



## Tagungsbericht

# JOURNALISMUS OHNE GRENZEN ? MEDIEN ZWISCHEN KAMPAGNE UND INVESTIGATIVER AUFKLÄRUNG

Wolfgang Braun

Tagung der Hanns-Seidel-Stiftung  
am 7. bis 9. November 2014  
im Bildungszentrum Kloster Banz

Datei eingestellt am 20. November 2014 unter  
[www.hss.de/download/141108\\_TB\\_Medien.pdf](http://www.hss.de/download/141108_TB_Medien.pdf)

### Empfohlene Zitierweise

Beim Zitieren empfehlen wir hinter den Titel des Beitrags das Datum der Einstellung und nach der URL-Angabe das Datum Ihres letzten Besuchs dieser Online-Adresse anzugeben.

[Vorname Name: Titel. Untertitel (Datum der Einstellung).

In: <http://www.hss.de/...pdf> (Datum Ihres letzten Besuches).]

Mit Qualitätsanforderungen an den Journalismus beschäftigte sich das 32. Medienseminar in Kooperation des Cartellverbandes der katholischen deutschen Studentenverbindungen (CV) mit der Hanns Seidel Stiftung im Kloster Banz zum Thema „Journalismus ohne Grenzen? Medien zwischen Kampagne und investigativer Aufklärung“. Mit den beiden Themen Alt-Bundespräsident Christian Wulff und Bischof Franz-Peter Tebartz-van Elst standen zwei Kampagnen der Medien zur Debatte, die die Öffentlichkeit über Monate hinweg beschäftigt hatten. Ergänzt wurden die beiden Themen durch wissenschaftliche Beiträge aus der Journalistik und der Politikwissenschaft sowie durch ein Grundsatzreferat eines leitenden journalistischen Praktikers.

Mit der Frage, was ist Qualität im Journalismus, und mit Qualitätsfallen für Journalisten setzte sich im Einführungsreferat der Veranstaltung Professor Dr. Walter Hömberg, emeritierter Professor für Journalistik an der Katholischen Universität Eichstätt-Ingolstadt und Gastprofessor an der Universität Wien, auseinander. Als bedeutende Qualitätsfallen führte er die Quotenfalle, die Auflagenfalle, die Instrumentalisierungsfalle, die Originalitätsfalle und die Kompetenzfalle ins Feld. Die Fälschungen in den Medien hätten gewaltig zugenommen, was vor allem auf die Auflagenfalle und die Originalitätsfalle zurückzuführen sei. Er erläuterte dies anhand von Praxisbeispielen aus den verschiedenen Medienbereichen Fernsehen, Zeitschriften und Zeitungen. Instrumentalisierungen im Medienbereich führten nicht selten zur Darstellung politischer Abwegigkeiten. Auch nehme die Zahl der Falschmeldungen zu. Mit ein Problem des Journalismus sei die Tatsache, dass die personelle Besetzung in den Redaktionen reduziert werde, während gleichzeitig die PR-Bereiche aufgerüstet würden.

Dr. Willi Steul, Intendant des Deutschlandradio, machte deutlich, Medien könnten Themen setzen und täten das auch, sie hätten auch Einfluss auf Politik und Gesellschaft, wenn ihre Themen Widerhall fänden. Journalisten unterlägen jedoch häufig der Hybris, Journalismus sei die vierte Gewalt, und seien nicht bereit zu Selbstkritik und Bescheidenheit. Als Beispiel führte er die Causa Wulff an, in der sich die Journalistenklasse nicht nur Ruhm bekleckert habe. Zwar habe es sich dabei um keine Kampagne gehandelt, da die Aktionen nicht vereinbart und geplant gewesen seien, aber die Sache sei fehlerhaft gelaufen und schließlich zum Selbstläufer geworden. Alle Medien seien eingestiegen, aber häufig ohne eigene Recherche. Vielmehr hätten sie von den das Thema initiiierenden Medien abgeschrieben. Mangelhaftes Verhalten des so Angegriffenen treffe zwar teilweise zu, aber daraus sei fälschlicherweise Korruption geworden.

Im Rechtsstaat, so Steul, dürfe es keinen Promibonus geben, aber auch keinen Promimalus. Er verwies in diesem Zusammenhang auf den Fall Hoeneß. Dieser habe ein interessantes Leben auch mit sozialem Engagement geführt. Nach der Steuer-Affäre sei der Lebenslauf jedoch verfälscht worden.

Im Fall des Bischofs Tebartz-van Elst sei die Bischofsresidenz mit Recht Gegenstand der Recherche gewesen. Aber es hätten sich daraus abwegige Themen entwickelt. So seien innerkirchliche theologische Debatten und antiklerikale Themen damit verbunden worden.

Journalisten, so Steul, bedienten Erwartung und Markt. Von den Medien würden Erwartungen der Gesellschaft erfüllt. Die Gesellschaft bewege sich zwischen Neid und Missgunst. Gleichheit werde falsch interpretiert. Warum gehe Kritik an der Politik so oft mit Hämie einher?

Der öffentlich-rechtliche Rundfunk habe zum Leben der Demokratie seinen Programmauftrag und zur Integration beigetragen. Auf Politikverdrossenheit folge Journalistenverdrossenheit.

Journalismus werde als Teil der Politik gesehen. Journalisten seien aber in erster Linie als Übersetzer komplexer Sachverhalte gefordert.

Michael Götschenberg, Leiter MDR-Hörfunk im ARD-Hauptstadtstudio Berlin, sah im Vorfeld der Kampagne eine „Geschäftsbeziehung“ zwischen Wulff und BILD. BILD habe Kontakte mit dem Bundespräsidenten erwartet, diese Erwartungen seien aber nicht erfüllt worden. BILD habe die der Redaktion bereits vorliegende Frage der Hausfinanzierung aufgegriffen. Wulff sei dann an seiner Kommunikation gescheitert, beispielsweise durch seinen Anruf auf die Mailbox des BILD-Chefredakteurs. BILD habe bei dieser Sache getrickst und vertuscht. Auch die Politik habe eine schwache Rolle gespielt, indem sie in der Affäre nicht Stellung genommen habe. Die Medien hätten immer neue Vorwürfe gegen Wulff gesucht. Eine Selbstkritik der Medien finde meist nicht statt.

Professor Dr. Wolfgang Bergsdorf, Politikwissenschaftler und ehemaliger Präsident der Universität Erfurt, blickte zurück auf sein viele Jahre altes Buch, in dem er den Medien neben den drei staatlichen Gewalten eine vierte Gewalt hatte zukommen lassen. Es stelle sich die Frage, ob diese These noch aktuell sei oder überarbeitet werden müsse. Die Rahmenbedingungen politischer Kommunikation hätten sich verändert, beispielsweise durch private Fernseh- und Rundfunksender und durch das Internet, vor allem durch die sozialen Netzwerke. Die Mediennutzung sei in den letzten 35 Jahren gestiegen. Unter anderem Tageszeitungen würden gut gelesen.

Der Beruf des Journalisten sei offen und die Berufsbezeichnung nicht geschützt. Journalisten seien meist abhängig beschäftigt, was Vorgaben mit sich bringe, die ein Links-Rechts-Spektrum vorgäben. Wirtschaftliche Belange der Medien spielten eine Rolle. Chefredakteure würden aus wirtschaftlichen Gründen häufig zu Mitgliedern der Geschäftsführung ihres Medienhauses ernannt.

Redakteure müssten Entscheidungen über Themen und Inhalte treffen. Das Rollenverständnis bringe dabei häufig missionarischen Journalismus mit sich. 35 Prozent der Bevölkerung vertrauten den Journalisten, aber viele Bürger hielten die Journalisten für zu mächtig.

Bergsdorf ging auch ein auf Beispielfälle für das Bewirken des Verlustes politischer Ämter und führte dazu die Fälle Guttenberg, Schavan, Wulff und auch Tebartz-van Elst an. Guttenberg habe von den Medien teilweise Unterstützung erfahren, anonyme Internet-Publikationen hätten ihn aber abgeschossen. Im Fall Schavan seien nicht die Medien die treibende Kraft des Rücktritts gewesen, sondern die Justiz. Im Fall Tebartz-van Elst habe am Beginn die Auseinandersetzung mit dem Spiegel über das Upgrade seines Fluges nach Indien gestanden und damit verbunden die dazu abgegebene eidesstattliche Erklärung. Ein zweites Augenmerk habe sich auf den Bau der Bischofsresidenz gerichtet. Bischof Tebartz-van Elst habe sich dabei beratungsresistent gezeigt. Ursache seines Abschieds sei dann die Medienkampagne gewesen.

Der Fall Wulff sei mit dessen Ehescheidung ins Rollen gekommen. Die zweite Ehefrau habe einen Draht zur Yellow Press gehabt. Dann seien die Fragen der Hausfinanzierung hinzugekommen. Die Presse habe die Dinge aufgegriffen. Das Gericht habe Wulff freigesprochen, aber die Presse habe seinen Rücktritt angeschoben. Bei alledem habe auch das Krisenmanagement Wulffs eine Rolle gespielt.

Bergsdorf sah Anzeichen dafür, dass bürgerliche Politiker eher in die Kritik des Journalismus geraten. Journalisten seien eher links orientiert. Auch sei die Wirkungskraft der Medien gewachsen.

Matthias Kopp, Pressesprecher der Deutschen Bischofskonferenz, beschäftigte sich in seinem Referat mit Krisen im kirchlichen Leben. So sei er bei seinem Amtsantritt 2009 mit dem Thema Pius-Bruderschaft konfrontiert worden. Im Zuge der Missbrauchsaffäre habe es viele Fehler in der Kommunikation gegeben. Die Kirche habe in Deutschland 27 Bischöfe, die eigenständig kommunizierten. Auch werde die Kirche in Krisen oft überrollt durch diese Situation. Die Kirche in Deutschland schlechthin gebe es nicht, die Diözesen seien eigenständig. Die Kirche habe in der Kommunikation Fehler gemacht, aber der Umgang der Medien mit der Kirche sei auch bedenklich. Die Kirche dürfe sich aber aus den Medien nicht total zurückziehen, sondern müsse sich der Gesprächsteilnahme stellen.

Was die Situation in Limburg angehe, habe es Fehler an vielen Stellen gegeben, nicht nur bei Bischof Tebartz-van Elst. Aber dessen Beratungsresistenz, gerade in Kommunikationsfragen, sei gewichtig gewesen. Eine Folge daraus sei, dass die Kirche mit Geld besonders sorgfältig umgehen müsse.

Die Kirche sei eine Institution, die Themen in die Gesellschaft einbringen und setzen könne. Strategische Kommunikation sei deshalb geboten. Die Kirche müsse sich debattenfähig stellen.

Sämtliche Referenten des Medienseminars regten mit ihren Referaten lebhafte Diskussionen an. Die Teilnehmer an dem Seminar zeigten sich interessiert und zeigten mit ihren Fragestellungen auch Kompetenz zum Thema.