sind die FAQ-Antworten der Ministerien (HIX=8,8). In beiden Fällen wird es den Leserinnen und Lesern schwer gemacht, die Informationen aufzunehmen. Bei den Pressemitteilungen schneidet das Finanzministerium am besten ab (HIX=10,0). Die letzten Plätze belegen das Verkehrsministerium und das Justizministerium (HIX jeweils unter

Abbildung 3: Beispiele aus Hohenheimer Verständlichkeitsstudien 2005–2020
(durchschnittliche HIX-Werte)



Abbildung 4: Verständlichkeit der Pressemitteilungen der deutschen Bundesministerien zu Corona, März/April 2020 (durchschnittliche HIX-Werte)



5,0). Bei den FAQ-Antworten schneidet das Auswärtige Amt am besten ab (HIX=15,6), auf Platz 2 folgt das Gesundheitsministerium (HIX=12,3). Die beiden letzten Plätze belegen das Arbeitsministerium (HIX=5,8) und das Wirtschaftsministerium (HIX=6,0). Die Verständlichkeit sollte deutlich größer sein. Anzustreben wäre ein Wert von 14.

Neben viel zu langen Sätzen stellen zahlreiche Fremd- und Fachwörter vor allem für Leserinnen und Leser ohne Vorwissen eine große Verständlichkeitshürde dar: „Corona Matching Fazilität“, „Retail Hack“, „E-Card-Foto-Registrierungs-Stellen“, „Helpline“, „Recovery effort“, „Distance learning“, „Repatriierungen“, „respiratorische Erreger“, „asymptomatische Infektion“.

Einen ähnlichen Effekt haben Wortzusammensetzungen. Einfache Begriffe werden so zu „Wortungetümen“: „Allgemeinverbindlicherklärungen“, „COVID-19-Krankenhausentlastungsgesetz“, „Bundesfreiwilligendienstleistende“, „Gebärdensprachdolmetscherinnen“, „Wohnungseigentümergeinschafts-Verwalter“, „Betriebstättenbegründungsfristen“.

4. Verständlichkeit führt zu Verstehen

Bei all dem darf man zwei Dinge nicht übersehen: Erstens kann man auch den größten Unsinn formal verständlich ausdrücken. „Die Erde ist eine Scheibe“ ist zwar formal verständlich, aber falsch. Das heißt: Die formale Lesbarkeit muss natürlich mit der inhaltlichen Richtigkeit Hand in Hand gehen. Dies ist in Kooperation mit den Fachabteilungen zu gewährleisten. Zweitens ist „Verständlichkeit“ stets das Ergebnis des Zusammenspiels zwischen der eigenen Kommunikation einerseits und den Merkmalen der Rezipienten (Bürger, Wähler, Kunden) andererseits. Ein und derselbe Text wird etwa von Menschen mit unterschiedlicher Bildung und mit unterschiedlichem Vorwissen unterschiedlich verstanden. Zudem spielen das Alter, das Interesse und die eigene Betroffenheit für das Verstehen eines Textes eine wichtige Rolle. Anglizismen beispielsweise werden oft von Jüngeren besser verstanden als von Personen über 65 Jahren. Und Personen mit einem größeren Vorwissen werden sich mit Texten leichter tun, auch wenn diese Fachbegriffe enthalten. Welche Verständlichkeit man anstrebt, hängt daher ganz wesentlich von den Adressaten der Kommunikation ab.

Nun kann man diese Rezipientenmerkmale nicht ändern. Aber man kann seine eigene Kommunikation an die Erwartungen und Fähigkeiten der Leser anpassen. Wie gut lesbar ein Text ist, hat man selbst in der Hand. Wir prüfen beispielweise, ob die Inhalte formal guter Texte wirklich besser verstanden werden.

Dafür testen wir u.a., ob sich die Leser besser an den Inhalt eines formal verständlichen Textes erinnern. Bringt man einen formal unverständlichen Text in eine verständliche Form, verbessert sich das inhaltliche Erinnern um 30 bis 50 Prozent – je nach Güte des Ausgangstextes. Und Verständlichkeit wird nicht nur von jenen Menschen geschätzt, die über eine un-

terdurchschnittliche Bildung verfügen. Auch formal hoch gebildete und interessierte Personen schätzen es, wenn man sich um Verständlichkeit bemüht – denn es spart ihnen Zeit.

5. Schlussfolgerungen

Verständlichkeit ist für eine rationale Meinungsbildung in der Gesellschaft wichtig. Sie ist kein Luxus, sondern eine Grundvoraussetzung für gelingende Kommunikation. Daran sollten die Absender (Parlament und Regierung) ebenso mitwirken wie die Vermittler (Massenmedien). Bislang zeigen zahlreiche Studien, dass die formale Verständlichkeit vor allem von Parteien und der Regierung zu wünschen übrig lässt. Die formale Verständlichkeit der Medienberichterstattung ist besser, teilweise aber auch noch unfähig. Wünschenswert wäre es, ein umfassendes und kontinuierliches Bild von der formalen Verständlichkeit der für die rationale Meinungsbildung wichtigen Informationen zu erlangen. So ließe sich abschätzen, wo Ansatzpunkte für eine bessere Informiertheit der Bevölkerung zu finden sind.

Sophie Karmasin

DAS NEUE RETRO? Wie Covid-19 das Verhalten verändert

Die Corona-Krise stellt Vieles auf den Kopf; wird von Unsicherheit begleitet. Ein besseres Verständnis für das, was uns (wahrscheinlich nicht nur in Österreich) in Zukunft erwartet, ist wichtig, um das Leben mit Corona zu gestalten. Unsere Studie bringt evidenzbasiertes Licht ins Dunkel. Die Ergebnisse zusammengefasst: Die Veränderungen zeigen einen zukünftigen Lebensstil, den wir „das neue Retro“ getauft haben. Die Menschen sind auf Sparkurs, möchten weniger Geld ausgeben, weniger investieren. Gleichzeitig spielt Achtsamkeit eine größere Rolle als vor der Krise (Fokus auf Gesundheit und Wohlbefinden). Die Selbstbezogenheit umfasst auch die direkte Umgebung (Fokus auf Regionalität).

Das neue Retro und seine Implikationen

Um die österreichische Wirtschaft gezielt zu fördern, sollte dieser neue Lebensstil angesprochen werden. Unternehmen sollten das Bedürfnis nach Achtsamkeit und Regionalität anerkennen und mit passenden Produkten bzw. Dienstleistungen hinterlegen. Ein ansässiger Unterwäscheanbieter wirbt derzeit beispielsweise mit „Österreich-Wochen“. Keine schlechte Idee. Beispielsweise zeigt sich, dass im eCommerce regionale AnbieterInnen internationalen Ketten vorgezogen werden. Einen attraktiven Online-Auftritt zu haben, ist für lokale AnbieterInnen wichtig und lohnenswert. Bereits im Lockdown wurden beispielweise Verzeichnisse von österreichischen HändlerInnen mit Online-Angebot angelegt, ein Bewusstsein für Regionales ist vorhanden. Wie Neujahr erlaubt auch Corona einen Neuanfang. Jetzt ist die Zeit reif für Unternehmen und Policies, welche es den ÖsterreicherInnen leicht machen und ihre guten Intentionen unterstützen. Zum Beispiel könnten Fitnessstudios und Energieanbieter den „Neustart-Effekt“ nutzen, indem sie KundInnen an ihre Vorsätze erinnern und die Post-Lockdown-Zeit als tolle Chance zur Umsetzung charakterisieren.

Evidenzbasierte Antworten

Gemeinsam mit dem Meinungsforschungsinstitut Karmasin Research & Identity wurden dazu über 1000 ÖsterreicherInnen erstens zu ihrem Verhalten während des Lockdowns und zweitens zu ihrem voraussichtlich zukünftigen Verhalten befragt (Erhebungszeitraum: 10. – 13. April 2020). Die Studie liefert Erkenntnisse für all jene, die den österreichischen Alltag mit Corona verstehen und gezielt mitgestalten möchten. Die Verhaltensweisen im Lockdown werden in unserer Matrix mit den erwarteten zukünftigen Verhaltensweisen in Relation gesetzt. Durch die Gegenüberstellung von Lockdown- und Zukunfts-Verhalten lassen sich spannende Rückschlüsse auf mögliche bevorstehende Umbrüche ziehen.

Im Schaubild auf der nächsten Seite werden die durchschnittlichen Antworten der Befragten zum aktuellen und zukünftigen Verhalten in einem Koordinatensystem dargestellt. Auf der x-Achse wird das Lockdown-Verhalten im Vergleich zu vor Corona angezeigt, auf der y-Achse das für die Zukunft geplante im Vergleich zu vor Corona. Das Schaubild lässt sich anschließend in fünf Kategorien unterteilen, die die Bandbreite an Veränderungen beschreiben.

Keine Veränderung

Die runde Fläche um den Nullpunkt beschreibt Verhaltensweisen, welche von der Corona-Krise weitgehend unbeeinflusst sind. In diese Kategorie fällt fast jede dritte der 49 abgefragten Verhaltensweisen. Beim Einkauf günstiger Lebensmittel hat sich beispielsweise kaum etwas durch Corona verändert: Die Situation ist unverändert und dabei bleibt es den Befragten zufolge auch. Dasselbe gilt für die Motivation, Geld zu spenden.

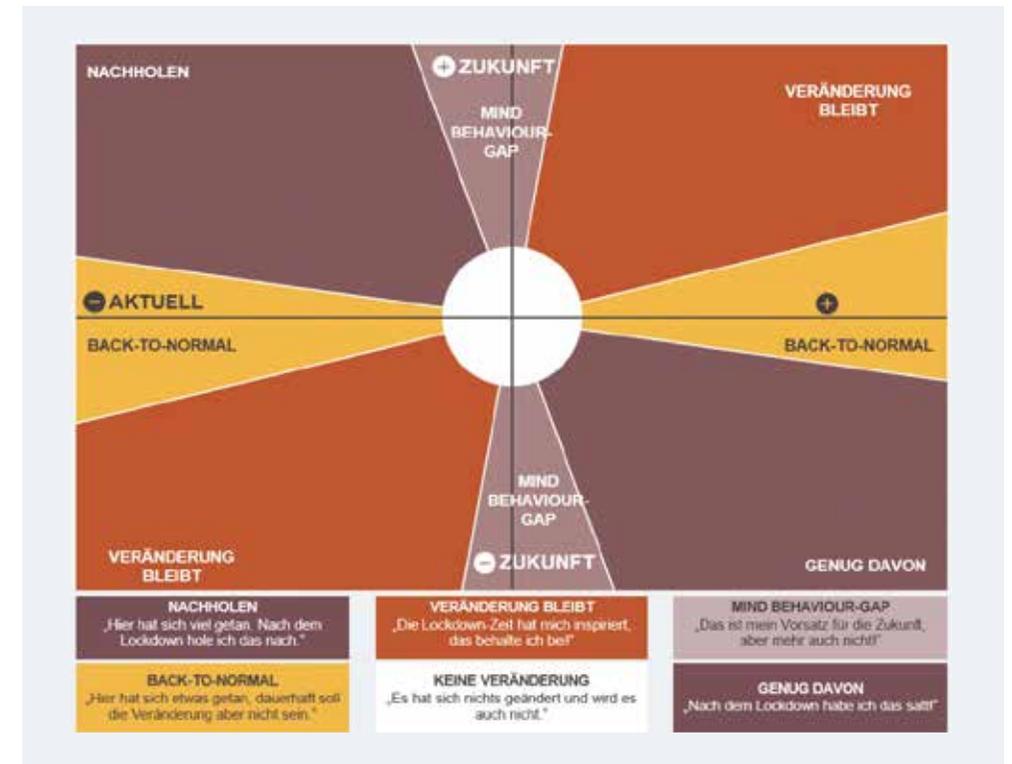
Back-to-normal

In anderen Lebensbereichen sind zwar Veränderungen zu verzeichnen, allerdings sind diese temporär auf den Lockdown beschränkt (rund um die x-Achse). So wurde zu Zeiten des Lockdowns auf größere Anschaffungen verzichtet. Die ÖsterreicherInnen planen jedoch bereits, dies bald wieder in „altem“ Umfang zu tun. Etwas überraschend: Auch wenn Corona die Digitalisierung vorangetrieben hat, wird das Nutzen von Home-Office und digitalen Tools zum Arbeiten (Online-Meetings, Videokonferenzen) im derzeitigen Ausmaß nicht fortbestehen, wenn es nach den Befragten geht. Wohlgermerkt gibt es hier signifikante Altersunterschiede, das heißt je älter die Befragten, desto weniger möchten sie diese digitalen Verhaltensweisen zukünftig beibehalten.

Veränderung bleibt

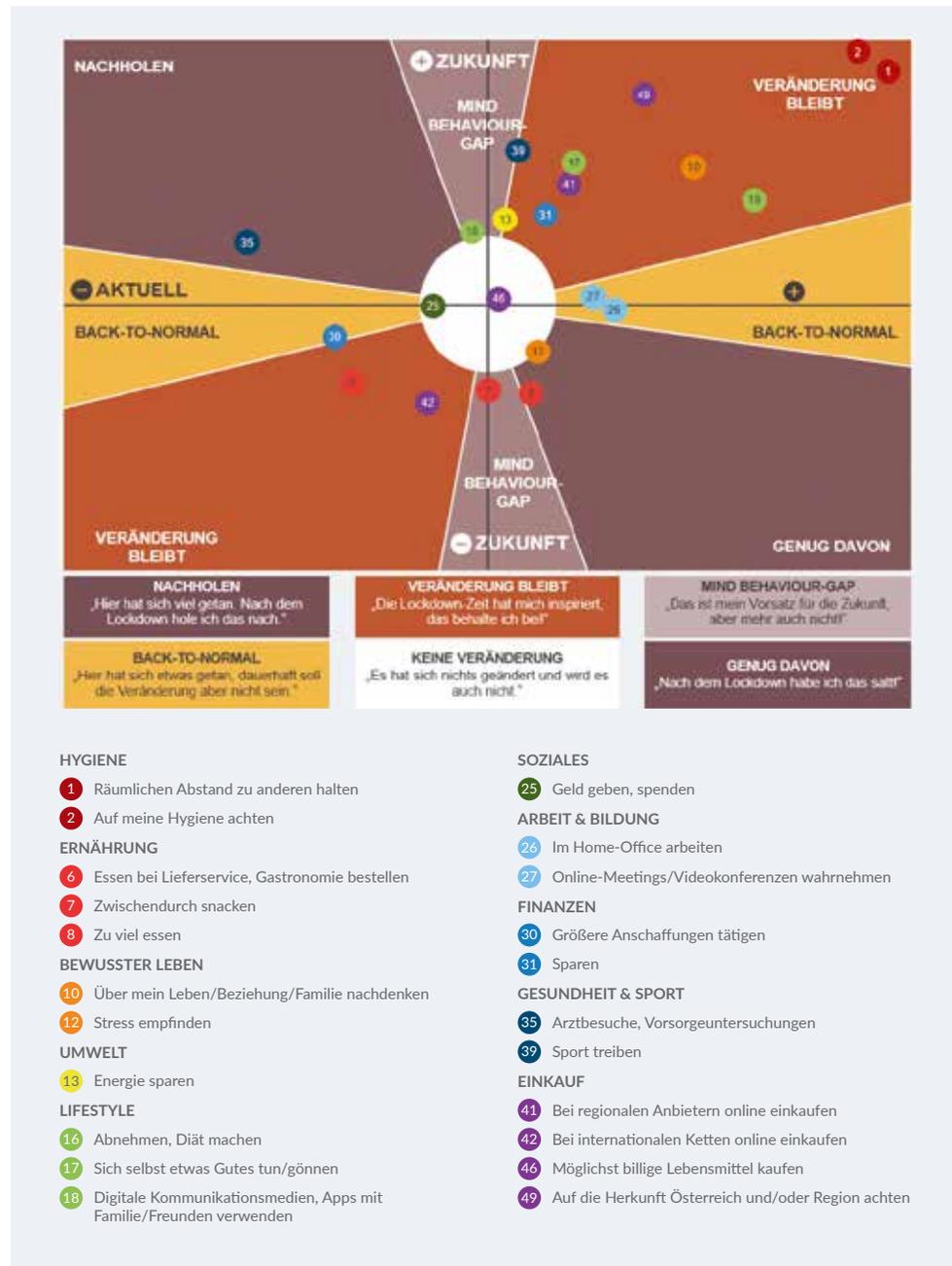
Hierbei handelt es sich um Corona-inspirierte Verhaltensänderungen, an die sich die ÖsterreicherInnen nun gewöhnt haben und die sie auch in

Abbildung 1: Matrix zur Verhaltens-Kategorisierung (Das neue Retro, 2020, bearbeitet durch A. Walter, Insight Austria)



Zukunft beibehalten möchten. Es sticht, nicht wirklich überraschend, das Themenfeld „Hygiene“ hervor (z.B. Abstand halten, auf Hygiene achten, ...). Aber auch eine Besinnung auf „das Wesentliche“ hat sich scheinbar eingestellt. So geben die Befragten an, in Zukunft auch weiterhin mehr zu sparen, über das Leben nachdenken und sich selbst etwas Gutes tun zu wollen. Außerdem schätzen sie regionale Herkunft mehr wert und möchten online mehr regional als bei internationalen Ketten einkaufen. Für den Kontakt mit Familie und Freunden haben sich digitale Kommunikationsmedien etabliert. Selbst den Kochlöffel zu schwingen, scheint Teil der neuen Normalität zu sein. Denn zu den dank Corona reduzierten Verhaltensweisen, bei denen es voraussichtlich bleibt, gehört das Bestellen bei Lieferservices. Insgesamt hat Corona in einigen Themenfeldern einen nachhaltigen Umbruch hervorgerufen; dies betrifft fast die Hälfte (rund 47%) der abgefragten Verhaltensweisen.

Abbildung 2: Matrix mit einigen Verhaltensweisen (Das neue Retro, 2020)



Mind-Behaviour-Gaps

Die vorliegende Studie dokumentiert auch potenzielle „Mind-Behaviour-Gaps“. Dabei handelt es sich um Vorsätze, die man sich zwar vornimmt, aber in der Realität dann nicht umsetzt (vgl. Sheeran und Webb, 2016). Ähnlich wie zu Neujahr nehmen sich die ÖsterreicherInnen beispielsweise vor, nach Corona gesünder zu leben (Sport, Abnehmen, weniger snacken). Aus verhaltensökonomischer Sicht ist diese Kategorie besonders bedeutsam, da die Menschen während des Lockdowns offenbar gegen ihre langfristigen Interessen handeln und dennoch überoptimistische Zukunftspläne schmieden. Doch wenn es bereits heute nicht mit dem Energiesparen klappt, warum sollte es morgen auf einmal leichter fallen? Wunschenken! Übrigens: Im Jahr 2019 hat Insight Austria bereits gemeinsam mit Karmasin Research & Identity die „Mind-Behaviour-Gaps“ der ÖsterreicherInnen umfassend untersucht (<https://insight-austria.ihs.ac.at/wp-content/uploads/TheMindBehaviourGap.pdf>).

„Unliebsame“ Veränderungen: Nachholen/Genug davon

Manchen Corona-induzierten Veränderungen begegnen die ÖsterreicherInnen mit Skepsis. So möchte man Bestimmtes (Arztbesuche/Vorsorgeuntersuchungen) zukünftig in jedem Fall nachholen, während man Anderes buchstäblich satthalt (z.B. zu viel essen, Stress empfinden). In diese Kategorie fallen nur wenige Verhaltensweisen, was heißt, dass es in der Regel keinen plötzlichen Umbruch nach Corona geben wird. Exemplarisch wurden noch zwei während des Lockdowns „verbotene“ Verhaltensweisen abgefragt. Wieder manifestiert sich der Zukunftstrend Regionalität: Die Befragten geben an, zukünftig mehr als vor der Krise in Österreich Urlaub zu planen.

Weitere Implikationen und maßgeschneiderte Handlungsstrategien für Politik und Wirtschaft gibt es in der Langversion der Studie zum Nachlesen. Die Ausweitung der Studie auf die Erfahrungen der Menschen in Deutschland und der Schweiz würde zusätzliche empirische Daten liefern, inwieweit die Verhaltensweisen in der DACH Region sich überwiegend ähneln oder unterscheiden.

Literatur

Sheeran, P., & Webb, T. L. (2016). The Intention-Behavior Gap. *Social and Personality Psychology Compass*, 10 (9), 503–518.

Autoren der Studie: Sophie Karmasin, Katharina Gangl, Anna Walter, Florian Spitzer & Martin Kocher – unter Mitarbeit von Fabian Muny & Kira Abstiens.

„WIR KÖNNTEN LÄNGER AN EINEM THEMA DRANBLEIBEN.“

Johann Oberauer, Geschäftsführer des Medienfachverlags Oberauer, im Interview

Was ist Ihnen bei der Vorstellung des Weissbuches beim Parlamentarischen Abend in Berlin am 15.9.2020 zur Informationsqualität in Deutschland bei den Vorschlägen der Wissenschaftler durch den Kopf gegangen?

Mir hat der rote Faden gefehlt. Das ist nicht überzeugend.

Mittlerweile befinden wir uns nicht nur in Deutschland, sondern auch in Ihrem Heimatland Österreich nach über 14 Monaten in der sogenannten dritten Welle. Wo sehen Sie Gemeinsamkeiten, wo die Unterschiede in der Informationsvermittlung?

In Deutschland hatte ich den Eindruck, dass am Beginn Expertinnen und Experten im Vordergrund standen, in Österreich mehr die Politiker. Das scheint sich nun in beiden Ländern zugunsten der Politiker angeglichen zu haben.

Claus Kleber hat zumindest für seine Redaktion schonungslos offen zugestanden, dass das Publikum des HEUTE JOURNALS in den ersten vier Monaten der Berichterstattung über Corona nicht die Qualität präsentiert bekam, die insbesondere in Krisen zur Bildung eines eigenen Urteils notwendig ist. Es wäre unfair zu behaupten, dass allein das ZDF schwächelte. Haben Sie Vorschläge, wie in Zukunft eigenständiger Journalismus wieder möglich wird?

Diese Situation hat uns alle überrascht und entsprechend auch gefordert. Ein Stück auch, weil wir plötzlich nicht mehr auf gewohnte Strukturen zurückgreifen konnten. Zum Beispiel den schnellen Austausch in einer Redaktionskonferenz. Stattdessen mussten viele von ihrem Homeoffice aus arbeiten. Außerdem lag es in der Natur des Themas, dass sich die Erkenntnisse immer wieder verändert haben. Und wer gerade auf dem richtigen Pfad war, war mitunter gar nicht so ein-

fach herauszufinden. Ich finde, dass vor diesem Hintergrund das Ergebnis überraschend gut ist. Und zum Heute Journal: Ich sehe die Sendung weder besser, noch schlechter, vor der Pandemie nicht, auch nicht mittendrin, oder hoffentlich nun bereits gegen Ende.

Als Branchendienst haben Sie einen ausgesprochen guten Überblick über das bislang Geleistete in Sachen Informationsqualität während der Covid-19-Herausforderungen. Welche Medien bzw. Journalisten haben Sie während der Krise wahrgenommen, deren Vielfalt an Themen, Interviewpartnern und Vergleichs-Ländern bzw. Regionen einen neuen Standard bieten könnten?

Mein Überblick endet bei diesem Thema auch an der Grenze meines eigenen Medienkonsums, der zugegeben überdurchschnittlich ist. Ein wirklich neuer Standard fällt mir nicht auf, zumindest nicht nach oben. Es gab und gibt schöne Einzelleistungen. Die SZ liefert wöchentlich eine Infografik. Immer exakt gleich aufbereitet. Ich persönlich suche diese Grafik jede Woche und würde sie extrem vermissen. Zugleich zeigt mir dieses Beispiel, dass wir an einem Thema durchaus länger dranbleiben können und andere Formen der Darstellung, wie eine Grafik eben, durchaus Berechtigung hat. In meiner regionalen Zeitung fehlt mir das. Nicht einmal die Zahlen aus meiner Region erhalte ich hier geliefert. Ein neuer Standard nach unten kommt völlig überraschend von einem ehemaligen Qualitätsmedium: ServusTV. Inzwischen ein Sammelsurium von Verschwörungstheorien und Verschwörungstheoretikern.

Auf Fehlleistungen wird oft das Argument der knappen Redaktions-Budgets angeführt. Wo würden Sie dem folgen – wo nicht?

In den Strukturen, in denen ich immer gearbeitet habe, hatten wir nie Geld und wir haben uns auch nie darauf hinausgeredet, dass das Geld gefehlt hat. Es stimmt schon, dass es bestimmte Grundstrukturen braucht, aber dann ist letztlich der Kopf gefragt. Und manchmal ist zu viel Geld auch hinderlich.

Welche Optionen sehen Sie, innert der kommenden Monate und Jahre die Einnahmenseite wieder zu verbessern? Die FT hatte jüngst spannende Recherchen zum Verhältnis Redaktionsmitglied – zahlende Abonnenten vorgelegt.

Bei den Anzeigen sind wir ja weitgehend fremdgesteuert. Diese könnten im zweiten Halbjahr allerdings wieder anziehen. So wie auch 2020. Bei den Abos haben vor allem die Tagesmedien gezeigt, dass sie Luft nach oben haben. Ob das in einer

Nach-Corona-Phase so bleibt, wird spannend. Viele Medienhäuser erwirtschaften inzwischen beachtliche Erträge in anderen Geschäftsfeldern. Mit Veranstaltungen zum Beispiel. Das könnte 2021 noch hart bleiben. Aber auch hier sollte spätestens 2022 wieder Normalität einkehren. Wir haben 2021 viel über die Kosten geschafft und zugleich neue Arbeitsmodelle umgesetzt. Ich frage mich, ob wir weiterhin für exklusive Immobilien arbeiten wollen, in denen wir für viel Geld eingemietet sind. Brauchen wir diese Statussymbole?

Margit Osterloh

GEGEN DEN AUTORITÄTS-VIRUS

Viel ist in der letzten Zeit die Rede von der neuen Lust auf autoritäre Regierungen und auf die bereitwillige Selbstentmündigung des Souveräns, verursacht durch den Corona-Virus. Wir haben widerstandslos hingenommen, dass fundamentale Grundrechte eingeschränkt wurden. Zum ersten Mal in der Geschichte gibt es eine von Regierungen absichtsvoll ausgelöste weltweite Rezession. Das alles mit früher für unmöglich gehaltenen Zustimmungsraten, die in einigen Ländern an nordkoreanische Verhältnisse erinnern. Der Staat wird als Alleskönner angesehen.

Das geht einher mit einem Umgang mit dem Souverän, der einer überholten Form der Pädagogisierung entspricht. Diese verhindert eine Selbstaufklärung der Bürger: Die schwächste Form ist eine Mischung aus Mahnen und Drohen, mit der Gehorsam erreicht werden soll. Eine stärkere Form ist die manipulative Information der Bevölkerung. Wir werden täglich mit Kurven von Corona-Infektionen geängstigt, die wenig aussagen, weil sie von der Anzahl der Tests und den Teststrategien abhängig sind. Dagegen gibt es kaum Vergleiche mit Opferzahlen anderer Krankheiten – z.B. von HIV-Infektionen oder Malaria, welche weltweit immer noch wesentlich mehr Leben kosten als Covid-19. Es werden sogar irreführende Informationen verbreitet, welche einerseits von eigenem Versagen ablenken und andererseits unerwünschtes Handeln verhindern wollten. So nimmt man erstaunt zur Kenntnis, dass offizielle Stellen wochenlang vom Tragen einer Gesichtsmaske abrieten, dies neuerdings mitunter zur Bürgerpflicht erklären.

Wie ist eine solche Ausbreitung des Autoritätsvirus zu erklären? Krisen waren schon immer Zeiten der Exekutive. Menschen reagieren auf Schock-Risiken anders als auf gewohnte und zeitlich verteilte Risiken, wie etwa dem alljährlichen Influenza-Risiko. Um mit dem Nobelpreisträger für Wirtschaftswissenschaften Daniel Kahneman zu sprechen: In Schock- und Stress-Situationen neigen wir zu „schnellem Denken“ anstelle eines langsamen und abwägenden Denkens. So reagieren wir heftig auf die schrecklichen Bilder von Leichentransporten im norditalienischen Bergamo, ohne den Kontext zur Kenntnis zu nehmen und zu fragen, inwieweit eine solche Situation bei uns eintreten könnte. Wir lassen uns von der Zahl der Corona-Toten schockieren, ohne uns zu informieren, wie diese in Relation

„STAATLICH ALIMENTIERTE MEDIEN – VOR ALLEM FERNSEHEN UND RADIO – MÜSSEN VERPFLICHTET WERDEN, NICHT ALS ERFÜLLUNGSGEHILFE DER EXEKUTIVE ZU HANDELN.“

zu anderen Todesursachen – z.B. des Rauchens – stehen. Verstärkt wird diese Reaktion durch die Zuarbeit mancher Medien. Zu Recht wurde kritisiert, dass das öffentlich finanzierte Fernsehen und Radio nur sehr zögerlich kritische Stellungnahmen zulässt und ein „staatstragendes Sendungsbewusstsein“ (NZZ vom 25.4.20) demonstriert. Manche Zeitung hat ein Interesse daran, mit Panikmache Auflagensteigerungen zu erreichen. Einige Politiker machen sich dies zunutze nach dem Motto: „Verpasse nie eine gute Krise, um dich als Macher zu präsentieren“ – und erhalten prompt sagenhafte Zustimmungswerte. Zugegeben – in der Schweiz haben wir noch keine Corona-Sheriffs, aber wir haben zugehört, wie sich das Parlament selbst aus dem Spiel genommen hat und sogar die Kommissionssitzungen ausgesetzt wurden.

Alles in allem erhält man einen bedrückenden Eindruck davon, wie schnell eine funktionierende Demokratie narkotisiert werden kann. Das löst böse Erinnerungen aus. Wie kann solches in Zukunft verhindert werden? Es könnte erstens die Stellung des Parlaments gestärkt werden – etwa mit Hilfe eines Ad-hoc-Gremiums von Verfassungsjuristen, welches in Krisenzeiten unabhängig von der Exekutive die Rechtsstaatlichkeit überwacht (siehe NZZ vom 30.5.2020). Ebenso

wichtig wäre zweitens, dass die jeweils zuständigen Bundesämter über ihre unsicheren wissenschaftlichen Grundlagen ausführlich informieren. Auch müssen Vergleichsgrößen geliefert werden – etwa Zahlen zu anderen Lebensrisiken und Todesursachen. Das hilft, Panikreaktionen und „schnelles Denken“ zu vermeiden. Es müssten drittens staatlich alimentierte Medien – vor allem Fernsehen und Radio – verpflichtet werden, nicht nur als Erfüllungsgelhilfe der Exekutive zu handeln. Unterschiedliche Meinungen von Experten unterschiedlicher Disziplinen – nicht nur von Virokraten – müssen zu Wort kommen. Zuspitzung und Dramatisierung sind zu vermeiden. Das nimmt den Laien etwas von ihrer gefühlten Schutzlosigkeit. Und vor allem müssen – viertens – Politiker ihre Ungewissheit kommunizieren, anstatt so zu tun, als würden sie mit Gewissheit richtige Entscheidungen treffen. Im vorliegenden Fall wurden alternative Strategien nicht öffentlich diskutiert – etwa die Strategie der versuchten Unterdrückung des Virus versus eine Strategie der allmählichen Immunisierung der Bevölkerung.

Der Bundesrat darf die Bevölkerung nicht mit einer Rhetorik der Alternativlosigkeit einlullen. Vielmehr sollte man das Mitdenken anregen. Das bewirkt einen überzeugten Vollzug der beschlossenen Maßnahmen. Das zeigen die in Volksabstimmungen geübten Schweizerinnen und Schweizer auch sonst in hervorragender Weise.

TEIL 2

Was die Menschen in den Medien (nicht) finden

Matthias Vollbracht

BERICHTERSTATTUNG BLEIBT IM WESENTLICHEN IN DER GEGENWART VERHAFTET

Medien begreifen sich zunächst als Chronisten und präsentieren ihren Zuschauern und Lesern vor allem aktuelles Geschehen entlang der Nachrichtenkriterien Aktualität, Prominenz, Negativität, Kontinuität und weiterer gut erforschter Nachrichtenfaktoren. Im Zusammenhang mit den großen und kleinen Herausforderungen der Menschheit stellt sich allerdings die Frage, wieviel Wissen über die Vergangenheit und wieviel Informationen über Zukunftsszenarien und Prognosen notwendig sind, um die Gegenwart verantwortungsbewusst zu gestalten, zum Beispiel die Bewahrung demokratischer Institutionen, das Verständnis für gesellschaftliche Werte und die möglichen Chancen und Risiken neuer Technologien. Media Tenor hat im Jahr 2016 in Zusammenarbeit mit Zukunftsforschern Kategorisierungen in die Grundlagenforschung eingeführt, in welchen die Zukunftsbezüge der Medienberichterstattung differenziert erfasst werden. So kann der Anteil der Beiträge gut nachvollzogen werden, der sich mit der unbestimmten Zukunft und konkreten Prognosehorizonten beschäftigt.

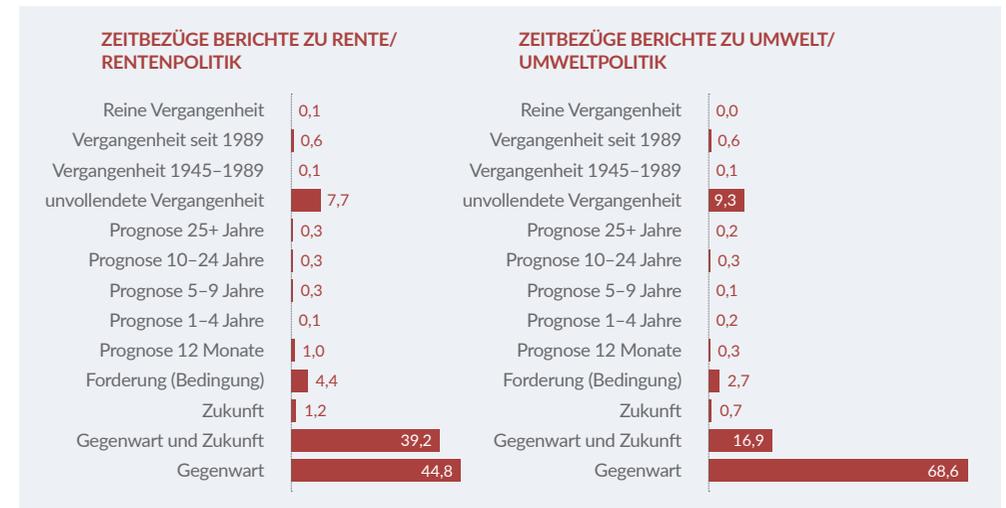
93 Prozent von mehr als einer Million untersuchter Beiträge beschäftigten sich ausschließlich oder überwiegend mit der Gegenwart, wobei sich ein knapp vergleichbarer Teil (16,8 Prozent) in Verknüpfung mit Vergangenheitsaspekten befasst, 13 Prozent mit Zukunftsbezügen. Beiträge, die ausschließlich oder überwiegend auf die Vergangenheit oder die Gegenwart abheben sind dagegen rar. Die Zeit des Nationalsozialismus kommt auf einen Anteil von 0,62 Prozent in der Berichterstattung, primär im Zusammenhang mit jährlichen Gedenktagen. Prognosen, die über den Zeitraum von 25 Jahren hinausgehen, bringen es auf einen Anteil von 0,01 Prozent in der Berichterstattung.

Zwei Beispiele mögen zeigen, dass nur einer von tausend Beiträgen möglicherweise nicht ausreichend ist, um gesellschaftliche Debatten von großer Tragweite in die richtige Richtung zu steuern, die Themenfelder Rente und Umwelt/Umweltpolitik (Abbildung 2/3).



Abbildung 1: Zeitbezug der Darstellung von Medienberichten 1/2016-6/2020 (Anteil aller Berichte in Prozent, Basis: 1.131.115 Beiträge in ausgewählten Tages- und Wochenzeitungen, TV-Nachrichten und Hörfunk)

Abbildung 2/3: Zeitbezug der Darstellung von Medienberichten 1/2016-6/2020 (Anteil Zeitbezug der Beiträge, Basis: 6.702/23.406 von insgesamt 1.131.115 Beiträgen)



Die Stabilität des Rentensystems hängt von zahlreichen Faktoren ab, vor allem aber vom Verhältnis von Einzahlern zu Empfängern. Dieses ist aufgrund der demographischen Entwicklung auf Jahrzehnte hin prognostizierbar. Weil Menschen, wenn sie kein Arbeitseinkommen mehr beziehen können, auf die Rente angewiesen sind, ist es für die Gesellschaft hilfreich, wenn sie zumindest in Szenarien weiß, was auf sie zukommt und wie Gegenwartskonsum und Ersparnis weise eingeteilt werden können. Der Anteil der Berichte über die ferne Zukunft (ab zehn Jahre), beträgt in dieser Diskussion aber lediglich 0,6 Prozent.

In der Umweltpolitik geht es ebenfalls um langfristig verantwortliches Handeln. Hier liegt der Anteil der Beiträge über die ferne Zukunft bei 0,5 Prozent. In beiden Fällen gibt es erkennbar Forderungen (bedingte Prognosen), bei der Rente machen sie 4,4 Prozent, bei den Umweltthemen 2,7 Prozent aus. Die Investitionsplanungen bei Projekten wie Kraftwerken, Stromleitungen, Pipelines geht in der Regel deutlich über den Horizont von zehn Jahren hinaus. Die Debatte um den Ausstieg aus der Atomkraft und der Kohle und die damit verbundenen Kosten haben gezeigt, dass eine Diskussion in und mit deutlich längeren Zeitbezügen gesellschaftlich vorteilhaft sein könnte.

Zusammenfassung

Die Informationen von Leitmedien konzentrieren sich auf die Gegenwart, der Anteil von Informationen, die sich vor allem mit der Geschichte oder der Zukunft beschäftigen, ist gering. Substantielle Informationen zu beiden Feldern könnten eine große Hilfe im Kampf gegen Fake News und in einer gemeinschaftlichen Ausrichtung der Gesellschaft zum Handeln in Zukunftsfeldern wie Umweltschutz und Sozialsystem bieten.

Ein jährlicher Report der Informationsqualität zur Berichterstattung über Vergangenheit, Gegenwart und Zukunft kann helfen, die langfristigen Herausforderungen gegenüber kurzfristigen Dringlichkeiten besser zu erkennen und sie für die Gesellschaft einzuordnen. Das kann die Qualität der Diskussion um Sachfragen in der Demokratie deutlich verbessern, auch im Sinne der Generationengerechtigkeit.

Dennis J. Snower

WIE INFORMATIONEN ZU WISSEN WERDEN – UND WAS DARAUS FÜR DIE ZUKUNFT FOLGT

„Der größte Feind des Wissens ist nicht Unwissenheit, sondern die Illusion, wissend zu sein.“ Dieser Satz stammt von Stephen Hawking – und er ist heute so aktuell wie nie zuvor. Denn einerseits leben wir in einer Informationsgesellschaft. Aber Informationen und Wissen sind zweierlei Dinge: Informationen können manipuliert und korrumpiert werden, sie können unausgewogen oder überholt sein oder sie können Emotionen hervorrufen, die uns daran hindern, wichtige Informationselemente wahrzunehmen. Wir glauben aufgrund der über uns hereinbrechenden Informationsflut, wissend und unabhängig entscheidungsfähig zu sein. Dabei wird zunehmend durch die Verbreitung ausgewählter Informationen versucht, Einfluss auf unsere Entscheidungsfindung zu nehmen. Die vielfältigen Debatten um Fake News in den vergangenen Jahren zeigen das nur allzu deutlich – genauso wie die aktuellen Gerüchte und Verschwörungstheorien rund um die Corona-Pandemie.

Die einfache Formel „Wissen ist Macht“ erlebt in dieser Hinsicht eine Renaissance. Diese Aussage geht zurück auf den britischen Philosophen, Juristen und Staatsmann Francis Bacon, der im ausgehenden 16. und beginnenden 17. Jahrhundert lebte. Damals war Wissen nicht für jedermann zugänglich. Die Kirche und die herrschende Klasse versuchten seinerzeit, Wissen konsequent zu unterdrücken. Eben weil das Wissen Macht verlieh über die Unwissenden, denen nichts anderes übrig blieb als zu glauben, was man ihnen erzählte.

Heutzutage lassen sich Informationen zwar nicht mehr unterdrücken – nicht einmal in autokratischen Regimen wie etwa in Weißrussland. Sie sind für die Mehrheit der Menschheit frei verfügbar. Doch die Herausforderung ist es, verantwortungsvoll mit Informationen und Wissen umzugehen und sie in einer Weise einzusetzen, die Nutzen stiftet. Wir müssen es schaffen, Informationen so zu kanalisieren, dass sie zu Wissen werden und den Menschen wirklich weiterhelfen, indem ihr soziales Wohlergehen

gefördert und die internationale Zusammenarbeit gemehrt wird. Wir müssen Wissen nutzen, um globale Probleme wie etwa die Corona-Krise oder auch den Klimawandel zu lösen. Nur wenn Informationen zu Wissen werden und als Mittel zur Lösung von derartigen Problemen dienen können, sind sie wirklich werthaltig. Denn nur dann lässt sich daraus planvolles Handeln ableiten.

In der derzeitigen Corona-Krise gab es zu Beginn das Problem, dass nicht ausreichend valide Informationen zur Verfügung standen, um wirklich planvoll zu handeln – die Pandemie hatte die Welt völlig unvorbereitet getroffen. Zugleich war aber sofortiges Handeln erforderlich, um Menschenleben zu retten und die Wirtschaft vor dem Kollaps zu bewahren. Quasi über Nacht mussten Wege gefunden werden, die Infektionswelle abzuflachen, um eine Überlastung des Gesundheitssystems zu vermeiden. Und fast überall auf der Welt wurde ähnlich reagiert: Geschäfte und Restaurants, Schulen und Kindergärten mussten schließen, Ausgangsbeschränkungen traten in Kraft. Das wiederum ging mit einem massiven wirtschaftlichen Einbruch einher, den die Regierungen durch milliardenschwere Wirtschaftshilfen aufzufangen versuchten.

Zu Beginn der Krise war das auch absolut sinnvoll. Doch nun ist es an der Zeit, all jene Informationen, die zwischenzeitlich hinzugekommen sind, in die Planungen aufzunehmen und neues Wissen zu nutzen, um daraus das weitere Handeln abzuleiten. Die Regierungen sind nun gefordert, durch eine neuartige Wirtschaftspolitik – die Wiederanpassungspolitik – die wirtschaftlichen Folgen der Corona-Pandemie durch Anpassung an die neuen Marktverhältnisse zu beseitigen und eine neue ökonomische Normalität herzustellen.

Das Problem, mit dem wir konfrontiert sind, sind die gigantischen wirtschaftlichen Missverhältnisse, die während der Corona-Krise offen zutage getreten sind: Restaurants, Unterhaltungsbetriebe wie Kinos oder Theater und andere von der Regierung geschlossene Betriebe hatten plötzlich Angestellte, für die es nichts zu tun gab, während es in Supermärkten, bei Online-Händlern oder in der Gesundheitswirtschaft nicht genug Personalkapazitäten gab, um der gestiegenen Nachfrage Rechnung zu tragen. Die Nachfrage nach Autos ging zurück, während es in manchen Ländern an medizinischer Ausrüstung wie etwa Beatmungsgeräten mangelte. Die Textilindustrie saß auf riesigen Beständen unverkaufter Kleidungsstücke, während Schutzmasken aus China eingeflogen werden mussten.

Derartige wirtschaftliche Missverhältnisse müssen unbedingt angegangen werden – und das geht nur, indem man die vorhandenen Informationen nutzt, ehrlich kommuniziert und den Menschen klar sagt, was sich konkret für sie ändern wird. Was sicherlich nicht weiterhilft ist, einfach so zu tun, als sei diese Krise eine normale wirtschaftliche Depression, der man durch finanzielle Wohltaten begegnen kann, um die Nachfrage

anzukurbeln. Das darf man den Menschen auch nicht versuchen, einzureden – denn es ist schlicht falsch. Die Corona-Krise ist keine normale Wirtschaftskrise: Sie verschiebt die Nachfrage relativ zum Angebot unserer Güter und Dienstleistung – und diesem Missverhältnis muss man durch eine Neujustierung sämtlicher Wirtschaftsbereiche begegnen. Die Wirtschaftspolitik muss sich an der neuen Normalität orientieren – und nicht versuchen, den alten Zustand wiederherzustellen.

Das beinhaltet auch ein neues Verständnis von Wohlstand: Es ist längst nicht nur der materielle Wohlstand wichtig, der meistens durch das Bruttoinlandsprodukt gemessen wird, sondern es gibt drei weitere, ebenso wichtige Faktoren: den sozialen Zusammenhalt in der Gesellschaft, die Befähigung, sein Schicksal in die eigenen Hände zu nehmen, und den Umwelt- und Klimaschutz.

Die etablierte Arbeitsteilung westlicher Gesellschaften, dass innerhalb eines demokratisch legitimierten Rahmens Verbraucher individualistische Entscheidungen treffen, um ihren persönlichen Nutzen zu maximieren und Unternehmen versuchen, ihre Gewinne zu maximieren, ermöglicht es uns häufig nicht, wirtschaftlichen und sozialen Erfolg miteinander zu vereinbaren. Individualistisches Handeln führt in unserer globalisierten, stark vernetzten, wirtschaftlich und ökologisch integrierten Welt oft zu massiven globalen Problemen, indem es eine ungerechte Verteilung des Reichtums befördert, soziale Umbrüche und Finanzkrisen erzeugt sowie die Zerstörung der Umwelt nach sich zieht.

Nur wenn auch sozialer Zusammenhalt, Befähigung und der Umwelt- und Klimaschutz als menschliche Grundbedürfnisse mit einfließen in den Wohlstandsbegriff und es gelingt, den sozialen mit materiellem Wohlstand zu verkoppeln, können Wirtschaft und Gesellschaft gemeinsam krisenfest werden.

Die Idee hinter der Wiederanpassungspolitik ist es, den Menschen Anreize zu geben, vorhandene Ressourcen so umzuleiten, dass sie die in manchen Bereichen bestehende übermäßige Nachfrage bedienen können, im Sinne einer Wiederverkopplung des wirtschaftlichen und sozialen Wohlstands. Es geht darum, der Wirtschaft Hilfe zur Selbsthilfe zu geben und sie in die Lage zu versetzen, sich möglichst schnell an neue Umstän-

„DIE WIRTSCHAFTSPOLITIK MUSS SICH AN DER NEUEN NORMALITÄT ORIENTIEREN – UND NICHT VERSUCHEN, DEN ALTEN ZUSTAND WIEDERHERZUSTELLEN.“

„VIELE DER DERZEITIGEN STAATLICHEN HILFEN WERDEN OHNE NACHHALTIGEN EFFEKT VERPUFFEN UND ZUGLEICH DIE SCHULDENBERGE WELTWEIT MASSIV WACHSEN LASSEN.“

de anzupassen – das gilt gleichermaßen für den Arbeits-, den Kapital- wie auch den Gütermarkt.

Einem Restaurantbesitzer ist in der aktuellen Situation viel mehr geholfen, wenn ihm nicht einfach Überbrückungshilfen für die Zeit der Schließung gezahlt werden, sondern wenn er gezielte Unterstützung dafür bekommt, seinen Betrieb zukunftsfest aufzustellen. Das kann beispielsweise durch die Anschaffung von Lieferfahrzeugen geschehen, wenn der Restaurantbesitzer zu dem Schluss kommt, dass viele seiner Kunden in nächster Zeit aus Angst vor einer Ansteckung auf Restaurantbesuche verzichten und sich stattdessen ihr Essen liefern lassen werden. Auch Industrieunternehmen brauchen Anreize für Produktionsumstellungen anstelle von Hilfskrediten für die Zeit des Stillstands. Und auch Arbeitnehmer hätten mehr davon, wenn sie nicht durch Arbeitslosenhilfe fürs Nichtstun bezahlt werden, sondern wenn zielgerichtet in ihre Weiterbildung – und damit die Anpassung ihres individuellen Wissensstands – investiert würde.

Viele der derzeitigen staatlichen Hilfen – ob nun direkte Zuschüsse, Hilfskredite oder Arbeitslosenhilfe – werden einfach ohne nachhaltigen Effekt verpuffen und zugleich die Schuldenberge weltweit massiv wachsen lassen. Und diese riesigen Schuldenberge könnten eine neue

Finanzkrise verursachen, wenn nicht auch in der Finanzpolitik die Weichen in Richtung Wiederanpassung gestellt werden.

Dafür notwendig sind neuartige Finanzinstrumente, die die finanzielle Anpassungsfähigkeit fördern. Eine Variante könnten spezielle Anleihen und Kredite sein, die variabel an die wirtschaftliche Lage von Unternehmen angepasst werden. Die Zinsen würden sich nach der Gewinnquote richten. Denn eine Firma tut sich leichter, ihre Kredite zurückzuzahlen und kann sich auch einen hohen Zinssatz leisten, je höher die Gewinne sind. Umgekehrt würde der Zinssatz auf Null fallen und die Rückzahlung des Geldes verschoben, sobald das Gewinn-Ergebnis unter einen bestimmten Schwellenwert fällt. Ein weiteres Finanzinstrument für mehr Resilienz in der Wirtschaft könnten bestimmte Schuldverschreibungen sein, die automatisch in Anteile des Unternehmens umgewandelt werden, sobald das Unternehmen in eine finanzielle Schieflage gerät. Dann würde der Staat

vom Gläubiger zum nicht-stimmberechtigten Aktionär – und könnte das Unternehmen so vor einem Zahlungsausfall schützen.

Nur durch vorausschauendes, planvolles Handeln in Form der Wiederanpassungspolitik kann es gelingen, die wirtschaftlichen Folgen der Pandemie so abzumildern, dass die Welt besser auf externe Schocks vorbereitet ist und zudem auch noch von einer Finanzkrise getroffen wird. Und dann, aber nur dann, würde die Welt gestärkt aus der Corona-Krise hervorgehen.

Das setzt allerdings voraus, dass den Menschen klar gesagt wird, was Sache ist und womit sie zu rechnen haben. Dies muss durch einen verantwortungsvollen Umgang mit dem vorhandenen Wissen geschehen. Es muss in einer Weise verbreitet werden, die zu wirtschaftlichem, sozialem und ökologischem Erfolg gleichermaßen führt. Wirtschaft, Politik und Wissenschaft müssen sich gemeinsam der zentralen Herausforderung unserer Zeit stellen und es den Menschen und den Unternehmen ermöglichen, resilienter zu werden. Das beinhaltet auch, radikal neu zu denken und sich von althergebrachten Mustern zu verabschieden. Denn die Illusion, wissend zu sein, ist schließlich der größte Feind des Wissens.

„NOCH MEHR DIALOG MIT DEN LESERN.“

Horst von Buttlar, Chefredakteur des Wirtschaftsmagazins *Capital*, im Interview

Wie hat sich das Interesse an CAPITAL sowie den Zusatzangeboten Ihres Hauses in und nach Covid-19 entwickelt und was haben Sie für 2021 geplant, um dieses noch zu verstärken?

In Krisen suchen Menschen verstärkt nach Marken, die sie kennen und denen sie vertrauen. Dazu gehört auch Capital. Wir hatten ab März 2020 einen starken Zuwachs an Traffic auf der Website verzeichnet, unseren wöchentlichen Newsletter je nach aktueller Lage – etwa bei dem ersten Crash – zusätzlich versendet und die Anzahl an Analysen und Kommentaren auf capital.de erhöht. Wir haben mitten in der Pandemie unser digitales Bezahlangebot Capital+ eingeführt, was sehr gut anläuft. Wir spürten auch höhere Responses bei Aboaktionen. Trotz der geschlossenen Flughäfen und Bahnhöfe war der Einzelverkauf stabil. Unser Highlight war natürlich der neue Podcast „Die Stunde Null“, den wir innerhalb weniger Tage aus dem Boden gestampft haben. Es ging darum, diese Krise und den Neustart der deutschen Wirtschaft zu begleiten. Wir sind jetzt bei über 120 Folgen und hatten von Reinhold Würth bis Olaf Scholz, vom Dax-Chef bis zum Startup-Gründer ein wirkliches tiefes und breites Bild der Wirtschaft in dieser Phase gewinnen können. Und wenn eines fasziniert, dann ist es die Anpassungsfähigkeit der Wirtschaft.

Rückblickend betrachtet: Was würden Sie nun anders machen? Wäre das aus eigener Kraft zu schaffen?

Wir haben vieles richtig gemacht. Die Redaktion hat sich mächtig reingehängt, auch in den verschiedenen Phasen des Lockdowns. Die Kernherausforderung war, dass wir nicht so reisen konnten wie gewohnt, manche Unternehmen durften uns nicht empfangen. Was zählte in der Krise, ist Präsenz und Relevanz. Welche Marke jetzt nicht präsent ist bei den Leserinnen und Lesern, wird es danach nicht mehr sein. Wer jetzt, in dieser historischen Krise, nicht relevant ist, wird überhaupt nicht mehr relevant sein. Das haben wir umgesetzt. Was besser hätte laufen können:

noch mehr Dialog mit den Lesern. Das haben wir im neuen Jahr nachgeholt: Da haben wir mit rund 250 Abonnenten den Ausblick auf den Kapitalmarkt diskutiert. Das geht viel einfacher über Webex oder Teams, und das werden wir ausbauen.

Gibt es ein besonderes Angebot an die 15- bis 20-Jährigen?

Wir hatten im vergangenen Jahr ein spezielles Angebot zum Thema Finanzen für Einsteiger gestartet: Smart Money – eine aufwändig produzierte Audio-App. Auch wenn das Feedback zu den Inhalten sehr positiv war, konnten wir nicht genug Interessenten über den App Store gewinnen. Die Inhalte werden jetzt in unser normales Plus-Angebot integriert. Wir geben aber weiter Gas, wir haben den Podcast „Meine erste Million“ mit der Schriftstellerin Ronja von Rönne und Audible gestartet, der Immobilienpodcast „Lagebericht“ ist ganz frisch auf dem Markt.

Adrian Mork

DIE QUALITÄT DER BERICHTERSTATTUNG ÜBER WALD- UND FORSTWIRTSCHAFT

In einem Zeitraum von 50 Jahren, zwischen den Jahren 1950 und 2000, belief sich der Gesamtschaden bei der Fichte durch Windwurf auf 18,7 Mio. m³ und Borkenkäferbefall auf 2,9 Mio. m³, demnach gesamt auf 21,6 Mio. m³ für ganz Europa. Allein für die letzten drei Jahre 2018 bis 2020 wird sich ein Gesamtschaden (Windwürfe und Borkenkäfer) nur für NRW (!) auf rund 34 Mio. m³ Fichtenholz aufsummieren. Nordrhein-Westfalen ist dabei der traurige Spitzenreiter im Bundesvergleich. Bundesweit werden durch das Bundesministerium für Ernährung und Landwirtschaft 178 Mio. m³ Schadholz und eine betroffene Fläche von 285.000 ha (2018–2020) prognostiziert. Das entspricht rund 400.000 Fußballfeldern. Forstbehörden und Waldbesitzer (Private, Kommunen, Bund und Länder) versuchen verzweifelt, insbesondere den Borkenkäfer zu bekämpfen. Die Dynamik der Entwicklung des Borkenkäferbestandes, d.h. der Aufbau, aber auch der Zusammenbruch von Borkenkäfer-Populationen innerhalb weniger Jahre, ist dabei noch nicht hinreichend wissenschaftlich untersucht und verstanden. Eines zumindest scheint klar zu sein: Ist der Wirt (die Fichte) geschwächt, kann sich der Gegenspieler (der Borkenkäfer) explosionsartig vermehren. Dies ist auch von Natur her die Aufgabe des Borkenkäfers und so vorgesehen. Die Natur will schnell auf den betroffenen Flächen eine Wiederbewaldung mit großer Artenvielfalt in Gang setzen. Während in früheren Jahrhunderten einzelne Trockenjahre und Borkenkäfer-Kalamitäten relativ seltene Phänomene darstellten, muss durch den sich vollziehenden Klimawandel dies nun als neue Norm begriffen werden, die regelmäßig auftritt. Auch Sturmereignisse finden in kürzeren Abständen statt.

In den 80er Jahren war das Thema „Waldsterben“ das große Umweltthema schlechthin. Nach schockierenden Berichten von Wissenschaftlern, sorgten der Spiegel und andere Printmedien aber auch Fernsehen und Radio mit vielen Beiträgen für hohe Aufmerksamkeit. Politisch wurden wichtige Gesetzesvorhaben wie die Großfeuerungsanlagenverordnung

und der Katalysator umgesetzt. Um drei Viertel konnten die Schwefeldioxid-Emissionen in Europa seit 1980 verringert werden, wobei Deutschland den größten Beitrag hierzu geleistet hat und nur noch rund sieben Prozent der damaligen Menge emittiert. In Deutschland ebte danach die Berichterstattung stark ab, obwohl die Probleme in China und einigen europäischen Staaten immer noch bestehen oder sogar zunehmen. Die Verbesserung der Luftqualität und das Ausbleiben des von Wissenschaftlern und Medien großflächig prognostizierten Waldsterbens führte dazu, dass, obwohl trotzdem die Schäden an den Waldbäumen seitdem jedes Jahr auf hohem Niveau festgestellt und publiziert wurden, die damalige Bundeslandwirtschaftsministerin Renate Künast 2003 gar eine Trendumkehr des Waldsterbens verkündete.

Die bestehenden Probleme und Herausforderungen im Forst fielen in der Berichterstattung danach wieder unter eine Wahrnehmungsgrenze. Waldarbeiter, Rückepferde und Förster wurden zunehmend durch Großmaschinen und Computer ersetzt. Tatsächlich kam es aber auch zu einem weiteren Vorratsaufbau (Sparkonto im Wald), da viel größere Holzmenge nachwachsen als eingeschlagen wurden. Der von vielen Förstern und dem Naturschutz propagierte Waldumbau, weg von der Fichte im Reinbestand hin zu mehr standorttypischen heimischen Laubbaumarten, wurde von Waldbesitzern jedoch nicht umfassend genug angegangen. Zu lukrativ war die Fichte zur Erzeugung gradschäftigen Bauholzes.

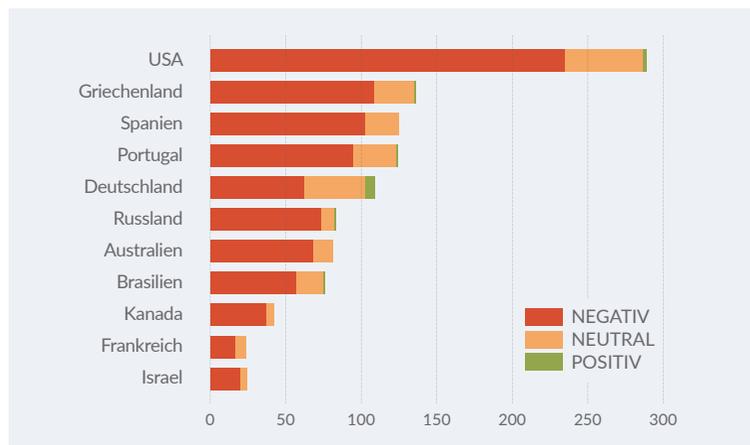
Risiken wurden von vielen ausgeblendet. Erst Kyrill verhalf dem Wald zu neuer Aufmerksamkeit, da dieser Orkan im Januar 2007 Schäden im Wald von rund 4,2 Milliarden Euro (Deutschland) verursachte, vor allem bei den Fichten. Durch den Sturm wurde offenbar, dass noch immer große Areale durch Fichtenreinbestände bestockt waren. Trockenheit und Wärme ließen die Borkenkäferbestände unmittelbar nach Kyrill erwartungsgemäß massiv in die Höhe schnellen, da die umgestürzten Bäume nicht schnell genug geborgen werden konnten. Das Thema war in der Öffentlichkeit schlagartig wieder präsent.

Mit Bestsellern (Wohlleben) im belletristischen Stil kam das Thema Wald erst ab 2007, dann stark seit 2015 wieder in den Fokus einer breiten Öffentlichkeit, wobei die konventionelle Forstwirtschaft stark kritisiert wurde. In vielen forstlichen Fachzeitschriften wurden diese Publikationen von Wohlleben, aber auch Schriften anderer Kritiker der „ordnungsgemäßen Forstwirtschaft“ eher und zum Teil deutlich abgelehnt. Das änderte jedoch nichts an dem großen Zuspruch in der Öffentlichkeit, erkennbar durch die hohen Auflagen dieser Bücher bis hin zum Erfolg eines Kinofilms zu diesem Thema.

Abbildung 1:
Anteil der Themen Entwaldung/
Waldschäden an
der Gesamtbe-
richterstattung
(Politik- und
Wirtschaftsteil),
2004–2019
(in Prozent)



Abbildung 2:
Bezugsgebiete,
wenn über Ent-
waldung/Wald-
brände berichtet
wurde (Anzahl der
Beiträge)



Die fehlenden Niederschläge in 2018 und 2019, die auch in 2020 in den tiefen Bodenschichten noch immer nicht ausgeglichen werden konnten, führen aktuell zu nie dagewesenen Größenordnungen von Waldschäden in Deutschland und Teilen Mitteleuropas und erneut schlagartig zu größerer Aufmerksamkeit in der Bevölkerung.

Für den betroffenen Waldbesitzer bedeutet dies, nach vielen Jahrzehnten guter Erträge, nun einen Totalausfall auf viele Jahre. Der Streit, welche Baumarten in Zukunft klimastabil sein werden, ist für die derzeitige Besitzergeneration wenig relevant. Erst ihre Enkel werden mit dem nun aufwachsenden neuen Wald wieder ökonomisch rechnen können. Es ist politisch zu klären, ob Waldbesitzer statt der Holzerlöse zukünftig eine Anerkennung für die positive Klimaleistung der Waldflächen durch den Steuerzahler bekommen und welche Bedingungen hieran zu knüpfen sind.

Horrorszenarien, es gäbe bald gar keinen Wald mehr, sind unbegründet. Dort, wo das Absterben großer Fichtenareale bereits vor Jahrzehnten stattgefunden hat, wachsen eindrucksvoll und zügig neue Baumgenerationen heran. Lässt man diese Flächen in Ruhe, ist Wald unvermeidlich. Allerdings ist der jetzige Ausfall der Fichte kein einmaliger Betriebsunfall. „Business as usual“ ist im Forst nicht angesagt und der Spruch „einmal Fichte geht noch“ gilt nicht mehr. Viele Fragen sind zu klären. Zuallererst muss der Klimawandel deutlicher bekämpft werden, da er für die zunehmenden Trockenperioden und Stürme verantwortlich ist. Waldarme Gegenden in Deutschland und Europa (inklusive Südeuropa und Großbritannien) müssen dringend ihre Waldanteile z.T. deutlich vergrößern. Regenwaldvernichtung darf nicht durch Handelsabkommen begünstigt werden, sondern genau umgekehrt, der Erhalt von Urwäldern (auch im globalen Norden) und die Begründung neuer Wälder sollte durch Abkommen abgesichert werden.

Im bewirtschafteten Wald – also auf weit über 90 Prozent unserer Waldflächen – können natürliche Prozesse der Wiederbewaldung stattfinden und ein starker Baumartenmix der sogenannten Vorwaldstufe kann für Stabilität sorgen. Dabei wird auf ehemaligen Fichtenflächen auch diese Baumart wieder stark keimen und zunächst nachwachsen. Wer andere Baumarten z.B. Eichen schneller etablieren möchte, kann selbstverständlich diese punktuell pflanzen. Denn auch junge Bäume produzieren bereits nach wenigen Jahren Samen, die sofort in der Fläche weitere Baumgenerationen begründen helfen. In den späteren Jahren können dann übliche forstliche Maßnahmen die Bestandsentwicklung und die Baumartenwahl weiter lenken, wie z.B. die frühzeitige Entnahme von jungen Fichten.

Für das aktive Aufforsten ganzer Großflächen fehlt es allerdings an entsprechendem Pflanzenmaterial in den Baumschulen, so dass ohnehin vielfach vor Ort auf das Samenpotenzial benachbarter Bestände zurückgegriffen werden muss. Auch fehlt es schlichtweg an Personal, um so viele Bäume pflanzen zu können.

Stirbt der Wirtschaftswald? Der Wald steht unter enormem Stress! Der Schwefel des „sauren Regens“ ist immer noch im Waldboden enthalten und nachweisbar. Luftschadstoffe müssen daher weiterhin minimiert werden. Einen sehr großen negativen Einfluss auf die neue nachwachsende Waldgeneration hat jedoch auch der Jagdwildbestand, der sich weit jenseits der natürlichen Bestandsdichte bewegt. Solange eine große gesellschaftliche Mehrheit den Verzehr von Fleisch nicht grundsätzlich ablehnt und sogar artgerechte Tierhaltung befürwortet, ist von dieser Seite her gegen den Abschuss von Reh, Hirsch und Wildschwein zur Erzeugung von Fleisch nicht zu argumentieren. Die Wilddichten sind zudem viel zu hoch, so dass es junge Bäume schwer haben, aufzuwachsen ohne verbissen zu werden. Wer den Wald aus Klimaschutzgründen fördern will, sollte daher eine Reduzierung dieser zu hohen Wilddichten einfordern.

Der Rohstoff Holz hat im Vergleich zu Plastik, Metall, Mineralien und Verbundstoffen die beste Ökobilanz. Daher ist die Verwendung von Holz vor allem für langlebige Produkte (Hausbau, hochwertige Möbel) weiterhin sinnvoll und steht dem Ziel, möglichst viel CO₂ im Wald zu speichern, nicht entgegen. Es ist durchaus verständlich, dass Förster nun nach einer Alternative zur (auf vielen Flächen nicht mehr zu haltenden) Fichte suchen.

Wunder sind dabei nicht zu erwarten. Alle Baumarten dieser Welt beherbergen auch ihre jeweiligen Gegenspieler, die bei Schwäche zuschlagen und damit ihre evolutionäre Aufgabe erfüllen. Dagegen hilft kein Spritzmittel, zumal ein solches den ausbleibenden Regen nicht ersetzen kann. Es ist also nur eine Frage der Zeit, bis die nun stärker propagierten Baumarten Douglasie, Küstentanne, Roteiche u.a. ebenfalls ihre Risiken sichtbar werden lassen. Die mitteleuropäischen Baumarten, die derzeit Schwächen zeigen, werden nicht verschwinden. Die Fichte wird in montanen bis subalpinen Lagen mit ausreichenden Niederschlägen überleben. Die Rotbuche wird in manchen tieferen, trockeneren Lagen und Gegenden ihre Dominanz zugunsten von Stiel- und Traubeneiche sowie Hainbuche u.a. verlieren, aber weiterhin in größeren Beständen andernorts verbleiben und sich nach Norden gegebenenfalls ausbreiten. Standortbedingte Faktoren, wie Böden, anstehendes Grundwasser usw. werden kleinräumig hierfür ausschlaggebend sein.

Die heimischen Baumarten sind Teil unseres komplexen Ökosystems, während sich gebietsfremde Arten erst langsam einfügen müssen. Beide Gruppen werden in den nächsten Jahren ihre Beiträge für den Wald der Zukunft leisten. In welchem jeweils sinnvollem Umfang, muss ausgelotet werden.

Durch die überbordende Corona-Berichterstattung in 2020 sind differenzierte Berichterstattungen zum Klimawandel und zu den Schäden im Wald, aber auch den sich daraus ergebenden positiven Optionen außerhalb der Fachmedien wenig erfolgt. So ist auf den entstandenen ehemaligen Fichtenflächen durchaus mit einer Zunahme seltener Tier- und Pflanzenarten zu rechnen, wie an Referenzflächen bereits festgestellt wurde. Auch dies sollte gesellschaftlich und politisch anerkannt und gegebenenfalls honoriert werden. Die Einlösung der bisher nur zur weniger als der Hälfte erfüllten Ziele der „Nationalen Strategie zur biologischen Vielfalt“ der Bundesregierung, auf fünf Prozent der Waldflächen ausschließlich natürliche Prozesse stattfinden zu lassen, könnte auf den vielen nun kahlen ehemaligen Fichtenflächen vertraglich oder durch Ankauf endlich eingelöst werden. Bereits bestehende Wildnisgebiete könnten vergrößert bzw. abgerundet werden. Der Wegfall von ökonomisch verwertbaren Holzmenge ist für viele Jahrzehnte ohnehin auf diesen Flächen bereits jetzt eingetreten.

Es ist wieder Zeit für differenzierte Berichterstattung zum Wald der Zukunft. Erkenntnisse und Unsicherheiten der Waldforschung, aber auch von denjenigen Wissenschaftlern, die natürliche Prozesse wie die Vermehrungszyklen von Borkenkäfer und anderen dem Wald zugehörigen (!) Insekten erforschen, sollten mehr Gehör bekommen. Weltweit wissenschaftlich wichtige Referenzflächen hierfür liegen u.a. in Deutschland, z.B. im Nationalpark Bayerischer Wald!

Den Bäumen und Wäldern weltweit kommt als CO₂-Senke sowie für den Erhalt der Artenvielfalt und damit für die Umsetzung der globalen Nachhaltigkeitsziele (AGENDA 2030) eine entscheidende Rolle zu. Es ist an der Zeit, einen großen gesellschaftlichen Diskurs zwischen Wissenschaftlern, Waldbesitzern, Naturschützern, Holzwirtschaft, Jagd und Tourismus durch gut recherchierte Berichterstattung zu fördern und eine ausgewogene Diskussionskultur herzustellen.

Patrick Rössler

DAS FERNSEHEN VERMITTELT EIN ALARMIEREND SCHLECHTES BILD DER ERNÄHRUNG

Als menschliches Grundbedürfnis ist Ernährung unverzichtbar, eine falsche Ernährung hingegen sorgt für individuelles Leid und gesellschaftliche Lasten: Die gesundheitlichen Folgen alleine der Tatsache, dass die Deutschen zu viel Zucker, Salz und gesättigte Fette essen, verursachen im Gesundheitssystem jährlich Kosten von mehr als 16,8 Milliarden Euro (so eine Studie der Universität Halle-Wittenberg von 2015). Der Konsum dieser drei Stoffgruppen liegt oft deutlich über den offiziellen Verzehrsempfehlungen der Deutschen Gesellschaft für Ernährung (Abbildung 1). Von 22 untersuchten Krankheitsbildern rufen Schädigungen des Herz-Kreislauf-Systems, Karies, Stoffwechselstörungen wie Diabetes und Übergewicht sowie diverse Krebserkrankungen die größten Kosten im Gesundheitssystem hervor. Indirekte Kosten, bedingt durch Arbeitsausfall, Kurbehandlungen und Invalidität, sind in diesen Schätzungen noch nicht berücksichtigt.

Beispiel Adipositas: Laut der „Studie zur Gesundheit Erwachsener in Deutschland“ (ebenfalls 2015) des Robert-Koch-Instituts (RKI) hat sich der Anteil Übergewichtiger auf hohem Niveau eingependelt (67 Prozent der Männer, 53 Prozent der Frauen), und der Anteil der krankhaft Fettleibigen ist seit 1998 vor allem unter den jungen Erwachsenen „besorgniserregend“ gestiegen. Nach Berechnungen des Instituts für Gesundheitsökonomik in München kosteten Übergewichtige das Gesundheitssystem seit 2010 mindestens 17 Milliarden Euro im Jahr; für 2020 prognostizierte die Deutsche Adipositas Gesellschaft (aufgrund von Schätzungen der WHO) durch die Krankheit hervorgerufene Ausgaben von mindestens 25,7 Milliarden Euro.

Die enormen gesellschaftlichen Belastungen aufgrund der direkten Behandlungskosten und der indirekten volkswirtschaftlichen Verluste durch krankheitsbedingte Ausfälle sind ebenso allseits bekannt wie die so genannten intangiblen Kosten für die Betroffenen: persönliche Einschränkungen durch Schmerz, Depressionen, Behandlungsaufwand oder



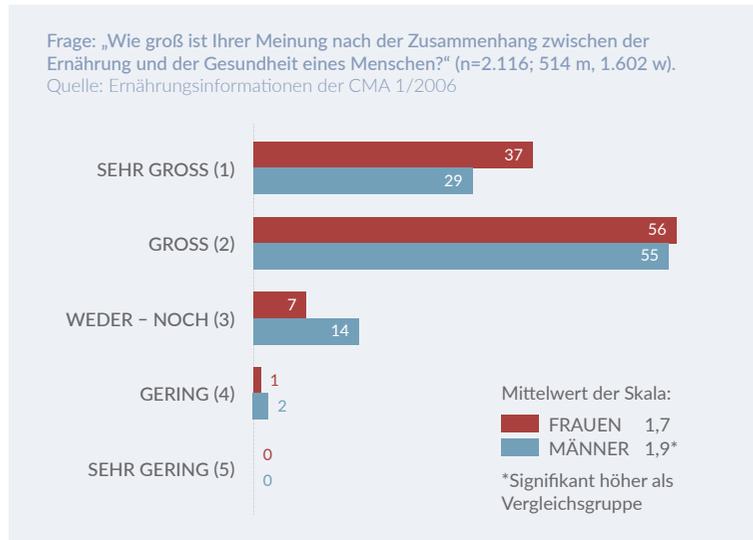
Abbildung 1:
Ernährungskreis der DGE®
(Quelle: Deutsche Gesellschaft für Ernährung e.V., Bonn)

allgemein den Verlust an individueller Lebensqualität. Und obwohl solche Folgen durch eine gesunderhaltende Ernährung des oder der Einzelnen vergleichsweise einfach reduziert werden könnten, zeigte zuletzt auch die Nationale Verzehrsstudie (NVS) II zu den Ernährungsgewohnheiten der Deutschen, dass gerade Fleisch, Wurstwaren und Fleischerzeugnisse (insbesondere von Männern) im Überfluss konsumiert werden, während z.B. pflanzliche Lebensmittel, insbesondere Gemüse, sowohl bei Männern als auch bei Frauen in geringerer Menge verzehrt werden als empfohlen.

Repräsentative Bevölkerungsumfragen belegen gleichzeitig regelmäßig ein hohes Bewusstsein der Befragten hinsichtlich der Bedeutung von Ernährung für die Gesundheit (s. z.B. Abbildung 2), weisen aber ebenso auf ein lückenhaftes Wissen über den Zusammenhang zwischen Ernährung und Gesundheit sowie über die Grundlagen der Ernährung hin. Da gezielte Informationskampagnen von Institutionen und Ministerien immer nur einen Bruchteil der Bevölkerung erreichen, stellt sich die gesellschaftspolitisch bedeutsame Frage, wie es um die Informationsqualität in Deutschland hinsichtlich einer gesunderhaltenden Ernährung bestellt ist. Schließlich belegen Studien, dass die Umsetzung eines vorteilhaften Ernährungsverhaltens unter anderem auf dem Wissen über Vor- und Nachteile der einzelnen Nahrungsmittel aufbaut. Gerade die deutschen Massenmedien – und in jüngerer Zeit auch die Plattformen der Sozialen Medien – gelten heute als wichtige Informationsquellen auch in Ernährungsfragen, weshalb die Informationsqualität ihrer Inhalte zum Thema Ernährung Gegenstand eines zuverlässigen Monitorings sein sollte.

Einen ersten Schritt in Richtung eines solchen Monitorings unternahm das Bundesministerium für Verbraucherschutz, Ernährung und Landwirtschaft (BMVEL) schon in den Jahren 2001-2003, als es das Kooperationsprojekt „Ernährung im Fernsehen“ der Universität Erfurt, Empirische

Abbildung 2: Ernährungsbewusstsein der Bevölkerung

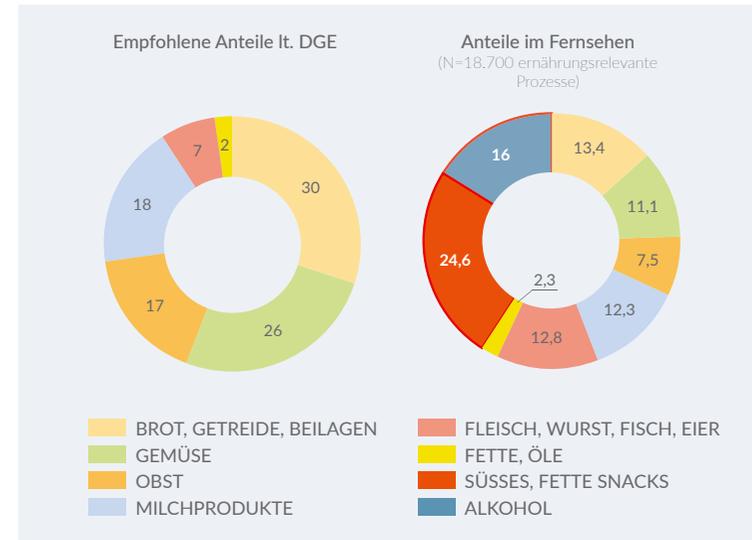


Kommunikationsforschung und des Instituts für Ernährungsökonomie und -soziologie (IÖS) an der Bundesforschungsanstalt für Ernährung und Lebensmittel (Karlsruhe) förderte. Wichtige Ergebnisse wurden in einem eigenen Kapitel des Ernährungsberichts 2004 des BMVEL dargestellt und in der Öffentlichkeit breit diskutiert; seitdem wurde diese Erhebung nicht fortgeschrieben.

Ein zentrales Ergebnis lautete, dass in der Ganztags-Stichprobe der acht wichtigsten Vollprogramme rund zwei Drittel (65,5%) der Programmelemente ernährungsrelevante Inhalte zeigten, in insgesamt 19.556 ernährungsrelevanten Prozessen. Das bedeutet, in jeder beliebigen Sendestunde tauchten knapp neun Filmszenen, Werbespots oder non-fiktionale Abschnitte auf, die sich um Ernährung drehen und in denen rund 19 Mal gegessen, getrunken, eingekauft und zubereitet wird oder in denen Inhalte vom Acker bis zur Ladentheke vorkommen.

Insgesamt vermittelt das Fernsehen aber ein alarmierend schlechtes Bild der „Fernseh-Ernährung“, das kaum die Ernährungsempfehlungen der DGE widerspiegelt: Gerade das zu häufige Vorkommen von Süßem, fetten Snacks (24,6%) und Alkohol (16%) ist vor dem Hintergrund möglicher Wirkungen auf die Zuschauer äußerst bedenklich – ausgerechnet die Gruppen von Lebensmitteln werden am häufigsten dargestellt, die eigentlich gar keinen Anteil am Speiseplan haben sollten. Auch Fleisch, Fisch, Wurst und Eier (12,8%) werden häufiger gezeigt als es ihrem Prozentwert im Ernährungskreis (7%) entsprechen würde. Deutlich unterrepräsentiert sind hingegen die Gruppen, die laut DGE-Empfehlungen den größten

Abbildung 3: Beispielergebnisse der Studie „Ernährung im Fernsehen“ (2003)



Anteil am Verzehr haben sollten: Brot, Getreide und Beilagen (13,4% – empfohlen wird ein Anteil von 30%), Gemüse (11,1 vs. 26%), Milch und Milchprodukte (12,3% vs. 18%) sowie Obst (7,5% vs. 17%). Auch entfallen 43,1% der dargestellten Getränke auf Kaffee, Tee und Limonade, die sich zur Flüssigkeitsaufnahme im Rahmen einer gesunderhaltenden Ernährung nur bedingt eignen und deswegen einen geringeren Anteil an der täglichen Flüssigkeitszufuhr haben sollten.

Die Informationslage im Jahr 2020 ähnelt einerseits in mancherlei Hinsicht den Verhältnissen von 2003: Im Nachrichtenbereich dominieren Skandale die Berichterstattung über Ernährung; etwa die im Zuge der Corona-Krise thematisierten Zustände in deutschen Schlachtbetrieben, gepaart mit der Forderung nach Mindestpreisen für bestimmte Gruppen von Nahrungsmitteln. Im Unterhaltungssektor erfreuen sich Koch-Shows (z.B. Das perfekte Dinner) ungebrochener Beliebtheit, und im Reality-TV von Promi Big-Brother bis zum Dschungelcamp dreht sich vieles um die Frage, was es zu essen gibt. Gleichzeitig haben sich aber die gesellschaftlichen und medialen Rahmenbedingungen erheblich verändert – permanent wird für Diäten geworben, vegetarische und vegane Lebensweisen sind inzwischen üblich, und in den Sozialen Medien scharen Food-Blogger und -Podcaster viele Anhänger um sich; ganz zu schweigen von dem Trend unter vielen Online-Nutzern, ihre Mahlzeiten auf Instagram zu dokumentieren und zu präsentieren. Dies wirft die Frage nach der auf Ernährung bezogenen Informationsqualität in der deutschen Medienöffentlichkeit aufs Neue auf.

Schlussfolgerungen

Zur Verbesserung der Ernährungssituation und damit auch der gesundheitlichen Gesamtlage in Deutschland wurden 2003 eine Reihe von Empfehlungen gegeben, um die Ernährungsaufklärung der Bevölkerung zu verbessern: von einer intensiveren Öffentlichkeitsarbeit mit Experten über eine gezielte Platzierung von Themen in den öffentlich-rechtlichen Sendungen und den Unterhaltungsformaten der privaten Programme bis zur Ansprache bestimmter Zielgruppen (z.B. durch die Gewinnung ‚Cooler Typen‘ als Vorbilder) und schließlich der Etablierung eines „7. Sinns“ für Fragen rund um das Essen und Trinken.

Nun, nachdem 20 Jahre vergangen sind, hat sich die Ernährungssituation, der allgemeinen Wahrnehmung zufolge, nicht spürbar verbessert. Es bietet sich daher an, das Konzept der ursprünglichen Erhebung erneut aufzugreifen und mit Blick auf die gegenwärtigen medialen und gesellschaftlichen Bedingungen fortzuschreiben. Ziel sollte sein, die Informationsqualität zu Ernährungsthemen auch jenseits des Fernsehens künftig kontinuierlich zu erheben, um regelmäßig den Stand verfügbarer Informationen in der Öffentlichkeit einschätzen zu können. Darüber hinaus könnten systematische Erkenntnisse zu den Food-Trends insbesondere in den Sozialen Medien helfen, eventuell drohende Fehlernährung frühzeitig zu erkennen. Dies würde bundeseigene Einrichtungen zu einer gezielteren Kommunikationsstrategie befähigen.

Für ein solches Monitoring sollte eine mehrstufige Analysestrategie zum Einsatz kommen, die als Stichprobe neben dem Fernsehen auch die Berichterstattung in Tageszeitungen und informationsorientierten Wochenzeitschriften einschließt; außerdem natürlich eine Auswahl aus den vielfältigen Darbietungsformen von Ernährung auf den verschiedenen Plattformen im Internet (Websites klassischer Massenmedien, YouTube etc.) und in den Sozialen Medien (Instagram, Twitter, Facebook etc.).

Unabhängig von der Art der Veröffentlichung muss die Untersuchung dieses Materials vier ineinander verschachtelte Ebenen für Texte und Bilder berücksichtigen, die als einzelne Analyseeinheiten zu betrachten sind (Abb. 4; analog auf die jeweiligen Medien anzuwenden): Neben (a) den medialen Darbietungsformaten, d.h. jeder Sendung, jeder Zeitungsausgabe oder jedem Podcast im Sample werden (b) alle ernährungsrelevanten Beiträge oder Artikel, (c) alle ernährungsrelevanten Sinneinheiten innerhalb dieser Beiträge und Artikel sowie (d) alle ernährungsrelevanten Prozesse einer detaillierten Analyse unterzogen. Als Prozesse sind die verschiedenen Stadien der Nahrungskette (Produktion, Verarbeitung, Vermarktung, Einkauf, Zubereitung, Verzehr oder Nachbereitung) sowie die reine Darbietung von Ernährung, z.B. in Form einer Obstschale im Vordergrund (= Präsentation) zu erheben, die sich innerhalb einer ernährungsrelevanten Sinneinheit feststellen lassen.

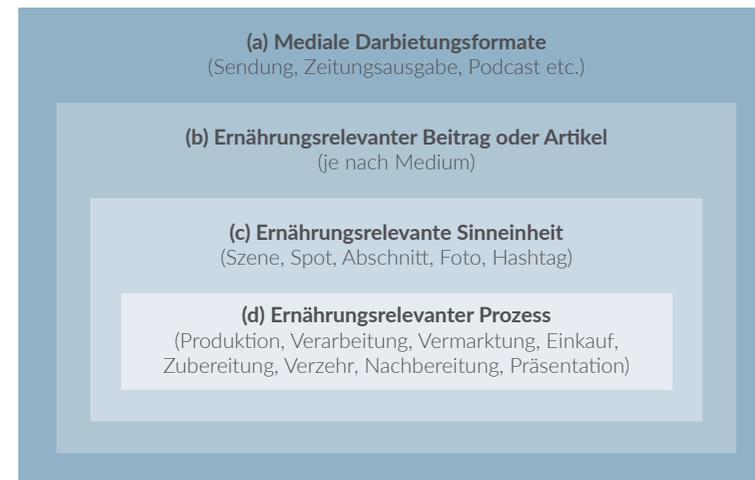


Abbildung 4:
Zerlegung in ernährungsrelevante Analyseeinheiten

Weiterführende Untersuchungen belegen, dass das individuelle Ernährungsverhalten auf einem komplexen Zusammenspiel von Faktoren beruht und nur unter erheblichem Aufwand verändert werden kann. Gleichwohl stellt in Kommunikationsstrategien die informations- und faktenbasierte Ernährungsaufklärung einen Grundpfeiler dar, weshalb detailliertes Wissen über die öffentliche Verbreitung von Ernährungsinformationen in den unterschiedlichen Medien einen wichtigen Baustein für das Handeln von Legislative und Exekutive in unserem demokratischen Gemeinwesen bilden muss. Zwei Jahrzehnte nach der Erfurter Pionierstudie bleibt die kontinuierliche Erhebung der Qualität dieser medialen Informationen aber immer noch ein Desiderat.

Thomas Brockmeier

BERICHTERSTATTUNG ÜBER DIE WIRTSCHAFT IN OSTDEUTSCHLAND NACH WIE VOR KLISCHEEHAF

Die Medienberichterstattung über Ostdeutschland ist auch dreißig Jahre nach der „Wende“ nicht dazu angetan, althergebrachte Vor- und Fehlurteile überwinden zu helfen. Im Gegenteil: Klischees und Stereotype demonstrieren ein beachtliches, ja erschreckendes Beharrungsvermögen: Der Osten als Region von Pleiten, Pech und Pannen ... Doch der Reihe nach.

Jährlich im Herbst erinnern wir uns an die vielfältigen Bemühungen, nach dem Fall der Mauer am 9.11.1989 für die Menschen in Ost- und West-Deutschland ein rechtliches, ökonomisches, soziales, kulturelles und werte-basiertes Fundament zu schaffen, das nicht nur den langersehnten Austausch ermöglicht, sondern daraus in Zukunft eine Einheit erstehen lässt. Der Begriff „Runder Tisch“ wurde zu mehr als nur einem Symbol. Vor allem die unzähligen Bürger-Initiativen zwischen Erzgebirge und Ostsee hatten um den richtigen Weg gerungen – oft unter Inkaufnahme erheblicher Risiken für die Akteure. Dass es dabei nicht den einen, den „Königsweg“ würde geben können, war den allermeisten klar. Zunehmend brachten sich auch Menschen aus Westdeutschland in dieses Ringen mit ein.

Eine Berufsgruppe indes fehlte meist: Journalisten. Wer im Osten in einer Redaktion tätig war, durfte, konnte oder wollte nicht. Und die Journalisten im Westen standen bis zum Fall der Mauer auf dem Index, erhielten keine Einreiseerlaubnis. Die Korrespondenten der West-Medien mussten (so die SED-Vorgabe) ihr Büro in Ost-Berlin beziehen. Wollten sie über Ereignisse in Leipzig, Cottbus oder Schwerin berichten, war eine Reisegeheimnis nötig. Wurde diese erteilt, konnten sie jedoch nicht allein reisen. Zudem war „Gefälligkeitsberichterstattung“ angesagt: Wer Negatives schrieb, hatte die längste Zeit aus der DDR berichtet.

Ja, es gab auch Ausnahmen, gewiss. Die Regel aber war so wie skizziert. Und es sind nun einmal die Regeln, die maßgeblich darüber entscheiden, welche Themen, Werte und Personen in der Redaktionskonferenz überhaupt erörtert werden. Ohne dies im Hinterkopf zu haben, sind die Stereo-

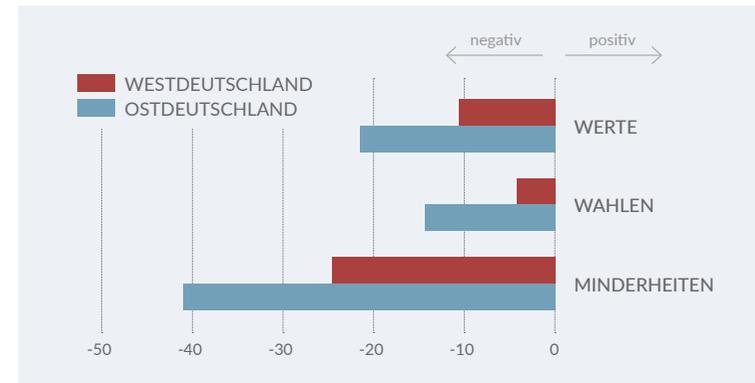


Abbildung 1: Medienbild: Bewertung von Akteuren nach Themen, 1/2015–6/2020: Politik*

* Basis: 472.804 Beiträge über Unternehmen, Branchen und Manager, davon 2.221 über Ostdeutschland und 18.146 zu Westdeutschland; in Tageszeitungen, TV-Nachrichten, Radio und Wochenmedien

type kaum nachvollziehbar, die selbst 30 Jahre NACH Unterzeichnung des Einigungsvertrags die Darstellung des Ostens (und Westens) in deutschen Leitmedien bestimmen.

Obwohl sich die Entwicklung Ostdeutschlands insgesamt wie auch der einzelnen sog. Neuen Bundesländer durchaus als Erfolgsgeschichte schreiben ließe, erhalten unverändert vor allem solche Reports die Druck-erlaubnis, in denen das Nicht-Gelingen im Vordergrund steht: Wertedefizit, Fehler bei Wahlen, Nachhilfebedarf beim Umgang mit Minderheiten – um nur drei Beispiele zu nennen (siehe Grafik auf der Vorderseite).

Was für die Entwicklung im Allgemeinen gilt, trifft auch und insbesondere auf die wirtschaftliche Entwicklung zu: Die tatsächlichen Erfolge und Fortschritte der ostdeutschen Wirtschaft sind beachtlich, ebenso manche Standortvorteile. In den Medien indes findet sich darüber wenig (einzelne Ausnahmen bestätigen auch hier die Regel). Bedeutsame Standortvorteile Ostdeutschlands etwa sind die noch immer geringeren Lebenshaltungskosten, im Durchschnitt erheblich niedrigere Immobilienpreise sowie die im Vergleich mit westdeutschen Ländern deutlich bessere Kinderbetreuung. Dies ermöglicht nicht nur eine nach wie vor deutlich höhere Frauenerwerbsquote im Osten (und damit die Angleichung der Haushaltseinkommen in Ost und West), sondern eben auch ein konzentrierteres, weil mit Blick auf die Betreuung der Kinder im Wortsinne sorgenfreieres Arbeiten. In den Medien freilich kommt Ostdeutschland als Wirtschaftsstandort deutlich schlechter weg als der Westen; mehr bzw. schlimmer noch: Die Bewertung ist sogar – anders als für den Westen – per Saldo negativ.

Was für wichtige Aspekte der Standortqualität gilt, trifft auch auf bedeutsame Erfolge der wirtschaftlichen Entwicklung Ostdeutschlands zu. Diese freilich bleiben verborgen, wenn der Blick auf nominale Wachstumsraten verengt und nicht beachtet wird, in welchen Bereichen das Wachstum erzielt wird. So waren etwa die Wachstumsraten der frühen 1990er

Jahre zwar sehr hoch (ausgehend vom niedrigen Ausgangsniveau wenig überraschend), aber maßgeblich von Erfolgen in Bauwirtschaft und Einzelhandel gepusht; erstere wegen des großen Nachhol- bzw. Aufbaubedarfs, letztere wegen der verständlichen Konsumlust der Ostdeutschen – zwar ebenfalls nicht überraschend, angesichts hoher Arbeitslosenzahlen aber maßgeblich transfergestützt, also nicht mit vor Ort verdientem Geld erwirtschaftet. Gleichzeitig rutschte die Industrieproduktion in den Kel-

Abbildung 2:
Wachstum nominal 1. H. 2019 vs. 1. H. 2018 (in Prozent)

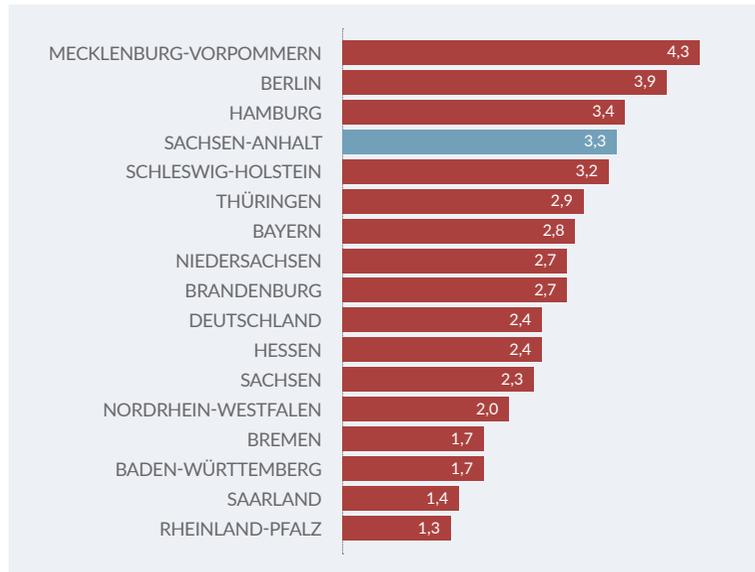
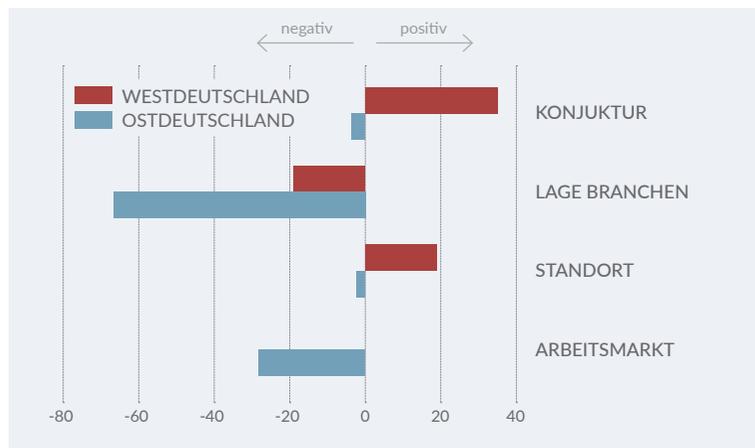


Abbildung 3:
Medienbild: Bewertung von Akteuren nach Themen 1/2015–6/2020*



ler. Die ostdeutsche Wirtschaft zu jener Zeit wuchs zwar rasch, war aber strukturell instabil. Dieses Bild änderte sich langsam ab Mitte und deutlich ab Ende der 1990er Jahre: Zwar gingen die nominalen Wachstumsraten zurück, das Strukturmuster der Wirtschaft wurde aber zunehmend erfolgsgeneigt. Ein immer größerer Teil des erzielten Wachstums wurde von der schrittweise wieder erstarkenden Industrie und unternehmensnahen Dienstleistern beigesteuert, während der relative Anteil von Bau und Einzelhandel zurückging.

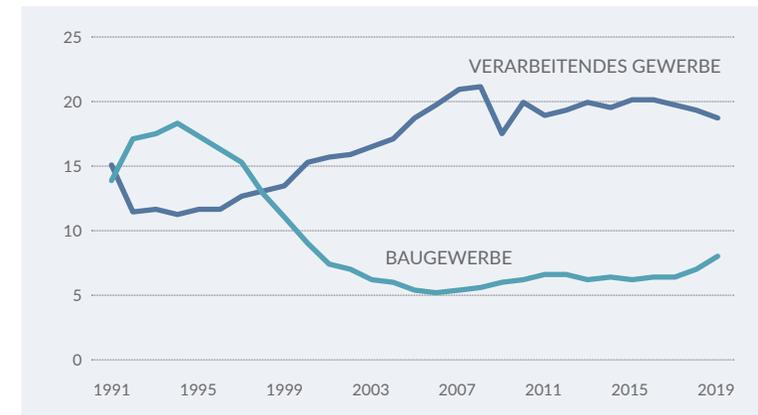


Abbildung 4:
Entwicklung der Wertschöpfungsanteile von Industrie und Baugewerbe in Sachsen-Anhalt (in Prozent)

Dies ist deshalb so bedeutsam, weil die ostdeutsche Wirtschaft damit einen immer größeren Teil ihrer Wertschöpfung auf Märkten erzielte, die keine regionalen und damit prinzipiell keine Wachstumsgrenzen kennen. Bau und Einzelhandel hingegen sind überwiegend auf regionale Märkte ausgerichtet und damit der Natur nach gleichsam „wachstumsbegrenzt“. Über dieses seither zunehmend erfolgsgeneigte bzw. heute erfolgreiche Strukturmuster der ostdeutschen Wirtschaft erfuhr bzw. erfährt man aus den Medien praktisch nichts – kein Wunder, wurde doch auch in weiten Teilen selbst der Wirtschaftswissenschaft den nominalen Wachstumsraten zu viel Aufmerksamkeit geschenkt.

Besonders irritierend ist die Darstellung des Arbeitsmarktes: Seit 2012 ist die Tendenz auch und insbesondere in Ostdeutschland eindeutig – und zwar eindeutig positiv! Die über Jahre erfreuliche Konjunktur führte dazu, dass Menschen zwischen Greifswald und Chemnitz immer stärker eine bezahlte Tätigkeit in ihrer Heimat fanden. Natürlich nicht jede und jeder – aber der allgemeine positive Trend ist unverkennbar – so wie Anzahl und Ausmaß positiver Veränderungen in den ostdeutschen Städten und Regionen seit 1990 generell.

Abbildung 5:
Arbeitslosenquote 2012-2019
(in Prozent)

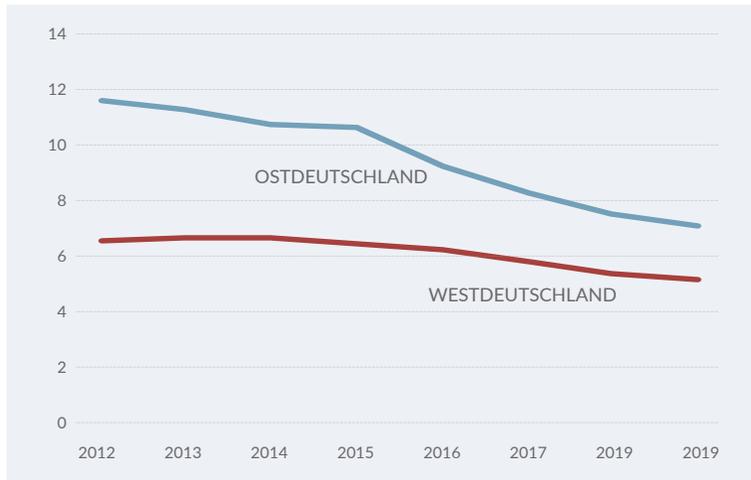
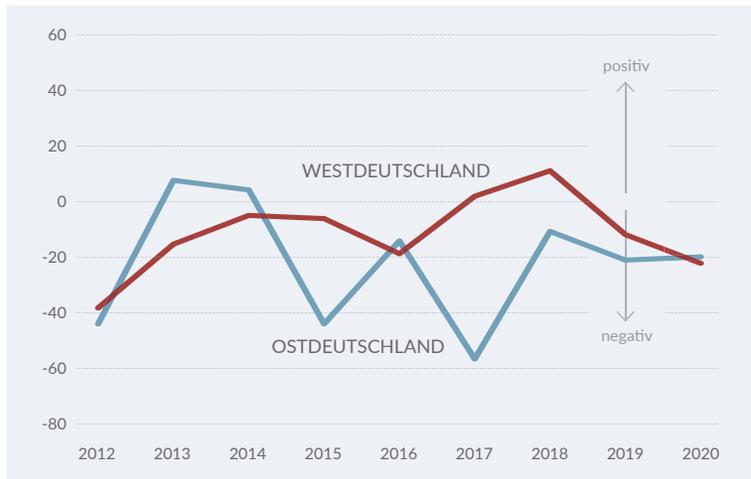


Abbildung 6:
Medienbild:
Bewertung der wirtschaftlichen Lage* (Saldo der +/- Wertungen in Prozent)



Allerdings gilt natürlich auch: alle, nicht jeder. Während die Besucher aus dem Ausland die Entwicklungen in Deutschland generell und vor allem den Aufbau im Osten als weiteren Ausdruck der Qualität Deutschlands empfinden, stellt sich für die Konsumenten der deutschen Leitmedien die Lage der Wirtschaft und der Werk­tätigen komplett anders dar: Das Moll dominiert Jahr für Jahr die Auswahl der Themen, mit denen über die Ökonomie in den Neuen Ländern informiert wird.



Abbildung 7:
Medienbild:
Bezugsgebiete der Unternehmens-Berichterstattung 2015-2020*

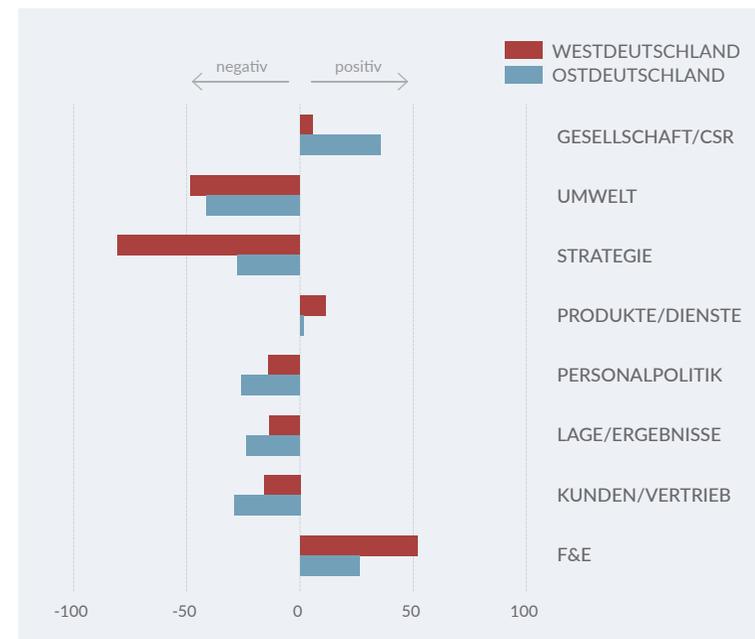


Abbildung 8:
Medienbild:
Bewertung von Unternehmen nach ausgewählten Themenfeldern und Bezugsgebiet, 2015-2020*

„WIR MÜSSEN EINE BRÜCKE RUND UM DIE VOLLSTÄNDIGE DIGITALE ZEITUNG BAUEN.“

Carsten Knop, Herausgeber der *Frankfurter Allgemeinen Zeitung*, im Interview

Wie hat sich das Interesse an der FAZ sowie den Zusatzangeboten Ihres Hauses in und nach Covid-19 entwickelt und was haben Sie für 2021 geplant, um dieses noch zu verstärken?

Die Zugriffszahlen auf FAZ.NET sind um ein Drittel gestiegen, das Interesse an unseren digitalen Bezahlangeboten, vor allem an F+ FAZ.NET komplett hat deutlich zugenommen. Inzwischen liegt die Zahl der Abos hier bei deutlich mehr als 67.000. Wir werden F+ in den kommenden Monaten noch attraktiver machen, müssen eine Brücke zu den umfassenderen digitalen Angeboten rund um die vollständige digitale Zeitung bauen. Diese Angebote müssen zugleich attraktiver werden, ein wichtiger Schritt in diese Richtung ist die Multimedia-Ausgabe der Sonntagszeitung, die seit einigen Monaten verfügbar ist und sehr gut angenommen wird. Zudem können sich unsere Digital-Abonnenten inzwischen alle Texte in unseren digitalen Zeitungen und auf FAZ.NET auch vorlesen lassen.

Rückblickend betrachtet: Was würden Sie nun anders machen? Wäre das aus eigener Kraft zu schaffen?

Gar nicht so viel, die F.A.Z. ist seit einiger Zeit digital auf einem recht guten Weg. Aus eigener Kraft müssen wir das schaffen, so lange es möglich ist. Allerdings ist ja bekannt, dass wir punktuell im Rahmen der Google News Initiative mit Google zusammenarbeiten. Das ist eine fruchtbare Zusammenarbeit, selbstverständlich bleibt unsere redaktionelle Unabhängigkeit zu jeder Zeit gewahrt.

Gibt es ein besonderes Angebot an die 15- bis 20-Jährigen?

Ich empfehle einen Blick in die Instagram-Kanäle unseres Hauses. Da ist eine Menge los. Und außerdem ist die App „Der Tag“ natürlich unser bestes Einstiegsangebot für jüngere Leute in die Welt der F.A.Z. Auch diese App entwickeln wir ständig weiter.

Doreen Mohaupt | Stefan Korb

ENERGIEWENDE UND STRUKTURWANDEL IN DER LAUSITZ

Cottbus/Chósebus – Stadt im Osten des Ostens und mit Erfolgen

Prof. Brockmeier hat im vorstehenden Kapitel herausgearbeitet, welche Entwicklungen in den Neuen Bundesländern bislang von den Leitmedien im In- und Ausland kaum berücksichtigt wurden. Am Beispiel der Stadt Cottbus, die nicht nur aufgrund ihrer geographischen Nähe zu Polen immer auch den Namen der Stadt in der Sprache ihrer Nachbarn aktiv führt, wird nun anhand von mehreren Kriterien illustriert, welche Fakten dem Publikum wahrscheinlich wenig bis überhaupt nicht präsent sind.

Die Lausitz und mit ihr sein Zentrum Cottbus/Chósebus spielten vor der Wiedervereinigung 1990 in der ehemaligen DDR eine entscheidende Rolle. In diesem Kohle- und Energiebezirk wurde der Großteil der Energie für die gesamte Republik gewonnen. Die Ausbeutung der Kohlefelder war enorm und betrug zuletzt 300 Mio.t Braunkohle pro Jahr. Der Bergbau erfolgte mit großen Eingriffen für Menschen, Natur und Landschaft. Auch die regionale Wirtschaftsstruktur wurde neben der Textilindustrie maßgeblich durch Abbau und Verarbeitung von Braunkohle dominiert.

Mit der Wiedervereinigung und dem Zugang zum Weltmarkt kam es zu einem markanten Strukturbruch, wie auch anderenorts in den neuen Bundesländern. Cottbus war in den ersten Jahrzehnten seit 1990 von den Folgen der Veränderungen besonders betroffen. Während der Anteil der Arbeitsplätze im Bereich Industrie und Handwerk 1985 noch 55 Prozent betrug, schrumpfte dieser Sektor drastisch nach 1990 auf einen Anteil von 9 Prozent im Jahr 2012. Die Arbeitslosenquote betrug zeitweise über 20 Prozent, heute liegt sie bei 5,9 Prozent. Ausgelöst durch den wirtschaftlichen Strukturwandel nach der politischen Wende folgten eine Abwanderung von Menschen in wirtschaftlich prosperierende Regionen, eine nachholende Suburbanisierungswelle in das Umland sowie ein drastischer Geburtenrückgang.

95 Prozent der abgewanderten Bevölkerung war (unabhängig vom Wanderungsziel mit Hauptziel Westdeutschland) im potenziellen Haushaltsgründungsalter 18-45 Jahre, was die Veränderungen stark beschleunigte. Überproportional vertreten waren in der abgewanderten Bevölkerung die weiblichen und die gut ausgebildeten Bevölkerungsgruppen. Die noch 2010 prognostizierte Zahl von etwa 87.000 Einwohnern für das Jahr 2020 ist jedoch nicht eingetreten. Im Gegenteil: Heute steht Cottbus/Chósebus vor einer demographischen Trendwende und sichert den Status von etwa 100.000 Einwohnern seit 2009 mit inzwischen leicht steigender Tendenz. Die Stadt hat hier – wie viele andere Kommunen der Bundesrepublik auch – von der Zuwanderung seit 2015 profitiert. Cottbus/Chósebus versteht sich dabei als weltoffen und tolerant. Besucher zeigen sich überrascht, dass das in regionalen und überregionalen Medien dargestellte Bild einer radikal geprägten Stadt nicht der Realität entspricht.

Neue Perspektiven nach 1990: Erste BuGa in den Neuen Bundesländern und Modellstadt Cottbus Innenstadt

Nach dem Rückzug Berlins für die Ausrichtung der BUGA 1995 hatte sich Cottbus/Chósebus spontan beworben und den Zuschlag 1991 erhalten. Innerhalb von nur drei Jahren erfolgte die konzeptionelle, planerische und bauliche Vorbereitung der Gartenschau. Auch aufgrund der Bundesgartenschau wurden in Cottbus/Chósebus mehr als eine Milliarde D-Mark investiert. Die Bundesautobahn 15 war eigens ausgebaut und der Cottbuser Hauptbahnhof saniert worden. Die Bettenzahl in Hotels und Pensionen der Stadt erhöhte sich von 450 auf 2.100. Cottbus/Chósebus verzeichnete durch die BUGA 1995 eine erhebliche Steigerung des Bekanntheitsgrades: 2,4 Mio. Gäste besuchten Stadt und Gartenschau.

Zudem war die Stadt 1992 zugleich als eine von elf Modellstädten in Ostdeutschland für die städtebauliche Sanierung von Innenstädten ausgewählt worden. Das bedeutete einen weiteren erheblichen Entwicklungsschub für die gesamte Stadt. Mit umfassender Unterstützung durch den Bund und das Land Brandenburg konnte in den letzten drei Jahrzehnten die Cottbuser Innenstadt zu einem attraktiven Zentrum und Wohnort entwickelt werden, dessen Anziehungskraft weit in die Region ausstrahlt und zu einem Bevölkerungszuwachs von fast 30 Prozent geführt hat.

Insgesamt wurden bis 2020 allein mehr als 225 Mio.€ an Städtebaufördermitteln für die Sanierung der Innenstadt sowie des Stadtumbauprozesses investiert. Allein in der Innenstadt sind ca. 230 Gebäude saniert und aufgewertet worden. Zudem konnten 160 öffentliche Plätze, Straßen und Wege neugestaltet werden. Mit den öffentlichen Investitionen wurde zusätzlich ein etwa siebenfacher Betrag an privaten Investitionen stimuliert. In der Stadterneuerung und im Stadtumbau hat Cottbus/Chósebus einen weiten, erfahrungsreichen und vielfach gelobten Stand erreicht, der

aktuell beispielgebend für Projekte in anderen Städten und für die bundesweite Forschung ist.

Universitätsstadt Cottbus/Chósebusz

Frau Prof. Post weist in diesem Buch darauf hin, welchen geringen Stellenwert Forschung im allgemeinen und die konkrete Leistung der deutschen Universitäten in der Berichterstattung der deutschen Leitmedien haben. Von daher dürften nicht nur Studenten, sondern vor allem auch Unternehmen und Politik überrascht sein, dass seit der Wende unter Bildungsminister Hinrich Enderlein sieben Universitäten in Brandenburg aufgebaut werden konnten. Eine davon ist die Technische Universität in Brandenburg. Sie hat sich schnell zum Motor für Innovation und Garant für neue Wertschöpfungsketten entwickelt. Die Stadt Cottbus/Chósebusz setzt daher auf die Brandenburgische Technische Universität Cottbus-Senftenberg (BTU) und die sie umgebende Forschungs- und Entwicklungslandschaft als Standortvorteil. In Cottbus/Chósebusz studieren schon jetzt über 2.000 ausländische Studenten aus mehr als 100 Nationen und leben mit und unter den Cottbuser Bürgern – friedlich.

Die BTU ging aus der Ingenieurhochschule für Bauwesen Cottbus und der Hochschule Lausitz Senftenberg hervor und ist die zweitgrößte Universität im Land Brandenburg. Die Studierendenzahl liegt bei rund 7.000. Sie belegte im Ranking des Centrum für Hochschulentwicklung im bundesweiten Vergleich Spitzenplätze in den Studiengängen Architektur, Elektrotechnik, Maschinenbau und Wirtschaftsingenieurwesen. Dabei wurden besonders die Ausstattung der Uni sowie das Betreuungsverhältnis zwischen Dozenten und Studierenden positiv hervorgehoben. In den Erhebungen der Fächer Wirtschaftsingenieurwesen (2008) und Architektur (2010) wurde die BTU als beste Universität Deutschlands bewertet.

Die Universitätsbibliothek gehört nach dem Bibliotheksindex des Deutschen Bibliotheksverbandes und der Bertelsmann-Stiftung zu den besten wissenschaftlichen Bibliotheken in Deutschland und wurde 2006 als Bibliothek des Jahres ausgezeichnet. Das Bibliotheksgebäude wurde durch die bekannten Architekten Herzog & de Meuron entworfen und ist ein markantes Wahrzeichen der Stadt.

Die Hochschule besitzt als eine von weltweit 30 und deutschlandweit vier Technischen Universitäten den Status eines University Technology Centers (UTC) des europäischen Triebwerkeherstellers Rolls-Royce.

Wissenschaftsstandort Technologie und Innovationspark (TIP)

Cottbus hat neben der Bergbautradition auch einen Schwerpunkt in den Zukunftsmärkten Luftfahrt/Luftwaffe. Die 1927 gegründete „Riesengebirgslinie“ der Lufthansa hatte in der Region einen Zwischenstopp. Ab 1934 war hier die Flugzeugführerschule der „Deutschen Verkehrsflieger-

schule“ und „Fliegerübungsstelle Cottbus des Deutschen Luftsportverbandes“ gegründet worden. Seit dieser Zeit wurde bis 2003 der Flugplatz Cottbus durch die deutsche Luftwaffe, die sowjetischen Streitkräfte, die NVA und die Bundeswehr durchgehend betrieben.

Nach Abzug der Bundeswehr wurde das Flugplatzgelände durch die Stadt Cottbus gekauft und in einen Gewerbepark umgewandelt. Der Campus der Universität als auch das neue Regionale Cottbuser Gründungszentrum RCGC liegen in direkter räumlicher Nähe, mithin wird der Technologie- und Innovationspark (TIP) als Schlüsselement zum Wissenstransfer aus der Universität in die Wirtschaft verstanden und positioniert. Mit mehr als 200 Hektar ist der TIP die größte zusammenhängende Gewerbefläche im Land Brandenburg, mit unmittelbarem Bezug zur Großstadt und zur Universität und somit als Forschungs- und Wissenschaftsstandort mit hohem gewerblichen Ausgründungspotenzial.

Digitale Stadt Cottbus/Chósebusz

Die Digitalisierung bestimmt heute zunehmend unser Leben, durchdringt unsere Welt mit Anwendungen des „Internets der Dinge“ (IoT) und erweitert zunehmend neue infrastrukturelle Handlungsspielräume für die Daseinsvorsorge. Auch beim Thema Digitalisierung ist ein koordiniertes Vorgehen von Politik, Verwaltung, Wirtschaft und Wissenschaft ausschlaggebend für den Erfolg. Auf diesem querschnittsübergreifenden Ansatz fußt das digitale Fundament der Stadt Cottbus/Chósebusz.

Als erste und bislang einzige Kommune in Brandenburg hat Cottbus bereits 2018 eine „Digitale Agenda“ verabschiedet, die Strategien und Maßnahmen zur Gestaltung der Digitalisierung aufzeigt.

Im Jahr 2019 hatte sich die Stadt Cottbus/Chósebusz aus den rund hundert Städten, Kreisen und Gemeinden aus ganz Deutschland beim Modellprojekt „Smart Cities“ in der Kategorie der mittelgroßen Städte erfolgreich mit einer integrierten Herangehensweise beworben, mit Maßnahmen aus sieben Handlungsfeldern: Gesundheit, Mobilität, Energie, Verwaltung, Bildung, Stadtentwicklung und Wirtschaft. Eine Förderung des Bundesinnenministeriums von bis zu 15 Millionen Euro konnte damit für den Zeitraum der nächsten fünf Jahre eingeworben werden. Im Smart-City-Ranking von Haselhorst Associates aus dem Jahr 2019 belegte die Stadt Cottbus/

„ALS ERSTE UND BISLANG EINZIGE KOMMUNE IN BRANDENBURG HAT COTTBUS BEREITS 2018 EINE ‚DIGITALE AGENDA‘ VERABSCHIEDET.“

Chósebez von den 400 größten deutschen Städten und Kommunen hinsichtlich ihres Umsetzungsstatus in Sachen Smart City den 27. Platz und in Brandenburg liegt die sorbisch/wendische Hauptstadt Deutschlands auf Platz 1.

Die „Digitale Agenda Cottbus“ bezieht sich in Anlehnung an das Raumordnungsgesetz auf die lokale Daseinsvorsorge, welche in einer digitalen Zukunft vor allem auch digitale Lösungen umfasst. Aus diesem Ansatz heraus ergibt sich der Anspruch, Digitalisierung nicht um ihrer selbst willen voranzutreiben, sondern um Nutzen für die Bürgerinnen und Bürger zu stiften. Dieser Anspruch ist sinngemäß auch in der Smart City Charta verankert. Die Entwicklung zur „Digitalen Stadt“ ist Baustein im bevorstehenden Strukturwandel und bietet die Chance, Cottbus/Chósebez als digitalen Innovationsstandort zu positionieren.

Kohlestadt im (Struktur)Wandel

Einen weiteren Impulsgeber für die Stadtentwicklung wird es mit der Wiedernutzbarmachung des ehemaligen Braunkohletagebaus Cottbus-Nord geben. Dieser wird in den nächsten Jahrzehnten zum größten künstlichen Binnensee Brandenburgs als „Cottbuser Ostsee“ wachsen und Ausdruck moderner Stadtentwicklung sein.

Eine Reihe von Tagebauen wurde auch nach der Wiedervereinigung weiterbetrieben, so auch der Tagebau Cottbus-Nord mit einer Jahresleistung von 5 bis 6 Mio. Tonnen Braunkohle. Etwa 20 Prozent der Stadtfläche von Cottbus ist heute direkt beeinflusste Bergbaufolgelandschaft und entsprechend landschaftlich als auch städtebaulich geprägt.

Im Jahr 2015 wurde die Kohleförderung im Tagebau Cottbus-Nord beendet. Nun wird der Tagebau geflutet. Damit ist Cottbus heute ein Zukunftsort, denn hier treffen die Traditionen einer bergbaugesprägten Stadt nun auf die neuen Herausforderungen der für den Klimaschutz notwendigen „Energiewende“. Bis zur Mitte der 2020er-Jahre wird der ehemalige Braunkohletagebau zum 19 km² großen Cottbuser Ostsee. Die Entstehung eines so großen Sees vor den Toren einer Großstadt ist einmalig, Chance und Herausforderung zugleich und die „Heranführung der Stadt an den See“ alternativlos.

Tagebaubetreiber ist seit 2016 ein privates Unternehmen. Auch das ist deutschlandweit ein Novum. Noch nie hat ein privater Tagebaubetreiber die komplexen Rückführungen der über Jahrzehnte beanspruchten Flächen in Deutschland veranlasst. Die Übergabe des zu flutenden Sees in die öffentliche Verantwortung und die damit verbundenen Fragen der Folgekosten sind für alle Beteiligten planerisches und juristisches Neuland.

Für die Cottbuserinnen und Cottbuser entsteht dabei nicht nur ein See, der nach den Jahren der Beeinträchtigungen durch den Bergbau die Lebensqualität in der Stadt erheblich positiv beeinflussen wird. Als Ober-

zentrum und Entwicklungsnukleus in der Region will Cottbus die damit verbundenen Potenziale nutzen. Das Projekt Cottbuser Ostsee soll zeigen, wie die Mischung aus guten Ideen, praktischem Anfassern und mutigem Gestaltungswillen zu einem neuen Entwicklungsimpuls für die Stadtentwicklung führen können.

So soll sich der bisher tagebaunahe Osten der Stadt Schritt für Schritt als Wachstumsfläche zwischen Zentrum und See zu einem Zukunftsraum entwickeln. Aus einem teilweise brachliegenden Areal am Tagebau wird bis 2033 mit der Seevorstadt ein ca. 300 ha großes grünes Zukunftsquartier in Wassernähe entstehen und neue Impulse für die Stadt- und Wirtschaftsentwicklung setzen. Mit Wohnbereichen, attraktiven Gewerbeflächen, einem innovativen Energiecampus als Denkfabrik, einem geplanten Bildungs- und Behördenzentrum mit zahlreichen neuen Arbeitsplätzen, einer ca. zwei km langen grünen Seeachse mit Bevorrechtigung des Fuß-, Rad- und öffentlichen Nahverkehrs, attraktiven Freiräumen und Aufenthaltsqualität, überregionalen Sport- und Freizeitangeboten sowie einem einzigartigen Hafen als vitalen Ort öffentlichen Lebens. Das von Grünflächen durchzogene Quartier ist über ein smartes Mobilitätskreuz mit der Innenstadt und der Region verbunden. Mit CO₂-neutraler Bilanz versorgt wird der neue Stadtteil aus dem 25 ha großen modernisierten Heizkraftwerkszentrum. Cottbus zeigt hier klimaneutrale und ressourcenschonende Stadtentwicklung sowohl für das neu entstehende Hafenquartier als auch für die umzustrukturierenden Bereiche der künftigen Seevorstadt.

Hierauf aufbauend plant die Stadt im Jahr 2033 am künftigen Seeufer ein Stadtentwicklungs- und Landschaftsformat auf Bundesebene. Die Idee einer erneuten Bundesgartenschau soll fast 40 Jahre nach der BUGA 1995 aufgegriffen und erneut als Stadtentwicklungsinstrument und frühzeitiger Impulsgeber bei der Umsetzung öffentlicher und privater Teilprojekte das Gesamtprojekt „Cottbuser Ostsee“ begleiten. Das BUGA-Konzept wird dabei weitergedacht und die Leistungsschau um die Themen der nachhaltigen Energie- und Mobilitätswende in einer im Umbruch befindlichen Region ergänzt.

Neue Perspektiven für Stadt und Region

Erklärtes Ziel ist es, in Cottbus/Chósebez ein völlig neues Angebot an Attraktivität und Qualität als Stadt zum Wohnen und Arbeiten zu unterbreiten und Lebensqualität mit gut bezahlten Arbeitsplätzen in innovativen und technologieorientierten Wertschöpfungsketten zu verbinden. Die infrastrukturellen Voraussetzungen, insbesondere zur schnellen Schienenanbindung an die Oberzentren Berlin, Dresden und Leipzig bilden hierfür eine Voraussetzung.

Die Deutsche Bahn wird in Cottbus/Chósebez das modernste Bahnwerk Europas zur Wartung und Instandsetzung von ICE-Zügen der Ge-

neration 4 errichten. Der Startschuss ist dabei in 2020 bereits gefallen. In Cottbus/Chósebus soll als weiteres Schwerpunktprojekt des Strukturwandels das Innovationszentrum Universitätsmedizin zur universitären Medizinerbildung etabliert werden, das direkt in Verbindung steht mit einem Ausbau als digitales Leitkrankenhaus und Forschungsstandort. Seit Anfang August 2021 liegt nun auch der Bericht der Expertenkommission vor, der eine Einrichtung der Universitätsmedizin am Standort Cottbus/Chósebus empfiehlt. Positiv verstärkt werden diese Rahmenbedingungen in einem ersten Schritt durch die geplante Ansiedlung von drei Forschungsinstituten und Kompetenzzentren mit über 600 Mitarbeitern, die sich mit Fragen der Energieeffizienz, Klimaschutz und Nachhaltigkeit auseinandersetzen.

Für die kommenden Zuwächse an Arbeitsplätzen in Forschung, Bildung, Verwaltung und produzierendem Gewerbe ist eine wesentliche Steigerung der Pendlerbeziehungen zwischen dem Oberzentrum Cottbus und dem engeren Metropolenraum Berlin-Brandenburg zu prognostizieren. Dazu wird neben weiteren wichtigen überregionalen Infrastruktur- und Verkehrsprojekten des Bundes und des Landes u.a. die Eisenbahnverbindung nach Berlin zwischen Cottbus und Lübbenau zweigleisig ausgebaut sowie die Taktung der Verbindung verbessert.

Mit den Vorhaben der Erweiterung des Bahnwerks, der universitären Medizinerbildung, der Stärkung von Wissenschaft und Forschung im Kontext der BTU und dem TIP sowie arrondierenden Ansiedlungen aus Wissenschaft und Forschung, Industrieunternehmen, Planungs- und Dienstleistungsunternehmen als auch des Cottbuser Ostsees als städtebauliches Modellprojekt der Energiewende und Stadtentwicklung wird Cottbus/Chósebus eine völlig neue Wahrnehmung überregional erfahren. Einseitige Darstellungen u.a. des wirtschaftlichen Zerfalls aufgrund des Endes des Braunkohlenbergbaus bilden die vor genannten Aspekte und die Verantwortung, die Bund und Land hier übernehmen, unzureichend ab. Zudem würde einseitiges oder unvollständiges „berichten, was ist“ nicht zur Identifikation und Zuversicht der Menschen beitragen und zu fehlendem Vertrauen in die Maßnahmen von Bundes- und Landesregierung führen. Es ist sicher zu stellen, dass die angestrebten Neuausrichtungen und milliardenschweren Strukturhilfen ihre Wirkung nicht verfehlen. Der Journalismus ist ebenso aufgerufen, neben Problemlagen insbesondere auch die einmaligen Möglichkeiten, vor der Stadt und Region stehen, zu thematisieren und den betroffenen Menschen Zuversicht und Perspektiven zu vermitteln.

Peter Klotzki

WIR BRAUCHEN MEHR SELBSTSTÄNDIGE, DIE BEREIT SIND, IN DIE MEDIEN ZU GEHEN

Welche Informationen erhalten die Deutschen mit Blick auf die Selbständigen? Um diese Ausgangsfrage gleich zu beantworten: Die Deutschen, wenn man das so sagen kann, erhalten zu wenig und vor allem die falschen Informationen über Selbständigkeit, wie überhaupt über die Grundlagen und Leistungen unternehmerischen Wirkens. Dabei gibt es eine gespaltene Wahrnehmung zwischen einem negativen Bild über Unternehmertum, insbesondere Manager, im Allgemeinen, und einem positiven im Erleben und Wahrnehmen des eigenen Unternehmens als Arbeitgeber im Speziellen. Nun könnte man meinen, nicht so dramatisch, diese Eigenwahrnehmung aus dem Nahbild reicht ja aus, der medialen Vermittlung bedarf es weniger. Diese Sichtweise blendet aber aus, dass sich mit gut 44 Mio. Menschen nur etwas mehr als die Hälfte im Arbeitsleben befindet, abzüglich auch der knapp fünf Mio. aus dem öffentlichen Dienst. Allein schon deshalb bedarf es für ein gängiges und in der Bevölkerung breit angelegtes Verständnis von Selbständigkeit und Unternehmertum des medialen Transfers.

Wie etwa schon seit Jahren (auch der aktuelle Befund von Media Tenor zeigt dies deutlich) stehen in der breiten Wirtschaftsberichterstattung aber weniger Funktionsweise, Leistungen für Gesellschaft und Wohlstand und Bezug zum Sozialstaat von über drei Millionen Selbständigen im Vordergrund, sondern oft wenige große Unternehmen und hier wiederum – only bad news are good news – Skandale und Krisen.

Der Trend zu Skandalisierung, Boulevardisierung und Personalisierung bei gleichzeitig immer knapper werdenden Ressourcen in den Redaktionen setzte schon vor rund 20 Jahren ein, noch ohne die neue Kommunikationswelt von Facebook, Twitter & Co., die dann als Brandbeschleuniger immer wieder neuer Marken der Reizschwellen reißen ließ. Dass genau vor dieser „Ausgangslage“ viele Unternehmen dann auch noch den Stoff selber

Abbildung 1:
Berichterstattung
über Selbst-
ständige und
Mittelständler
im Vergleich zu
einem DAX30-
Unternehmen
(Zahl der Beiträge;
Basis: 103.836
Berichte über
Unternehmen in
Bild, ZDF Heute
Journal, ZDF
Heute, ARD Ta-
gesschau, Spiegel,
DLF-Nachrichten)



lieferten, der sie ins Image-Abseits stürzte, verfinsterte das unternehmerische Bild und beschädigte die Akzeptanz der sozialen Marktwirtschaft.

Kaum eine Branche, die sich nicht durch Verfehlungen – wenn auch nur weniger „Player“ – auszeichnete, die das Vertrauen der Bürger zu „Wirtschaft“ – vom Diesel-Gate über die Finanzkrise, später den Cum-Ex-Geschäften, dann den Tönnies-Skandal und dann den Wirecard-Betrugsfall – erschütterten. Nicht zu bestreiten ist, dass auch ein Niedriglohnsektor entstand unter Umwandlung von regulärer sozialversicherungspflichtiger Beschäftigung – geschuldet oft aber auch einem Verbraucherdruck der „Geiz-ist-Geil-Mentalität“.

Dass in den vergangenen Jahren die Beschäftigung auf ein Allzeithoch stieg, dass die tariflichen Lohnsteigerungen kräftig ausfielen und den Arbeitnehmern neue Kaufkraft bescherten, zudem die Haushalte von Bund, Ländern und Kommunen über Jahre sprudeln ließen, dass viele Betriebe Ausbildung, Kultur und Soziales in ihren Regionen förderten, dass dahinter Millionen verantwortungs-, risikobereiter und innovativer Unternehmen stehen, das schien nicht mehr durchzudringen.

Die Folgen sind gleich in mehrfacher Hinsicht gravierend, dazu einige Beispiele: Unternehmerisches Handeln wird in einem Gesetzentwurf des Bundesjustizministeriums unter eine Art strafrechtlichen Generalverdacht gestellt; Verfehlungen einzelner führen dann zu einer Haftung nicht des Verursachers, sondern des Unternehmens insgesamt. Unternehmerisches Wirken, so empfinden es immer mehr Selbständige, gerät in die Nähe kriminellen Handelns.

Zweites Beispiel: Mitten in der auch wirtschaftlich größten Krise nach dem zweiten Weltkrieg wird der Ruf nach einer „anderen“, vor allem staatlich gesteuerten Wirtschaft so laut wie selten zuvor. „Systemwechsel“ schallt es aus den Echoräumen von Umwelt- und anderen Aktivisten, Enteignung, 100 Prozent Erbschaftssteuer – der Staat soll es alles richten, als ob nicht mit Beginn des neuen Jahres Zweifel an der Leistungsfähigkeit von Verwaltung und am Zustand vieler öffentlicher Institutionen breit diskutiert werden und das Vertrauen gerade in die staatliche Lösung erschüttert hätten – aber Ideologie ist offenkundig alles.

Da verwundert es auch nicht – drittes Beispiel – dass die Corona-Krise vor allem Soloselbständige aufgrund von lange verwehrteter wirtschaftlicher Hilfe für Folgen, die sie nicht verursacht hatten, bezahlen müssen, während klassische Unternehmen und ihre Beschäftigten bis knapp zwei Jahre Kurzarbeitergeld erhielten. Dies scheint dann in letzter Konsequenz die Folge der Ignoranz gegenüber einer Entwicklung zu selbstbestimmtem und modernem Unternehmertum zu sein, dessen Ziel gerade nicht die Umgehung von regulären Arbeitsverhältnissen bedeutet. Sie wird nicht nur ignoriert, sondern von Teilen der Politik unter den Massenverdacht der Scheinselbständigkeit gestellt. Warum ist das so? Die Sichtweise entspringt weniger einer bewusst diskriminierenden Absicht, alle ins System pressen zu wollen, als vielmehr Unkenntnis und Desinteresse, wie (kleine) Selbständige ihr Geld verdienen. Die Ungleichbehandlung von Solo-Selbständigen und Freiberuflern mit wenigen Mitarbeitern gegenüber Arbeitnehmern wird Folgen haben: Sie schwächt den in den vergangenen Jahren ohnehin schon erlahmten Gründergeist junger Berufsabsolventen mit Schlagseite zum Angestelltendasein – ein Bärendienst, der doch signalisiert, dass sich Selbständigkeit weder lohnt, noch wertgeschätzt wird.

Aber auch die Kommunikation „der“ Wirtschaft hat die kritische Ausgangslage mit verursacht. Wir haben zu wenig und brauchen mehr Selbständige, die bereit sind, in die Medien zu gehen – Unternehmer wie Wolfgang Grupp (TRIGEMA), Nicola-Leibinger-Kammüller (Trumpf) oder Reinhold Würth (Würth-Gruppe) beweisen allenfalls die Ausnahme. Und auch die Themen, die die Unternehmenskommunikation heute in den Mittelpunkt rückt, sind immer weniger unternehmerische, sondern vermeintlich auf die Reputation einzahlende. Sie wollen sich in die gesellschaftlich-politischen Wertedebatten einklinken und den Unternehmen einen anderen „frame“ geben, aber nicht erklären, was Selbständigkeit bedeutet. Dabei zeichnet sich die Medienlandschaft in Deutschland – immer noch – durch ambitionierte und hervorragend informierte Wirtschaftsredaktionen für ein interessiertes Publikum aus, die dafür offen sind – ob bei überregionalen Tageszeitungen, ob im stark geschrumpften Segment der Wirtschaftsmagazine, ob vor allem mit dem Deutschlandfunk im öffentlich-rechtlichen Bereich.

Abbildung 2:
Themen der
Berichterstattung
über Selbstständige 2012–2019
(Anteil der
Beiträge; Basis:
103.836 Berichte
über Unternehmen in Bild, ZDF
Heute Journal,
ZDF Heute, ARD
Tagesschau,
Spiegel, DLF-
Nachrichten)



Es ist der Mühe wert für alle, die selbständig sind, die gerade auch kleine Unternehmen und Betriebe leiten, Informationsangebote zu machen, auf Medien zuzugehen und sich mit Hilfe sozialer Medien zu erklären. Gerade die Freien Berufe haben viele Geschichten zu erzählen, wie Integration gelingt, wie sie die Daseinsvorsorge auf dem Land garantieren, wie sie die Folgen der Corona-Krise mit lösen etc. Vor allem das Beispiel schlägt das rational-abstrakte Argument, das individuelle das generelle. Das gelingt aber nur mit weniger unternehmerischer Defensiv-Haltung, die Folge der oben beschriebenen Phänomene ist.

James D. Bindenagel

DEUTSCHLAND BRAUCHT EINEN SACHVERSTÄNDIGENRAT FÜR STRATEGISCHE VORAUSSCHAU

Deutsche Politik, insbesondere gegenüber internationalen Organisationen wie der EU, der NATO oder der OSZE, positioniert sich nur unzureichend angesichts der gravierenden Krisen. Die Präambel des deutschen Grundgesetzes mandatiert Deutschlands Verantwortung für den Frieden in einem vereinten Europa. 30 Jahre nach der deutschen Vereinigung ist dies immer noch das definierende Moment der Berliner Republik. Doch nun befindet sich Europa in einer neuen Krise: der Corona-Pandemie. Der französische Präsident Emmanuel Macron nannte dies „Europas Moment der Wahrheit“: Die Welt beobachtet deshalb, ob Deutschland während seiner EU-Ratspräsidentschaft die europäische Einheit und Solidarität erhalten kann. Sowohl Europa als auch die transatlantische Partnerschaft brauchen Deutschlands Führung. Welche Initiativen kann Deutschland als das reichste und sicherste Land der Union ergreifen, wie kann es führen, ohne zu dominieren?

Jetzt, wo die europäische Debatte immer mehr um die europäische Selbstbestimmung in den transatlantischen Beziehungen kreist, ist Europa auf seine geo-ökonomische Macht und seine Soft Power angewiesen. Europäischer Einfluss entsteht durch ökonomische Stärke, durch Informationssicherheit und Regelwerke, durch Datenschutz u.a.m. Aber woher bekommen Politik und Öffentlichkeit Informationen und Analysen über Trends und Probleme, die nötig sind, um europäische Politik zu gestalten?

Die Europäische Union und insbesondere Deutschland – ihr wirtschaftlich und politisch einflussreichstes Mitglied – müssen den politischen Willen aufbringen, sich den Herausforderungen einer Weltordnung in Auflösung zu stellen. Die Mitgliedstaaten müssen die Notwendigkeit einer langfristigen strategischen Debatte anerkennen, um die transatlantischen Beziehungen sowie die liberalen Werte und die Stabilität der Europäischen

Abbildung 1: Stellenwert der Deutschland-Berichterstattung in BBC, CBS und TVE
(Anteil Berichterstattung über Deutschland, 2015–2020)

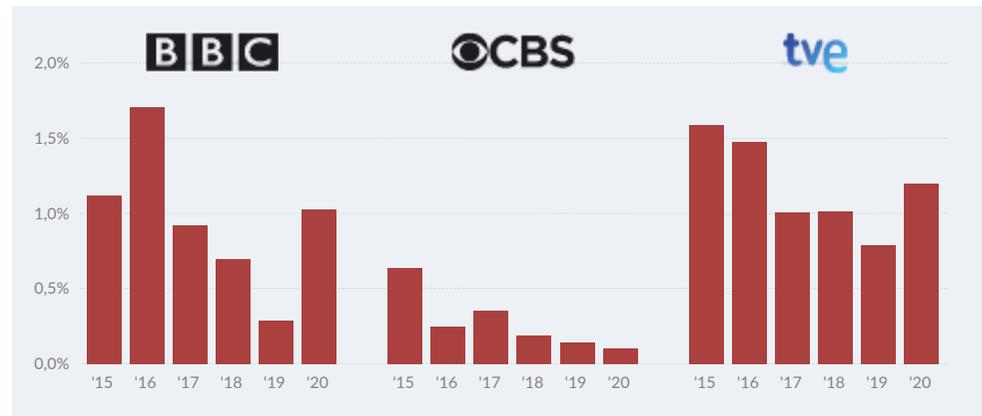
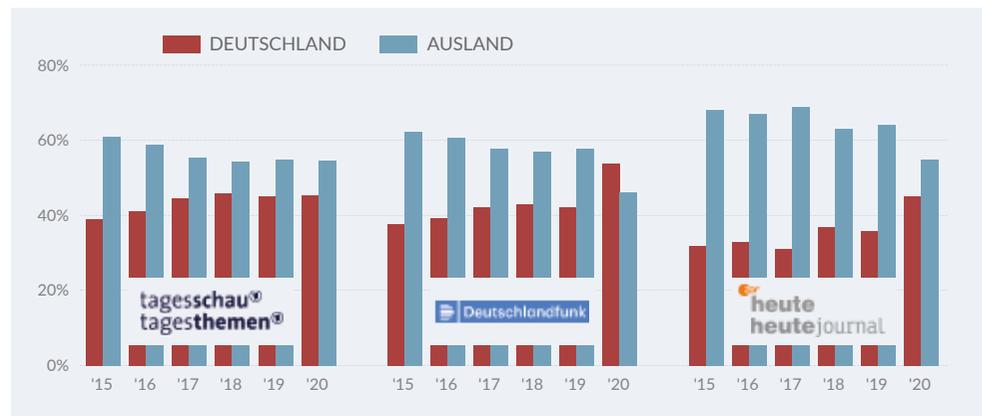


Abbildung 2: Auslandsberichterstattung in ARD- und ZDF-Nachrichten sowie DLF
(Anteil Berichterstattung über Deutschland im Vgl. zu Auslandsnachrichten, 2015–2020)



Union in einer Welt zu retten, die dem „Überleben des Stärkeren“ zu erliegen scheint.

Europa muss seine internationale Irrelevanz überwinden. Eine sinnvolle Debatte über europäische Sicherheitsfragen ist nicht ohne die Unterstützung und den politischen Willen Deutschlands zu führen. Anhörungen und Debatten mit europäischen Experten im Bundestag könnten der Ausgang dafür sein, damit deutsche Politik das Vakuum europäischer Führung füllt.

Deutschland muss den einen unilateralen Sonderweg vermeiden und als „Partner in Leadership“ mit anderen europäischen Mitgliedsstaaten seine Position finden. Deutschland sollte seinen politischen Entscheidungsprozess durch eine regelmäßige Reihe von Bundestagsdebatten und Berichte eines Sachverständigenrates für Strategische Vorausschau erweitern, um seine Strategiefähigkeit zu stärken und die Öffentlichkeit für globale Probleme zu sensibilisieren. Führung in Europa würde gleichzeitig die transatlantischen Beziehungen stärken.

Die Debatten zur Sicherheitspolitik werden in Deutschland allerdings diskontinuierlich geführt. Der defizitären Kommunikation von Außen- und Sicherheitspolitik fehlt es an einer strategischen (Debatten-) Kultur. Die mangelnde Operationalisierung der Leitlinien kommt hinzu. Widersprüchliche Indikatoren, Spiegelimages, alte Paradigmen und Wunschdenken verzerren die Generierung von Lagebildern. Schließlich sind Kurzsichtigkeit, Wahlzyklen, Förderlinien, und die Beharrungskraft von „Denkschulen“ ein Hindernis für Vorausschau.

Um über ihre Politik zu informieren, brauchen der Bundestag, die Fraktionen, Parteigremien, Fachministerien, Medien und die Öffentlichkeit Folgendes:

- Die Identifikation von globalen Trends und Triebkräften
- Die Stärkung von Früherkennung, Prävention sowie Reaktions- und Strategiefähigkeit
- Die Entwicklung von Annahmen über bevorstehende Krisen, eine Szenarien-Entwicklung und Synthese der Lagebilder
- Die Entwicklung von wahrscheinlichen, wünschbaren und alternativen Szenarien
- Die Identifikation von Gelegenheiten, Politikoptionen und Einflusspotentialen

Die politischen Prozesse der Ressorts auf Bundesebene brauchen Entscheidungskompetenz. Zwischen ihnen ist eine Abstimmung über die Prioritäten, Ressourcen, Methoden, die Datenerhebung und die Ausbildung vonnöten. Ist strategische Vorausschau möglich? Warum sind Ereignisse wie 1989, der Zerfall Jugoslawiens, der Georgienkrieg 2008, der Ukraine-Konflikt 2014, der arabische Frühling, der Syrienkrieg und die Migrationskrise oder die Krise der EU nicht antizipiert worden?

Die Antwort beinhaltet viele Faktoren: 1) Expertise ist schlecht, da tagessaktuell, nicht paradigmatisch, gefangen in einer „Blase“ der Sicherheitsdiskurse; 2) Wunschdenken und Hybris verzerren die Wahrnehmung; 3) ein Verständnis von Triebkräften, Wirkungsketten und Interdependenzen fehlt; 4) die Wahrnehmung verbleibt im Modus des Krisenmanagements; 5) es gibt keine Vorstellungen über mögliche und angestrebte Endzustände.

Die deutsche Politik ist unzureichend auf Veränderungen in den internationalen Beziehungen vorbereitet. Vor allem der Bundestag bedarf strategischer Beratungskompetenz. Wichtiger noch ist die Einsicht, dass deutsche Außen- und Sicherheitspolitik öffentlicher Legitimation bedarf. Die Öffentlichkeit ist gespalten und häufig polarisiert in Bezug auf die transatlantischen Beziehungen sowie das Verhältnis zu China und Russland, in der Haltung zu Afrika, aber auch gegenüber der Europäischen Union.

Europa befindet sich zunehmend in einem Modus des Krisenmanagements, insbesondere nachdem der Vorhang, der militärische Konflikte verschleiert hat, endgültig gelüftet wurde. „Europa wieder relevanter machen“, könnte die Maxime sein, aber wie?

Mit dem Abzug der USA aus dem internationalen Machtgefüge, der Infragestellung der amerikanischen Zusicherung zur kollektiven Sicherheit unter Artikel 5 des NATO-Vertrages, erweisen sich die USA als unsicherer Partner. Im April 2019 veröffentlichte die Stiftung Wissenschaft und Politik eine Studie über die europäische Dauerkrise – »Europas Banalität des Guten« – die im Kern die Frage stellt: Kann Europa aus dieser Krise der transatlantischen Partnerschaft eine neue Ordnung gestalten, wenn die USA sich aus Europa zurückziehen?

Das europäische Dilemma lässt sich an den drei Handlungsalternativen verdeutlichen, die als Reaktion auf die iranischen Drohungen 2019 in der Straße von Hormus bestanden. Zunächst der Versuch, die Straße von Hormus offen zu halten, dem jedoch die iranische Beschlagnahmung von Schiffen entgegen stand. Zweitens hätte man eine eigene europäische militärische Mission organisieren können, in diesem Fall aber einen bewaffneten Kampf mit dem Iran riskieren müssen. In einer dritten Version hätte Europa mit Luftwaffe die Straße von Hormus beobachten können. Der Weg zu Kohärenz ist lang.

Die Unsicherheit in Deutschland zeigt sich an den Positionen seiner Politiker. Während Verteidigungsministerin Kramp-Karrenbauer sich durchaus für eine gemeinsame europäische Mission ausgesprochen hat, an der die deutsche Marine zum Schutz der Freiheit der Durchfahrt in der Straße von Hormus teilnehmen würde, war Außenminister Heiko Maas zögerlicher und sprach sich eher für eine Überwachungsmission aus. Andere deutsche Parteien haben sich vollständig gegen eine Marine-Operation ausgesprochen. Zu einem Handeln kam es bisher noch nicht.

Ein Sachverständigenrat für Strategische Vorausschau

Die Pandemie hat Sollbruchstellen im politischen Entscheidungsprozess schonungslos offengelegt. Deutschland muss sein institutionelles Defizit im Krisenmanagement, den Mangel an Bündelung von Expertise und bisweilen schlicht seine Inkompetenz überwinden. Deutschland hat keine nationale Sicherheitsstrategie. Es verlässt sich auf die NATO und die

EU, um Strategien zu formulieren, denen es dann folgen kann. Seit Jahren gibt es in Deutschland hitzige Debatten, ob man einen Nationalen Sicherheitsrat schaffen soll. In der Debatte stehen sich das Kanzlerprinzip und das Ressortprinzip gegenüber. Die Minister treffen ihre Entscheidungen im Rahmen der Koalitionsvereinbarungen eigenständig. Der Grundsatz der Ministerialautonomie wurde früh im 19. Jahrhundert etabliert, 200 Jahre später gilt er nach wie vor. Ein Nationaler Sicherheitsrat scheiterte an der 200 Jahre alten Tradition, die im Grundgesetz verankert ist.

Deutschland sollte sein institutionelles Problem gleichwohl anpacken, um einen kohärenten und koordinierten Politikprozess zu etablieren. Hinter den Horizont zu schauen, Risiken und Möglichkeiten zu identifizieren und Alternativen abzuwägen, all das würde die Strategiefähigkeit der deutschen Außenpolitik befördern. Strategische Vorausschau ermöglicht informierte Politikdebatten als Grundlage für Entscheidungen.

Während Think Tanks und Universitäten in der Lage sind, neue, politikrelevante Ideen zu entwickeln, müssen Politiker Politik gestalten und über deren Ergebnisse diskutieren. Ein Sachverständigenrat kann Risiken wie drohende Konflikte, Konfrontationen oder andauernde Probleme wie die Ressourcenknappheit und die Folgen des Klimawandels als Megatrends und Teil komplexer, multi-dimensionaler Konflikte identifizieren. Ein Sachverständigenrat kann Szenarien entwickeln und mögliche strategische Optionen offerieren. Er kann jedoch keine Entscheidungen treffen, sondern ertüchtigt die Parlamentarier bei ihrer Aufgabe, die Regierung zur Rechenschaftspflicht zu ermahnen und Politikalternativen zu entwickeln und damit auch das Wählervertrauen zu stärken. Die Vorbereitung der Öffentlichkeit auf potentielle Risiken ist vonnöten. Durch Szenarien kann aufgezeigt werden, wann, wie und welche nationalen deutschen Interessen angegriffen werden könnten.

Ein Rat für Strategische Vorausschau bildet die Basis für eine fortwährende, informierte öffentliche Debatte über Strategie, Außen- und Sicherheitspolitik. Fundiert sein könnte diese Debatte in jährlichen Expertenanalysen zu globalen Trends, Szenarien und Handlungsalternativen für jetzige sowie zukünftige Herausforderungen. Durch reguläre Anhörungen im Bundestag könnten in einer offenen Debatte die Meinungen von Verbündeten und Nachbarn eingeholt werden. Kurzfristig würde dies den politischen Prozess informieren und den Wählern der Bundestagsabgeordneten versichern, dass sie wichtige Themen behandeln. Langfristig könnte dadurch ein Wandel in der strategischen Kultur erreicht werden, der die Notwendigkeit, Strategien für Deutschland und Europa zu entwickeln, die die Weltordnung auf Basis einer starken transatlantischen Partnerschaft stärken oder neu formen, unterstützen würde.

Die Nähe zum politischen Prozess würde Legitimität schaffen, die Verankerung im Bundestag eine gewisse Überparteilichkeit gewährleisten.

Ein souveränes Deutschland braucht eine auf strategischen Plänen basierende Außen- und Sicherheitspolitik. Gleichzeitig bedarf es aber auch einer Sicherheitsstrategie für Europa, die strategisches Planen als Priorität jenseits des Krisenmanagements festlegt. Ein souveränes Deutschland, das seine Pflichten gegenüber der EU und der NATO mit dem Prinzip »Führung durch Partnerschaft« und in Kenntnis seiner Geschichte ausübt, ist die größte Hoffnung für die Neugestaltung der liberalen Weltordnung. Hoffnung ist freilich noch keine Strategie.

Langfristig würde Vorausschau die strategische Kultur ändern, nämlich um Deutschlands und Europas Beitrag zum Erhalt und Ausbau einer multilateralen Weltordnung im Konzert mit den USA und Kanada zu bestimmen. Ja, Deutschland kann Europa führen und die europäische Seite der transatlantischen Partnerschaft stärken. Die ganze Welt schaut dabei zu und wartet, ob Deutschland diese Führungsrolle übernehmen wird. Gerade für die USA ist es notwendig, dass Deutschland bereit für diese Verantwortung ist und dabei hilft, die europäische Seite der transatlantischen Beziehung zu stärken.

Günter Nooke

AFRIKA VERSTEHEN LERNEN

Durch die aktuelle Berichterstattung zu Afrika ist es unmöglich, ein realistisches Bild von Afrika zu bekommen und Entwicklungen auf diesem riesigen Kontinent einschätzen zu lernen. Genau das aber wäre notwendig. Im Überlebensinteresse Europas und im Interesse Afrikas.

Die grundsätzliche Frage muss hier unbeantwortet bleiben, nämlich ob das oben genannte Ansinnen überhaupt von Medien erwartet werden kann. Erzeugen Massenmedien nicht immer nur eine Realität, die mehr oder weniger anschlussfähig zu den Bildern ist, die wir selbst zu einem Thema abgespeichert haben?

Die europäische und deutsche Afrikaberichterstattung, so die unbescheidene Behauptung, wird wesentlich darüber entscheiden, ob Europa ein geopolitisch relevanter Kontinent, Wirtschafts- und Kulturraum bleibt oder nicht. Damit sind gemeint: die EU als eigenständiger Akteur in einer multipolaren Welt, die soziale Marktwirtschaft als Grundlage unseres Wohlstandes und ein freiheitlich-demokratischer, auf dem Schutz elementarer Menschenrechte basierender Rechtsstaat.

Das Wohlstandsgefälle zwischen Europa und Afrika, insbesondere Subsahara-Afrika, ist weiterhin so groß, dass inzwischen allen klar geworden sein sollte: Das Wohl Afrikas liegt in unserem Interesse! Doch daraus darf kein neuer Paternalismus entstehen. Es hilft nicht, mehr Geld auszugeben für Afrika oder den Ausbau der Entwicklungshilfeindustrie. Auch im Feld europäischer Afrikapolitik hilft einzig und allein: Wir müssen von der Realität ausgehen und versuchen, die reale Situation für möglichst viele Menschen vor Ort in möglichst kurzer Zeit zu verbessern. Jeder Journalist nimmt diese, von ihm beschriebene Wirklichkeit subjektiv wahr. Wissen, Vorlieben, Vorurteile oder verbreitete Ideologien, der eigene kulturelle Hintergrund und Sozialisierung sind wesentlich Einflussfaktoren. Aber auch welche Realität die Menschen in Afrika erfahren, ist sehr verschiedenen. Viele Männer und Frauen sehen dort, wo sie leben, keine wirklich Perspektive für sich und ihre Familien. Und welche Perspektiven wollen diese vielen Menschen in den afrikanischen Ländern? Vermutlich ist das so ähnlich, wie anderswo auf der Welt: Sie wollen gut und sicher leben und ihren Kindern soll es einmal bessergehen.

Können Medien in Deutschland diese Realität sowohl in ihrer Vielfalt aber auch ihrer existenziellen Dringlichkeit darstellen? Und könnten sie zum Finden von Lösungen einen Beitrag leisten, in dem sie sachliche Debatten zulassen?

Sollte das ein frommer Wunsch bleiben, also für so etwas wie Verantwortung auch in den sogenannten Qualitätsmedien kein Platz und kein Geld mehr vorhanden sein, dann bleibt die Eingangsbehauptung von der Gefährdung des Überlebens Europas mit seinen gewachsenen Strukturen und Werteverständnis.

Was unumwunden zugegeben wird, sind die enorme Komplexität und die Herausforderungen, mit denen sich jede Afrikaberichter:in, jeder Journalist und selbst alle wohlgesinnten Medienkonsumenten konfrontiert sehen. Wir alle kennen Afrika nicht wirklich. Und auch die Menschen, die uns als Afrikanerinnen und Afrikaner aus ihren Ländern berichten, setzen einen Filter auf, wenn sie für westliches Publikum reden und schreiben. Auch ein mitreisender Bekannter aus der afrikanischen Diaspora sagte mir, er habe auf der Reise viel Neues über sein Land erfahren. All das deutet darauf hin, dass Medien ein sehr differenziertes Afrikabild vermitteln müssten. Das ist nicht auflagen- oder quotenträchtig.

Die Bilder oder die Realitätsannahmen, die bei jeder Kommunikation als bekannt vorausgesetzt werden sind widersprüchlich, unvollständig, höchst verzerrt und natürlich interessengeleitet.

Die in den letzten Jahren in den Medien vermittelten oder verschwiegenen Botschaften und die meisten unserer Einstellungen zu Afrika sollen durch die folgenden Polarisierungen und Gegenüberstellungen kurz aufgelistet werden.

1. Katastrophen- und Chancenkontinent

Es hat sich inzwischen herumgesprochen, dass Afrika kein Kontinent der Katastrophen, Krisen, Kriege und Konflikte ist. Also ein Chancenkontinent? Vor der Corona-Pandemie lagen sechs von zehn der am schnellsten wachsenden Volkswirtschaften auf dem afrikanischen Kontinent. Beide Sätze sagen wenig darüber aus, ob es sich nun lohnt, dort zu investieren, oder alles so unsicher ist, dass es sich ohne weitere Prüfung sowieso verbietet. Während der Economist im Jahr 2000 Afrika recht schwarz und hoffnungslos darstellte: „The hopeless continent“, ging auf den bunten Titeln 2011 und 2013 „die Sonne auf“: „Africa rising“ und „Aspiring Africa“¹. Seitdem ist es auch beim Economist ruhiger um Afrika geworden, wohl weil die Überschriften trügen.

¹ Vgl. The Economist, Titel vom 03.05.2000, 03.12.2011 und 02.03.2013.

Krisen in afrikanischen Regionen sind oft weiter entfernt als der Krieg in Syrien von Berlin. Trotzdem denken wir, dass es gleich nebenan sei. Ein Wachstum von sechs Prozent ist kein Investitionsgrund, weil es auf sehr niedrigem Niveau stattfindet (die Kaufkraft des afrikanischen „Mittelstandes“ beträgt 5 Euro am Tag oder ein Jahreseinkommen unter 2000 Euro). Die Märkte sind klein, die Infrastruktur oft schlecht und an ausgebildeten Fachkräften mangelt es, ganz zu schweigen von verlässlichen politischen Rahmenbedingungen.

Das reale Leben lässt sich selten mit Katastrophe oder Chance beschreiben, sondern liegt irgendwo dazwischen. Doch was wäre dann die Botschaft? Investiert oder investiert nicht in Afrika? Genau hinschauen und sich bewusst sein, welche riesige Fläche der afrikanische Kontinent abdeckt! Es ist unmöglich, für 54 Staaten allgemein gültige Aussagen zu treffen, zumal sich die Situation oft und schnell ändern kann. Die „guten Länder“ sind nicht ganz so gut, wie wir denken, und die „korrupten Staaten“ sind nicht ganz so schlecht, wie wir meinen. Und das ändert sich öfter als darüber berichtet wird.

2. Romantisierung und Verachtung

Bernhard Grzimeks „Serengeti darf nicht sterben“ und zahllose weitere, fantastische Tierfilme auf allen Kanälen zeichnen ein Bild von Afrika, das nur wenige Afrikanerinnen und Afrikaner kennen. Die Wildnis wird als romantisch verklärtes, ökologisches Gleichgewicht dargestellt, selbst wenn mal ein Tier ein anderes oder einen Menschen fressen muss. Wer oder was diese weitgehend noch intakten Ökosysteme stört, wissen natürlich die Forscher aus westlichen Ländern am besten. Der damit verbundene Eurozentrismus dient einer guten Sache, denn diese unschätzbaren Naturparks werden ja nicht nur für zahlungskräftige Touristen erhalten, sondern zur Klimarettung und für die ganze Menschheit – wer immer damit in Afrika auch gemeint sein mag. Frage also: Erhaltenswert oder doch alles sinnlos? Eine Nichtregierungsorganisation setzt sich für den Schutz des Waldes und der Waldelefanten ein, die andere für die Indigenen und ihr angestammtes Recht auf Jagd. Auch Ökologie kann zur Ideologie werden oder auch „kollektive Menschenrechte“. Ein Großteil des westlichen Engagements ging bisher an den aktuellen Bedürfnissen vieler Anwohner oder Indigener in den Schutzzonen vorbei. Ohne diese Menschen werden viele Parks aber nicht dauerhaft gesichert werden können. Es sind aber eben auch nur Menschen, die ihr Jagdrecht ab und an auch mal an einen reichen Touristen verkaufen könnten.

Dagegen die anderen Bilder von ausgehungerten Kindern in den Townships afrikanischer Megastädte, auf Müllhalden bei der Verwertung unseres Elektroschrott oder in den Lagern des Flüchtlingshilfswerks UNHCR, überhaupt Flüchtlingskarawanen armer, ausgebeugter Menschen und

diese chaotischen Städte oft ohne jede Struktur – da verschwindet alle Romantik im Jenseits von Afrika. Bei manchen, auch hierzulande, kommt sogar Verachtung auf. Donald Trump sprach von afrikanischen Ländern als Dreckslöchern – und wurde auch danach von fast der Hälfte aller Amerikanerinnen und Amerikaner gewählt.

3. Luxus und Überlebenskampf

Nicht nur sechs von zehn Ländern mit dem höchsten Wirtschaftswachstum, sondern auch die ersten sieben Staaten mit der größten Ungleichheit bei der Einkommensverteilung, also dem schlechtesten Gini-Koeffizienten, liegen in Afrika. Es gibt viele Menschen, die täglich um ihr Überleben kämpfen – erfolgreich. Und es gibt wenige, die einen selbst nach europäischen Maßstäben unanständigen Reichtum zur Seite geschafft haben.

Die Berichterstattung über Extreme sollte eigentlich für Medien attraktiv sein. Aber das Eine ist politisch nicht korrekt, denn People of Colour sind per se Betroffene im „rassistischen“ Umfeld Europa und damit eher als Opfer denn als Reiche zu behandeln. Die anderen, die nur zu viel zum Sterben, aber zu wenig zum Leben haben, könnten bei vielen auf den Fernsehschirmen in Deutschland abstoßend wirken und damit die Quote gefährden. Das passt nur als kurze Einblendung bei Spendenaktionen für wohltätige Zwecke oder nach Naturkatastrophen, wenn alles wieder singt und spielt und klatscht „für Afrika“. Das Unwürdige, im Grunde Menschenverachtende ist, dass wir oft unbemerkt und nicht selten mit besten Absichten, Menschen afrikanischer Herkunft immer noch für unsere guten Zwecke oder für eigene oder fremde Karrieren benutzen, also zum Objekt machen.

Und wer da behauptet, wir würden doch auf Augenhöhe kommunizieren, will damit sagen: Wir fühlen uns nicht (mehr) „überlegen“ und haben gelernt aus den Zeiten des Sklavenhandels, des Kolonialismus oder des Kalten Krieges. Doch es gibt auch heute eine „Überlegenheit“ des Westens durch Geld, Einfluss, Technologie und Waffen. Europa und Afrika sind ungleiche Partner. Deshalb lehne ich das falsche Bild von der Augenhöhe ab. Worum es geht, ist Respekt füreinander. Die derzeitige Situation kann sich schneller ändern, als wir uns das im Echoraum unserer eigenen Probleme vorzustellen vermögen. Machtpolitisch könnten schon bald andere Faktoren entscheidend sein.

4. Humankapital und Zeitbombe

Mehr als die Hälfte der Menschen in Afrika darf nicht an Wahlen teilnehmen. Der Grund: Sie sind noch nicht 18 Jahre alt. Sind diese vielen jungen Menschen nun Sozialkapital und Arbeitskräftereserve für die ganze Welt oder eine Bedrohung für das friedliche und würdige Zusammenleben in Afrika und Europa? Das Bevölkerungswachstum in vielen Ländern Afrikas als problematisch darzustellen und die korrekten Kinderzahlen zum Bei-

spiel für Niger auch nur zu nennen, führt nicht selten zu Ausgrenzung und Rassismuskritik gegenüber denjenigen, die das als Faktorkommunikation für notwendig erachten.

Darum wissend schlagen sich die meisten Medienleute viel lieber auf die andere Seite und feiern das schier unerschöpfliche Potenzial an junge Menschen, die digital affin seien und helfen werden, den zukünftigen Arbeitskräftemangel in den alternden Gesellschaften in Europa, Japan und China zu bekämpfen. Dieses sogenannte Sozialkapital wird in allen wirtschaftlichen Indizes positiv gewichtet, was etwas verwundert. Zwei Denkfehler verstecken sich hinter dieser Annahme. Zum einen ist die Anzahl der benötigten Arbeitskräfte in Europa weit geringer als das zahlenmäßige Angebot in Afrika. Und zweitens müsste diesen Menschen eine qualitativ hochwertige Bildung von der Grundschule bis zur Universität zu teil werden, was derzeit selten der Fall ist. Im Grunde müssten wir uns sogar bewusst machen, dass Armut krank macht und Mangelernährung in den ersten Lebensjahren sich negativ auf die gesamte kindliche Entwicklung auswirkt.

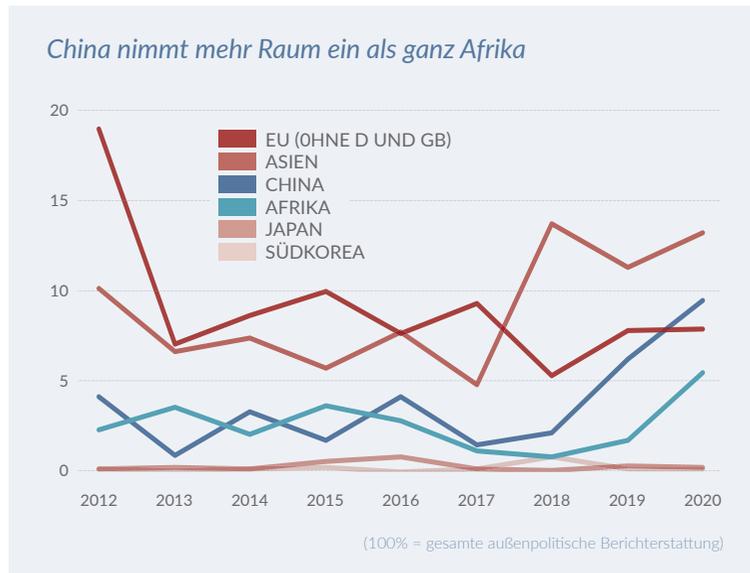
Für die wirtschaftliche Entwicklung und Industrialisierung Afrikas werden aber sehr viele, gut ausgebildete Fachkräfte gebraucht. Wenn diese, wenigen guten Leute, die für den Aufbau in Afrika unverzichtbar sind, den Kontinent verlassen, hat Afrika noch ein Problem mehr. Europa darf auch aus diesem Grund nicht die Besten abwerben. Darin liegt, so Julian Nida-Rümelin, auch ein moralisch fragwürdiges Unterfangen.² Oder denken wir bei den Arbeitsplätzen an solche mit nur geringen Qualifikationsanforderungen? „Schwarze“ als „Dienstpersional“ in Alten- und Pflegeheimen, wie heute schon in so manchen staatlichen Einrichtungen, die sich besonders weltoffen und modern geben möchten, werden verständlicherweise nicht von allen als progressiv verstanden.

Auch diese zwei Perspektiven auf die junge Bevölkerung in Afrika werden in den Medien oft weichgezeichnet oder verschwiegen; auch das befördert eher Unverständnis als Orientierung.

„ICH LEHNE DAS FALSCHER BILD VON DER AUGENHÖHE AB. WORUM ES GEHT, IST RESPEKT FÜREINANDER.“

² Nida-Rümelin, Julian: Über Grenzen denken, Eine Ethik der Migration, Hamburg 2017.

Abbildung 1:
Außenpolitische
Berichterstattung
in deutschen
Medien: Anteil
Afrika | Asien
bzw. China |
Japan | Südkorea
in Prozent
(Basis: 59.781
Berichte über
Außenpolitik
in BILD, BamS,
WamS, FAS,
Spiegel, Focus,
ARD tagesschau
und tagesthemen,
ZDF heute und
heute journal,
DLF Nachrichten)



5. Flucht und Migration

Politikerinnen und Politiker sind in der Regel nicht daran interessiert, freiwillig über Probleme zu sprechen, für die es keine oder bestenfalls unangenehme Lösungen gibt. Europa kann sicher mehr tun, wenn es um Katastrophen oder Flüchtlinge auf Grund von Konflikten oder Bürgerkriegen geht. Diese zwangsweise Vertriebenen sind oft arm und mittellos und sie schaffen es deshalb selten weiter als in (afrikanische) Nachbarländer. Von diesen muss die große Gruppe der Arbeitsmigranten unterschieden werden, die eine individuelle Entscheidung treffen oder treffen müssen, anderswo ihren Lebensunterhalt zu verdienen. Hier handelt es sich nicht um Hunderttausend oder eine Million, sondern um einige hundert Millionen, die sich in den nächsten zwanzig Jahren auf den Weg machen könnten. Oft sind es die Ägiltsten und am besten Ausgebildeten, die ihre Dörfer oder ihrer Kleinstadt verlassen, weil sie für sich und ihre Familien dort keine Chance mehr sehen. Sie ziehen zuerst in die nächstgrößeren Städte. Diejenigen, die Arbeit finden, arbeiten zu 90 Prozent im informellen Bereich. Nicht wenige haben auch gleich in der Familien Geld eingesammelt, um den teuren und gefährlichen Weg weiter nach Europa zu gehen.

In Afrika werden in 20 Jahren mehr als zwei Milliarden Menschen leben. Natürlich können sie sich auf diesem flächenmäßig riesigen und fruchtbaren Kontinent, der keineswegs nur aus Wüsten besteht, selbst ernähren. Aber die Landwirtschaft wird nicht die nötigen Arbeitsplätze bereitstellen. Eine Industrialisierung Afrikas ist zwingend notwendig. Aber für viele

Nichtregierungsorganisationen, manche Parteien und nicht wenige Journalisten ist das eine Horrorgeschichte. Sie stört unser Bild, ja sie würde unser Bild von Afrika zerstören.

Diese fünf Punkte sollten ausreichen, um zu verdeutlichen, vor welchen Herausforderungen eine gute Afrikaberichterstattung steht. Wie wichtig sie wäre, muss nicht wiederholt werden. Die außenpolitische Berichterstattung in den deutschen Medien zeigt allerdings, dass Afrika dabei nicht häufiger vorkommt als China; beide mit Anteilen in Vor-Corona-Zeiten von deutlich unter fünf Prozent.

Bei aller von Medien zu erwartenden Komplexitätsreduzierung werden wir so diese Herausforderung so nicht bestehen. Um Afrika verstehen zu lernen bräuchte es auch bei den Medien ganz andere Anstrengungen.

„WIR HÄTTEEN DER POLITIK SCHÄRFER AUF DIE FINGER SCHAUEN KÖNNEN.“

Holger Stark, Mitglied der Chefredaktion der Wochenzeitung *Die Zeit*, im Interview

Wie hat sich das Interesse an der ZEIT sowie den Zusatzangeboten Ihres Hauses in und nach Covid-19 entwickelt und was haben Sie für 2021 geplant, um dieses noch zu verstärken?

Die ZEIT hat in allen redaktionellen Angeboten zugelegt: im Einzelverkauf der Wochenzeitung teilweise um mehr als 20.000 Exemplare, was gerade angesichts vieler geschlossener Bahnhofskioske sensationell ist. Ebenso toll war die Entwicklung der Zahlen von ZEIT ONLINE, die sich teilweise bei der Tagesreichweite verdreifacht haben. Und bei den „Freunden der ZEIT“, einer Art Club unserer treuesten Leserinnen und Leser, ist die Zahl innerhalb von ein paar Monaten auf 80.000 hochgeschwungen und hat sich verdoppelt. Was wir besonders großartig finden: Viele von denjenigen, die uns während der Hochzeit der Corona-Krise gelesen haben, sind uns treu geblieben.

Rückblickend betrachtet: Was würden Sie nun anders machen? Wäre das aus eigener Kraft zu schaffen?

Wahnsinnig daneben können wir angesichts dieser Zahlen nicht gelegen haben. Guter Journalismus ist immer auch ein Korrektiv der herrschenden Politik – in diesem Sinne hätten wir vielleicht der Regierung bei den Corona-Maßnahmen noch früher schärfer auf die Finger schauen können.

Gibt es ein besonderes Angebot an die 15- bis 20-Jährigen?

Mit ZEIT Campus und ze.tt haben wir zwei Angebote, die sich an diese Zielgruppe richten und die unter Corona gestrahlt haben. Meine persönliche Favoritin war allerdings eine Aktion, die sich an noch Jüngere richtete: Unter dem Hashtag

#kidspaintcorona haben wir in Zusammenarbeit mit Medien aus anderen Ländern dazu aufgerufen, Bilder über Corona zu malen. 5000 Kinder aus 64 Ländern haben mitgemacht. Und im Frühjahr 2021 haben wir uns entschieden, allen Schülerinnen und Schülern ein kostenloses Digital-Abo bis zu den Sommerferien zu schenken. Der Ansturm war so groß, dass der Verlag völlig überwältigt wurde, am Ende haben Verlagsmitarbeiter und Redakteure den Berg gemeinsam abgearbeitet. Wie groß die Neugierde auf guten Journalismus auch bei Jüngeren ist, zeigt eine Veranstaltung, die wir im März angeboten haben: Eine Kollegin und ich haben 90 Minuten lang per Zoom aus unserem journalistischen Alltag erzählt und Fragen beantwortet – vor sage und schreibe 3.500 Kids, die online dabei waren. Sensationell!

„COVID-19 IST NICHT NUR EINE GESUNDHEITSKRISE, SONDERN AUCH EINE MENSCHENRECHTSKRISE.“

Markus N. Beeko, Generalsekretär der deutschen Sektion von Amnesty International, im Interview

Während vor einem Jahr zum Ausbruch der Covid-19-Krise Menschenrechte kaum noch mediale Beachtung fanden, haben mehr und mehr Journalisten inzwischen erkannt, welche Gefahren für die Individuen als auch die Gesellschaft lauern, wenn im öffentlichen Diskurs nur noch monothematisch vorgegangen wird. Der jüngst vorgelegte Amnesty Report für 2020 dokumentiert die Gefahren. Können Sie die Kernresultate aus Ihrer Sicht zusammenfassen?

Der aktuelle Amnesty International Jahresbericht 2020/2021 zur weltweiten Lage der Menschenrechte zeigt: Die Covid-19-Pandemie war und bleibt in einer großen Zahl von Ländern nicht nur eine Gesundheitskrise, sondern ist für Millionen von Menschen auch eine Menschenrechtskrise. Für den überwiegenden Teil der Menschheit hatte die Pandemie weitreichende Auswirkungen auf alle Bereiche des täglichen Lebens: auf die Gesundheitsversorgung und auf Freiheitsrechte, das Recht auf Schutz, auf Bildung oder auf Teilhabe. Der Bericht, der auf 409 Seiten Menschenrechtsverletzungen wie auch positive Entwicklungen in 149 Staaten dokumentiert, macht deutlich, wie dies für Menschen in vielen Teilen der Welt zu massenhaften Notlagen führte – mit denen sie weitgehend alleine gelassen wurden. Es ist eine Krise, die Aufmerksamkeit und Berichterstattung bündelt, deren vielfältige Auswirkungen in der Breite sich aber nur punktuell und begrenzt in der nationalen und internationalen medialen Berichterstattung abbilden.

Vernachlässigung der Schutzpflicht von Regierungen: Viele Regierungen kamen ihrer menschenrechtlichen Pflicht, Leben und Gesundheit zu schützen, in der Breite nicht nach, einige verharmlosten die Pandemie und gefährdeten sogar durch Maßnahmen die Gefahr für Leib und Leben. Besonders gravierend waren die Auswirkungen meist für die Bevölkerungs-

teile, deren Zugang zu Gesundheit, Bildung oder Schutz bereits vor der Pandemie unzureichend war. Auch verletzte Gruppen mit erhöhtem Schutzbedarf waren und sind intensiver betroffen und mit voraussichtlich weitaus langfristigeren, gravierenden Folgen für ihr Leben. Dies hat in vielen Ländern aber nicht dazu geführt, dass staatliche Maßnahmen der Pandemiebekämpfung besonderen Schutz für diese Gruppen vorsehen. Im Gegenteil: Behörden in zahlreichen Ländern nahmen billigend Schanden und sogar den Tod von Menschen aus Risikogruppen in Kauf; von im Gesundheitssektor Beschäftigten, von Geflüchteten, von Frauen und Mädchen, von indigenen Lebensgemeinschaften oder von diskriminierten Minderheiten. Gewalt gegen Frauen, einschließlich „Ehren“-Morde, sowie häusliche und sexualisierte Gewalt nahm weltweit deutlich zu. Amnesty International dokumentierte in mindestens 83 der 149 im Jahresbericht erfassten Länder staatliche Pandemiemaßnahmen, die marginalisierte Gruppen diskriminierten. Die ohnehin oftmals prekäre Situation von Geflüchteten und Migrant_innen verschärfte sich in allen Weltregionen. Gleichzeitig lag die besondere Aufmerksamkeit von Gesellschaft und Medien in den meisten Ländern selten kontinuierlich und nachhaltig bei den am schwersten betroffenen Gruppen.

Unterdrückung und Einschränkung von Meinungs-, Presse- und Versammlungsfreiheit: In der Krise zeigte sich im Gegenteil wie „dünnhäutig“ viele Regierungen mit ihrem Unvermögen in der Pandemie umzugehen: Unabhängige Informationen zur Pandemieentwicklung, kritische Berichterstattung sowie die Thematisierung von Mängeln in der Pandemiebekämpfung wurden oft unterdrückt, Journalist_innen bedroht und inhaftiert, Beschäftigte im Gesundheitsbereich, die Kritik äußerten oder ausreichende Schutzausstattung forderten, eingeschüchtert oder entlassen. In 42 von 149 Ländern wurden Arbeitskräfte im Gesundheitswesen durch staatliche Stellen belästigt, einschüchtert oder es wurde ihnen Schutzausrüstung verweigert.

Zivilgesellschaft unter Druck: Andere Regierungen missbrauchten die Gesundheitskrise, um weiter rechtsstaatliche Prinzipien aufzulösen und Rechte und Freiheiten einzuschränken. Sie nutzen die Pandemie, um „in ihrem Schatten“ eine autoritäre Agenda voranzutreiben: Dazu gehören neue sogenannte „Sicherheitsgesetze“, die Instrumentalisierung der Justiz oder die Behinderung von Wahlen. Friedliche Demonstrierende und kritische Stimmen, Journalist_innen und Menschenrechtsverteidiger_innen wurden in vielen Regionen brutal angegangen, willkürlich festgenommen, gezielt verfolgt, schikaniert oder sogar getötet.

Offenbarungseid der internationalen Zusammenarbeit und globalen Solidarität: Die globale Pandemie offenbarte schonungslos die Schwächen der internationalen Zusammenarbeit und der globalen Systeme und Institutionen. Dies wurde beim Informationsaustausch, dem Wissenstransfer sowie

bei der oft fehlenden Bereitstellung von Schutzausrüstungen deutlich. Die UNO ringt aktuell mit der Frage von Impfstoffen als globale öffentliche Güter. Diese Erfahrungen zeigen, dass es erheblichen Handlungsbedarf gibt, damit die internationale Staatengemeinschaft in der Lage ist, solidarisch und verantwortungsvoll mit globalen Herausforderungen wie Pandemie, Klimakrise oder menschenrechtskonforme Digitalisierung umzugehen.

Transparenz und vielfältige Berichterstattung wichtig: Vor dem Hintergrund dieser dramatischen Entwicklungen zeigt sich, wie wichtig eine unabhängige Presse- und Medienberichterstattung gerade in Krisen ist. Der Fokus von Regierungen wie auch der Bevölkerung lag verständlicherweise auf der eigenen Situation, mit starken lokalen und nationalen Perspektiven. Nur nach und nach erweiterte sich der Horizont auf globale Aspekte der Pandemie. Internationale Krisen und Ereignisse, ob Myanmar, Hongkong oder Mali, bedeutende nationale Themen, wie die Einführung von digitalen Überwachungssystemen, fanden umso schwerer Gehör. Die wichtige Funktion von Medien und internationaler Staatengemeinschaft, für internationale Aufmerksamkeit und Interventionen zugunsten der unterdrückten Zivilgesellschaft bei schweren Menschenrechtsverletzungen zu sorgen, fiel zu oft aus. Verfolgte Journalist_innen, zivilgesellschaftliche Organisationen und verletzte Gruppen waren in der Pandemie noch hilfloser und abgeschnittener von internationaler Solidarität als zuvor.

Wie hat sich dies in Deutschland ausgewirkt?

Die Notwendigkeit, Angemessenheit und Legitimation von staatlichen Maßnahmen der Pandemiebekämpfung waren in Deutschland vielbehandelte und kontrovers debattierte Themen in Medien, Parlamenten, an Stammtischen und vor Gerichten. Im Gegensatz zu vielen anderen Staaten funktionierte die Judikative immer wieder als rechtstaatliches Korrektiv (Stichwort: Versammlungsfreiheit), die Exekutive musste sich kontinuierlich parlamentarischer und medialer Kritik und Nachfragen stellen.

Während Einschränkungen der Allgemeinheit vielfach mediale Behandlung fanden, galt dies nicht gleichermaßen für alle Bereiche, in denen Regierung und Behörden eine Schutzpflicht für besonders verletzte oder gefährdete Gruppen hatten und haben. Im Rückblick zeigt sich, dass Bundes- und Landesregierungen beim Pandemiemanagement viele gefährdete Gruppen nicht immer ausreichend geschützt haben. Es rächten sich politische Versäumnisse der Vergangenheit wie ein unzureichendes Netzwerk an Frauenhäusern, die Unterbringung und unzureichende medizinische wie technische Versorgung von Geflüchteten in Sammelunterkünften, die ungenügende Bekämpfung von (Kinder-)Armut und die Abhängigkeit des Bildungserfolgs von der sozialen Herkunft. Die Nachteile der Maßnahmen wie Kontaktbeschränkungen und die Schließung von Bildungseinrichtungen und anderer Infrastruktur für vulnerable Gruppen wie Frauen,

Geflüchtete und Kinder wurden unterschätzt oder in Kauf genommen. Während sehr schnell Auswirkungen von Maßnahmen auf die Wirtschaft abgewogen und prioritär behandelt wurden, fanden Senior_innen, Schüler_innen, Wohnungslose und Menschen mit Behinderung offensichtlich nicht immer die gleiche Aufmerksamkeit.

Während es scheint, dass die Notlagen von Hotels und Gaststätten rasch, wiederholt und intensiv Teil der Berichterstattung waren und die Lage von Kindern und Jugendlichen sukzessive an Beachtung gewann, fand die teilweise dramatische Situation der ca. 30.000 bis 50.000 Kinder in Sammelunterkünften wenig Beachtung. Die mangelnde Beachtung und Bearbeitung der Situation von Menschen in Flüchtlingsunterkünften führte teilweise zu unzureichender Fürsorge und Schutz für besonders vulnerable, zu hohen Ansteckungsraten und zu belastenden Kettenquarantänen – mit mehr aufrichtiger Aufmerksamkeit und bundesweit einheitlichem verantwortlichen Handeln hätten die Härtesituationen für Betroffene verhindert werden können.

Trotz der dominierenden Pandemie-Berichterstattung fanden auch die weiter drängenden Fragen der inneren Sicherheit einige Aufmerksamkeit. Sowohl die Bekämpfung rassistischer Gewalt bleibt ein dringliches menschenrechtliches Anliegen, wie auch die Stärkung von Kontrollmechanismen bei Polizei und Sicherheitsbehörden. Die Morde im Februar 2020 in Hanau standen in einer Reihe rassistischer Gewalttaten, so auch der Anschlag in Halle. 2020 begangen rechtsextreme Gewalttäter rund 23.000 Straftaten, zu 2019 ein Anstieg um 700 Taten. Die konsequente Aufklärung und Sanktionierung rassistischer und rechtsextremer Tendenzen innerhalb von Polizei, Bundeswehr und Sicherheitsbehörden muss vorangetrieben werden, ebenso verpflichtende Anti-Rassismustrainings und unabhängige Untersuchungsmechanismen.

Eine wichtige Stärkung des Grund- und Menschenrechtsschutzes im vergangenen Jahr war das Urteil des Bundesverfassungsgerichtes zu rechtswidriger Massenüberwachung durch den Bundesnachrichtendienst. Das BVerfG stellte in seinem Urteil zum BND-Gesetz fest, dass die Überwachungsbefugnisse des BND verfassungswidrig und die Kontrolle der Geheimdienste in Deutschland unzureichend sind. Das Gericht monierte auch mangelnde Schutzmaßnahmen für Berufsgruppen wie Journalist_innen und Anwalt_innen. Leider hat die Bundesregierung die Chance nicht genutzt, dem BND eine wirksame, kompetente Kontrolle zu geben und seine Überwachungsbefugnisse mit den Menschenrechten in Einklang zu bringen. Stattdessen ermöglicht das im März 2021 vom Bundestag beschlossene neue BND-Gesetz weiterhin anlasslose Massenüberwachung und erlaubt sogar einen Kompetenzzuwachs: Nach neuem BND-Gesetz und aktuellem Verfassungsschutzanpassungsgesetz-Entwurf sollen alle deutschen Geheimdienste die Befugnis erhalten, „Staatstrojaner“ einzu-

setzen. Die Bundesregierung bleibt daher gefordert, die beanstandeten Missstände zu beheben und die vom Bundesverfassungsgericht angeordnete „Überwachungsgesamtrechnung“ durchzuführen. Im April und Juni 2020 wurden außerdem Änderungen am Netzwerkdurchsetzungsgesetz beschlossen.

Die Regelung solcher (wie anderer rechtstaatlich wichtiger) Themen in Pandemiezeiten macht deutlich, wie wichtig eine vielfältige, ausgewogene Medienberichterstattung für politische Meinungsbildungsprozesse ist. Es braucht Räume, in denen grundlegende Fragen gestellt und diskutiert werden können, auch in Krisenzeiten, die über längere Zeit Aufmerksamkeit und Klickraten auf die alles dominierende Krise lenken.

Ähnliches gilt für das in der gesellschaftlichen Breite nur begrenzt diskutierte sogenannte „Lieferkettengesetz“, welches die lange überfälligen menschenrechtlichen Sorgfaltspflichten von Unternehmen rechtlich verbindlich regeln soll. Während die weltweite Pandemie die globale Verantwortung und Bedeutung der Wirtschaft noch einmal deutlich machte, bewegten sich Teile des medialen und politischen Diskurses um die Frage „ob man dies den Unternehmen in der Krise zumuten dürfe“. Verantwortungsvolle Solidarität mit den in der Pandemie am Stärksten betroffenen Menschen in aller Welt sieht anders aus.

Wie schätzen Sie die wachsende Sorge ein, dass an deutschen Universitäten, aber auch in den Medien immer öfter die Meinungsfreiheit eingeschränkt wird, indem Professoren, Autoren etc. ein Vortrag oder ein Text verboten wird?

Amnesty International beobachtet weltweit wachsende Einschränkungen der Meinungs-, Kunst- und Wissenschaftsfreiheit. Gleichzeitig müssen wir verbale Angriffe und Ausgrenzungen als übergriffigen Ausdruck von gruppenbezogener Menschenfeindlichkeit benennen, wir müssen die Grenzen der Meinungsfreiheit aufzeigen und Menschen vor auch verbaler Herabwürdigung und Bedrohung durch andere schützen. Dabei kommt Organisationen, Institutionen – wie z.B. Universitäten – und Arbeitgeber_innen eine besondere Verantwortung zu. Es gilt, übergriffiges Verhalten – nicht Menschen – zu sanktionieren und offene, auch kontroverse aber respektvolle Diskurse zu ermöglichen und zu fördern. Klar muss dabei sein: Meinungsfreiheit, Kunstfreiheit oder die Freiheit der Wissenschaft legitimieren weder Rassismus, Antisemitismus oder die Leugnung der Shoah.

Matthias Vollbracht

BERICHTERSTATTUNG ÜBER MENSCHEN MIT BEHINDERUNGEN IN ART UND UMFANG NICHT AUSREICHEND

Die Zahl der Menschen mit schweren Behinderungen steigt in Deutschland nach Angaben des Statistischen Bundesamtes seit Jahren an. Zum Jahresende 2019 lebten in Deutschland rund 7,9 Millionen schwerbehinderte Menschen, 136.000 oder 1,8 Prozent mehr als Ende 2017¹. Gemessen an der Gesamtbevölkerung ist fast jeder Zehnte von einer schweren Behinderung betroffen. Die Arbeitslosenquote bei Menschen mit schwerer Behinderung ist rund doppelt so hoch wie bei Menschen ohne vergleichbare Einschränkung: Sie lag im Jahr 2018 bei 11,2 Prozent im Vergleich zu 6,5 Prozent². Menschen mit Behinderung müssen deutlich länger als andere suchen, wenn sie eine neue Stelle benötigen und die gesetzliche Pflichtbeschäftigungsquote wird in der privaten Wirtschaft nach wie vor nicht erreicht. Deutschland hat mit der Umsetzung der UN-Behindertenrechtskonvention im Jahr 2009 Mitverantwortung dafür übernommen, dass eine volle und wirksame Teilhabe von Menschen mit Behinderungen und ihre Einbeziehung in die Gesellschaft erfolgt. (Art 3 c UN-BRK). Wirksame Teilhabe oder Inklusion bezieht sich auf alle Lebensbereiche, wie Wohnen, Mobilität, Beruf, Freizeitgestaltung und persönliche Interessen. Für die Gestaltung dieses politischen Prozesses ist eine kontinuierliche, umfassende und realistische Information der Bevölkerung unerlässlich.

1. Menschen mit Behinderung in den Leitmedien kaum sichtbar

Die kontinuierliche Analyse zeigt, dass Menschen mit Behinderung in den Leitmedien deutlich unter der Wahrnehmungsschwelle (1,5 Prozent Anteil in der Berichterstattung) liegen. De facto liegt der Wert zwischen

¹ Destatis, Pressemitteilung Nr. 230 vom 24.6.2020

² Bundesagentur für Arbeit (2020): Beschäftigungsstatistik schwerbehinderter Menschen

Abbildung 1:
Anteil Berichterstattung über Menschen mit Behinderung 2012–2016 in Prozent

(Basis: 1.245.261 Beiträge in 28 Medien)



2012 und 2016 eher bei 0,1 bis 0,3 Prozent. Am seltensten wird über Menschen mit einer geistigen Beeinträchtigung berichtet. Auf Basis des derzeitigen Informationsangebotes ist es schwierig für Menschen nachzuvollziehen, wie es um die gesellschaftliche Inklusion von Menschen mit Behinderung bestellt ist. Eine detailliertere Analyse der Themen der Berichterstattung in diesem Zusammenhang zeigt, dass noch am ehesten Behindertenpolitik aufgegriffen wird – zum Beispiel die Diskussionen im Vorfeld des Bundesteilhabegesetzes. Daneben bekommt schulische Inklusion eine gewisse Aufmerksamkeit und zu Zeiten von Paralympics auch der Behindertensport. Arbeitsmarktfragen, persönliche Lebensumstände oder Freizeitgestaltung spielen dagegen kaum eine Rolle (Vollbracht 2017, 45). Menschen mit Behinderungen sind damit noch wesentlich seltener in den Leitmedien vertreten als Kinder, Jugendliche, Senioren oder Familien.

2. Diskontinuierliche Information kann Stereotype verstärken und Probleme überlagern

Wirksame Inklusion geschieht nur in gesellschaftlichen Prozessen, in denen Anliegen und Bedürfnisse einzelner Gruppen für andere nachvollziehbar sind. Die Geschichte der Berichterstattung über Menschen mit Behinderungen ist dagegen voller Stereotypen, die bekannteste Zusammenstellung geht auf Colin Barnes (1992) zurück. Menschen mit Behinderung werden demnach als bemitleidenswert und erbärmlich dargestellt, als Objekt von Gewalt oder unheimliche Täter, nicht selten ist eine Atmosphäre der Kuriosität vorherrschend, gerade im Zusammenhang mit Berichten über Sport und Inklusion findet sich die Zuschreibung herausragender Eigenschaften, wie übermenschlicher Willensstärke („Superkrüppel“). Auch wenn diese und weitere Stereotypen nicht kontinuierlich in allen Medienkanälen zu finden sind, gelten sie doch in der wissenschaftlichen Forschung als gut

belegt. Vollbracht (2017) zeigt, dass die Berichterstattung über berufliche Inklusion rar, aber in der Regel von Erfolgsbeispielen geprägt ist, in nicht wenigen davon finden sich klare Bezüge zum Superkrüppel-Stereotyp³. Der überwiegend positive Charakter der Einzelbeispiele in den Medien in Verbindung mit seltener Berichterstattung über die strukturellen Gründe für hohe Arbeitslosigkeit führt zum kontrafaktischen Eindruck, es sei um die berufliche Inklusion in Deutschland gut bestellt. Betriebe, welche die Pflichtquote von fünf Prozent nicht erfüllen, finden sich zahlreich bis hinauf die DAX30-Liste der größten börsennotierten deutschen Unternehmen.

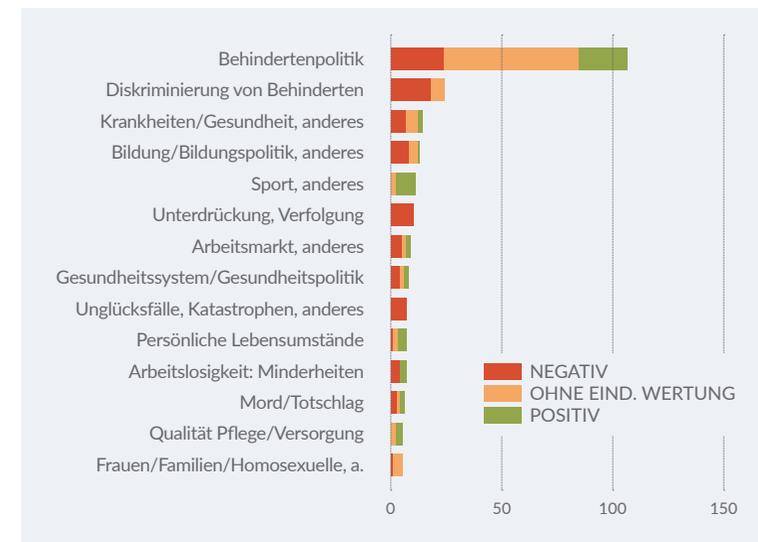


Abbildung 2:
Themenfelder der Berichterstattung über Menschen mit Behinderung

3. Zusammenfassung

Die Berichterstattung über Menschen mit Behinderungen ist in Art und Umfang kaum als ausreichend zu bezeichnen, um den Status von gesellschaftlicher Inklusion nachverfolgen zu können. Die gesellschaftliche Relevanz des Themas bleibt weitgehend verborgen. Eine detaillierte Analyse der Berichterstattung über berufliche Inklusion zeigt, dass ein kontrafaktisches Bild vermittelt wird. Eine Reihe von Interviews mit Vertretern aus regionalen und überregionalen Medien offenbart, dass das Thema Behinderung und Inklusion in den meisten Redaktionen keine klare Verortung hat.

³ Vollbracht, M. (2017): Besser als die Wirklichkeit? Berufliche Inklusion im Spiegel der Medien. InnoVatio, Zürich.

Matthias Vollbracht

MEDIALE AUFMERKSAMKEIT FÜR SENIORINNEN UND SENIOREN SEHR GERING

Der „Sechste Bericht zur Lage der älteren Generation in der Bundesrepublik Deutschland – Altersbilder in der Gesellschaft“ hat verschiedene Facetten von Altersbildern unter die Lupe genommen, insbesondere im Kapitel „Altersbilder und Medien“. Demnach würden ältere Menschen in den Massenmedien eher einseitig dargestellt, entgegen weit verbreiteter Erwartung sogar eher einseitig positiv. Gleichzeitig konstatiert der Bericht, dass Studien für den deutschsprachigen Raum jeweils nur einen kleinen Ausschnitt der Medienlandschaft betrachteten.¹ Die umfangreichen Untersuchungen dazu von Media Tenor (vergleiche Vollbracht 2015 und Vollbracht 2020) zeigen dagegen, dass die ältere Generation in den deutschen Medien entgegen ihrem wachsenden Anteil an der Bevölkerung stark unterrepräsentiert ist und die Berichterstattung über sie in der Regel in negativem Kontext erfolgt (Abbildung 1).

1. Die Information über die ältere Generation liegt unter der Wahrnehmungsschwelle

Seniorinnen und Senioren als Gruppe bekommen in den deutschen Leitmedien etwa ein Viertel der Aufmerksamkeit, die Kindern und Jugendlichen zuteil wird (Abbildung 2). Um über die Wahrnehmungsschwelle zu kommen, müsste die Berichterstattung etwa sieben Mal höher ausfallen. Die Situation der älteren Generation ist in der medialen Öffentlichkeit nur zu bestimmten Anlässen ein Thema, wie nicht zuletzt die Corona-Krise gezeigt hat, bei der es in etlichen Senioreneinrichtungen zu dramatischen Infektionsverläufen mit zahlreichen Todesfällen kam.

¹ Vergleiche: Sechster Bericht zur Lage der älteren Generation in der Bundesrepublik Deutschland – Altersbilder in der Gesellschaft und Stellungnahme der Bundesregierung, Bundestagsdrucksache 17/3815, 2010, S. 141ff.

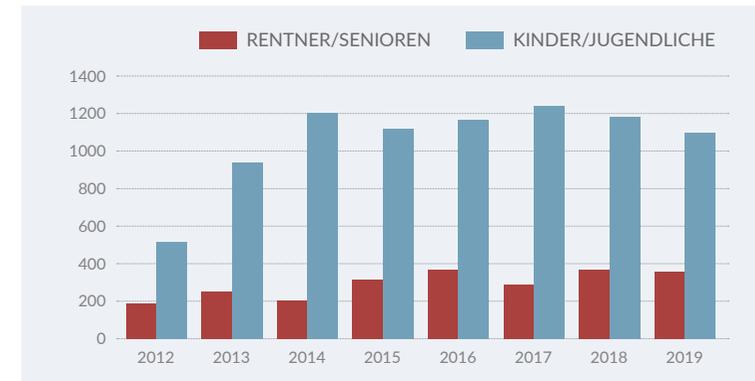


Abbildung 1: Medienpräsenz von Seniorinnen und Senioren 2012–2019 (Basis: 2.308/8.451 Beiträge über Senioren und Rentner/Kinder und Jugendliche in ausgewählten deutschen TV-Nachrichten, Tageszeitungen, Wochenmedien, Radio; insgesamt wurden 1.553.932 Beiträge ausgewertet.)

2. Das Medienbild zur älteren Generation konzentriert sich auf die Rente

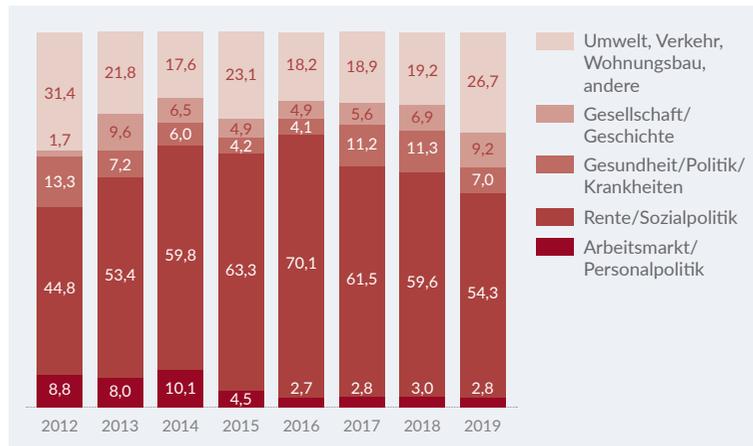
Im Hinblick auf die Themen, über die Medien im Zusammenhang mit der älteren Generation berichten, zeigt sich über die Jahre ein recht stabiles Bild: Im Mittelpunkt steht eindeutig die Rente (Anteil zwischen 44,8 und 70,1 Prozent an allen Beiträgen). Die Kranken- und Pflegeversicherung und Gesundheitsaspekte machten im Zeitverlauf zwischen 4,1 und 13,3 Prozent aus. Um die Beteiligung der älteren Generation am Arbeitsmarkt, vor allem die Frage des Renteneintrittsalters, ging es stärker in den Jahren 2012 bis 2014, getrieben allerdings vor allem durch Finanzierungsprobleme der Rentenversicherung, nicht etwa unter dem Aspekt der selbstbestimmten Teilhabe. Nur ein Randaspekt der Berichterstattung ist das Thema Gesellschaft und Geschichte, wo es um Kultur, Werte, Identität und geschichtliche Erfahrungen geht.

3. Seniorinnen und Senioren werden überwiegend in negativen Kontexten dargestellt

Die Tonalität der Darstellung zur älteren Generation in den ausgewerteten deutschen Leitmedien ist eher negativ. Im Zusammenhang mit den Rentenerhöhungen der letzten Jahre hat sich der Saldo von positiven und negativen Wertungen von -17 auf zuletzt -6 verringert. Insgesamt ist die Berichterstattung stark defizitorientiert. Das schlägt sich auch in der Semantik nieder, zum Beispiel in der Warnung vor einer „Überalterung“ der Gesellschaft oder der starken Zunahme der Berichterstattung über gesundheitliche Beeinträchtigungen wie Demenz. Demenz ist das Hauptthema der Berichterstattung über gesundheitliche Einschränkungen von Senioren, sie ist im Vergleich zur medizinischen Statistik damit stark überpräsentiert (Vollbracht 2015, S. 61–62).

Abbildung 2:
Themenfelder der
Berichterstattung
über Seniorinnen
und Senioren
2012–2019

(Anteil in Prozent;
Basis: 2.308 Bei-
träge über Senio-
ren und Rentner
in ausgewählten
deutschen TV-
Nachrichten,
Tageszeitungen,
Wochenmedien,
Radio; insge-
samt wurden
1.553.932 Beiträ-
ge ausgewertet.)



4. Konsequenzen

Ein vorwiegend negatives Bild der älteren Generation in den Medien, verbunden mit einer eingeschränkten Themendiversität über einen längeren Zeitraum, hat Konsequenzen für die Betroffenen und für die Gesellschaft insgesamt. Während prominente „Alte“ wie der Papst oder US-Präsident Trump in den Medien stark vertreten sind, ist ein realistisches Bild der älteren Generation aus den Medien kaum zu gewinnen. Sie kommen primär dann in den Fokus, wenn es um Verteilungsdebatten in der Sozialpolitik (Rente, Pflege) geht. Die Analyse internationaler Nachrichten zeigt, dass in anderen Ländern gesellschaftliche und kulturelle Aspekte teilweise einen wesentlich höheren Stellenwert haben und in der Regel auch positiver vermittelt werden. Die Teilhabe der älteren Generation am Arbeitsmarkt wurde in Deutschland bis dato hauptsächlich im Kontext von Finanzierungsproblemen der Rentenversicherung dargestellt, nicht im Zusammenhang mit selbstbestimmten Entscheidungen über gesellschaftliche Teilhabe. Das primär negative Altersbild in den Medien hat erkennbare Abstrahlwirkungen auf das Berufsimago der Pflege und verstärkt damit den Personalengpass in diesem Bereich (Reuschenbach 2015, 128). Kessler (2015, 150) betont, dass Altersbilder in den Köpfen jüngerer Menschen das tatsächliche Leben im Alter beeinflussen und dass sich Altersbilder „über den Weg der Kommunikation zwischen alten und jungen Menschen kurz- und langfristig auf das Erleben und Verhalten älterer Menschen auswirken“.

Ein jährlicher Report der Informationsqualität zur Berichterstattung über ältere Menschen als Anhang zum jährlichen Altersbericht der Bundesregierung könnte helfen, die genannten Herausforderungen anzugehen. Dieser sollte auch die Aspekte Altenpflege und die Diskussionen über Altersbilder und Altenpflege in den Social Media umfassen.

Senja Post

BERICHTERSTATTUNG ÜBER WISSENSCHAFT IN REGELMÄSSIGEN FALL- STUDIEN ANALYSIEREN

Zahlreiche gesellschaftliche Debatten berühren wissenschaftliche oder technologische Sachfragen. Debatten um die Energiewende werfen Fragen nach der Effizienz, den Chancen und Risiken von Energiequellen auf, Debatten um den Klimaschutz Fragen nach den Ursachen und Folgen des Klimawandels, Debatten um den Umgang mit SARS-CoV2 Fragen nach der Ausbreitung des Virus, nach den ökonomischen und sozialen Folgen politischer Maßnahmen u.v.a.m.

Damit sich gesellschaftliche Mehrheiten für oder gegen bestimmte Maßnahmen zur Bewältigung gesellschaftlicher Probleme sachlich begründet bilden können, müssen die Menschen sachgerecht informiert werden. Dies ist in öffentlichen Auseinandersetzungen um Umwelt, Technologie und Wissenschaft häufig nicht der Fall. Viele Menschen kommen mit wissenschaftlichen Aussagen in politisierten Kontexten in Berührung. In solchen Auseinandersetzungen werden wissenschaftliche Erkenntnisse nicht nur nach wissenschaftlichen Kriterien beurteilt – also danach, inwieweit sie unser wissenschaftliches Wissen voranbringen – sondern bspw. auch danach, inwiefern sie politisch erwünschte oder unerwünschte Folgen haben können (Pielke 2004; Post 2016; Post & Ramirez 2018; Sarewitz 2004; Scheufele 2014).

Politierte gesellschaftliche Debatten um Umwelt, Technologien und Wissenschaft können komplexe und folgenreiche Dynamiken entfalten. Zum Beispiel können sie den Umgang der Menschen mit wissenschaftlicher Erkenntnis beeinflussen. So halten viele Menschen Wissenschaft dann für glaubwürdig, wenn sie sich politisch von ihr bestätigt fühlen und dann für unglaubwürdig, wenn sie sich von ihr politisch in Frage gestellt sehen (Kahan 2012). Verkürzte, emotionalisierte Botschaften über wissenschaftliche Sachverhalte („Bienensterben“, „Ackergifte“, „Klimakiller“) können zudem Wissensillusionen begünstigen – hohe Diskrepanzen zwischen dem subjektiven Informiertheitsgefühl von Personen und ihrem objektiv

gemessenen Wissensstand (Fernbach et al. 2019). Dies könnte die Verbreitung von Desinformation fördern und eine Polarisierung gesellschaftlicher Auseinandersetzungen vorantreiben, weil sich Personen mit starken Wissensillusionen stärker in gesellschaftliche Debatten einmischen als Personen mit einem hohen objektiv gemessenen Wissen (Schäfer 2012; Donsbach & Mothes 2013).

Politisierung und Polarisierung

Diesen Entwicklungen könnte ein an Sachkriterien orientierter, um Objektivität bemühter, präziser und differenzierender Journalismus entgegenwirken. Zahlreiche Untersuchungen zeigen aber, dass die Berichterstattung über Umwelt, Technologie und Wissenschaft einige Defizite aufweist, die eine Politisierung von Wissenschaft und eine Polarisierung gesellschaftlicher Auseinandersetzungen verstärken dürften. Journalisten berichten häufig emotionalisiert und sensationistisch über politische Sachfragen (Humprecht & Udris 2019). Dies kann Konflikte um Umwelt, Technologie und Wissenschaft anheizen (Post & Schmidt, in Vorbereitung). Auch die journalistische Nachrichtenauswahl und der Umgang von Journalisten mit ihren Quellen dürften zu einer Politisierung von Wissenschaft in gesellschaftlichen Auseinandersetzungen beitragen.

Studien zur journalistischen Nachrichtenauswahl zeigen, dass Journalisten Informationen aus der Wissenschaft häufig nicht sachorientiert, sondern nach politischen Gesichtspunkten auswählen. So hielten Journalisten Informationen über Gentechnik oder die Kernenergie dann für objektiv und publikationswürdig, wenn sie ihre eigenen politischen Vorlieben bestätigten (Mothes 2017; Kepplinger & Lemke 2016).

Problematisch kann auch der Umgang von Journalisten mit ihren Quellen sein. Journalisten lassen in ihren Berichten häufig konträre Positionen zu Wort kommen, weil sie den Konfliktgehalt ihrer Beiträge erhöhen wollen (Humprecht & Udris 2019) oder weil sie sich um Ausgewogenheit bemühen. In der Wissenschaftsberichterstattung kann das problematische Folgen haben: Durch die Gegenüberstellung von Konfliktgegnern kann es zum Phänomen der „False Balance“ kommen, nämlich dann, wenn in Medienberichten Wissenschaftsleugner die Aussagen etablierter Wissenschaftler ohne Sachgrundlage in Frage stellen (Boykoff & Boykoff 2004). Durch die „falsche Ausgewogenheit“ in der Wissenschaftsberichterstattung kann es zu starken Diskrepanzen zwischen der in der Wissenschaftsberichterstattung dargestellten Expertenmeinung und dem tatsächlichen wissenschaftlichen Sachstand kommen (Stocking & Holstein 2009). So erhalten Mediennutzer den falschen Eindruck, dass unumstrittene, etablierte wissenschaftliche Fakten wissenschaftsintern hoch umstritten seien. In den USA wurde eine falsche Ausgewogenheit vor allem in der Klimaberichterstattung belegt (Boykoff & Boykoff 2004). Im deutschsprachigen Raum

könnte sie in Debatten um die grüne Gentechnik, neue Züchtungstechnologien oder Tierversuche eine Rolle spielen. Hierzu gibt es allerdings keine aktuellen empirischen Erhebungen.

Darstellungen wissenschaftlicher Informationen

Weitere Defizite der Wissenschaftsberichterstattung bestehen in Gestalt unpräziser Darstellungen wissenschaftlicher Erkenntnis oder wissenschaftlicher Konstrukte. So vernachlässigen Journalisten häufig wissenschaftliche Ungewissheiten und Wissenslücken, die zur spezifischen Lesart wissenschaftlicher Erkenntnis dazugehören (Post 2013). Eine Befragung der deutschen Klimaforscher aus dem Jahr 2015 zeigte, dass vor allem jene Minderheiten der Klimaforscher häufig in Kontakt mit Journalisten waren, die in ungewöhnlich hohem Maße von der Verlässlichkeit der Klimamodelle oder der Verfügbarkeit bzw. Genauigkeit empirischer Messdaten überzeugt waren. Dagegen war die Mehrheit der Klimaforscher, die noch Verbesserungsbedarf bei den Klimamodellen sahen, deutlich seltener in Kontakt mit Journalisten (Post 2019). Dass Journalisten wissenschaftliche Ungewissheiten vernachlässigen, zeigte auch eine Inhaltsanalyse der Berichterstattung über den fünften Sachstandsbericht des Weltklimarats (Haßler et al. 2016, Schaubild 1). Die Autoren identifizierten alle Referenzen auf den Sachstandsbericht in deutschen Leitmedien und verglichen sie mit den Originalaussagen im IPCC-Bericht. Demnach gaben Journalisten nur ca. ein Drittel (37%) aller Aussagen, die im IPCC-Bericht als mehr oder weniger ungewiss gekennzeichnet waren, mit der korrekten Ungewissheit wieder. In 43% der Fälle wurde die Ungewissheit der Aussagen im IPCC-Bericht in der Berichterstattung nicht erwähnt, in 17% der Fälle wurde eine bestehende Ungewissheit beschwichtigt (Tabelle 1).

Ein weiteres Problem der Berichterstattung über wissenschaftliche Sachverhalte ist der journalistische Umgang mit Zahlen, Statistik oder mit präzise definierten mathematisch-wissenschaftlichen Konstrukten wie „Risiko“, „vorzeitige Todesfälle“ oder „Unfalltote“. Eine Fallstudie über die Berichterstattung über die Nebenwirkungen des Blutfettsenkers Lipobay verdeutlicht die Tragweite des Problems. Anlass der Studie waren einige Todesfälle, zu denen es aufgrund der Einnahme des Medikaments zu Beginn der Jahrhundertwende gekommen war (Kepplinger & Klimpe 2017). Leitfrage der Untersuchung war, welche Informationen Leser erhalten müssen, um das Einnahmerisiko von Patienten einschätzen zu können. Auf der Grundlage theoretisch-mathematischer Überlegungen unterschieden die Autoren fünf Qualitätsniveaus der Berichterstattung (vgl. Abbildung 2) und bestimmten anhand dieses Kriterienkatalogs anschließend die Qualität der Berichterstattung über Lipobay in meinungsführenden Qualitätszeitungen in Deutschland und den USA.

Tabelle 1:
Wissenschaftliche Ungewissheiten und ihre Darstellung in den Medien
(Wiedergabe der Ungewissheit von im IPCC-Bericht als ungewiss gekennzeichneten Aussagen)

	Medienaussagen in % (n=221)
Wiedergabe mit korrekter Ungewissheit	37
Wiedergabe mit größerer Ungewissheit	4
Wiedergabe mit geringerer Ungewissheit	17
Wiedergabe ohne Ungewissheit	43
Summe	101

Basis: Alle in folgenden Medien berichteten Informationseinheiten aus dem IPCC-Bericht; Welt, Frankfurter Allgemeine Zeitung, Süddeutsche Zeitung, Frankfurter Rundschau, Ostthüringer Zeitung, Thüringer Landeszeitung, Thüringer Allgemeine, Bild, Spiegel, Focus, Zeit sowie die Hauptnachrichtensendungen von ARD, ZDF, RTL und Sat1
Untersuchungszeitraum: Je eine Woche vor und nach Veröffentlichung des jeweiligen Berichtsteils durch den IPCC (20.9. bis 08.10.2013 sowie 07.04. bis 25.04.2014)

Die Studie zeigt, dass die weitaus meisten deutschen Beiträge über Lipobay keine Informationen enthielten, die für eine ausreichende Risikoabschätzung notwendig gewesen wären. Drei Viertel (77%) der Beiträge über Lipobay nannten lediglich die zentralen Begriffe und gaben einen allgemeinen Hinweis auf die Existenz eines tödlichen Risikos. Ein Fünftel der Berichte (18%) gab zusätzlich die Anzahl der Todesfälle an. Nur ein verschwindend geringer Anteil der Berichte (5%) nannte die für eine angemessene Risikoabschätzung notwendige Gesamtzahl der Patienten, die das Medikament eingenommen hatten.

Noch weniger Beiträge gaben weiterführende Informationen, zum Beispiel darüber, ob es bei den Todesfällen eine Überdosierung oder Wechselwirkungen mit anderen Medikamenten gegeben hatte.

Messung der Qualität der Berichterstattung

Die Qualität öffentlicher Kommunikationsinhalte über Wissenschaft wird seit einigen Jahren kontrovers diskutiert, zum Beispiel in Diskussionen um irreführende oder gefälschte Meldungen („Fake News“), Verschwörungstheorien oder Desinformation (Scheufele & Krause 2019). Solche Debatten spielen vor allem in öffentlich politisierten Auseinandersetzungen um Umwelt, Technologien und Wissenschaft eine Rolle – in Debatten um Klimawandel, Gentechnik, erneuerbare Energien, SARS-CoV2 usw. (Iyengar & Massey 2019).

Vor diesem Hintergrund erscheint es notwendig, die Qualität der Wissenschaftsberichterstattung in transparenten Verfahren zu bestimmen und öffentlich zur Diskussion zu stellen. Dies verlangt systematische Verfahren, die es ermöglichen, sachlich angemessenere von unangemessenen Darstellungen zu unterscheiden (vgl. Post & Wegner, im Erscheinen).

Tabelle 2: Qualitätskriterien der Risikoberichterstattung, hier am Beispiel des Blutfettsenkers Lipobay

Informationsgehalt	Kriterien	Beispiel
1) Minimale Risikoinformation	Nennung der zentralen Begriffe und allgemeine Hinweise auf tödliche Risiken	Medikament XXX mit dem Wirkstoff XXX verursacht als Nebenwirkung XXX. Im schlimmsten Fall kann das tödlich sein.
2) Basisinformation zu Risiken	Wie 1) + Anzahl der Todesfälle im eigenen Land oder weltweit	Medikament XXX (...). Fünf Patienten in Deutschland sind bereits daran gestorben.
3) Ausreichende Risikoinformation	Wie 2) + Anzahl der Anwender im eigenen Land oder weltweit	Medikament XXX (...). Fünf von insgesamt 500.000 Patienten in Deutschland sind bereits daran gestorben.
4) Suboptimale Risikoinformation	Wie 3) + Hinweis auf Todesursache durch Überdosierung und/oder Kombination mit anderen Medikamenten	Medikament XXX (...). Von den fünf Todesfällen hatten drei das Medikament zu hochdosiert eingenommen.
5) Optimale Risikoinformation	Wie 4) + Hinweis auf Marktrücknahme	Medikament XXX (...). Das Medikament wurde vom Markt genommen.

Hierzu müssen Kommunikationsinhalte mit systematisch entwickelten oder erhobenen Qualitätsstandards abgeglichen werden.

Je nach der konkreten Fragestellung sind unterschiedliche Studiendesigns geeignet, zum Beispiel:

- Vergleiche der in Medien repräsentierten Einschätzungen wissenschaftlicher Sachfragen mit Meinungsverteilungen aus repräsentativen Expertenbefragungen;
- Vergleiche der Berichterstattung mit Aussagen aus wissenschaftlichen Originalpublikationen wie wissenschaftliche Fachaufsätze oder Dokumente der wissenschaftlichen Politikberatung (Weltklimaberichte, Berichte der Nationalen Akademie der Wissenschaften Leopoldina usw.);
- Vergleiche der in der Berichterstattung präsentierten statistischen, numerischen oder begrifflichen Informationen mit mathematisch oder theoretisch abgeleiteten Qualitätskriterien;
- Vergleiche der Berichterstattung mit medienunabhängigen Statistiken (z.B. über Luftschadstoffbelastung, den Einsatz von Antibiotika in der Nutztierhaltung, usw.)

In den vergangenen Jahren erhielten verschiedene Wissenschaftsthemen ein hohes Maß an Medienaufmerksamkeit – zum Beispiel die Luft-

verschmutzung, der Klimawandel, das Waldsterben, das Artensterben, Pestizide oder die Verbreitung von SARS-CoV2. In Zukunft erscheint es wünschenswert, die Qualität der Wissenschaftsberichterstattung öffentlich zu thematisieren und zu stärken. Hierzu sollten Themen, die ein hohes Maß an Medienaufmerksamkeit auf sich gezogen haben, in passgenauen, repräsentativen Fallstudien regelmäßig wissenschaftlich analysiert und anschließend diskutiert werden. Dies würde die Qualität der Wissenschaftsberichterstattung vermutlich langfristig erhöhen, den Wert eines qualifizierten Wissenschaftsjournalismus stärken und einen Beitrag dazu leisten, gesellschaftliche Debatten um Umwelt, Technologie und Wissenschaft zu depolarisieren und zu versachlichen.

Literatur

- Boykoff, M. T., & Boykoff, J. M. (2004). Balance as bias: Global warming and the US prestige press. *Global Environmental Change* 14(2), 125–136.
- Donsbach, W., & Mothes, C. (2013). The dissonant self: Contributions from dissonance theory to a new agenda for studying political communication. *Annals of the International Communication Association*, 36(1), 3–44.
- Fernbach, P. M., Light, N., Scott, S. E., Inbar, Y., & Rozin, P. (2019). Extreme opponents of genetically modified foods know the least but think they know the most. *Nature Human Behaviour*, 3(3), 251–256.
- Haßler, J., Maurer, M. & Oschatz, C. (2016). So gut wie sicher? Die Darstellung der Ungewissheit klimawissenschaftlicher Erkenntnisse durch Wissenschaft, Massenmedien und Politik [A safe guess? The representation of the uncertainty of climate science findings by science, mass media and politics.] In G. Ruhrmann, S. H. Kessler & L. Guenther (Hrsg.), *Wissenschaftskommunikation zwischen Risiko und (Un-)Sicherheit* (S. 122–142). Köln: Halem Verlag.
- Humprecht, E. & Udris, L. (2019). In: Örnebrink, Henrik. *Oxford Research Encyclopedia of Communication*. Oxford, UK: Oxford University Press, 1–22.
- Iyengar, S., & Massey, D. S. (2019). Scientific communication in a post-truth society. *Proceedings of the National Academy of Sciences*, 116(16), 7656–7661.
- Kahan, D. M. (2012). Ideology, motivated reasoning, and cognitive reflection: An experimental study. *Judgment and Decision making*, 8, 407–24.
- Kepplinger, H. M., & Lemke, R. (2016). Instrumentalizing Fukushima: Comparing media coverage of Fukushima in Germany, France, the United Kingdom, and Switzerland. *Political Communication*, 33(3), 351–373.
- Kepplinger, H. M., & Klimpe, S. (2017). Medikamenten-Risiko und Informationsmöglichkeit von Zeitungslasern am Beispiel Lipobay. *Journalismus zwischen Autonomie und Nutzwert*, 155–174.
- Mothes, C. (2017). Biased objectivity: An experiment on information preferences of journalists and citizens. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 94(4), 1073–1095.
- Pielke Jr, R. A. (2004). When scientists politicize science: making sense of controversy over *The Skeptical Environmentalist*. *Environmental Science & Policy*, 7(5), 405–417.
- Post, S. (2013). *Wahrheitskriterien von Journalisten und Wissenschaftlern*. Baden-Baden: .
- Post, S. (2016). Communicating science in public controversies: Strategic considerations of the German climate scientists. *Public Understanding of Science*, 25(1), 61–70.
- Post, S., & Ramirez, N. (2018). Politicized science communication: predicting scientists' acceptance of overstatements by their knowledge certainty, media perceptions, and presumed media effects. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 95(4), 1150–1170.
- Post, S. (2019): Zur Darstellung des Klimawandels in den Medien. Vortrag auf der Herbsttagung des Deutschen Ethikrats am 23.10.2019 in Göttingen.
- Post, S. & Wegner, K. J. (im Erscheinen). Risikoberichterstattung. Trends, Erkenntnisse und Desiderata inhaltsanalytischer Studien aus der Kommunikationswissenschaft. In Oehmer, F., Kessler, S. H., Sommer, K., Humprecht, E. & Castro, L. (Hrsg.). *Handbuch Quantitative Inhaltsanalyse*. Wiesbaden: Springer VS
- Post, S. & Schmidt, K.(in Vorbereitung): Der Konflikt um den Wolf. Wie Nutzerhalter und Naturschützer die konfliktthaltige und versöhnliche Medienberichte wahrnehmen und wie das ihre Konfliktsicht beeinflusst.
- Sarewitz, D. (2004). How science makes environmental controversies worse. *Environmental science & policy*, 7(5), 385–403.
- Schäfer, S. (2020). Illusion of knowledge through Facebook news? Effects of snack news in a news feed on perceived knowledge, attitude strength, and willingness for discussions. *Comp in Human Behavior*, 103, 1–12.
- Scheufele, D. A. (2014). Science communication as political communication. *Proceedings of the National Academy of Sciences*, 111(Supplement 4), 13585–13592.
- Scheufele, D. A., & Krause, N. M. (2019). Science audiences, misinformation, and fake news. *Proceedings of the National Academy of Sciences*, 116(16), 7662–7669.
- Stocking, S. H., & Holstein, L. W. (2009). Manufacturing doubt: journalists' roles and the construction of ignorance in a scientific controversy. *Public Understanding of Science* 18(1), 23–42.

„DIE COVID-19-KRISE HAT GEZEIGT, DASS SERVICE OFT UNTERSCHÄTZT WIRD.“

Markus Wiegand, Chefredakteur *Kress Pro*, im Interview

Wie hat sich aus Sicht von Kress für die Verlage das Interesse an deren Produkten in und nach Covid-19 entwickelt? Welches sind die Leuchttürme und was kann von denen verlagsübergreifend 2021 gelernt werden?

Viele Medienunternehmen haben einen enormen Run auf Ihre Produkte erlebt, auch und gerade, was kostenpflichtige Bezahlprodukte betrifft. Es hat sich gezeigt, dass viele Menschen in der Krise auf etablierte Medienmarken vertrauen. Einzelne Leuchttürme kann man dabei kaum herausheben. Die enorme Nachfrage galt für alle Nachrichtenmedien bis hin zu kleinen Lokaltiteln.

Rückblickend betrachtet: Gibt es übergreifende Erfahrungen, was die Redaktionen anders machen würden, sollte die nächste Krise kommen?

Eine übergreifende Reflexion der Berichterstattung gab es bisher kaum. Meine Meinung: Die Covid-19-Krise hat in den Medien auch gezeigt, dass Service oft unterschätzt wird. Reichweiten-Rekorde haben oftmals Elemente gebracht, die von den Medienmachern nicht besonders geschätzt werden: nachrichtliche Ticker und Serviceelemente: Wo gibt es Masken? Welche Züge fahren noch in der Krise? Darf ich meinen Urlaub umbuchen? Wie lange bekomme ich Kurzarbeitergeld? Wie beschäftigte ich die Kinder im Home Office etc. Also: Hilfe im Alltag.

Was davon wäre aus eigener Kraft zu schaffen – wofür bräuchte es externen Support?

Ich glaube, dass das alles aus eigener Kraft zu schaffen ist.

Wo gab es Defizite in der Berichterstattung?

In der Krise haben sich einige Defizite des Journalismus besonders gezeigt, die man auch vorher schon sehen konnte, die jetzt aber besonders scharf hervorgetreten sind: Ein sorgloser Umgang mit Statistiken, Auslandsberichterstattung mit starkem Fokus auf Problemländer, Personalisierung von Problemen. Zwischenzeitlich hatte man ja im Fernsehen den Eindruck, dass es in ganz Deutschland nur drei Virologen gibt. Mein Eindruck ist aber auch, dass diese Defizite im Verlauf kleiner geworden sind.

TEIL 3

**Wie schätzen die Medien
ihre Leistung ein?**

Georg Mascolo

FREI, UNABHÄNGIG, KRITISCH

**Das sind die Kriterien für Qualitätsmedien.
Die Frage ist, ob wir Journalisten genug tun,
um sie auch zu erfüllen. Eine Selbstkritik**

Als Journalist gehört man zu jenen, die bisweilen zu einer Diskussion oder einem Vortrag eingeladen werden. Bis vor einiger Zeit ging es meist darum, komplizierte Zusammenhänge darzustellen, Europas Probleme, den Irrsinn der Finanzmärkte oder was man noch von einem US-Präsidenten namens Donald Trump zu befürchten habe. Heute wird man immer noch gern eingeladen, doch die Fragen haben sich verändert. Sie heißen nun: Wie arbeiten Sie eigentlich? Wie steht es um Objektivität und Unabhängigkeit? Legen Sie dieselben Maßstäbe an sich an, die Sie an andere anlegen? Wir erklären nicht mehr die Welt. Wir erklären uns. Die Fragenden kann man grob in zwei Gruppen teilen: Die einen meinen die Antworten schon zu kennen, es liegt ihnen weniger an einer Diskussion als daran, ihre Wut loszuwerden. Sie benutzen das hässliche, ungerechte Wort von der „Lügenpresse“, und leider ergeben die Diskussionen dann meist auch keinen Sinn. Die zweite Gruppe ist weit größer und ebenfalls kritisch. Sie hat Zweifel, erhebt auch Vorwürfe, aber ist ebenso interessiert an den Darstellungen, Erklärungen, den Argumenten der Journalistinnen und Journalisten. Sie will gehört werden. Aber sie hört auch zu. Ich nehme so viele dieser Einladungen an wie möglich. Bill Gates hat einmal gesagt, am meisten lerne er von seinen unzufriedensten Kunden. Also bevorzuge ich jene Diskussionen, bei denen ich scharfe Kritik, aber eben auch Offenheit vermute, etwa beim Bund Deutscher Kriminalbeamter. In der Einladung hieß es, die „fortschreitende Kommerzialisierung und die Panik der Verantwortlichen beim Betrachten der ständig sinkenden Auflagenzahlen führen gefühlt – immer getreu dem Grundsatz bad news are good news – zu einer weiter ansteigenden Skandalisierung von Ereignissen.“ Deshalb sei folgender Vorwurf nicht ganz ohne Grund: „Medien ignorieren Persönlichkeitsrechte, betreiben reihenweise Vorverurteilungen und zerstören für ihre Auflagenzahlen gezielt und vorsätzlich Karrieren und Leben.“ Die Polizisten hatten es in ihrer Einladung dem schlechten Journalismus gleichgetan:

Sie hatten zugespitzt und übertrieben, bis das entstandene Bild mit der Wirklichkeit nichts mehr zu tun hatte. Es wurde trotzdem eine gute Debatte. Ein Teil der Kritik an meinem Berufsstand ist unverschämt. Ein anderer Teil aber ist überfällig. Es ist gut, dass jetzt geredet wird. Denn zu lange waren wir ziemlich bequem und haben uns mit den zunehmenden Zweifeln unseres Publikums, auch mit unserer erodierenden Glaubwürdigkeit nicht ausreichend beschäftigt. Wir waren mit unseren wirtschaftlichen Herausforderungen beschäftigt. Ich war einer von denen, die diese Fehler gemacht haben. Manche Fragen unserer Kritiker lassen sich leicht beantworten. Nach 30 Jahren im Beruf müsste zumindest einer der so oft vermuteten Anrufe aus dem Kanzleramt – in dem angewiesen wird, was man schreiben soll und was auf keinen Fall – bei mir eingegangen sein. Aber es gab keinen. Und mit der lenkenden Hand der Eigentümer, Verleger, Hierarchen, die alles auf Linie bringen, ist es auch so eine Sache. Kluge Chefredakteure lassen unbequeme Recherchen und abweichende Meinungen nicht nur zu, sie verlangen sie. Ein Text wie dieser gehört in diese Kategorie. Die schwierigste der Fragen lautet stets, ob „die Medien die Wahrheit berichten“. „Die Medien“ allerdings existieren nicht, es gibt solche, die ihre Sache meistens ganz gutmachen – aber natürlich auch nicht immer – und jene, die sich darum nicht einmal bemühen. In den USA gibt es Fernsehsender wie Fox News, die stolz auf ihren schrillen Ton sind, die Einseitigkeit, die hämmernde Daueranklage. Es ist ihr Geschäftsmodell. Barack Obama sagte einmal über Fox News, wenn er sich das anschauen würde, dann würde er sich auch nicht wählen. Wir Journalisten legen also Wert auf einen gewissen Unterschied, und es wäre ganz gut, wenn wir ihn dann selbst auch machen würden: Denn „die Politiker“ oder „die Wirtschaft“ gibt es auch nicht. Es gibt nicht einmal „die Banker“. In Deutschland wird schlechter Journalismus heute gern mit dem Internet in Verbindung gebracht, aber das ist in dieser Pauschalität ungerecht. Der schlechteste Journalismus wird immer noch auf Papier gedruckt, es ist die Yellow Press mit ihren oft frei erfundenen Geschichten. Manche jener Verleger, die über die Verantwortung des Gewerbes dozieren, verdienen mit diesen Blättern ihr Geld. Konzerne wie Facebook haben ermöglicht, dass heute jeder gehört werden kann, das ist großartig, denn Meinungsfreiheit war nie ein Privileg des Journalisten. Sondern ein großes Freiheitsrecht, das allen zusteht. Allerdings werden nun neben sorgsam recherchierten auch erfundene Geschichten transportiert, halbe Wahrheiten und Lügen ebenso. Alles wird mit der gleichen Zuverlässigkeit und in der gleichen Geschwindigkeit zugestellt. Lange haben die Internetkonzerne argumentiert, sie nähmen nun einmal keinerlei Haltung ein und trügen auch keine Verantwortung für die Inhalte. Nur dass eine solche Verantwortungslosigkeit auch eine Position ist. Der Algorithmus ist oft nur ein mathematisches Vorurteil: Je mehr man sich für Müll interessiert, umso mehr wird einem

verlässlich über den personalisierten Newsfeed auch zugestellt. Eine Welt aber, in der „stimmt“ oder „stimmt nicht“ durch „gefällt mir“ ersetzt wird, kann nicht funktionieren. Wahrheit ist ein großes Wort, meist ist man schon damit beschäftigt, überhaupt die Tatsachen herauszufinden und die nach sorgfältiger Recherche und vorsichtiger Abwägung jeweils bestmögliche verfügbare Version der „Wahrheit“ anzubieten. Das war nie einfach, heute ist es noch schwerer geworden. Raffinierte Lügen und Deutungen sind unterwegs, Desinformation und Propaganda konnten niemals zuvor in der Menschheitsgeschichte so leicht verbreitet werden. Hinzu kommen Politiker vom Schlage Trumps. Sie schaffen parallele Wirklichkeiten und erklären Journalisten zu „Feinden des Volkes“, zu einem Teil der Opposition, der angeblich eigene politische Ziele und Vorstellungen durchzusetzen wolle. Von da an ist es dann nicht mehr weit zu jenen, die in Deutschland Berichtersteller verprügeln oder ihnen, wie jüngst in den USA geschehen, Briefbomben in die Redaktion schicken. Dass Politiker lügen, gab es schon früher. Die Schamlosigkeit ist neu. Oder um es mit den Worten von Karl-Theodor zu Guttenberg zu sagen: „Was war das noch für eine Zeit, als man wegen Abschreibens aus dem Amt gejagt wurde.“ In unruhigen Zeiten suchen Leserinnen und Leser nach einem Ort der Orientierung: Was muss mich besorgen, was kann ich ignorieren, was ist die Aufgeregtheit des Augenblicks, was hat tatsächlich Bedeutung? Der Ort sind Medien, die den Auftrag des Bundesverfassungsgerichts ernst nehmen, den Bürger „umfassend“ zu informieren, ihm zu ermöglichen, dass er von unterschiedlichen Meinungen und Positionen erfährt, um diese gegeneinander „abzuwägen“. Es ist ein Journalismus, der „als ständiges Verbindungs- und Kontrollorgan zwischen dem Volk und seinen gewählten Vertretern in Parlament und Regierung“ fungiert. Die Sätze stammen aus den Sechzigerjahren, sie lesen sich aufreizend frisch. Sie beschreiben die Pflicht der Medien, den Diskurs zu ermöglichen, in dem Bürgerinnen und Bürger Argumente wägen und ihre Entscheidung treffen. „Solange die Menschen genötigt sind, beide Seiten anzuhören, ist immer noch Hoffnung vorhanden“, schrieb der britische Philosoph John Stuart Mill im 19. Jahrhundert. „Erst dann, wenn nur die eine Seite Beachtung findet, geschieht es, dass der Irrtum zum Vorurteil erstarrt.“ Der Zugang zu verlässlichen Informationen ist ein Grundrecht, nicht weniger notwendig als der Zugang zu einem Krankenhaus, einer guten Schule oder sauberem Wasser. Sie sind ein Grundrecht. Gäbe es keinen Journalismus, man müsste ihn für genau diese Zeiten erfinden. Eine der oft gestellten Fragen in Diskussionsrunden lautet: Was sind heute noch Qualitätsmedien? Woran erkennt man sie? Zuerst daran, dass sie ihr Publikum informieren und nicht missionieren wollen, dass sie Nachricht und Kommentierung voneinander trennen, was leider zu häufig nicht mehr geschieht. Sie entziehen sich, ob nun gedruckt oder online, der steten Beschleunigung. Sie vermelden eine Nachricht

schnell, aber widerstehen dem Hang, diese zu deuten, zu erklären, bevor sie tatsächlich verstanden wurde. Sie verweigern sich der ständigen Beschleunigung des Urteils und der Hypernovität. Sie erklären nicht am Morgen Dinge für höchst bedeutsam, die sie am Abend nicht mehr interessieren. Sie machen nicht Kleines groß und lassen Großes liegen. Guter Journalismus muss die Fehlentwicklungen beschreiben: Der Euro war nicht so stabil, wie von den Politikern versprochen, die Liberalisierung der Finanzmärkte war ein Unglück, die Silvesternacht 2015 in Köln verlief für Hunderte Frauen auch nicht „weitgehend friedlich“, wie die Polizei zunächst behauptete. Haben wir es bemerkt? Rechtzeitig? Oder übernehmen wir nicht viel zu häufig und ungeprüft die offiziellen Deutungen, anstatt unserer Rolle als unabhängige Beobachter gerecht zu werden? Medien, die auf sich halten, wissen, dass Journalismus ein Ort der Mäßigung sein muss, des zweiten Gedankens, der Schritt hält mit einer komplizierten Welt. Sie räumen nicht den steilsten Voraussagen und Prophezeiungen den meisten Raum ein, weil sie sich so gut klicken. Denn sie wissen aus Erfahrung, dass diese meist falsch sind. Ebenso wissen sie, dass die dadurch entstehende Dauererregung eine der wichtigsten Voraussetzungen für den Erfolg von Populisten und Vereinfachern ist. Diese Qualitätsmedien beschäftigen Journalistinnen und Journalisten, die den Satz „Ich weiß es nicht“ als Ermutigung zur Recherche begreifen, die wissen, dass die Vereinfachung eines Sachverhaltes eine Kunst ist, aber nur, solange man die Substanz nicht verfälscht. Sie bilden sie sorgfältig aus, so dass sie auch können, was sie dürfen. Sie suchen nach eben solchen, denen ein Credo wichtiger ist als ein Ego. Und die wissen, dass sie in ihrem Beruf Großes bewirken und Schreckliches anrichten können. Und die genau deshalb vorsichtig sind in ihrem Urteil, lieber ein Fragezeichen setzen als zwei Ausrufezeichen. Die wissen, dass Demut die wichtigste Voraussetzung ist. Ich habe mich im Berufsleben selbst so oft geirrt, dass ich weiß, wovon ich hier schreibe. Tagtäglich kann man ebensolchen großartigen Journalismus finden. Einen, der stolz macht, in diesem Beruf zu arbeiten. Und tagtäglich lässt sich Journalismus finden, für den man sich schämt.

„DER ZUGANG ZU VERLÄSSLICHEN INFORMATIONEN IST EIN GRUNDRECHT, NICHT WENIGER NOTWENDIG ALS DER ZUGANG ZU EINEM KRANKENHAUS, EINER GUTEN SCHULE ODER SAUBEREM WASSER.“

Mit einiger Berechtigung kann man sagen, dass die Wahl Trumps zum Präsidenten viel mit den Mechanismen eines schlechten Journalismus zu tun hatte: Vor allem das Fernsehen konnte diesem schrillen Kandidaten nicht widerstehen; er ist eine Figur aus der Unterhaltung und hatte früher als andere verstanden, dass manche Medien ihre Aufgabe inzwischen damit verwechseln. Wie sagte doch der damalige Chef des Fernsehsenders CBS angesichts der guten Einschaltquoten: „Trump mag schlecht sein für Amerika. Aber er ist verdammt gut für CBS. Mach weiter, Donald. Das wird ein gutes Jahr für CBS.“ Manchmal findet sich schlechter Journalismus auch hierzulande an Orten, wo man ihn nicht erwartet: Dann hört oder liest man über eine angebliche ungeheure Explosion der Trinkwasserpreise oder eine Liste von in Deutschland lebenden türkischen Regimegegnern, die im Vorfeld des Besuchs von Präsident Recep Tayyip Erdoğan in Berlin übergeben worden sei. Zu oft wird ungeprüft übernommen, voneinander abgeschrieben, es werden nicht einmal die einfachsten handwerklichen Regeln der Überprüfung eingehalten. Bequemlichkeit und Herdentrieb ersetzen die Recherche. In diesen Tagen ist oft von „Handelskriegen“ zu lesen, dabei ist es ein Streit. Nur Krieg ist Krieg. Dinge sind „völlig unklar“ oder „völlig offen“, aber was bedeutet die Steigerung eines Zustands, der sich doch gar nicht steigern lässt? Die meisten Menschen, davon bin ich überzeugt, wollen eine freie Presse. Aber sie wollen auch eine faire Presse. Eine, die sich auch untereinander kritisiert. In jeder Diskussion sage ich einen Satz, der mich schmerzt. Er heißt: „Ich schäme mich.“ Wer dem Souverän dienen will, der muss selbst souverän sein, er muss an sich selbst die Maßstäbe für ein Handeln anlegen, die er anderen abverlangt. Für mich muss ich sagen: Ich habe das viel zu lange nicht getan. In Deutschland gibt es keine staatliche Aufsicht über die Medien, es gibt die Gerichte und den Pressekodex, der aus dem Jahr 1973 stammt. In Ziffer 3 heißt es: „Veröffentlichte Nachrichten oder Behauptungen, insbesondere personenbezogener Art, die sich nachträglich als falsch herausstellen, hat das Publikationsorgan, das sie gebracht hat, unverzüglich von sich aus, in angemessener Weise richtigzustellen.“ Als ich Redakteur beim Spiegel wurde, gab es eine Korrektur-Rubrik nicht einmal. Es gab überhaupt kaum Medien, die eigene Fehler berichtigten. So korrigierte ich meine Fehler nicht. Ich orientierte mich an dem schlechten Beispiel derjenigen, die schon lange vor mir da waren. Das war mir ganz recht, ich war jung, ich hatte Angst. Ich habe das Vertrauen meiner Leserinnen und Leser betrogen. Später orientierten sich all diejenigen, die nach mir kamen, an meinem schlechten Beispiel. Was hätten wir mit jedem anderen Berufsstand gemacht, der so die Regeln bricht? Heute ist es anders, in vielen Medien gibt es Korrekturspalten, aber meist sind sie weit entfernt von dem, was sich etwa in der New York Times finden lässt. Auch echte Fehlleistungen und Versäumnisse werden dort thematisiert. Nicht nur ein falsch geschriebener Name und eine nicht kor-

rekte Jahreszahl. Einmal fragte ich den Chefredakteur der Times, wie ihnen gelungen ist, was uns so schwerfällt? Er antwortete: „Georg, für uns ist es auch schmerzhaft, aber wir tun es aus Respekt und Verantwortung gegenüber unseren Leserinnen und Lesern.“ Die New York Times ist ein Leuchtturm in unserem Gewerbe. Auch von ihrer Aufrichtigkeit lässt sich viel lernen. Als Leserin und Leser kann man auch etwas tun. Guter Journalismus kostet Geld, Geiz ist nicht geil. Würde künftig nur noch die Ökonomie des Klicks regieren, dann würde dies die Substanz der Berichterstattung verändern. Guter Journalismus kostet also Geld und ist es wert. Auch die Filterblase ist ein selbst gewähltes Unglück: Misstrauen Sie Ihren liebsten Journalisten doch künftig ein ganz klein wenig und suchen Sie gezielt nach abweichenden Meinungen. Und überprüfen Sie hier und da, was Sie gelesen haben. Eine gute Zeitung beweist sich nicht nur durch Nachrichten, sondern auch durch Urteilsvermögen. Merken Sie sich, wer Ihnen vorausgesagt hat, dass Trump auf keinen Fall Präsident wird, dass die Jamaika-Regierung kommt, aber der Brexit nicht. Oder dass Brinkhaus keine Chance gegen Kauder hat. Seien Sie kritisch und anspruchsvoll, vor allem aber: Lassen Sie uns im Gespräch bleiben. Wir brauchen uns.

„SELBSTKRITIK GEHÖRT NICHT ZU DEN STÄRKEN EINES BERUFS, DER SICH DER KRITIK DER ANDEREN VERSCHRIEBEN HAT.“

Jakob Augstein, Verleger und Chefredakteur der Wochenzeitung *der Freitag*, im Interview

„Wir haben praktisch die Rolle eines Pressesprechers oder Ministers eingenommen, der seiner Bevölkerung erklärt, warum diese Maßnahmen jetzt sein müssen. Das ist einfach nicht unser Job.“ Mit dieser Selbsterkenntnis überraschte Claus Kleber vier Monate nach Ausbruch der Covid-19-Krise das Publikum. Leider nicht in seiner eigenen Sendung, dem *Heute-Journal*. Auch nicht bei einer Sitzung des hauseigenen Fernsehkanals. Sondern bei einer Veranstaltung der Heraeus-Bildungsstiftung im Juni 2020. Zehn Monate sind seither vergangen. Haben Sie den Eindruck, dass das Team des *Heute-Journals* Herrn Kleber zugehört und die entsprechenden Maßnahmen umgesetzt hat, damit Journalisten beim ZDF wieder ihren Job tun können?

Die Situation hat sich geändert. Es gibt heute nicht mehr eine einheitliche Regierungslinie, sondern eine plus viele: also die Merkel-Linie der immer härteren Maßnahmen und die sehr diversen Linien der Länder. Das wird in der Berichterstattung aller Medien, natürlich auch der öffentlich-rechtlichen, längst widerspiegelt. Allerdings sehen sich die Länder in ihren verschiedenen Politikansätzen einer deutlich härteren Kritik ausgesetzt als die Kanzlerin, der man nur vorwirft, sich nicht genug durchzusetzen.

Woran könnte das liegen?

Schwer zu sagen. Sehr viele Medien haben aus mir nicht ganz klaren Gründen die Haltung eingenommen, je härter desto besser. Seit über einem Jahr werden sehr weitreichende und sehr unterschiedliche Corona-Maßnahmen ausprobiert. Die Seuche wird nicht besiegt, sondern lediglich auf Abstand gehalten. Dafür opfern wir viel, aber nicht alles. Vielleicht ist das der einzige Weg, in einer halbwegs freien Gesellschaft mit so einer

Krankheit zu leben, bis die so genannte „Herdenimmunität“ durch Impfung erreicht ist. Den Pragmatismus, der hinter dieser Politik liegt, kann man als „Herumwurschteln“ diffamieren und immer wieder nach der großen Lösung rufen. Ich finde das unernsthaft und beinahe populistisch.

Warum fällt es ausgerechnet dem Berufsstand, der ohne qualifizierte Kritik-Kompetenz undenkbar ist, so schwer, das eigene Handeln zu hinterfragen?

Ich glaube nicht, dass Selbstkritik traditionell zu den Stärken eines Berufs gehört, der sich der Kritik der anderen verschrieben hat. Das Internet und die so genannten sozialen Medien haben die Lage verschlimmert: in dem Maße, in dem der eigene Standpunkt durch ständige Rückkoppelung aus der Blase immer weiter gefestigt wird, geht die innere Fähigkeit verloren, andere Standpunkte überhaupt für vorstellbar zu halten.

Sie haben im *Medium Magazin* pointiert das Problem des «Embedded Journalism» aus dem zweiten Irak-Krieg in Erinnerung gebracht. Wenn ich mich an Erzählungen von meinem Vater aus dem Redaktionsalltag in den 60-er und 70-er Jahren erinnere, ist die Versuchung nicht wirklich eine neue. Als Herausgeber können Sie Ihrer «Freitag»-Redaktion Leitplanken anbieten, damit diese sich nicht so leicht in Versuchung bringen lassen. Wie sehen diese aus?

Haha. Sie haben offenbar keine Vorstellung davon, was ein Herausgeber in einer Zeitung bewirken kann. Nämlich wenig. Ich nehme mir das Recht heraus, selber Artikel zu schreiben, die oft genug sehr von der auch im *Freitag* vorherrschenden Linie abweichen. Und ich ermutige die Redaktion im Gespräch, über den Tellerrand der Twitter-Kommentare hinauszusehen. Mehr geht nicht.

Was davon ließe sich in anderen Redaktionen wie z.B. dem *Heute-Journal* ohne Probleme übernehmen?

Ich glaube, ein öffentlich-rechtlicher Sender ist zu mehr Diversität gezwungen, als eine private Zeitung. Kennen Sie den Film „World War Z“ mit Brad Pitt? Da trifft er in Israel einen Geheimdienstler und fragt ihn, warum das Land sich so schnell und effektiv gegen eine gefährliche Seuche wappnen konnte – Analogie liegt auf der Hand. Antwort: die Regel des zehnten Mannes. Wenn alle einer Meinung sind, muss der zehnte Mann am Tisch die Möglichkeit in Betracht ziehen, dass das Gegenteil richtig ist. Ich finde, dieses Prinzip sollte für öffentlich-rechtliche Redaktionen verpflichtend sein.

Tanit Koch

SURFEN AUF DER CORONA-WELLE? JOURNALISMUS IM KRISENJAHR

„Verlautbarungsjournalismus“, „staatshörig“, „Systemversagen“, „hysterisch“, „Desaster“, „quotenfixiert“ und natürlich „auflagengeil“: Wer hin und wieder mit Kritikern „der Medien“ zu tun hat, den überrascht ein solches Urteil über die Corona-Berichterstattung nicht. Auch nicht, dass es bereits kurz nach Eintreffen von Corona-Welle I feststand wie ein Fels in der Brandung. Und selbst der Vorwurf, Journalisten schürten gezielt Ängste, um die Reichweite zu steigern, wird nicht erst seit der Pandemie erhoben.

Einige der Fundamental-Kritiker – mal habilitiert, mal emotionalisiert, mal beides – sind in Welle II etwas stiller geworden. Es scheint, als sei die Lautstärke der Medienkritik umgekehrt proportional zur Covid-Dynamik. Weil der Journalismus selbst kritischer (nicht zu verwechseln mit selbstkritischer) geworden ist? Oder weil die Pandemie pandemischer wurde? Schwer zu sagen. Im Spätherbst ist jedenfalls das eingetreten, was die meisten Medien seit Beginn des Seuchenjahrs als mögliche Gefahr benannt hatten. Sachsen ist nicht Norditalien. Bilder von sich stapelnden Särgen gab es nun aber auch in Görlitz. Auch Fehler und Versäumnisse können mittlerweile klarer benannt werden als in der ersten Lockdown-Phase, und so wird es sich fortsetzen.

Ein Jahr nach Eintreffen des Corona-Virus (und leider fern von seiner Eindämmung) ist es zu früh für ein Urteil über das Krisenmanagement, aber auch zu früh, um den Krisenjournalismus abschließend zu bewerten. Vielfalt und Genre der Medien in Deutschland machen Pauschalurteile ohnehin fragwürdig, nicht nur zur Corona-Berichterstattung. Doch eine für Journalisten unerfreuliche Entwicklung sollten wir ernst nehmen: Einer im Januar 2021 veröffentlichten Allensbach-Umfrage zufolge sehen rund 40 Prozent der Befragten die Berichterstattung kritischer als vor der Krise. Das überrascht. Denn Informationen von Print-, TV- und Digital-Angeboten wurde anfangs eine hohe Glaubwürdigkeit zugesprochen. Die Erklärung von Allensbach-Chefin Renate Köcher für den Wahrnehmungswan-

del ist jedoch völlig einleuchtend: „Wenn ein Thema über viele Monate dermaßen dominiert und Ängste stimuliert, stumpft fast zwangsläufig ein Teil ab, während andere psychisch außerordentlich belastet werden.“

Ein vorweggenommenes Fazit: Unabhängiger Journalismus hat weder fröhlich auf den Corona-Wellen gesurft, noch ist er davon hinweggespült worden. Doch die Herausforderungen sind offenbar. Sie liegen in den Feldern, die auch die Medienkritik im Visier hat: Expertendichte, Expertenauswahl, Einseitigkeit, Reizüberflutung und Umgang mit Regierungskommunikation. Neben dem, was berichtet wurde, lohnt aber vor allem der Blick auf das, was in der Berichterstattung zu kurz kam.

Zwei Experten, drei Meinungen und ein Preprint

Eine Journalistenregel lautet: „Wenn Experte A sagt: Draußen scheint die Sonne. Und Experte B: Draußen regnet es. Dann berichte nicht, was A sagt und was B sagt, sondern schau selber aus dem Fenster!“ Eigene Recherche ist zwingend, möglichst am Ort des Geschehens. Doch Recherchen zu einem unsichtbaren Virus in einer weltumspannenden Krise mit Ursprung im nicht gerade auskunftsfreudigen China – das Kapitel dazu muss in Journalisten-Handbüchern erst noch geschrieben werden.

Kein einziges Medium hat das zerstörerische Potential von SARS-CoV-2 für Gesundheit, Wirtschaft und Gesellschaft rechtzeitig erkannt. Andernfalls wäre der Vorwurf „Panikmache!“ in Richtung Medien noch viel früher erklungen. Redaktionen waren unvorbereitet mit einer unbekanntenen Lage konfrontiert und in ungewohnt hohem Maß von externen Experten abhängig. Sie waren zunächst auch weniger als sonst dazu fähig, die Expertise präzise einzuordnen oder zu hinterfragen. Denn selbst wenn es im Frühjahr 2020 in den entsprechenden Ressorts die dreifache Zahl an Medizin- und Wissenschaftsredakteuren gegeben hätte, wären auch sie keine Immunologen, Virologen, Hygieniker, Statistiker und Epidemiologen gewesen.

Redaktionen mussten externes Hoheitswissen einholen und stellten bald fest, dass dieses angenommene Fremdwissen teils nur Fremdvermutung, Fremdeinschätzung und FremdAnnäherungandieWahrheit war. Journalisten und Publikum wurden zu Beobachtern einer im wahrsten Sinne aka-

„UNABHÄNGIGER JOURNALISMUS HAT WEDER FRÖHLICH AUF DEN CORONA-WELLEN GESURFT, NOCH IST ER DAVON HINWEGGESPÜLT WORDEN.“

demischen Diskussion – ohne darauf warten zu können, was sich in fünf, zehn oder fünfzehn Jahren als Ergebnis des wissenschaftlichen Diskurses herausbilden wird. Ein zusätzlicher Frustrationsfaktor war, dass gesunder Menschenverstand in einigen Fällen möglicherweise schneller zum Ziel geführt hätte als die wechselnden Einschätzungen von RKI, BMG, WHO und Virologie. So hat die – gemessen an den Erfahrungswerten in Asien – unnötig lange Debatte um den Nutzen von „Alltagsmasken“ sicherlich dazu beigetragen, kritischer mit Expertenaussagen umzugehen.

Nach und nach lernten Newsrooms, die Fülle an Zahlen und Daten besser zu verarbeiten. Sie lernten, was Preprints sind, wie mühsam Wissenschaft um Wissen ringt und sie gaben all das an die Mediennutzer weiter. Das machte Virologen & Co. in Medien und Gesellschaft weniger sakrosankt. Ihre datenbasierten Meinungsumschwünge wurden damit aber auch nicht mehr am selben Maßstab wie Politiker-Aussagen gemessen (wo weniger Toleranz gegenüber Fehlern oder Richtungsänderungen herrscht). Professor Streeck durfte Alltagsmasken also anfangs für ein Fußballtor ohne Torwart halten und Professor Drosten bei der Frage schwanken, wie viruslastig die lieben Kleinen denn nun sind (was sich offenbar bis heute, wie so vieles, nicht mit allerletzter Gewissheit sagen lässt).

Wäre es besser gewesen, noch deutlicher und häufiger auf die systemimmanente Vorläufigkeit wissenschaftlicher Aussagen hinzuweisen? Ja. Sätze wie „es handelt sich um den derzeitigen, nicht um den endgültigen Erkenntnisstand“ sind zu selten gefallen, „Neue Studie zeigt ...“ passt ohne Konjunktiv nun einmal besser in eine Teaser-Zeile und ein „ohne Gewähr“ kann man schon bei den Lottozahlen nicht leiden. Man mag einwenden, dass Informationen unter Vorbehalt die Bevölkerung verunsichern. So aber gab es zu viele Informationen, die vorbehaltlos Aussagekraft für sich beanspruchten, sie aber oft (noch) nicht hatten.

Ein Erfolg hingegen war, dass dubiose Fachleute mit akademischem Grad oder ohne von den meisten Nachrichtenmedien herausgefiltert oder zumindest mit Gegenauffassungen gepaart wurden. Hier zeigt sich wahrscheinlich der größte Unterschied zu den sozialen Medien. Einige zweifelhafte Aussagen aus dem ersten Halbjahr, auch von anerkannten Experten, hielten sich bis zum Beweis des Gegenteils allerdings hartnäckig („Die wären eh alle bald gestorben.“ „Es wird keine zweite Welle geben.“). Immerhin zeigt das, dass mitnichten nur Mahner und Warner medial Gehör fanden. Vor allem nach der ersten, breaking-news-dominierten Phase kamen vielfältigere Stimmen und Kritiker aus Wissenschaft und Opposition stärker zu Wort.

Anders als vielfach behauptet, zeigten Medien auch nicht nur Bilder aus Bergamo. Der „schwedische Sonderweg“ wurde, gemessen an der Größe des Landes, journalistisch überproportional oft abgesprochen. Und wenn Patienten auf spanischen Klinikfluren aus Kapazitätsmangel auf dem Fuß-

boden liegen, dann muss sich kein Medium dafür rechtfertigen, Aufnahmen davon zu senden. Sie nicht zu zeigen, wäre rechtfertigungsbedürftig. Einordnung, Häufigkeit und Größe solcher Bilder wurden in Redaktionskonferenzen immer und immer wieder diskutiert. Dass sie manche Menschen verängstigen, lässt sich dabei ebenso wenig ausschließen, wie die Möglichkeit, dass die Berichte über das zunächst lockere Schweden verharmlosend wirken konnten.

Die These von eindimensionaler Berichterstattung kann jedenfalls nur aufrechterhalten, wer selber nicht nach links und rechts geschaut hat. Der ehemalige FAZ-Herausgeber Werner D'Inka zitierte in einem Kommentar bereits im April 2020 den früheren Rundfunkintendanten Helmut Reitze: „Nicht alles, was Sie nicht gesehen haben, haben wir nicht gesendet.“

Erst Infektions-Welle, dann Informations-Tsunami

Im Januar 2021 schritten Polizisten in zwei englischen Städten bei unerlaubten Corona-Partys ein. Die Regelbrecher (einige planschten im Whirlpool hinterm Haus) gaben sich ahnungslos: Pandemie? Nie gehört. Wir schauen keine Nachrichten. Originelle Ausrede, werden die Polizisten gedacht haben. Das Bußgeld war dennoch fällig, denn selbst wenn Unwissenheit vor Strafe schützen würde: Außer Koma-Patienten konnte sich faktisch niemand der Infodemie entziehen. Corona auf allen Kanälen, was man auch anschaltete, anklickte oder aufschlug. Viele Menschen waren von den Nachrichten nach kurzer Zeit so genervt wie von Corona selbst und fragten gereizt, ob denn sonst nichts los sei. Leider nicht, zumindest kaum etwas.

Das hat niemand mehr bedauert als die Reporter selbst. Denn was nicht stattfindet, kann nicht berichtet werden. Das Feuilleton mit leeren Sälen zu füllen, den Sport-Teil mit leeren Stadien... schwer. Absagen und Verschiebungen behindern sowohl das öffentliche Leben als auch die Entstehung von Stories. Cannes: keine Stars auf keinem roten Teppich bei keinem Filmfestival. Greta: zu Hause. James Bond: ohne Lizenz zum Töten. Olympia, EM ... Es betraf aber nicht nur die prominenten Nicht-Events: Gerichtsverfahren, Schützenfeste, Publikumsmessen, Konzert-Tourneen, Ausstellungen – auch hier fehlten Inhalte, die sonst Seiten und Sendezeiten füllen. Selbst der deutsch-britische Handtuchkrieg wurde abgeblasen, einst eine tragende Säule des Sommerlochs. Und die dominanten Nach-

„DIE THESE VON EINDIMENSIONALER BERICHTERSTATTUNG KANN NUR AUFRECHTERHALTEN, WER SELBER NICHT NACH LINKS UND RECHTS GESCHAUT HAT.“

richtenstoffe, die nicht direkt mit der Pandemie zu tun hatten, waren zumindest mittelbar Corona-geprägt: vom Wendler bis zur US-Wahl.

Vor allem war da aber noch das überwältigende Bedürfnis von Millionen Menschen, an den Pandemie-Entwicklungen quasi in Echtzeit teilzuhaben. Welle I sorgte für Reichweitenrekorde. Schon das bloße Warten auf eine Pressekonferenz der Bundeskanzlerin trieb die TV-Quoten in die Höhe – umgekehrt stießen non-virale Themen auf weniger Interesse. Der Nachrichtensender ntv hielt an einem Freitag im Frühjahr 2020 tapfer am geplanten Thementag zu Umwelt und Klima fest, um wenigstens einmal prominenten Raum für andere relevante Inhalte zu schaffen. Es war kein besonders ereignisreicher Pandemie-Tag. Dennoch stimmten die Zuschauer mit ihrer Fernbedienung ab – und wanderten zur Corona-Konkurrenz ein paar Kanäle weiter ab.

Als der Wunsch nach Eskapismus und Ablenkung aufkam, blieb das den Redaktionen nicht verborgen. Wer Informationen jenseits von Corona suchte, fand sie auch. Und am Fall Nawalny kann man sehen, wieviel Aufmerksamkeit Corona-freie Themen erhielten, sofern es sie denn gab. Dass das Virus mit all seinen Auswirkungen und Seitenaspekten die Nachrichtenaufmacher gerade in linearen TV- und Radio-Programmen dominiert, hat einen schlichten Grund: Es greift massiv in die Lebenswirklichkeit der Menschen ein, und es ist Aufgabe von Medien, die Nachfrage nach Informationen zu bedienen.

Betrachtet man den gesamten Medienmarkt, ist nicht nur das Corona-Überangebot offensichtlich, sondern auch ein redaktionelles Dilemma. Es lässt sich ganz gut anhand eines abgewandelten Zitats von Henry Ford über Werbebudgets beschreiben: Die Hälfte der Corona-Berichterstattung ist überflüssig. Dummerweise wissen wir nicht, welche Hälfte. Wer Abwechslung von Corona-News anbietet, geht das sehr reale Risiko ein, Nutzer, Leser und Zuschauer zu verprellen. Immerhin bei Sondersendungen haben die Sender-Verantwortlichen dazugelernt: Wer ohne zwingenden Anlass ein Nachrichten-Special zu Corona ins Programm bringt, wird bei der Quote abgestraft – das hat sich herumgesprochen.

Die Medienkritik prangert aber nicht nur zu viel News, sondern auch „hysterische“ Berichterstattung an. Dagegen wehren sich Medienmacher auch angesichts der schon inflationären „Kein Grund zur Panik“-Kommentare zurecht. Was übersehen wird: Berichterstattung muss selber nicht hysterisch sein, um Ängste oder zumindest Unbehagen bei anderen auszulösen. Es wäre – für die Neurowissenschaft wie für Newsrooms – hochinteressant, anhand der Pandemie mehr über die emotionalen Auswirkungen von Nachrichtenkonsum zu erfahren. Und es lohnt, mehr über die konkrete Entstehung von „Informationsstress“ herauszufinden und Wege zu erforschen, wie Journalismus ihn lindern oder ihm vorbeugen könnte. Vielleicht mit technischen Lösungen, wie sie schon in den USA angeboten

wurden: Im Dezember 2015 kam in den USA die „Trump Trump“ App auf den Markt, die alle Informationen mit Trump-Bezug in Nachrichtenfeeds blockieren konnte. Und ab Mai 2017 bot die News-App von Quartz die Möglichkeit an, für 24 Stunden auf „Trump Snooze“ umzustellen.

Eins sollte bei der Klage über „too much information“ allerdings nicht vergessen werden: Die Pandemie begann mit der Unterdrückung von Informationen durch staatliche chinesische Stellen, also mit zu wenig Nachrichten.

Rhetorik und Realität

Gleich vorweg: Der Vorwurf, Regierungsvertretern in einer Pandemie übermäßig Redezeit einzuräumen ist wie die Schuldzuweisung, den Bundestrainer bei der Fußball-WM zu oft zu Wort kommen zu lassen. Bundes-, Landesregierungen und parlamentarische Mehrheiten treffen die wesentlichen Entscheidungen. Hinzukommt: Die Anfangsphase der Pandemie war keineswegs nur die Stunde der Exekutive, sondern auch die der Verfassungsrechtler und zunehmend auch der Gerichte. Oppositionspolitiker mögen damals ebenso viel zu sagen gehabt haben – sie hatten aber nicht das Sagen. Schon Franz Müntefering wusste: Opposition ist Mist. Und anders als in den letzten Monaten des Jahres übertraf sich die Bundes-Opposition in der ersten Corona-Phase nicht mit Alternativ-Konzepten, trug viele Beschlüsse schließlich auch als Koalitionspartner in Landesregierungen mit.

In diese Lücke stießen Impfgegner, Aluhüte und Corona-Leugner, die – zugegeben – eine gewisse Faszination ausübten, keineswegs nur auf Journalisten. Querdenker-Demonstrationen boten eine zuvor unbekannte Melange aus Esoterikern und Reichsbürgern und lieferten zumindest die nachrichtlich interessanteren und teils erschreckenden Bilder vorm Reichstag. Im Gegensatz zur Flüchtlingskrise, als „besorgte Bürger“ das medial überstrapazierte Synonym für „ganz weit rechts außen und eigentlich alle Rassisten“ wurde, differenzierten die meisten Nachrichtenmedien sauber zwischen den Motiven der Demonstranten. Nicht alle waren Covidioten – und die Meldungen wurden immer länger, da von Maßnahmen-Kritikern, Corona-Leugnern, Verschwörungstheoretikern etc. fast jedes Teilgrüppchen einzeln aufgezählt wurde. Richtigerweise.

Überhaupt nicht faszinierend, im Gegenteil journalistisch unbefriedigend sind digitale Regierungs- oder sonstige Pressekonferenzen – jedenfalls verglichen mit einer direkten Frage-Antwort-Situation. Dass Journalisten ihre Fragen teils nicht selber stellen können (sofern sie überhaupt drankommen) sondern sie vorlesen lassen müssen, ist nur ein Negativaspekt. Dennoch treffen die meisten dieser Pressekonferenzen auf ein beachtliches öffentliches Interesse. Ihre Live-Übertragung (und die Kommentierung im Anschluss) ist kein „Verlautbarungsjournalismus“, sondern

Dienst am interessierten Bürger. Auch das Wettrennen der Parlamentsredaktionen, wer wessen Positionspapier vor dem Corona-Gipfel zuerst veröffentlicht, wird weitergehen, solange die darin vorgesehenen strengeren oder gelockerten Maßnahmen in die Lebens- und Arbeitswelt der Menschen so massiv eingreifen.

Doch nicht nur was verkündet wird, sondern auch mit welchen Worten es geschieht, verdient besondere Aufmerksamkeit. Das „Gute Kita-Gesetz“ ist bekanntlich noch kein gutes Kita-Gesetz, bloß weil es diesen Namen trägt. Redaktionen – nicht nur der einzelne Journalist – müssen die politische Rhetorik in die Realität übersetzen. Das gelang in der Pandemie zwischen Beherbergungsverbot und Öffnungsdiskussionsorgien mit unterschiedlichem Erfolg. Die „Überbrückungs-“ oder „Novemberhilfen“ haben zu oft weder überbrückt, noch geholfen, ob im November oder wann immer sonst – doch es scheint, aber habe die „Bazooka“-Ankündigung Eindruck gemacht: Sie werden noch immer Hilfen genannt. Auch Alliterationen wie „Lockdown light“, die für schwer betroffene Gastronomen, Künstler, Museumsbetreiber oder Friseure wie Hohn klingen müssen, gingen viel zu schnell in den redaktionellen Wortschatz über, bevor sich „Teil-Lockdown“ durchsetzte.

Und auch mit zweierlei Maß wurde trotz aller statistischen Lernerfolge gemessen: Man hätte sich etwas weniger über Donald Trumps Wortwahl echauffieren können, der süffisant immer wieder das „China-Virus“ brandmarkte. Denn wenige Monate später war es – mutatis, mutandis – völlig gängig, von der Briten-Mutante, der brasilianischen Variante oder der Südafrika-Mutation zu reden.

Die „neue Normalität“, die Olaf Scholz Mitte April proklamierte (später auch Jens Spahn), stieß hingegen schnell auf deutlichen Widerspruch in den Kommentarspalten. Krise kann nicht Normalität sein, die Einschränkungen von Grundrechten erst recht nicht. Ebenso wie die Rückkehr zum Normalzustand für Geimpfte keine „Privilegien“ sind, sondern die Wiederherstellung der verfassungsrechtlich garantierten Freiheitsrechte.

Mit dem Luxus des Kenntnisstands von heute kann man sagen: Kritikwürdig ist weniger das, was berichtet wurde. Die Versäumnisse liegen dort, wo Informationen gar nicht oder zu spät öffentlich wurden. Sei es, weil sie zuvor nicht recherchierbar waren: z. B. weil die Insolvenz-Meldepflicht ausgesetzt ist oder weil Statistiken zu psychosozialen Schäden insbesondere bei Schulkindern erst noch erstellt werden müssen. Sei es, weil sie niemand auf dem Zettel hatte. Natürlich spielt dabei der redaktionelle Ausnahmezustand eine zentrale Rolle: Wenn Brainstorming, Recherche und Themenfindung von zu Hause aus bei allen so perfekt funktionieren würden, wären Redaktionskonferenzen längst abgeschafft.

Der journalistische Fokus lag 2020 zu lange zu sehr auf den Infektionszahlen und der ständigen Auf-Zu-Auf-Zu-Frage. Abwärtsvergleiche mit

dem Ausland (Frankreich viel schlimmer dran als wir, und England erst ...) sorgten darüber hinaus für trügerische Selbstzufriedenheit. Die deutsche Wirtschaft zog wieder an, der Maschinenbauer bauten, die Lieferketten waren wieder geknüpft, die Welt feierte Deutschland, das es mal wieder besser konnte als andere.

Deutschland hat viele unbestrittene und nachweisliche Stärken. Doch die Schwächen haben es in sich. Karl-Ludwig Kley, Aufsichtsratsvorsitzender von E.On und Lufthansa, brachte es im Februar 2021 mit einer einzigen Frage auf den Punkt: „Wieso hören wir immer noch – ein Jahr später –, dass am Montag die Zahlen nicht vollständig sind, weil irgendwelche Gesundheitsämter ihr Fax noch reparieren müssen?“

Dass vieles in unserem Land zu lange dauert, ist nicht neu. Mit einer Krise ungekannten Ausmaßes haben sich aber auch strukturelle Defizite – operative Umsetzungsmängel und völlige Überbürokratisierung – in ungekannter Dimension gezeigt. Jetzt, da die Konsequenzen dessen zu Tage treten, wird darüber auch in aller Schärfe berichtet. Impfbeschaffung und -logistik, Teststrategie, Sequenzierung, FFP2-Masken, Digitalunterricht, Pilotprojekte samt Datenerhebung für Öffnungsszenarien, flächendeckende Aufstockung des Personals der Gesundheitsämter – überall hier wären schon im Sommer Ansatzpunkte für Recherchen in den Bundesländern, in Berlin und Brüssel gewesen. Dass die Regierungen in London, Israel und USA die Verhandlungen mit Pharmakonzernen und überhaupt alle Aspekte der Impfkampagne zur absoluten Priorität gemacht haben, hatte gewiss auch damit zu tun, dass Boris Johnson, Donald Trump und Benjamin Netanjahu im Frühsommer medial unter stärkerem Erfolgsdruck standen, als andere Regierungschefs. Umgekehrt liegt die Vermutung nahe: Dass die zentrale Verantwortung für das Impfprogramm in Brüssel und nicht in Berlin lag, führte zu einer größeren Distanz und deshalb zu weniger, zumindest zu verspäteter journalistischer Recherche und Kontrolle. Auch das sollte uns mehr als nur zu denken geben.

Beim nächsten Mal ...

Marty Barron, scheidender Chefredakteur der Washington Post, sagte vor kurzem in einem „Spiegel“-Interview: „Wir sind eine höchst unvollkomme-

„KRITIKWÜRDIG
IST WENIGER
DAS, WAS BE-
RICHTET WURDE.
DIE VERSÄUMNIS-
SE LIEGEN DORT,
WO INFORMATI-
ONEN GAR NICHT
ODER ZU SPÄT
ÖFFENTLICH
WURDEN.“

ne Profession. Wie jede Profession. Also müssen wir ehrlich damit umgehen. Wir müssen uns eingestehen, dass wir gewisse Schwächen haben. Wir treffen Entscheidungen in Echtzeit, wir müssen schnell handeln, wir haben keine Zeit, uns zurückzulehnen und über die Auswirkungen unseres Tuns nachzudenken. Das sollten wir zwar öfter machen, aber die Dinge bewegen sich in –einem sehr schnellen Tempo.“ Er sagte das nicht im Corona-Kontext, sondern zur Trump-Berichterstattung, aber die Aussage ist universell. Medien im Seuchenjahr waren (wie so oft) besser als ihr Ruf; sie hätten allerdings (wie so oft) besser sein können und teils auch müssen. Als mildernder Umstand lässt sich der absolute Ausnahmezustand nennen, gleichzeitig den Schutz der Mitarbeiter als auch die professionellen Arbeitsabläufe zu gewährleisten. Beides ist nun Routine. Und deshalb: Bei der nächsten Pandemie machen wir es von vornherein besser. Das sollte auch für die Dünnhäutigkeit einiger Medienvertreter gelten, wenn prominente oder weniger prominente Zeitgenossen es wagen, unsere Berichterstattung zu kritisieren. Es gibt noch viel Luft nach oben, hoffentlich aerosolfrei.

Eva Quadbeck

JOURNALISMUS IN ZEITEN VON CORONA

Der traditionelle Journalismus hat in der Corona-Pandemie eine Renaissance erlebt. Bei den Online-Portalen stiegen die Klickzahlen, Zeitungen konnten zusätzliche Abos verkaufen, auch die Sender freuten sich über höhere Einschaltquoten. Die Nachfrage nach Zahlen, Daten, Fakten, Hintergründen stieg im Vergleich zu Nicht-Pandemie-Zeiten deutlich an. Dabei vertrauten die Bürgerinnen und Bürger vor allem den bekannten und seriösen Medienmarken. Auch die Zugriffszahlen beim RedaktionsNetzwerk Deutschland sind erheblich gestiegen. Die zur MADSACK-Mediengruppe gehörenden Zeitungen konnten einen Abo-Zuwachs verzeichnen.

Das gewachsene Informationsbedürfnis im Jahr 2020 hängt damit zusammen, dass die Verbreitung des Coronavirus in bisher nicht gekannter Weise in den Alltag der Menschen eingreift. Politische, gesellschaftliche und soziale Veränderungen der vergangenen Jahrzehnte haben nie in diesem Ausmaß alle Bürgerinnen und Bürger betroffen.

Die meisten Redaktionen sind der besonderen Nachfrage ihrer Leser, Hörer und Zuschauer sorgfältig und mit hohen Qualitätsansprüchen nachgekommen. Der Wissenschaftsjournalismus, der in vielen Redaktionen bis dahin als zweitrangiges Ressort galt, hat eine besondere Blüte erfahren. All diese Entwicklungen sind positiv zu bewerten. Sie zeugen von Ernsthaftigkeit der Berichtersteller und der Medien-Konsumenten.

Die Emanzipation der Medienkonsumenten, die durch die Digitalisierung des Journalismus stattgefunden hat, ist für die Redaktionen inzwischen ein wichtiger Impulsgeber, welche Inhalte gebracht werden. Die Redaktionen lassen sich in der Regel in ihren Entscheidungen für die Auswahl von Inhalten dadurch beeinflussen, was die Online-Nutzer nachfragen. Dieser Effekt zeigt sich in der Pandemie besonders. Die Corona-Pandemie hat der Digitalisierung im Journalismus einen weiteren Schub gegeben. Auch das ist positiv: Denn die Digitalisierung hat den Effekt, dass Berichterstattung und Medienkonsumenten näher zusammengedrückt, mehr zu kommunizierenden Röhren geworden sind.

Eine neue Herausforderung ist der Umgang mit Verschwörungstheorien und Anfeindungen, die über soziale Medien auch in den Redaktionsalltag schwappen. Im Pandemie-Jahr ist es mal besser und mal schlechter gelungen, sich von Bewegungen wie den Querdenkern in der Berichterstattung

„DIE DIGITALISIERUNG HAT DEN EFFEKT, DASS BERICHTERSTATTUNG UND MEDIENKONSUMENTEN NÄHER ZUSAMMENGE-RÜCKT, MEHR ZU KOMMUNIZIERENDEN RÖHREN GEWORDEN SIND.“

nicht irritieren zu lassen, zugleich aber Kritik an der eigenen Linie nicht einfach nur abzuwehren.

Eine weitere positive Auswirkung: Die massenhafte und in Teilen monothematische Berichterstattung über Corona hat auch bei den Regierungen in Bund und Ländern zur Erkenntnis geführt, dass der Bedarf nach Erklärung groß ist. Nie hat die Kanzlerin außerhalb von Wahlkampfzeiten so häufig Interviews und Pressekonferenzen gegeben. Auch der Gesundheitsminister stellt sich gemeinsam mit Wissenschaftlern in enger Taktung den Fragen der Journalisten – seit Januar 2021 sogar wöchentlich in der Bundespressekonferenz.

Leider haben sich längst nicht alle Pressestellen auf die neue Lage eingestellt. Vom Robert-Koch-Institut erhält man beispielsweise auch nach einem Jahr Pandemie weiterhin stets nur den gebetsmühlenartigen Verweis auf die regelmäßigen schriftlichen Berichte. Es reicht nicht, wenn die Chefs solcher Institute regelmäßig an die Öffentlichkeit treten. Es müssen zudem valide Hintergrundinformationen regelmäßig abrufbar sein. Während die Pressestellen der Institute und die in der Pandemie nachgefragten wissenschaftlichen Einrichtungen unter personeller Unterbesetzung leiden, setzen die Pressestellen der Parteien und Ministerien ihre Kapazitäten meines Erachtens oft falsch ein.

Niemand braucht die vielen PR-Videos, Postings

und selbst erzeugten redaktionellen Inhalte der sogenannten Multimedia-Abteilungen, während immer weniger kompetente Leute zur Verfügung stehen, die präzise Fragen am Telefon beantworten.

Was hätten die Medien rückblickend besser machen können? Neben dem beschriebenen professionellen und verantwortungsvollen Umgang mit der Ausnahmesituation hätte manche Maßnahme noch viel mehr hinterfragt werden müssen. Beispiel: Die Totalisolierung vieler Pflegeheime, die dazu führte, dass der Infektionsschutz zwar besser war, aber die Menschen dort unter der Einsamkeit litten. Viele starben gar, ohne dass sie ihre Angehörigen noch einmal sehen durften.

Insbesondere in der ersten Welle waren die Medien Katalysatoren für die Stimmung in Politik und Bevölkerung, dass der Schutz vor dem Virus Priorität vor allem anderen hat. Ein Großteil der Journalisten hat vollzo-

gen, was er in seinen Leitartikeln gefordert hat: Lockdown, Homeoffice, Abstand einhalten. Grundsätzlich sollte es so sein, dass sich Worte und Taten decken. Journalisten sind auch Betroffene der Pandemie. Für eine kritische Berichterstattung, die politische Entscheidungen hinterfragt, ist aber Distanz zum Geschehen immer besser. Diese ließ sich in der ersten Welle viel schlechter herstellen, als es nun nach einem Jahr Pandemie der Fall ist. Das Meinungsbild der Medien zum Umgang mit der Pandemie ist entsprechend inzwischen auch deutlich vielfältiger geworden.

„WER MIT RTL SPRICHT, SPRICHT MIT DEUTSCHLAND.“

Nikolaus Blome, Ressortleiter Politik und Gesellschaft von RTL Deutschland

Keine Frage: In Zeiten von Corona, Wahlkampf und einer wachsenden Zahl von außergewöhnlich polarisierenden Debatten werden gut recherchierte, seriöse Informationen, gelassene Haltung und Orientierung gesellschaftlich immer wichtiger. RTL will sich dieser Herausforderung und Verantwortung mehr denn je stellen und das nachweislich steigende Bedürfnis der Bevölkerung nach klar formulierten Nachrichten und verständlicher Aufbereitung für den komplexer werdenden Alltag nachkommen, dazu mit großem Livesport und spannenden Geschichten, die berühren und unterhalten.

Nachrichtenjournalismus ist bei RTL seit Ende der 80er Jahre zentraler und großer Bestandteil der DNA von Deutschlands größtem Privatsender. So sorgen rund 700 Journalisten und Journalistinnen an 24 Standorten unterstützt von hochspezialisierten Supportabteilungen täglich für etwa 20 Stunden Nachrichten und Magazine bei RTL, ntv und VOX. Dazu kommenden umfassende Informationen auf den digitalen Plattformen des Hauses. Mit großem Erfolg: Im ersten Quartal 2021 haben die journalistischen Angebote der Mediengruppe RTL im Schnitt täglich über 26 Millionen Menschen erreicht.

Unsere täglichen Nachrichten und Magazinsendungen bei RTL – von Punkt 12 über Explosiv und Exklusiv bis hin zu RTL Aktuell und Nachtjournal – sind seit Jahrzehnten Marktführer in der Zielgruppe der 14- bis 59jährigen. Das schafft man in einem harten Wettbewerbsumfeld nur, wenn man sich immer wieder neu erfindet und sehr sensibel auf die aktuellen Bedürfnisse der Zuschauer und Zuschauerinnen eingeht. Aber dabei will die Sendergruppe nicht stehen bleiben: Mit all diesen Erfahrungen und Erfolgen im Rücken arbeiten wir nun daran, die Live-News-Anteile massiv auszubauen. Die Ausweitung unserer Informationsangebote und -formate weist weit über Corona und das Wahljahr hinaus, weit hinein in die Zukunft des Privatfernsehens in Deutschland.

Wo setzt diese Offensive also an, was ist ihr Ziel und von welcher Haltung wird sie getragen sein?

„Wer mit RTL spricht, spricht mit Deutschland“, lautet der Claim aller Nachrichtenformate, die über den Tag verteilt beim Sender RTL über sechs Stunden füllen und fast ausnahmslos über Senderschnitt liegen. Ein prominentes Beispiel aus der jüngsten Zeit: Das RTL/ntv-Interview mit Bundeskanzlerin Angela Merkel im Februar verfolgten nicht nur rund 5,8 Millionen Menschen über verschiedene Angebote der Mediengruppe RTL, sondern es erreichte insgesamt via Zitierungen anderer Medien über 55 Millionen potentielle Kontakte in Deutschland.

Das ist die Ausgangsbasis, von der die journalistische Offensive gestartet ist und mit zahllosen Sondersendungen („RTL Aktuell Spezial“) in der Primetime das Corona-Jahr 2020/21 bereits geprägt hat. Auch diese Sendungen lagen allesamt deutlich bis weit über Senderschnitt und erreichen jeweils drei bis fünf Millionen Zuschauer und Zuschauerinnen. Das Informationsbedürfnis gerade des jüngeren Publikums scheint anhaltend hoch und sieht sich bei den RTL-Formaten bestens bedient. Das gilt auch besonders für unsere digitalen Angebote. So gehören ntv.de und RTL.de zu den erfolgreichsten Nachrichtenseiten in Deutschland. Gerade im März 2021 hat ntv.de mit 26,66 Millionen Unique Usern den zweitbesten Wert seit Start erzielt und damit auch BILD und WELT.de überholt. Das General Interest Portal RTL.de knackte mit 20,70 Millionen Unique Usern erneut die 20 Millionen-Marke und erreichte mit 117,45 Mio. Visits den drittbesten Visit-Wert aller Zeiten.

In diesem Jahr wird die journalistische Offensive weiter Tempo aufnehmen und den Programmablauf von RTL noch stärker prägen: Zwei weitere von politischem Journalismus getragene Nachrichtensendungen werden in das RTL-Hauptprogramm aufgenommen: eine um 16:45 Uhr, als „kleine Schwester“ der erfolgreichen Hauptnachrichtensendung „RTL Aktuell“. Und eine weitere, völlig neu entworfene Sendung in der Primetime mit dem jüngst verpflichteten Haupt-Anchor Jan Hofer.

Zu alledem kommen die vielfältigen Sonderformate und Sondersendungen rund um die Bundestagswahl – und in der vermutlich äußerst spannenden Zeit danach, wenn es unter den Parteien an die komplizierte Regierungsbildung gehen wird. Nur zwei Beispiele: Als erster deutscher TV-Sender überhaupt hat RTL im Verbund mit ntv ein „Triell“ der drei Kanzlerkandidaten/innen von CDU/CSU, Grünen und SPD konzipiert und angekündigt. Als erster deutscher Sender zeigte RTL im März eine meinungsstarke, politische Dokumentation zum schlecht gemanagten Impfstoff in Deutschland. Ebenso wird RTL als erster deutscher Sender eine regelmäßige Klimaschutz-Rubrik im Umfeld unserer Hauptnachrichtensendung „RTL Aktuell“ platzieren.

RTL sieht die Ausweitung journalistischer Formate und Sendeplätze als einen Teil der Antwort auf den Wandel der Medienlandschaft und Mediennutzung. In der Konkurrenz zu internationalen Streaming-Diensten um die Gunst und die Zeit

der Zuschauer und Zuschauerinnen ist (politischer) Nachrichtenjournalismus eine Bastion, die anzugreifen den international agierenden Streaming-Diensten nahezu unmöglich ist. Politische Nachrichten sind naturgegeben ein weitgehend nationaler Markt, der nur mit hohem journalistischem Aufwand und einer eindeutigen Verortung zu bedienen oder zu erobern ist. Diesen Aufwand zu leisten ist den internationalen Streaming-Diensten entweder unmöglich oder schlicht zu teuer. Es ist sehr unwahrscheinlich, dass Netflix deutsche Abendnachrichten anbieten wird.

Wichtiger aber ist: RTL steht ganz grundsätzlich und unverrückbar zum Standort Deutschland und den Menschen, die hier leben. RTL hat seit jeher eine klare gesellschaftspolitische Haltung, die mit der Verantwortung für den Zusammenhalt der Gesellschaft einhergeht – und mit der Nähe zu seinen Zuschauern. Im übertragenen Sinn will der Journalismus bei RTL durch die Augen der Zuschauer auf das Land und die Welt blicken, diese darstellen, erklären oder kommentieren.

Dieser Haltung und dieser Verantwortung lässt sich nur mit seriösem und unabhängigem Journalismus nachkommen. Das will RTL in der Zukunft noch deutlicher herausstellen als ohnehin schon. Dieser Anspruch ist letztlich die Treibfeder aller Veränderungen im Sendeablauf, in der Formatgestaltung und im kontinuierlichen Ausbau der Gesamtreaktion, die aus schlagkräftigen Ressorts heraus ihre Inhalte auf allen Plattformen der Sendergruppe präsentiert.

Die Zuschauer, die politische Sphäre und die Wettbewerber unter den deutschen Medien nehmen diese Offensive wahr, die Erfolge werden sichtbar. Der große Zuspruch der Zuschauer für die journalistischen Formate ist bereits beschrieben, er löst den bereits erwähnten Claim ein: „Wer mit RTL spricht, spricht mit Deutschland“. Das gilt in ganz besonderem Maße für jene Teile des deutschen TV-Publikums, den ARD und ZDF kaum noch erreichen. Unter den deutschen Spitzenpolitikern rangiert die Attraktivität eines Auftritts in den Nachrichten- und Magazinsendungen von RTL inzwischen absolut auf Augenhöhe mit ARD und ZDF. Im ersten Quartal 2021 war RTL/ntv erstmals unter die Top 20 der mit politischen Exklusivmeldungen meistzitierten Leitmedien in Deutschland (Mediatenor) und befindet sich damit in Schlagweite zu den öffentlich-rechtlichen Sendern.

Es ist dies nicht die Stelle, ausführlich auf die vermeintliche Alleinstellung von ARD und ZDF bei gesamtgesellschaftlicher (politischer) Information einzugehen, die ein zentrales Argument für die öffentlich-rechtliche Finanzierung der beiden Sender ist. Klar ist jedoch: RTL kommt diesem Auftrag seit langem nach und ist stolz darauf, seinen journalistischen Beitrag massiv auszuweiten.

Jürgen Hogrefe

DER TENDENZBETRIEB

Hinweise zur Einordnung der aktuellen Debatte zur Qualität unserer Medien

Journalismus ist eine tägliche Operation am offenen Hirn und am offenen Herzen der Nation. Dieser kluge Gedanke stammt von Walter Lippmann, der als Journalist und Medienkritiker gefordert hat, dass es Mechanismen und Standards für die Qualität von Nachrichten geben muss, die unter Volk kommen und dort oft rasch und radikal ihre Wirkung entfalten. Im Alltagsdiskurs ebenso wie bei politischen Entscheidungen.

Mit Besorgnis hatte er gesehen, dass Journalisten „ihre höchste Pflicht“ nicht darin sähen, „zu berichten, sondern zu belehren; nicht darin, Nachrichten zu drucken, sondern die Zivilisation zu retten“. Diese Beobachtung ist ziemlich genau 100 Jahre alt. Lippmann, ein einflussreicher Kolumnist, der Zugang zu den Mächtigen seines Landes hatte, mußte mit ansehen, wie die amerikanischen Zeitungen mit Eintritt der USA in den ersten Weltkrieg vor lauter Patriotismus aus der Rolle fielen. „Auf diese Weise hat man die Arbeit von Journalisten mit der Tätigkeit von Predigern, Erweckungstheologen, Propheten und Agitatoren durcheinandergebracht“.

Lippmann hatte das kommen sehen. Er selbst hatte dem Präsidenten vor Kriegsbeginn die Errichtung einer Aufklärungsbehörde für die breite Öffentlichkeit vorgeschlagen. Doch die Arbeit des „Committee on Public Information“, das dann tatsächlich gegründet wurde, schlug schnell um in die Tätigkeit einer Propagandabehörde, in der Kriegshetze und Hass auf die Gegner zum Kern der Informationsvergabe gehörte.

Lippmanns Leidenschaft für Amerika und seine Demokratie stand außer Frage. Er selbst sah sich als Patriot. Aber er sah den Bestand der Demokratie in Gefahr, wenn Zeitungsleute meinten, dass sie allein todsicher wüssten, wie das Land zu denken hat. Der „demokratische Prozess“ komme zum Erliegen, wenn die öffentliche Meinungsbildung blockiert werde und die Bevölkerung nicht mehr auf die besten Informationsquellen zurückgreifen kann, fürchtete Lippmann. Denn „jedes Volk, dem ein gesicherter Zugang zu den Tatsachen verweigert wird, fällt der Inkompetenz und Ziellosigkeit, der Korruption und Illoyalität, der Panik und letztlich dem Unglück anheim“. Sein Fazit: Im Journalismus könne es „kein höheres Ziel

geben, als auf Teufel komm raus die Wahrheit zu sagen.“ Eine Krise des Journalismus gehe stets mit einer Krise der Demokratie einher.

Rund 50 Jahre nach Lippmann beklagte in der jungen Bundesrepublik die in politische Bewegung geratene Studentenschaft eine unerträgliche „Manipulation“ der Gesellschaft durch „die Medien“. Tatsächlich war die „Manipulation durch die Medien“ eines der magischen Zauberworte der '68er Bewegung, die nicht nur rebellische Studenten erfasste. Dass die Bundesrepublik immer noch Nazis in leitenden Positionen ertrug, dass die Nazizeit insgesamt noch nicht aufgearbeitet war, dass der verheerende, völkerrechtswidrige Vietnam-Krieg der USA gegen ein unterentwickeltes Vietnam nicht mehrheitlich verurteilt wurde, war für sie das Ergebnis einer fehlgeleiteten und verzerrten Berichterstattung in den Medien. Sie beklagten Denkverbote und entdeckten, dass es für „die Medien“ verbotene Wahrheiten gab. Hinzu kam, dass die Medien fast durchgängig diejenigen, die auf diese Missstände hinwiesen, diffamierten, beschimpften und dadurch ausgrenzten. Das Attentat auf Rudi Dutschke schien Vielen die Folge von Manipulation, Verboten und Ausgrenzung zu sein.

Studenten forderten folglich die Enteignung der „Springer Presse“, die durch Hetze und Diffamierung besonders hervorstach und am besten gleich die Vergesellschaftung der „Medien der Informationsindustrie“. Ein SDS-Kollektiv der FU Berlin erforschte wissenschaftlich den „Untergang der Bild-Zeitung“, vorsorglich wurde zeitweise die Auslieferung des Boulevard-Organ blockiert. Es brannten Barrikaden.

Die Manipulation durch die Medien war für sie die Ursache für den „Verblendungszusammenhang“, der den Deutschen den Blick auf die Realitäten verstelle und sie davon abhalte, ihre eigenen Bedürfnisse zu formulieren. Die rebellische Generation mit ihrem diffusen Drang nach Freiheit und einer ganz anderen Lebensweise fand sich in der damaligen Medienlandschaft nicht wieder. Eine Kohorte von Wissenschaftlern und Intellektuellen untermauerte in Bild, Schrift und Ton diesen Eindruck und statuierte eine „Verkommenheit der veröffentlichten Meinung“. Die 68'er träumten von einer Welt, in der es verboten ist, zu verbieten. Vor allem andere Meinungen und Haltungen.

Manipulation – das wurde verstanden als eine verzerrte Darstellung der Realität, als eine gelenkte Darstellung und Wahrnehmung im speziellen Interesse, das im Links-Jargon der Zeit als das „Klasseninteresse“ der besitzenden Klasse bezeichnet wurde. Triumphierend wurde Karl Marx zitiert, der in seiner „Deutschen Ideologie“ den wie in Stein gehauenen Satz niedergelegt hatte: „Die Gedanken der herrschenden Klasse sind in jeder Epoche die herrschenden Gedanken.“

Das Ergebnis des Kulturkampfes gegen die Manipulation ist bekannt. Die Bild-Zeitung ist auch nach ihrem Untergang immer noch die meistverkaufte Tageszeitung Europas. Die besitzende Klasse durfte ihre Medien

behalten, und nach und nach wurde auch dem verbohrtesten Marxisten klar, dass die Manipulation durch die Medien gewiss nicht die Ursache dafür war, dass die proletarischen Massen dem Aufruf von Studenten zur Abschaffung des Kapitalismus partout nicht folgen wollten. Einerseits.

Andererseits hat die '68er Aufwallung gegen die Manipulation der Medien tiefe Einschnitte hinterlassen.

Zwar wurden, wie immer wieder gefordert, die Verleger der meinungsbildenden Medien nicht enteignet. Einzig Rudolf Augstein, der große Liberale unter den großen Publizisten seiner Generation, schenkte seinen Mitarbeitern die Hälfte des SPIEGEL, und damit die Hälfte eines blühenden, schwerreichen Unternehmens. Verwaltet wird das edle Geschenk auch heute noch von einer Mitarbeiter KG des SPIEGEL, das jährlich die Gewinne an Mitarbeiter ausschüttet. Übrigens an den Portier ebenso wie an den Chefredakteur. Augstein beendete mit diesem Geschenk freilich die Forderungen von Redakteuren nach einer Mitbestimmung über die Tendenz und die Inhalte seines Blattes abrupt.

Der Kampf um mehr Mitbestimmung der Redakteure wurde, unterstützt von Gewerkschaften und Intellektuellen, seinerzeit durch die gesamte westliche Republik und quer durch die Medienlandschaft geführt – und letztlich verloren. Durch höchstrichterliche Entscheidung. Denn bei Presseunternehmen handelt es sich um sogenannte „Tendenzbetriebe“. Danach muss dem Eigentümer möglich sein, sein Unternehmen nicht nur mit Gewinn zu führen, sondern ihm auch eine Tendenz nach eigenem Gutdünken zu verleihen. Dass Presseprodukte weltanschaulich-politisch ausgerichtet sind, ist einem Verleger nicht vorzuwerfen – nicht bei der Berichterstattung und nicht bei der Meinungsäußerung. Das gilt im Übrigen bis heute. Und das ist gut so.

Erfolgreicher war das '68er Konzept der Schaffung einer „Gegenöffentlichkeit“ zu den herrschenden Medien und Auffassungen. Alternativorgane – zunächst allesamt Printorgane – schossen aus dem Boden, an Unis, in Stadtteilen, für ganze Städte. Ein „Informationsdienst zur Verbreitung unterbliebener Nachrichten“ bildete die Keimzelle für die „taz“, die fortan als Zentralorgan für diejenigen galt, die sich nicht von „den Medien“ manipulieren lassen wollen.

Die eigentliche Bedeutung der alternativen Blätter geht indes weit über den vergleichsweise kleinen Kreis ihrer Rezipienten hinaus. Allein die bloße Existenz von „taz“ und Co wirkten wie ein Ferment im Stoffwechsel des bundesdeutschen Nachrichtenmarktes. Die Nachrichten des alternativen Spektrums waren nun faktisch und unübersehbar auf dem Markt und mussten berücksichtigt werden. Wenn sie es jemals gewollt haben: Unterdrücken konnten „die Medien“ ungewollte oder gar verbotene Wahrheiten nun nicht mehr. Die Argumente und Fakten der Gegenöffentlichkeit waren öffentlichkeitsfähig geworden. Die Medien, die ihre Existenz den

Lizenzen der Besatzungsmächte des Westens verdanken, die ihnen freiheitliche Standards verordnet hatten, hatten die Adolenzensphase hinter sich gebracht.

So erweiterten sich allmählich die zuvor verengten Korridore der Berichterstattung und des Meinungsmarktes. Die Grenzen der publizistischen Lager lösten sich tendenziell auf oder verschoben sich oft weit hinein in das Terrain des Gegners im Meinungskampf. „Wo lassen Sie denken?“ hatte die spöttische Frage zuvor gelautet, wenn man merkte, dass der Gegner im Disput umstandslos das nachplapperte, was er im SPIEGEL, in der FAZ oder bei BILD gelesen hatte. Die publizistische Verortung verlief nun nicht mehr automatisch entlang der Grenze des politischen Lagers.

Die über Jahre hinweg leidenschaftlich geführte Debatte um Medien, Meinung und Macht brachte einen weitreichenden Konsens über journalistische Standards hervor: Die massentauglichen Medien tragen als vierte Gewalt im Staat eine erhebliche, wenn nicht entscheidende Verantwortung für die politische Kultur der Demokratie. Sie dürfen deswegen nicht einem Spezialinteresse dienen – es sei denn, sie erklären das ausdrücklich (wie etwa Parteizeitungen oder „special interest“-Blätter). Gegenstand und Duktus der Berichterstattung soll sich an der Realität und den Bedürfnissen der Mediennutzer ausrichten – und nicht allein nach dem ihrer Eigentümer oder Redaktionsleiter. Sie soll das ganze Spektrum der Sichtweisen und Meinungen abdecken. Und Kritikfähigkeit wurde zum Tauglichkeitstest und Charaktermerkmal für guten Journalismus.

Im Ergebnis hatten wir in der Bundesrepublik in den 80'er und 90'er Jahren die vielleicht qualitativ beste Medienlandschaft weltweit – in der Spitze wie in der Breite. Das betraf die großen überregionalen Blätter ebenso wie die erstaunliche Anzahl der eigenständigen Regionalzeitungen. Magazine wie SPIEGEL und der Stern, die Nachrichtensendungen der ARD – um nur einige zu nennen – konnten sich mit den traditionsreicheren Peers in Europa und den USA durchaus messen.

Dazu hatte auch beigetragen, dass im Ergebnis der breit und über Jahre geführten Debatte um Meinungsfreiheit und Qualitätsjournalismus eine Generation von Journalisten mit der berechtigten Hoffnung in die Medien strömte, dort allerbeste Möglichkeiten zu finden, um ihre Ambitionen zur Verbesserung der bestehenden Verhältnisse wirksam unters Volk zu tragen. So kamen in den Redaktionen zunehmend engagierte Leute ans Ruder, die „über ein sicheres Gespür darüber verfügen, dass der Hauptzweck von 'Nachrichten' darin besteht, der Menschheit ein erfolgreiches Dasein in Richtung Zukunft zu ermöglichen“, wie es auch Walter Lippmann idealerweise vorgeschwebt hatte.

Doch gut 50 Jahre nach 1968 stecken wir erneut in einer Debatte, in der die Berichterstattung vieler Medien – im Printbereich wie in den audiovisuellen Medien – außerordentlich umstritten ist. Schleichend, fast

unmerklich haben sich auf der Grundlage eines ausgezeichneten Journalismus neue Korridore der Wahrnehmung entwickelt.

In diesem Buch ist eine Vielzahl von Fakten aus unterschiedlichsten Themenfeldern zusammengetragen, die zwingend nahelegen, dass es im Berufsstand der Journalisten selbst und in der Öffentlichkeit eine neue Debatte über die Qualität des Journalismus geben muss.

Ganz im Sinne von Walter Lippmann wird heute zunehmend ein Haltungsjournalismus beklagt, der vorzugsweise wahrnimmt und ausbreitet, was ihm ins Konzept passt. Schleichend hat sich ein Typus des Journalismus herausgebildet, der offenbar einen Erziehungsauftrag gegenüber dem Publikum empfindet, weil er es besser zu wissen glaubt als die breite Öffentlichkeit.

Medien seien zunehmend „nachhaltige Überredungssysteme vom Typus Missionspredigt, Konfessionsliteratur und Indoktrinierung“ geworden, meint Peter Sloterdijk. Am Werk seien „Ideologie-Kommissare und ihre Hohepriester. Ihr Enthusiasmus erreicht die Autosuggestion mit der Stärke eines Missionsauftrages“, klagt der wortgewaltige Kulturwissenschaftler aus Karlsruhe. Nachzuverfolgen ist das beim Thema Klima, beim Impfen oder bei der Beurteilung der Geschlechterfrage – allesamt „thèmes à la mode“ mit hohem Erregungspotenzial.

Und in der Tat gibt es verstörende Belege für diese Entwicklungen. Immer schon gab es Moden der Wahrnehmung, und es ist nichts Neues, dass immer nur eine Sau durchs Dorf gerieben wird. Was bedeutet, dass die vielen Schweine links und rechts vom Schlagschatten der Ausleuchtung gar nicht erst wahrgenommen werden – und damit nichts zählen. Doch die quantitative und qualitative Wucht der gängigen Themen in der mehrheitsfähigen Massenpresse verdrängt ja nicht nur andere, wichtige Themen. Sie bedrängt den Rezipienten massiv und soll offensichtlich auch einen dementsprechend heftigen Eindruck hinterlassen.

Was soll man davon halten, wenn der Ressortleiter Natur und Wissenschaft der FAZ als Laudator auf einer Preisverleihung der Deutschen Umwelthilfe an die online-Webseite „klimafakten.de“ sagt, er danke den Redakteuren der Seite, weil sie ihm die Recherche erspare? Er könne schlicht übernehmen, was dort stehe, trug er auf offener Bühne vor. Der Ressortleiter einer höchst respektablen Tageszeitung lässt bei einer gesponserten Seite denken? Die „klimafakten.de“ bieten auch „Handreichungen für die Klimakommunikation“ für Journalisten und Öffentlichkeit. Sie kommen gelegentlich daher wie die hippe Variante von Agit-Prop-Leitfäden der Linken aus den 70'ern. Die Haltung dahinter: Der Agitator weiß alles und muss nun lernen, wie man den weniger Erleuchteten auf die Höhe seines Bewusstseins bringen kann.

Wie weit ist es gekommen, wenn ein Mitglied der Chefredaktion des Berliner Tagesspiegel in einem Kommentar mit dem Gedanken spielt, die

Kritik an den mangelnden Sicherheitsvorkehrungen der Behörden beim Unwetter an der Ahr zurückzustellen, weil das nur denen in die Hände arbeite, die den Klimawandel herunterspielen? Gibt es wieder unbequeme Wahrheiten?

Der Kolumnist Harald Martenstein empfahl, die Nachrichten des öffentlich-rechtlichen Rundfunks anzuschauen, wenn man Grünen-Reklame sehen wolle.

Der glorreiche Stern hat sich freiwillig aus dem seriösen Journalismus verabschiedet, als er die Redaktion einer Ausgabe der Kampagnenorganisation „Fridays for Future“ überließ und erklärte, „nicht länger neutral“ sein zu wollen.

Perception beats reality: Der sarkastische Spruch von Marketingmanagern der amerikanischen Industrie scheint zur Maßgabe für manche Journalisten wie auch für ihr Publikum geworden zu sein – selbst in der Beletage des Journalismus. Der höchstdekorierte Reporter des SPIEGEL entpuppt sich als Märchenerzähler, der die besten seiner mit renommierten Preisen ausgezeichneten Reportagen schlicht erfunden hat.

Oder nehmen wir die mittlerweile verstorbene „Marie Sophie Roznblatt“, die für ihre anrührenden Geschichten über ihre jüdische Familie in Auschwitz und Treblinka ausgezeichnet und gefeiert wurde. Dabei war ihr jüdisch klingender Name ebenso erfunden wie ihre jüdische Familie. Es gibt viele weitere Beispiele für diesen medialen Betrug am Rezipienten, auch in den öffentlich-rechtlichen Medien.

Ein Menetekel für den Journalismus allemal. Doch wie konnte das in einer so hochklassigen Medienlandschaft wie der deutschen geschehen? Wie konnten die Sensoren bei der Sicherung des Qualitätsjournalismus versagen?

Es gibt viele Erklärungen. Eine davon: Zeitgeist meets Marketing. Redaktionen nehmen gern das, was sich gut verkauft. Das ist im Prinzip nichts Neues. Die vertrackte Logik des Medien-Geschäftes beruht weitgehend auf der Tatsache, dass sich schlechte Nachrichten besser verkaufen als die guten. Das Drama liefert bessere Schlagzeilen als das Gewohnte. Dieses Wahrnehmungsmuster des Menschen haben die Medien nicht erfunden, aber sie haben es sich zunutze gemacht.

Auch in den besten Jahren des deutschen Journalismus gab es affirmativen Journalismus. Im Jargon der Branche hieß das fluffig: „Man muss dem Affen Zucker geben“. Gemeint war, dass Medien darauf bedacht waren, die Erwartungshaltung ihrer Kundschaft zu befriedigen. Rechte Medien hielten den Kurs auf rechts, linke auf links. Überhöhung durch Dramatisierung und Skandalisierung war – und ist – ein beliebtes Stilmittel zur Affirmation. Man nannte das auch Leser-Blatt-Bindung und hat in den meisten Fällen einen verkaufsfördernden Effekt.

Damit das funktioniert, muss es freilich auch immer ein entsprechend vorbereitetes Publikum geben. Der Kunde ließ – und lässt – sich gern binden, zumal in Zeiten, in denen die Dinge komplex sind und die Medienlandschaft chaotisch ist: Der Mensch sucht sich im Zweifel die Informationen und die Nachrichten heraus, die er für sich braucht. Der Mensch ist eine verblendungsfähige Kreatur.

Doch es gibt einen Unterschied zwischen dem Gebrauch und dem Missbrauch dieser Phänomene der menschlichen Wahrnehmungsmuster. Ein verantwortungsvoller Journalismus wird geneigt sein, in wohlthuender Distanz zum Geschehen zu informieren. Wer stattdessen der Neigung nachgibt, Haltungen und Gefühle hervorzurufen, zu verfestigen oder zu befriedigen, schafft im Zweifel ahnungslose (und gelegentlich willige) Opfer seiner Narrationen.

Erstaunlich und bedenklich ist dabei die Intensität des Moralismus, mit der viele Medien heute ihre Positionen von hoher Warte vortragen. Hermann Lübke hat diese Haltung – in anderem Zusammenhang – als den „Triumph der Gesinnung über die Urteilskraft“ genannt. Das Pathos der moralischen Überhebung führe im Ergebnis zu Realitätsverlust.

Vielen Journalisten scheinen heute zudem oft nicht nur jede Distanz zum Thema zu fehlen. Sie gehen im Gefühl der Überlegenheit ihrer Meinungen auch zunehmend dazu über, anderslautende Auffassungen zu denunzieren und auszugrenzen. Dabei entsteht im Ergebnis ein Drang zum konformen Denken, der dem beängstigend nahekommt, was die '68er als Ziel der Manipulation durch die Medien definiert haben.

Und tatsächlich entdecken viele Menschen, dass sie sich auch in ihren angestammten Medien nicht mehr wiederfinden: Weil ihre Themen nicht vorkommen und vor allem, weil aus hoher moralischer Warte ihre Gefolgschaft eingefordert wird, statt ihnen die Entscheidung über ein eigenes Urteil zu überlassen.

Die deutsche Presselandschaft entstand auf dem Fundament des anglo-amerikanischen Verständnisses von der Rolle der Medien in einer Demokratie. Journalisten hatten Chronistenpflicht, nicht Überzeugungspflicht. Den deutschen Lizenznehmern wurde auferlegt, in ihren Organen strikt zwischen Nachricht und Kommentar zu unterscheiden. Die Anforderung war, „unabhängig und überparteilich“ zu sein. Dieser Typus der Generalanzeiger-Presse ist der Entwicklung der westdeutschen Demokratie gut bekommen.

Die Trennung zwischen Nachricht und Kommentar ist immer noch sinnvoll. Wenn Journalisten ihre Rolle darin sehen, im Publikum Verbündete der eigenen Gesinnung oder Haltung heranzuzüchten oder zu bedienen, ist es an der Zeit, wieder über Grundsätzliches zu reden. Nach herkömmlichem Verständnis haben Medien die Aufgabe, den Menschen durch sorgsame, wahrhaftige Information ein eigenes Urteil zu ermöglichen.

Verantwortliche in Medien und Politik bestreiten indes, dass sich das Meinungsspektrum eingeengt habe und Denk- und Meinungsverbote erteilt würde. Da haben sie recht. Man darf heute alles sagen und schreiben, anything goes. Nur muss jeder mit den Folgen rechnen, wenn er eine Meinung äußert, die nicht den gängigen Standards entspricht.

Es ist bedenklich, wenn rund die Hälfte der befragten Deutschen meint, dass sie Angst haben, ihre eigene Meinung zu äußern. Spätestens hier sollten Journalisten einen Anknüpfungspunkt sehen, um in kritischer Distanz zur eigenen Profession noch einmal über die Qualität der Medien und ihre Bedeutung für freiheitliches Zusammenleben nachzudenken.

Walter Lippmann stellte eine zentrale Anforderung an die Medien einer liberalen Demokratie: „Das Ziel ist niemals Freiheit, sondern Freiheit für etwas Anderes“.

Walter Lippmann wusste, dass eigenständiges Denken und ein unabhängiges, eigenständiges Urteil die wesentliche Voraussetzung für eine funktionierende Demokratie sind.

„Die Leute hören auf, zu sagen, was sie denken; und wenn sie es nicht mehr sagen, dann hören sie auch bald auf, es zu denken. Ihr Denkprozess orientiert sich an ihren Kritikern und nicht an den Fakten. Denn wenn das Denken gesellschaftlich riskant wird, dann verbringen die Leute mehr Zeit damit, über die Gefahr nachzudenken, als damit, ihr Denken selbst zu kultivieren.“

Literatur

Caroline Fourest: Generation beleidigt. Von der Sprachpolizei zur Gedankenpolizei, Berlin 2020

Norbert Bolz: Die Avantgarde der Angst, Berlin 2020

Walter Otto Ötsch und Silja Graupe: Walter Lippmann: Die Illusion von Wahrheit oder die Erfindung der Fake News, Frankfurt 2021

Hermann Lübbe: Politischer Moralismus, Münster 2019

TEIL 4

Was folgt daraus?

Bodo Hombach

„HALTUNG KANN ZUM HALTUNGSSCHADEN FÜHREN, WENN JOURNALISTEN IHRE MACHT MISSBRAUCHEN.“

Der Herausgeber dieses wichtigen Buches zur richtigen Zeit, Roland Schatz, hat mich um Freigabe eines nach Medienzeitrechnung recht alten Textes gebeten.

Am 28.01.2016 habe ich auf Einladung des Intendanten Tom Buhrow vor den Führungskräften des WDR gesprochen und anschließend diskutiert. Damals war ich – nach zehnjähriger Tätigkeit – als Geschäftsführer bei der WAZ-Mediengruppe ausgeschieden und widmete mich meiner Stiftungs- und Universitätsarbeit.

Die Verhältnisse ändern sich schnell. Ich distanzieren mich von keiner Zeile des alten ungekürzten Textes, aber dass eine Sprecherin im Weißen Haus „alternative Fakten“ gelten lassen will, Fake News digitaler Alltag werden, Sympathieklicks eine Preisliste haben, intentionaler Journalismus Mode wird und ein „Dokumentarfilm“, der wichtige Szenen von Schauspielern vortäuschen lässt, mit den Worten verteidigt werden soll, diese Szenen seien „authentischer als die Realität“, hätte ich mir vor fünf Jahren noch nicht vorstellen können. Dazu hätte ich schärfere Worte gefunden.

Keynote an die Führungskräfte des WDR vom 28. Januar 2016

Meine Damen und Herren,

das ist eine von Ihrem Intendanten angeregte erfreulich unvermutete Zusammenkunft. In dieser Branche ist man vor Überraschungen nicht sicher. Ein ehemaliger Manager der klassischen „Holz-Medien“, nach zehn Jahren Umstrukturierungsprozesse organisierend, soll vor den versammelten Führungskräften des öffentlich finanzierten Westdeutschen Rundfunks sprechen. Das ist rot in meinem Kalender vermerkt! – Dank für die Einladung und für die Stunde Ihrer Lebenszeit.

Vor 20 Jahren wäre ich über Ihre Gastfreundschaft erstaunt gewesen. Inzwischen hat sich das duale System eingespielt. Alle Kassandrarufer, die sich gegenseitig den Untergang prophezeiten, waren überanstrengt. Wettbewerb allerdings belebt, soll bleiben und hält frisch. Bedrohlich für beide Seiten wäre es, einander zum Verwechseln ähnlich zu werden.

Sie kennen vielleicht die Geschichte der beiden Löwenjäger: Vor der Jagd zieht sich einer Turnschuhe an. „Warum?“, fragt ihn der Andere, „glaubst du damit schneller zu sein als der Löwe?“ – „Nein“, sagt der Gefährte, „aber schneller als du!“

Es gibt Arbeitsteilung. Alle Mediengattungen stehen vor gemeinsamen Chancen und Risiken. Das verbindet.

Ich habe hier nichts zu verkündigen. Schon gar nicht vom hohen Ross. Ich will laut denken, fast als Selbstgespräch. Neuerdings genieße ich ja den Abstand des Hochschullehrers.

Der öffentlich-rechtliche Rundfunk in unserem Land ist eine Kulturinstitution. Sie hat den Journalismus davor bewahrt, so herunterzukommen wie in anderen Ländern. Nachricht ist Ware, aber nicht nur. Marktgesetze haben ihren Sinn, aber nicht überall. Publikum ist ernst zu nehmen, ernster als es sich selbst häufig nimmt.

Wir erleben breite Ökonomisierung der Gesellschaften. Dem kann sich ein Medienhaus oder Sender nicht entziehen. Man muss sich nicht unterwerfen. Sie dürfen es gar nicht. Sie sind qua Gesetz und Gebühren verpflichtet, den Maßstab des Gemeinwohls anzulegen. Auch wenn Sie manchmal dasselbe tun, zum Beispiel sparen, tun Sie es anders, weil aus anderen Gründen. Die kalte Rache des Marktes für sinkende Akzeptanz schmerzt die im Öffentlich-rechtlichen nicht unmittelbar.

Ich spreche zu Ihnen mit Hochachtung, keineswegs in devoter Verbeugung. Meine Wertschätzung kommt nicht aus Beißhemmung gegenüber Bessergestellten. Sie kommt aus der Höhe des Anspruchs, den Sie für sich selbst postulieren. Deshalb darf jeder Bürger Sie daran messen:

- Verantwortung fürs allgemeine Wohl.
- Unabhängigkeit der Berichterstattung.
- Demokratische Fairness, auch Meinungen gerecht zu werden, die Sie nicht teilen.
- Persönliche Haltungen und Ansichten zurückstellen, um Kunden wahrheitsnah und realitätsversessen ein korrektes Bild der Welt zu vermitteln.
- Sensible Wahrnehmung gesellschaftlicher Impulse.
- Der Aufklärung verpflichtet sein und jedem Manipulationsversuch widerstehen.
- Respektvolle Sicht und Formen wahren.
- Experimentier- und Innovationsfreude.

„DIE ‚VIERTE MACHT‘ BEZIEHT IHRE LEGITIMA- TION NICHT AUS EINEM DEMO- KRATISCHEN VO- TUM, SONDERN EINZIG AUS DER PROFESSIONEL- LEN QUALITÄT IHRER ARBEIT.“

- Transparenz der inneren Entscheidungswege.
- Treuhänderischer, sparsamer und nachhaltiger Umgang mit den zugebilligten Ressourcen.
- Hohe Professionalität in allen Bereichen.

Ein stolzer Katalog. Ich wette, so oder ähnlich findet er sich als „corporate identity“ im Redakteursstatut und in jeder Selbstverpflichtung Ihres Managements. Bei konkreter und ehrlicher Gewissenserforschung findet man im wahren Leben auch anderes. Haltung kann zum Haltungsschaden führen, wenn Journalisten ihre Macht missbrauchen. Wenn sie selber Politik machen wollen, anstatt kühl „bis ans Herz hinan“ zu berichten, zu analysieren, zu gewichten, nichts hinzufügen und nichts verschweigen. Die „Vierte Macht“ bezieht ihre Legitimation nicht aus einem demokratischen Votum, sondern einzig aus der professionellen Qualität ihrer Arbeit. – Vielleicht gibt es sie ja, die absolute Wahrheit und Objektivität, aber sie ist uns nicht zugänglich. Man kann sich ihr aber annähern und muss das wollen. Unruhige Geduld hilft, auch Offenheit für Versuch und Irrtum und die unermüdete Bereitschaft, die eigenen Thesen an der

Wirklichkeit scheitern zu lassen durch ein libidinöses Verhältnis zur Selbstkritik. Die eigene These durch echte Recherche nicht zu stören oder durch Inszenierung zu unterfüttern, ist schwere journalistische Sünde. Selbstüberhöhung ist immer Selbstentwertung.

Realitätssuche und Durchleuchtung ist schwieriges Unterfangen in Zeiten von organisiertem Spin-Doctoring als akzeptierte Methode politischer Kommunikation, der Umformung von Argumenten zu Parolen, der Verflüchtigung der Mitte hin zu radikalen Rändern.

Nun ist Digitale Revolution. Nichts bleibt verschont. Schon gar nicht die Medienwelt. Im Guten wie im Schlechten. Es wuchsen unbegrenzte Möglichkeiten, aber auch Unmöglichkeiten:

- Die totale Entfesselung der Kommunikation zu naiver Anarchie,
- die schwellenlose Mobilität der Geräte,
- der Direktzugriff auf ein gigantisches Angebot an Information (und Desinformation),
- die virtuellen Parallelwelten und die technische Abschaffung des Vergessens.

Ein Netz fängt auf, aber auch ein. All dies im Kampf um eine Ressource, die man nicht mehr signifikant vergrößern kann: die Lebenszeit und die Aufmerksamkeit der Leute. All dies auch im Kampf um Macht und Einfluss.

Im Schutz der Anonymität gärt und brodelt Hass und bricht durch dünne Anstandsfirmis.

Karl Popper beschrieb in seinem Hauptwerk „Die offene Gesellschaft und ihre Feinde“ auf brillante, präzise verdichtete Weise:

„Wir sind noch am Anfang, aber schon erleben wir die Auflösung der klassischen Milieus.

Eine schleichende Verrohung der Gesellschaft.

Die Entwertung der Grundwerte.

Den Verlust der informationellen Selbstbestimmung.

Die Fragilität des zivilisatorischen Überbaus.

Die Diffamierung wichtiger Errungenschaften der Aufklärung.

Vagabundierende Gewalt.

Die unmittelbare Nähe scheinbar ferner Konflikte.

Den Zerfall der europäischen Idee und den Rückfall in nationalistischen Partikularismus.

Wir erleben auch den Rückfall in autokratische Systeme mit einer pervertierten Presse als Steigbügelhalter.

Wir erleben die Asynchronität von Aufwand und Wirkung, Anlass und Folgen.“

Wer handelt, wird kritisiert. Wer nicht handelt, den bestraft das Leben.

Großmutterns Sinnspruch: „Wer nichts macht, macht keine Fehler“, ist lebensgefährlich, wenn Anpassung nötig wird.

Wie wappnet sich ein mediales Großunternehmen? Wie stellt es sich auf? Was will es bewirken oder verhindern?

Ist es fähig, flexibel, dynamisch, kreativ zu reagieren, oder versinkt es in der Melancholie der Organismen, welche die Grenze ihres Wachstums überschritten haben? Geht's ihm am Ende wie den Dinosauriern, die ihr eigenes Gewicht nur noch traurig im Wassertümpel tragen konnten? – Bis sie ein gnädiger Asteroid von sich selbst erlöste.

Ich will keinen Untergang prophezeien, den man auch mit dem gleichen Aufwand verhindern könnte. Es genügt nicht, nur einen Schalter umzulegen. Externe Probleme haben innersystemische Eigenschaften und Folgen. Es braucht eine Platine mit vielen Potentiometern, Kondensatoren, Widerständen und Sensoren. Gefährlich sind „kalte“ Lötstellen, vertauschte Pole und Rückkoppelungen. (Ich war einmal Fernmeldetechniker. Der geht manchmal mit mir durch).

Ein modernes Unternehmen ist wie ein kluges Schachspiel. Entscheidend ist nicht die Menge der Figuren, sondern die Intelligenz ihres Zusam-

menspiels in einem Netzwerk möglichst kurzer Wege und transparenter Abläufe.

Ein solches System hat nicht sofort die Lösung. Es hat aber Spannkraft, Probleme zügig anzugehen und geduldig zu bearbeiten. Es kann strategisch reagieren, Gegendruck aufbauen und angepasst agieren. Es kann sparen, ohne kaputtzusparen. Es kann Menschen bewegen, sich bewegen zu lassen. Es kann Fehlentwicklungen frühzeitig erkennen. Es kann sogar Fehler öffentlich eingestehen und daraus lernen.

Kurz: Es braucht Führung.

Gute Führung gestaltet, bevor der Sachzwang übermächtig wird.

Viele wurden aufgeschreckt von dem Geschrei „Lügenpresse“. Oft rausgeschrien von Leuten, die jede Lüge gierig glauben, wenn sie ihre Vorurteile bestätigt. Seriöser Journalismus fragt immer auch nach den blinden Flecken eigener Wahrnehmung.

Rundfunk, Fernsehen und Zeitung sind Massenmedien. Sie können die Masse nicht verachten. Sie sollten sie verstehen. Massenmedien wirken und senden in die Gruppen- oder Individualgesellschaft. Der Verdacht, die mediale Wirklichkeit hätte mit der realen nur noch wenig zu tun, hat inzwischen Wucht. Das ist mit „Dumpfbacken“ und „Mob“ allein nicht zu erklären. Es gibt nämlich welche, die uns belügen, durch Übertreibungen, durch hemmungsloses Skandalisieren, durch Überbelichtung hier und Wegblenden dort.

Der seriöse Journalist denkt zweimal nach, bevor er einmal schreibt.

Er ist nicht Animateur einer ständigen Erregungskultur.

Er kritisiert Politiker, ohne sie zu verhöhnen.

Im ohrenbetäubenden Rauschen der Shit- oder Candystorms des Internets gibt er eine begründete Orientierung.

Er überzeugt durch Relevanz seiner Themen, die Sorgfalt seiner Recherche und die Abgewogenheit seines Urteils. Er wahrt Distanz zu den Ereignissen und Personen.

Er berichtet, ohne zynisch zu werden.

Journalisten haben nicht Mandat, sondern Auftrag.

Hans Joachim Friedrichs brachte es auf den Punkt. Sein Diktum, ein Journalist dürfe sich mit keiner Sache gemein machen, wird heute von zu Wenigen beherzigt.

Für mich war es ein Versprechen, nicht manipuliert werden zu sollen. Der um sich greifende, intentionale Journalismus wird in amerikanischer Entwicklung enden.

Gewiss sind berufsethische Forderungen immer idealtypisch und holen sich Schmisser und Flecken in der Realität. Wenn aber der Anspruch auf Objektivität, Faktentreue, Neutralität und Wahrheitssuche aufgegeben wird, dann macht sich Hemmungslosigkeit breit.

Der so enthemmte hört, sieht und berichtet nur noch das, von dem er vorher weiß, in welche Meinungsrichtung es wirken wird. Die Blutschranke zur Propaganda wird porös.

Wir machen kaum Primärerfahrung. Wir sind auf Gedeih und Verderb auf Sekundärerfahrung angewiesen. Medien, die ein realistisches Bild unserer Welt zeichnen, sind unverzichtbar. Sie sind zu wichtig, um sie sich selbst zu überlassen.

Medien sind keine Veranstaltung für, sondern eine der Gesellschaft.

Schon der Eindruck, man würde zum „Gut-Sprech“ oder gar „Gut-Denk“ genötigt statt überzeugt, löst Widerstand aus. Er öffnet die Einfallstore für Populisten.

Die Frage „Was ist, wenn es alle tun?“ als kategorischer Imperativ nach Kant höre ich selten. Der kategorische Imperativ der Mediengesellschaft lautet: „Was ist, wenn es rauskommt?“ Macht und Mächtige fürchten nichts so sehr wie die Veröffentlichung von dem, was sie nicht öffentlich vorzeigen wollen. Das diszipliniert und ermöglicht demokratisches Miteinander.

Die Rolle der Qualitätsmedien ist konstitutiv für unsere Demokratie.

Ich bin bereit, groß von Journalisten zu denken. Es würde mich nicht stören, wenn sie selbst groß von sich denken. Sie müssen aber ihre Arbeit ordentlich machen.

Wir kennen Controlling betriebsinterner Abläufe. Es gab mal einen Sen-deplatz mit dem Titel „Glashaus“. Etwas in der Art wäre sympathisch und souverän zugleich.

Ein paar Bemerkungen zu meinen beruflichen Erfahrungen mit guten Führungskräften. Die definieren sich nicht über Rankenkämpfe und Territorialverhalten. An ihrer Bürotür hängt das Schild „Bitte stören!“

Eine Führungskraft

- will keinen Sieg, sondern Lösungen.
- vermischt nicht die logischen Ebenen. (Ein Gespräch über Spielzüge ist etwas anderes als eines über Spielregeln.)
- geht auf die Mitarbeiter zu und nicht auf sie los.
- bekämpft Kompliziertheit, die sich so gern als Komplexität tarnt.
- kann ihre Entscheidungen erklären und übernimmt die Verantwortung.
- Auf der Höhe des Erfolges hat sie den nächsten schon in der Schublade.

Ein Medienhaus lebt von seinen Kreativos. Die kann man nicht am Fließband produzieren. Die entwickeln sich durch Anregung und Herausforderung bei gleichzeitigem Rückhalt. Auf schwammigem Boden wagt niemand hohe Sprünge.

Eine gute Führungskraft betreibt ständige Einmischung in die eigenen Angelegenheiten. Im Grunde hat sie nur ein einziges Projekt: Lustvolles

Lernen – gegen Denkfaulheit, Beharrungslust und schlechte Gewohnheiten. Erst einmal die eigenen. Dann auch die der Mitarbeiter.

Apropos Gewohnheit. Die amerikanische Psychologin Wendy Wood fand heraus, dass wir die Hälfte unserer Aktivitäten immer wieder in selben Rollen, Räumen oder Orten ausüben. Mit fatalen Folgen: Nach einer gewissen Zeit leiten uns nicht mehr die Ziele, sondern nur noch Gewohnheiten und ihre Rituale: Das Büro, das Vorzimmer, die Kollegen, die Kantine, das tägliche Meeting. – Ich habe es an mir selbst erlebt. Es lohnt sich, gelegentlich Ort und Aufgabe zu wechseln. Das verändert die Perspektive. Es ist wie die rettende Escape-Taste aus der Endlosschleife. „Der Anfang ist immer schon die Hälfte.“ – Dieser Satz des alten Aristoteles gehört an jedes Schwarze Brett.

Die Zeiten tun das, was sie immer tun: Sie ändern sich. Das macht es manchmal schwierig, aber immer interessant. Die richtige Frage ist: Habe ich die Menge der Möglichkeiten vergrößert? Die bessere hat dann die Chance, sich durchzusetzen. Das erlaubt die Rückkehr zu gelassenem Abwägen.

Erich Kästner hatte dafür einen klugen Vierzeiler:

Guter Rat für Damokles:

Schau prüfend himmelwärts!

Die Nähe des möglichen Schadens

liegt nicht in der Schärfe des Schwerts,

sondern in der Dicke des Fadens.

Der „dicke Faden“ des Öffentlich-rechtlichen Rundfunks ist nicht das Bühnenpolster, sondern die Fähigkeit, das Feuer zu hüten, nicht die Asche. Wenn man dabei gelegentlich scheitert, dann aber bitte an einer großen Aufgabe, nicht im seichten Gewässer.

Ich habe mit Löwen begonnen und will damit enden:

Ein Löwenjäger kam erschöpft von der Safari heim. Er hatte nichts geschossen. Sein Freund spottete schadenfroh: „Was bringt die ganze Mühe?“ Der Jäger hob bedeutsam den Finger: „Bei Löwen ... bei Löwen ist keiner schon sehr viel!“

Ihr Intendant hat mir eine lebhaftige Diskussion versprochen. Voraussehlenden Dank dafür, dass, wenn ich gleich zu den Roten Funken gehe, klüger sein werde als ich es jetzt bin.

Roland Schatz

DIE WAHRNEHMUNGS-SCHWELLE ENTSCHIEDET

Was eine Abgeordnete im Plenum zum Pulnachbarn sagt, mag relevant sein. Wirkung kann der Geistesblitz aber erst dann entfalten, wenn (dank Mikrophon oder starker Stimmbänder) alle es hören können. Doch selbst dann bleibt der Gedanke im Saal und wahrscheinlich vom Stimmvolk unbeachtet. Nicht anders verhält es sich mit einem Text oder einem Interview, gedruckt in einem Medium oder ausgestrahlt in den Abendnachrichten. Erst die Wiederholung und vor allem das Aufgreifen in anderen (Leit-) Medien birgt die Chance auf Wahrnehmung.

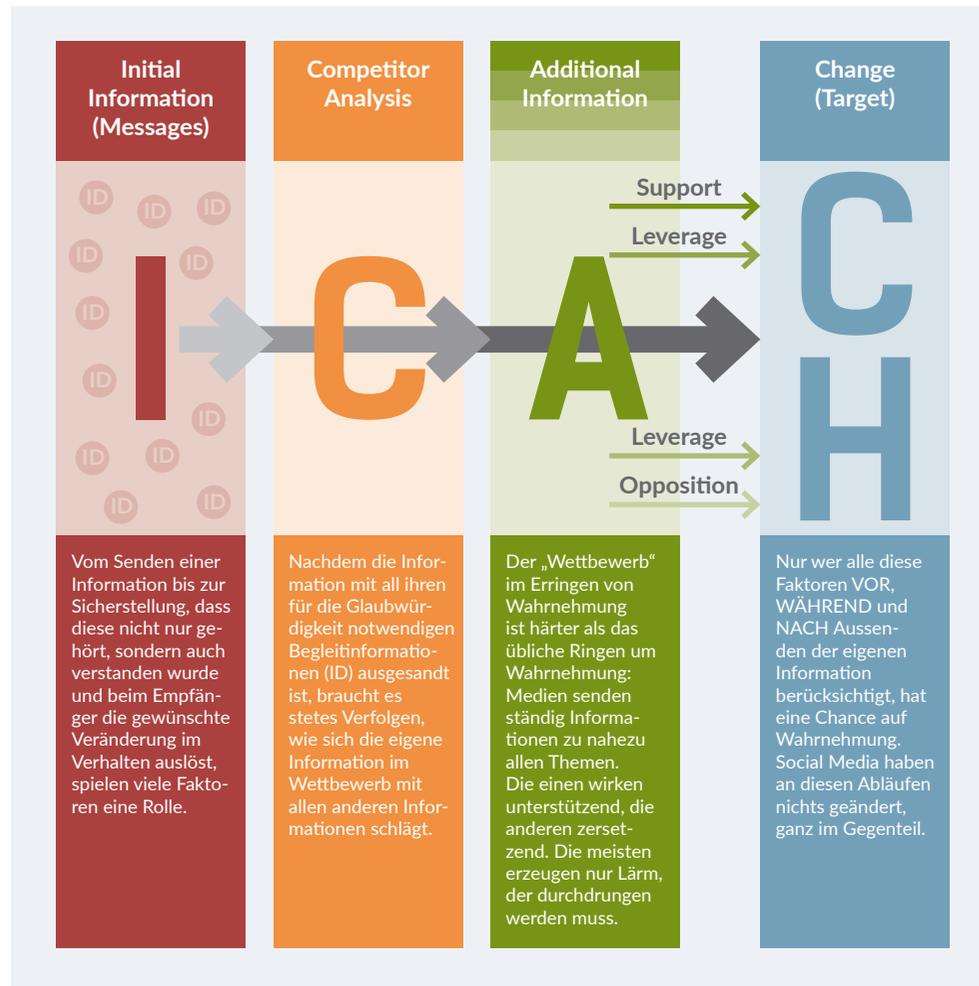
Nach 25 Jahren stetiger qualitativer Erfassung jeden Artikels in BILD oder SPIEGEL, jedes Berichtes in Tageschau oder Heute Journal sind Hunderte von wissenschaftlichen Beiträgen auf Basis dieser weltweit einmaligen Daten verfasst worden, die das von Prof. Russell Newmann (University Michigan) erstmals 1988 gefasste Konzept der Wahrnehmungsschwelle mit konkreten Zahlen unterlegt haben. Damit ein Gedanke, ein Buch, eine Partei, eine Universität, ein Musikerin durch den Nebel der Tausenden von Texten durchdringt und für ALLE (nicht jeden) sichtbar wird, sind ca. 1.5% aller in den jeweiligen Medien publizierten Beiträge in einem Zeitraum von einem Vierteljahr oder mehr die Voraussetzung dafür, dass ANDERE in anderen Städten, Regionen, Ländern überhaupt die Chance haben, diesen Gedanken, dieses Buch, diese Partei, diese Universität, diese Musikerin erkennbar für sich wahrnehmen zu können.

Alles unterhalb der 1.5%-Mengen-Schwelle ist, als ob es keinen Beitrag geben würde.

Das ist bitter. Insbesondere vor dem Hintergrund, dass vor allem der erste Beitrag in einer Zeitung so schwierig zu erzielen ist. Seit gut zehn Jahren bietet die Allianz mit der Reputationsschutzversicherung für Unternehmen ein Produkt auf Basis der Wahrnehmungsschwelle, das Firmen hilft, sich gegen Schäden aus der Berichterstattung zu versichern. Das unterstreicht: Prof. Newmann hat mehr als nur eine Theorie entwickelt.

Schon zu Beginn des Ausbruchs der Covid-19-Krise rätselte nicht nur das politische Berlin, warum bei der Sonntagsfrage Parteien 18 Monate vor der nächsten BUndestagswahl in der Wählergunst extrem nach oben klettern konnten, während andere entsprechend verloren. Der Hinweis, dass in der Krise der Fokus auf der Exekutive liegt, erklärt nicht die Re-

Abbildung 1: Das ICA=CH Modell zur Wahrnehmungsbildung



duktion der SPD – siehe Abbildung 2. Es ist zudem kaum nachvollziehbar, warum ca. 99% der MdBs kaum von den Leitmedien bedacht werden – Abbildung 3. Dies ist fatal unter Berücksichtigung der jüngsten Studie der Yale University, die (zunächst anhand amerikanischer Beispiele) zeigt, dass bezahlte Information kaum Wirkung hat: “Political ads have little persuasive power” (<http://bit.ly/2Z3x1Rh>).

Was für die Politik zählt, gilt umso mehr für Firmen: In all den 472.804 Beiträgen, in denen über Unternehmen in den letzten fünf Jahren die

deutschen Leitmedien berichtet haben, tauchten Unternehmen aus Ost-Deutschland nur mit 1% auf. Folgen wir der Wahrnehmungsschwellen-Logik, dann kann anhand der Meinungsführer-Medien kaum ein Urteil über die Lage der Firmen zwischen Rügen und Dresden gefällt werden.

Die Beiträge in diesem Weißbuch zeigen, dass auch die Senioren, Behinderten, Kinder, Wissenschaftler etc. weit unter der Wahrnehmungsschwelle liegen und damit selten (um es optimistisch zu formulieren) Gegenstand einer Debatte im Plenarsaal, bei den Regierungen, bei Diskussionen über Forschungsthemen und -mittel werden können.

Das Trügerische besteht darin, dass natürlich nahezu jedes Thema, jede Institution ihre Beiträge hat und sich damit in der Hoffnung wiegt, andere müssten doch diesen einen Bericht auch gelesen oder gesehen haben. Wie sichtbar waren Schweden, Slowakei, Taiwan oder andere Länder, die gut durch die Covid-19-Krise gekommen sind? Es waren unter 0,01% aller Beiträge, die in den Abendnachrichten gezeigt wurden. Und wie sichtbar waren Italien, Spanien, UK oder USA? Deutlich über der 1.5%-Marke. Was macht das mit dem Publikum?

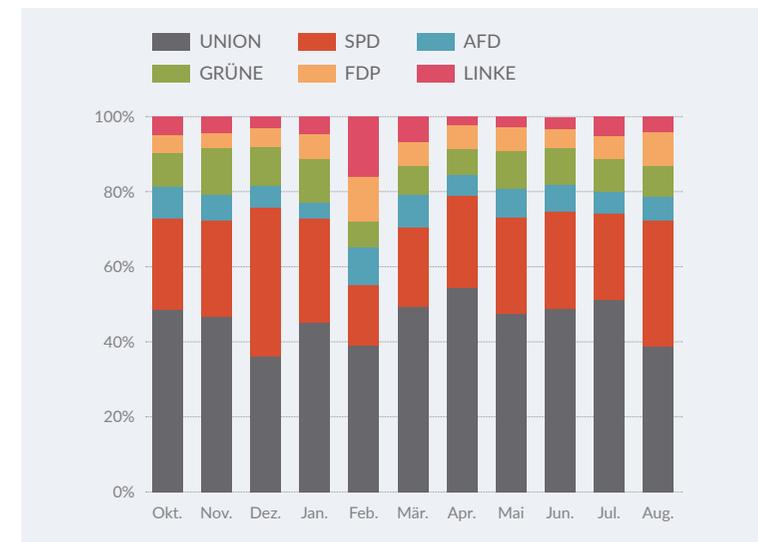


Abbildung 2: Anteil der Berichterstattung über Parteien 10/2019–08/2020 (Basis: 24.116 Berichte über Parteien und ihre Politiker in deutschen Meinungsführer-Medien)

Das, was sichtbar bzw. hörbar ist, setzt nicht nur den Ton, sondern bestimmt (nahezu überall) die Agenda. Unter Politikern ist nicht nur in Berlin die Kurzform der Wahrnehmungsschwellen-Theorie bekannt: Wer drei Mal hintereinander in der Woche in der BILD Zeitung mit einem negativen Thema sichtbar ist, wird wohl am Freitag seine Sachen packen müssen.

Abbildung 3: Medien-Präsenz von Parlamentariern (ohne Kabinett), 03/2018–08/2020

(Basis: 141.207 Berichte über aus- und inländische Politiker in deutschen Meinungsführer-Medien)

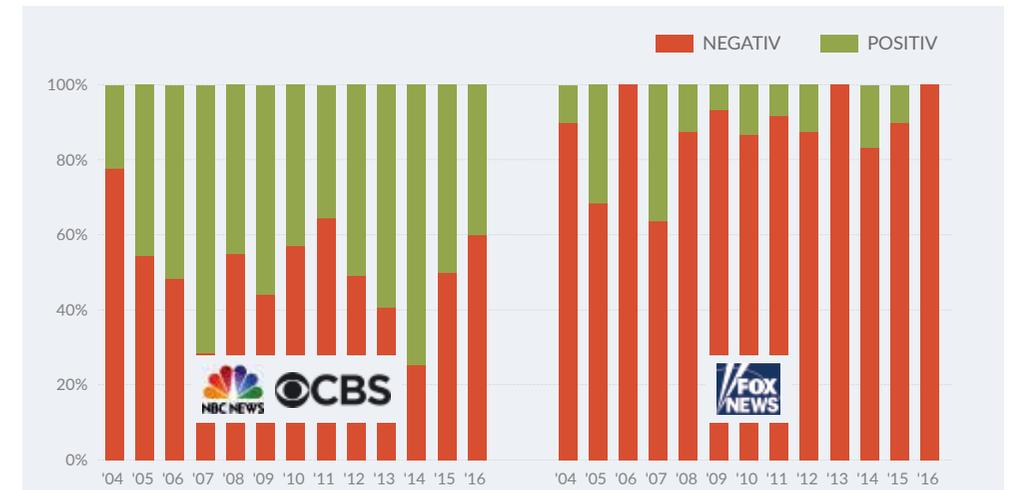


Doch bislang hat dies nicht dazu geführt, den dazugehörigen Gedanken ernstzunehmen: Was nicht (oder eben unterhalb der 1.5%-Schwelle) in BILD, SPIEGEL oder TAGESTHEMEN erscheint, droht nicht nur die Nicht-Beachtung, sondern im Fall von Problemen oder Lösungen die Ignoranz.

Was aber nicht dazu führt, dass diese Probleme verschwinden. Ganz im Gegenteil: Chronische Nicht-Beachtung führt nicht nur bei kleinen Kindern zu unerfreulichen Situationen. Kleine wie Große haben eines gemeinsam: Sie wollen wahrgenommen und vor allem repräsentiert werden. Wenn dies über längere Zeit nicht der Fall ist, kommt es zu Ausgleichsmaßnahmen.

Der Blick in die USA verdeutlicht das Problem: Über Jahrzehnte haben die Nachrichtensendungen von ABC, CBS und NBC Themen, Regionen und Meinungen landesweit gecovered, die ihnen wichtig erschienen. Das führte aber gleichzeitig dazu, dass Themen, Regionen und Meinungen, die ihnen nicht wichtig erschienen, unter den Tisch fielen. So lange und mit einem derartigen Ausmaß, dass für FOX eine ökonomische Grundlage geschaffen wurde, diese Nischen (die mit Blick von heute offensichtlich keine kleinen waren) zu besetzen. Nun fühlten sich diejenigen bei FOX repräsentiert, die Jahrzehnte zuvor sich bei ABC, CBS und NBC in die letzte Reihe versetzt sahen. Damit entstand im vermeintlichen Mekka des Journalismus ein bis hin ungekannter Status-Quo, der jedem Lehrbuch für Redaktionen widersprach: Nachrichtenauswahl ist nicht durch Parteizugehörigkeit oder Vergleichbares definiert, sondern durch Augsteins „berichten, was ist“.

Abbildung 4: In den USA stimmen TV-Sender in nichts überein – Beispiel Bildung (Basis: 197.096 Berichte in CBS/NBC und 108.892 Berichte in FOX news 01/2004–10/2016)



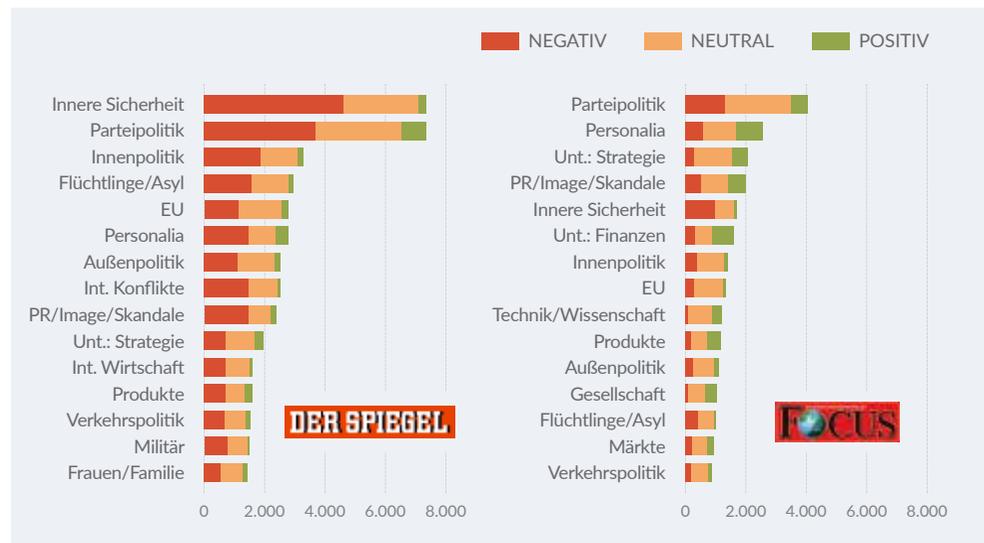
Einer der Gründe für zunächst die Entstehung von FOX sowie später dann den Wahlerfolg von Donald Trump dürfte darin gelegen haben, dass die TV-Sender die Darstellung von Politik (hier am Beispiel Bildungssystem) eher nach ihrer politischen Gesinnung denn den Realitäten auswählten: Wenn in der Übermittlung von Sachinformationen keine gemeinsame Basis gefunden wird, wie soll dann ein Dialog im Wahlvolk auf welcher Basis gelingen?

Für uns Deutsche quälend ist allerdings der Blick auf Abbildung 5: Denn die Grafik dort zeigt nicht etwa eine Fortsetzung des Elends von ABC, CBS und NBC einerseits und FOX andererseits, sondern am Beispiel vom SPIEGEL auf der linken Seite und FOCUS auf der rechten wird deutlich, dass jenes, was zur Spaltung in den USA führte (Fakten aus Wirtschaft, Gesundheit, Bildung etc. werden bei dem einen Sender diametral anders vermittelt als beim anderen – je nachdem wer gerade im Weißen Haus die Verantwortung trägt), uns in Deutschland nicht so unbekannt ist: Aus dem hehren Leitmotiv „berichten, was ist“ haben die Folgegenerationen ihre eigenen Schlüsse und Anwendungen gezogen.

Womit wir beim Kern des Anliegens dieses Weißbuches angekommen sind: Keiner der Verantwortlichen beim SPIEGEL oder FOCUS würde die hier erstmals gezeigten Daten glauben. Jeder und jede einzelne RedakteurIn würde bei bestem Wissen und Gewissen schwören, daß ihre wö-

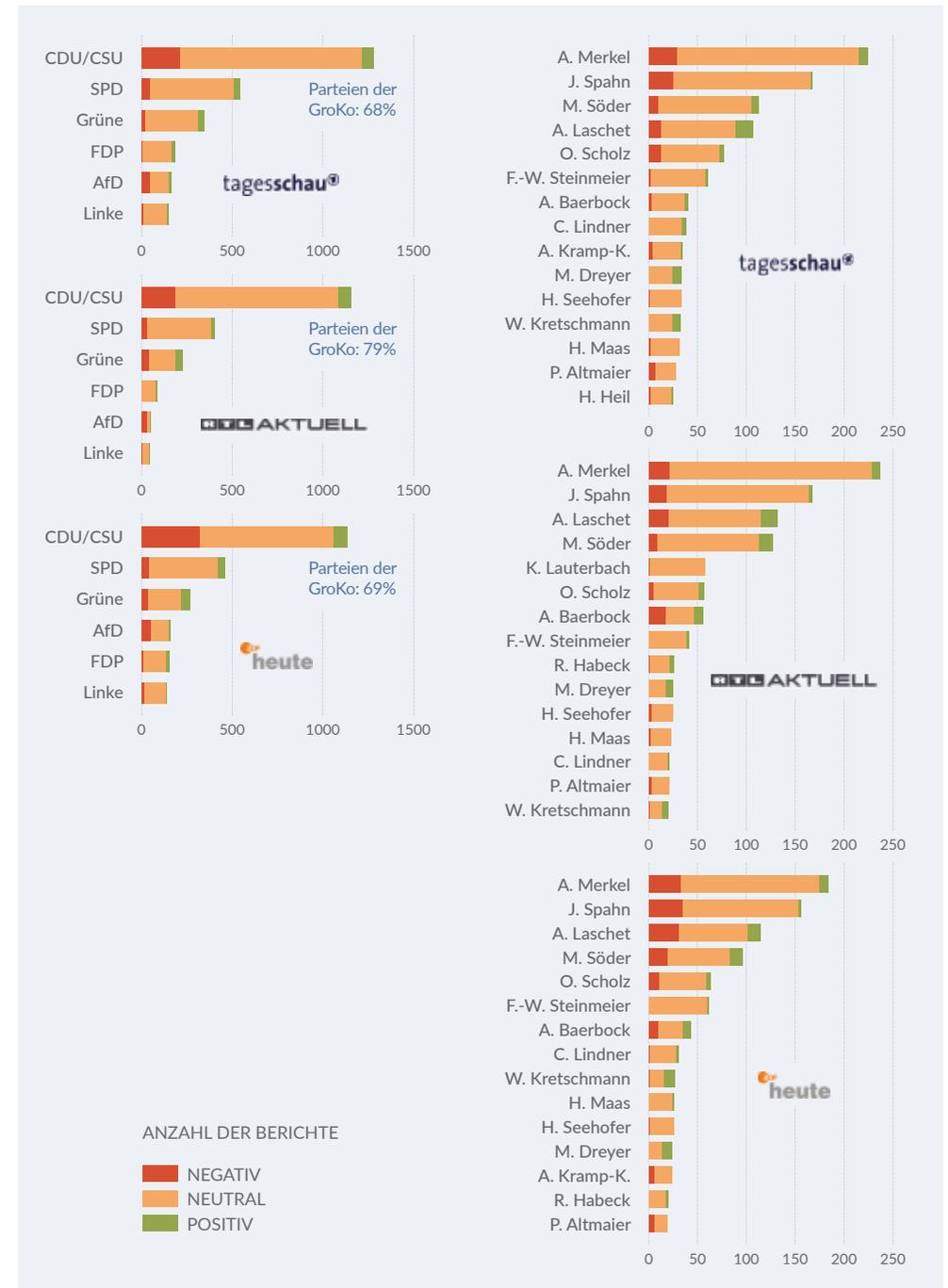
chentliche Themenauswahl überwiegend dem Augsteinschen Credo folgt. Und das Team in der Arabellastrasse würde dem beipflichten (unter Hinweis, dass die Copyright-Rechte bei Herrn Markwort liegen würden). Die gleichen Teams würde im übrigen die im ersten Kapitel vorgelegten Umfrageergebnisse des BR mit der gleichen Selbstverständlichkeit nicht auf sich beziehen. Was die Beurteilung der Deutschen hinsichtlich des ihnen angebotenen Journalismus wenig ändern dürfte (und ein weiteres Schwinden der Abo-Zahlen bei beiden nach sich ziehen wird.)

Abbildung 5: Präsenz und Bewertung von Protagonisten bei den Top-Themen 01/2017–5/2019 (Basis: Spiegel 73.446/Focus 40.436 Berichte über Protagonisten)



Der Vorteil von Wissenschaft liegt u.a. darin, saubere Daten zu erheben und Hypothesen zu formulieren, warum die Daten derzeit so aussehen und nicht anders. Und was eventuell getan werden könnte, um (im Falle eines gewissen Grades an Unzufriedenheit mit dem Status Quo) erste Lösungsvorschläge zu formulieren, die dann im wissenschaftlichen Diskurs ihre Tauglichkeit zu beweisen haben. Nicht mehr – aber auch nicht weniger.

Auf der rechten Seite sehen Sie die Auflösung zur Frage aus der Einführung: Wer kann erkennen, welchen Redaktionen (ARD Tagesschau, ZDF heute und RTL aktuell) die Berichterstattung über Parteien und Personen zuzuordnen sind? Hätten Sie es gewusst?



Drei konkrete Vorschläge

Die im Weißbuch dargestellten Stärken und Schwächen zum derzeitigen Status der Informationsqualität in Deutschland können nur Licht auf Teilbereiche werfen. Die Befunde sprechen aber nicht für ein „Weiter so“. Am Ende steht schon jetzt die Frage der Verantwortung für jede(n) von uns: Was tun wir nun, nachdem wir „Wissende“ sind?

1: Das Präsidium des Deutschen Bundestages wird gebeten, im Ältestenrat das Weißbuch zur Diskussion zu stellen. Dann könnte der Wissenschaftliche Dienst des Hauses bei den einschlägigen Experten in den Leibniz-Gesellschaften, den Universitäten und Medien einen Bericht zur Informationsqualität in Deutschland für die Legislaturperiode 2017–2021 erstellen lassen. Im ersten Halbjahr 2022 könnten diese Befunde und die daraus abzuleitenden Vorschläge im Parlament und seinen Fachgremien diskutiert werden. Wäre das Resultat: Die Teilnehmer an der BR-Umfrage aus 2015 haben sich geirrt und in der Legislaturperiode 2017–2021 ist nun wieder alles gemäß Augstein und Lehrbuch – um so besser. Falls nicht, könnte datengestützt an Verbesserungen gearbeitet werden, die allen dienen. Nicht nur den Abgeordneten.

2: Auf Basis dieses Weißbuches wird zudem das Gespräch mit Stiftungen und Think-Tanks sowie den Verantwortlichen des Projektes „Zeitung in der Schule“ gesucht, um Wege zu finden, wie Jugendlichen zwischen 16 und 19 Jahren ein Abonnement von jeweils einer (von den Jugendlichen selbst zu wählenden) Tageszeitung, einem Wochenmedium sowie einem Magazin ihrer Wahl finanziert werden kann. Über den Zeitraum von vier Jahren erhalten die zukünftigen WählerInnen Zugang zu Informations-Anbietern und können sich damit ein eigenes Urteil über die Informationsqualität bilden. Dieses Projekt würde selbstverständlich mit regelmäßigen Umfragen begleitet, damit sowohl die Medien-Anbieter als auch die Parlamente nahezu in Echtzeit Daten erhalten, wie die zukünftigen Generationen über das Angebotene denken. Mit dem Erreichen des 20. Lebensjahr würde dann aus Denken Handeln: Denn nur wer wirklich überzeugt ist, würde dann mit eigenem Geld das Abonnement aufrecht erhalten.

3: Insbesondere die Leibniz-Gemeinschaften haben neben dem Auftrag zur exzellenten Forschung auch das Mandat, die Erkenntnisse weiterzugeben. Es liegt in der Natur der Wissenschaft, dass nicht jedem Forschenden gleichermaßen die Begabung der Vermittlung gegeben ist. Über gemeinsame Workshops mit ausgewählten Journalismus-Fakultäten und Medienvertretern sollte ab dem 4. Quartal 2020 begonnen werden, über intelligente Schnittstellen nachzudenken, in denen

vorhandene Forschungsergebnisse so journalistisch in Wort, Bild und Grafik aufbereitet werden, dass jedes journalistische Genre diese – ohne dafür zahlen zu müssen – für sein Publikum in Zukunft nutzen kann. Auch dieser Erfolg sollte nachgehalten werden, um Erfahrungen zu sammeln, welche Themen und Formen der Darstellung besonders häufig aufgegriffen werden und wo eventuell Bedarf zu Verbesserung besteht.

ANHANG

Die Autorinnen und Autoren



Jakob Augstein, Miteigentümer der Spiegel-Verlag Rudolf Augstein GmbH & Co. KG, Eigentümer, Geschäftsführer, Verleger und Chefredakteur der Wochenzeitung der Freitag, Vorstandsmitglied der Rudolf Augstein Stiftung



Markus N. Beeko, von 2004 bis 2016 Leiter der Abteilung „Kampagnen und Kommunikation“ der deutschen Sektion von Amnesty International, seit 2016 Generalsekretär der von Amnesty International Deutschland



Prof. James D. Bindenagel war Inhaber der Henry Kissinger Professur und ist Senior Professor am Center for Advanced Security, Strategic and Integration Studies der Universität Bonn.



Nikolaus Blome, 2011 bis 2013 und 2015 bis 2019 stellvertretender Chefredakteur der Bild-Zeitung, 2013 bis 2015 Leiter des Hauptstadtbüros des Spiegel, seit September 2020 Ressortleiter Politik und Gesellschaft in der Zentralredaktion der Mediengruppe RTL Deutschland



Johannes Boie, Chefredakteur der Welt am Sonntag und stellvertretender Chefredakteur der Welt-Gruppe



Prof. Dr. Frank Brettschneider, Inhaber des Lehrstuhls für Kommunikationswissenschaft, insbesondere Kommunikationstheorie an der Universität Hohenheim, Mitglied der Deutschen Gesellschaft für Publizistik und Kommunikation sowie der Deutschen Gesellschaft für Wahlforschung



Prof. Dr. Thomas Brockmeier, Hauptgeschäftsführer der IHK Halle Dessau, Honorarprofessor an der Martin Luther Universität Halle-Wittenberg im Fachbereich Wirtschaftswissenschaften



Host von Buttlar, von 2004 bis 2009 Redakteur der Financial Times Deutschland (FTD), ab 2010 Ressortleiter Agenda der Gruner+Jahr Wirtschaftsmedien, seit Juni 2013 Chefredakteur des Wirtschaftsmagazins Capital



Jürgen Hogrefe, von 1985 bis 2003 Redakteur beim Spiegel, von 2003 bis 2009 Generalbevollmächtigter „Wirtschaft, Politik und Gesellschaft“ der EnBW Energie Baden-Württemberg AG, 2009 Vorsitzender des Arbeitskreises „Urban Technologies“ der BDI-Initiative „Innovationsstrategien und Wissensmanagement“, seit 2013 Stellvertretender Vorsitzender des Industrieverbandes Concentrated Solar Power DCSP. 2002 veröffentlichte Hogrefe eine Biographie über den Bundeskanzler Gerhard Schröder.



Bodo Hombach, 1998 Wirtschaftsminister in Nordrhein-Westfalen, von 1998 bis 1999 Chef des Bundeskanzleramtes sowie Bundesminister für besondere Aufgaben in der Regierung Schröder, anschließend EU-Sonderkoordinator des Stabilitätspaktes für Südosteuropa



Dr. Sophie Karmasin, Gründerin von Karmasin Research & Identity, von 2013 bis 2017 parteifreie, von der ÖVP nominierte Bundesministerin für Familien und Jugend der Republik Österreich.



Kerstin Klemm, freie Journalistin, Medienanalysen insbesondere mit Blick auf Wirtschaftsforschungsinstitute, Verlage, Journalisten, Universitäten, Parteien und Politiker. Herausgeber des Zitate-Rankings und des Ökonomen-Rankings gemeinsam mit FAZ, Die Presse und NZZ



RA Peter Klotzki, Hauptgeschäftsführer des Bundesverbandes der Freien Berufe, davor Geschäftsführer Kommunikation des Verbandes Deutscher Zeitschriftenverleger (VDZ) und Leiter der Pressestelle des Arbeitgeberverbandes Gesamtmetall



Carsten Knop, von 1996 bis 2017 Redakteur und Korrespondent der Frankfurter Allgemeinen Zeitung, 2018 bis 2020 Chefredakteur für die digitalen Produkte, seit April 2020 Herausgeber der der F.A.Z.



Tanit Koch, 2016 bis 2018 Bild-Chefredakteurin, von 2019 bis 2020 Geschäftsführerin n-tv sowie Chefredakteurin der Zentralredaktion der Mediengruppe RTL Deutschland, seit Juni 2021 Leiterin der CDU-Wahlkampfkommunikation für die Bundestagswahl 2021.

Den Beitrag für dieses Buch schrieb Tanit Koch im Februar 2021.



Georg Mascolo, von 2008 bis 2013 Chefredakteur des Nachrichtenmagazins Der Spiegel, seit 2014 Leiter des Rechercheverbands des NDR, des WDR und der Süddeutschen Zeitung, Terrorismusexperte der ARD



Doreen Mohaupt, Leiterin des Bereichs Stadtentwicklung und Stadtplanung, vorbereitende Bauleitplanung (Flächennutzungsplan) sowie die verbindliche Bauleitplanung der Stadt Cottbus



Adrian Mork, Dezernent für Nachhaltige Entwicklung der Bezirksregierung Arnsberg



Günter Nooke, seit 2010 Persönlicher Afrikabeauftragter der Bundeskanzlerin und zusätzlich seit 2014 Afrikabeauftragter des Bundesministeriums für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung



Johann Oberauer, Verleger, Herausgeber und Geschäftsführer des Medienfachverlags Oberauer



Prof. Dr. Margit Osterloh, Professorin (em.) der Universität Zürich, Ständige Gastprofessorin an der Universität Basel und Forschungsdirektorin beim Center for Research in Economics, Management and the Arts (CREMA), Zürich.



Thomas Petersen, deutscher Kommunikationswissenschaftler und Meinungsforscher, 2009/2010 Präsident der internationalen Fachgesellschaft World Association for Public Opinion Research (WAPOR)



Prof. Dr. Senja Post, Professorin für Wissenschaftskommunikation an der Georg-August-Universität Göttingen, forscht zu Chancen und Risiken von Wissenschaftskommunikation in polarisierten gesellschaftlichen Kontroversen (Klimawandel, SARS-CoV2 u.a.m.)



Eva Quadbeck, stellvertretende Chefredakteurin und Leiterin der Hauptstadtredaktion im RedaktionsNetzwerk Deutschland, zuvor stellvertretende Chefredakteurin und Leiterin der Parlamentsredaktion der „Rheinischen Post“



Prof. Dr. Patrick Rössler, Inhaber der Professur der Professur für Kommunikationswissenschaft mit Schwerpunkt Empirische Kommunikationsforschung/Methoden an der Universität Erfurt, Repräsentant der International Communication Association (ICA) in Deutschland



Prof. Dr. Stephan Russ-Mohl, Gründer des European Journalism Observatory (EJO) und bis 2018 Professor für Journalismus und Medienmanagement an der Università della Svizzera italiana in Lugano, schreibt regelmäßig u.a. für die „Neue Zürcher Zeitung“ und den „Tagesspiegel“



Roland Schatz, geboren 1965 in Bielefeld, in 5. Generation Journalist, studierte 1984 bis 1997 an den Universitäten Fribourg/CH sowie Bonn Philosophie, Geschichte, Politik- und Wirtschaftswissenschaften, 1985 Gründung des InnoVatio Verlags, 1993 Gründung von Media Tenor, 2014 Gründung der UNGSII Stiftung, von 2013 bis 2019 Senior Advisor für den UN-Generaldirektor in Genf und seit 2020 in gleicher Funktion für die Chefin des Climate Investment Fonds in Washington. 2020 wurde Schatz von Papst Franziskus in die Covid-19-Kommission berufen.



Prof. Dennis J. Snower, Präsident der Global Solutions Initiative und Professor für Makroökonomie und Nachhaltigkeit an der Hertie School of Governance, ehemaliger Präsident des Instituts für Weltwirtschaft in Kiel sowie Professor für theoretische Volkswirtschaftslehre an der Christian-Albrechts-Universität zu Kiel



Holger Stark, 1991 bis 1993 Redakteur der Berliner Zeitung, 1999 bis 2001 Redakteur beim Berliner Tagesspiegel, 2001 bis 2017 Korrespondent und leitender Redakteur beim Spiegel, seit 2017 Mitglied der Chefredaktion der Wochenzeitung Die Zeit



Matthias Vollbracht, Mitgründer und Leiter Unternehmensanalyse bei Media Tenor International sowie Managing Director von Awareness Metrics, Head of Research der UNGSII-Stiftung zur Unterstützung der Sustainable Development Goals der UN



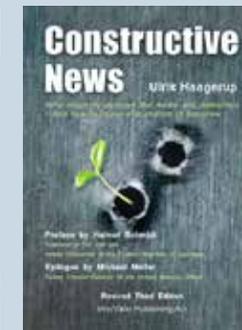
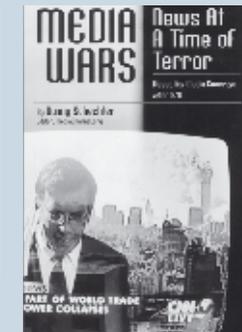
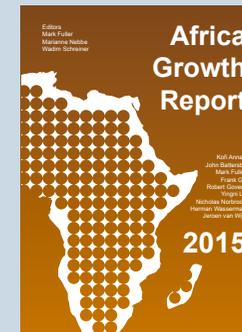
Markus Wiegand, Chefredakteur Kress Pro im Medienfachverlag Oberauer

INNOVATIO

Data Driven Solutions

InnoVatio entstand 1985 als Angebot für alle, die interdisziplinäre Lösungen suchten. Eine neue Form von Dialog von Regierungen, Wirtschaft, Wissenschaft, Kultur und Medien als sogenannter „Runder Tisches“ entstand in den Schweizer Alpen. Als „Verlag für die denkende Hand“ erhielten Autoren neben der Plattform für ihre Ideen, die in der gleichnamigen Zeitschrift oder als Buch ihre Verbreitung fanden, zudem über Seminare wie der Zukunftswerkstatt „Freiburger Gespräche“ einen Resonanzboden, damit aus Chancen Wirklichkeiten wurden. Neue Ausbildungskonzepte entstanden, die in Flensburg, Karvina, Koblenz oder Witten Realität wurden. Neue Formen der Arbeitswelt in Gestalt von Technologie-Parks wurden in Dresden und Ostrava eingeführt. Im Schloss Glücksburg begegneten sich seit 1988 an der Kultur-Management-Akademie Wirtschaft und Kultur, um voneinander zu lernen. Zwischen 1987 und 1990 bot InnoVatio denen in Ungarn, Tschechien und der ehemaligen DDR eine geistige Heimat, die auf der Suche nach einem Dritten Weg keine billigen Lösungen hinnehmen wollten. Nach 1989 entwickelte InnoVatio gemeinsam mit Prof. Elisabeth Noelle-Neumann und Kollegen das Forschungsinstitut Media Tenor.

Da Medien (off- und später auch online) eine Schlüsselrolle in Veränderungsprozessen einnehmen, wurden ab 1994 Wirkungsmechanismen tagesaktuell erforscht und mit im Rahmen der Internationalen Agenda Setting Conference diskutiert. Nach den Terroranschlägen von 9/11 2001 wurde InnoVatio vom World Economic Forum gebeten, den Annual Dialogue Report zu konzipieren: Die Bereitschaft von Menschen unterschiedlicher Kulturen und Religionen sollte kontinuierlich erfasst und Lösungsmodelle für ein verbessertes gegenseitiges Verständnis entwickelt werden. Für Unternehmen wurden praktische Lösungen wie die Reputationsschutzversicherung oder Kommunikations-Cockpits auf den Markt gebracht. Für Wissenschaftler entstanden Indices wie das FAZ-Ökonomen-Impact-Ranking. Für die UN wurde mit dem Perception Change Programm sowie den Unlearning Intolerance Masterclasses und der UNGSII-Stiftung Formate geschaffen, die Erfahrungen der 80iger Jahre weltweit zu teilen. Auch nach 30 Jahren bleibt InnoVatio offen für Autoren, die ihre Ideen weltweit diskutiert und umgesetzt sehen wollen.



MEDIA TENOR wurde 1993 von Wissenschaftlern wie Peter Glotz, Hans Mathias Kepplinger, Wolfgang Donsbach and Hartmut Schiedermaier und Journalisten auf Initiative von Elisabeth Noelle-Neumann und Roland Schatz in Bonn gegründet. MEDIA TENOR verfolgt seit dieser Zeit das Ziel, die Inhalte der Leitmedien im In- und Ausland Tag für Tag mit jedem Beitrag intersubjektiv nach Thema, Zeit- sowie Ortsbezug als auch Quellen und Bewertungen tagesaktuell wissenschaftlich zu erfassen. Dank dieses weltweit einmaligen Ansatzes konnten die Researcher von Media Tenor gemeinsam mit anderen Instituten im In- und Ausland die Agenda-Setting-Forschung um die Definition der Wahrnehmungsschwelle bereichern und zudem Medien-Impakt-Analysen vorantreiben. Seit 1995 wird für Redaktionen anhand des Media Tenor Zitate-Rankings eine Datenbank zur Qualitätssicherung im Bereich exklusive Inhalte zur Verfügung gestellt. 2013 hat Media Tenor mit Partnern das FAZ-Ökonomen-Ranking konzipiert und damit beigetragen, die Sichtbarkeit und Vielfalt von Experten der Wirtschaftswissenschaften in der Berichterstattung von 0,7 Prozent in 2013 auf mittlerweile 5 Prozent zu erhöhen.

Auf dieser Grundlage konnte zum Beispiel die Allianz Versicherung ein Produkt zur Reputationsversicherung weltweit auf den Markt bringen, Studien zum besseren Verständnis von Einflussfaktoren auf die Impf(un)willigkeit von Menschen konnten europaweit 2013 für die EU durchgeführt werden und nach 9/11 wurde gemeinsam mit dem World Economic Forum der Annual Dialog Report for Religions and Values konzipiert und umgesetzt.

Das Shorenstein Center der Harvard Kennedy School mandatiert seit 2004 für ihre Analysen zu den Einflussfaktoren auf das Wählerverhalten während der US-Präsidentenwahlen Media Tenor mit den kontinuierlichen Medien-Analysen. Seit Gründung hat das Forschungsinstitut über 1000 wissenschaftliche Arbeiten im In- und Ausland unterstützt. Ein besonderer Schwerpunkt liegt seit 1998 in der gemeinsamen interdisziplinären Forschung, inwieweit künstliche Intelligenz auf dem Gebiet der qualitativen Texterkennung valide Lösungen anzubieten vermag.

Auch in der Covid-19 Krise wurde es deutlich: Entscheidungen müssen getroffen werden, doch die Informationsbasis ist lückenhaft. Das gilt für alle: Parlamentarier, Verantwortliche in der Regierung, Wirtschaft, Wissenschaft, Kultur, Medien, Bildung. Zahlen fehlt zu oft der Kontext, Trends werden nicht selten ohne valide Grundlage dargestellt, Warnhinweise werden nahezu überall übersehen. Doch anstatt die Pausen für ein Inne-Halten zum Besser-Werden zu nutzen, beginnt das Finger-Zeigen, als sollte es spätestens in Paris als olympische Disziplin aufgenommen werden. Insbesondere von uns Journalisten.



Markus
N. Beeko, Bodo
Hombach, Peter
Klotzki, Doreen
Mohaupt, Adrian
Mork, Günter
Nooke

Jakob Augstein,
Nikolaus Blome,
Johannes Boie, Horst von
Buttlar, Jürgen Hogrefe,
Carsten Knop, Tanit Koch,
Georg Mascolo, Johannes
Oberauer, Eva Quadbeck,
Holger Stark, Markus
Wiegand