

# Die Glaubwürdigkeit der Medien

## Ein Problemaufriss mit Handlungsempfehlungen

### Glaubwürdigkeit: zentrale Kategorie des Zusammenlebens

Glaubwürdigkeit ist eine zentrale Kategorie des menschlichen Zusammenlebens. Sie ist auch die Basiseigenschaft einer immer komplexeren, in immer größeren Einheiten bestehenden und organisierten Gesellschaft. Sie steht dafür, Beziehungen und Vereinbarungen aufgrund eines aus Erfahrung gewonnenen Vertrauens als verlässlich zu betrachten und die jeweiligen Aussagen als tragfähig auch für die zukünftige Einlösung der gegenseitigen Verpflichtungen anzunehmen. Nicht umsonst leitet sich das Wort Kredit vom lateinischen Verb *credere* ab – also *glauben*, auch *vertrauen*.

Diese Zusammenhänge – welche über Mythen, Religionen, Kulte tief im menschlichen Zusammenleben verwurzelt sind und sich vielfältig ausdrücken, welche immer auch medial zu verstehen sind – hat der Mannheimer Medienwissenschaftler Jochen Hörisch in zahlreichen Publikationen dargestellt.<sup>1</sup> (Auch der Kommunikations- und Sozialwissenschaftler Günter Bentele hat in vielfältiger Weise die Frage der Glaubwürdigkeit behandelt.<sup>2</sup>)

Unter diesen Perspektiven lässt sich Glaubwürdigkeit auch als Grundkapital jeder medialen Tätigkeit bezeichnen, die auf Verlässlichkeit und solide Werte setzt, die auf Dauer und damit auf Nachhaltigkeit angelegt ist.

Die begriffliche Dimension von Glaubwürdigkeit hängt auch vom kulturellen Umfeld ab, wie es die Konsultation des Kollektiv-Lexikons Wikipedia zeigt.

Die deutsche Version stellt anfänglich heraus, dass sich Glaubwürdigkeit am „Maß der Bereitschaft des Adressaten“ zeige, „die Aussage einer anderen Person als gültig zu akzeptieren“, sie sei eine

---

<sup>1</sup> vgl. Jochen Hörisch: Kopf oder Zahl. Die Poesie des Geldes, edition suhrkamp 1996; ders. Brot und Wein, edition suhrkamp 1992; ders. Man muss dran glauben. Die Theologie der Märkte, Fink Verlag 2013

<sup>2</sup> Eine Liste solcher Arbeiten findet sich hier: [http://www.cmgt.uni-leipzig.de/fileadmin/cmgt/PDF\\_Publikationsverzeichnisse/Bentele\\_et\\_al\\_\\_Vertrauen.pdf](http://www.cmgt.uni-leipzig.de/fileadmin/cmgt/PDF_Publikationsverzeichnisse/Bentele_et_al__Vertrauen.pdf)

zugeschriebene Eigenschaft<sup>3</sup>.

Die englische Version betont zum Auftakt, dass sich Glaubwürdigkeit (credibility) auf die „objective and subjective components of the believability of a source or message“ beziehe und zu den Schlüsseleigenschaften die Vertrauenswürdigkeit und die Sachkunde gehörten, jeweils wieder objektiv und subjektiv zu verstehen.<sup>4</sup>

Die französische Version<sup>5</sup> wiederum unterstreicht das auch auf subjektiver Einschätzung und generellem Zweifel beruhende Potential, die Wahrhaftigkeit bzw. den Wahrheitsgehalt einer Aussage oder Darstellung prüfen zu können, unabhängig vom Grad des persönlichen Zugangs.

Ungeachtet solcher unterschiedlichen Akzente und Perspektiven lässt sich eine Grundregel aufstellen:

Wenn das Grund-Kapital der Glaubwürdigkeit entwertet wird – sei es, dass die Akteure es bei ihrem medialen Handeln (wissentlich oder unwissentlich) ‚verspielen‘; sei es, dass die Akteure des Publikums (berechtigt oder unberechtigt) immer weniger Vertrauen in eben dieses Handeln und dessen Hervorbringungen haben –, führt dies zu Formen des Verlusts: immateriell und materiell.

In letzter Konsequenz kann dies heißen, dass (publizistische) Medien ihre idealiter wichtigste Zielsetzung – die Organisation menschlicher Verständigung – verfehlen. Dies gilt in besonderem Maße für den öffentlich-rechtlichen Rundfunk, dem diese für eine funktionierende Demokratie unerlässliche Aufgabe per Gesetz vorgeschrieben ist und der seine inneren Leitlinien (ARD) und Selbstverpflichtungen (ZDF) daran ausgerichtet hat.<sup>6</sup>

Im Sinne des oben erwähnten Kredit-Bildes sind die beiden öffentlich-rechtlichen Sendesysteme dabei *Schuldner* gegenüber dem Publikum, das – als ideeller Eigner der Systeme – als *Gläubiger* zu betrachten ist.

Das hier behandelte Problem der Glaubwürdigkeit speziell auch der gesellschaftsverantworteten Medien kreist um die drängende Frage, *ob die Gläubiger noch glauben*, ob sie Vertrauen gewähren oder investieren, ob es noch ihrem *Credo* entspricht, dass die öffentlich-rechtlichen Medien ihrem im Rundfunkstaatsvertrag verankerten

<sup>3</sup> <https://de.wikipedia.org/wiki/Glaubwürdigkeit>

<sup>4</sup> <https://en.wikipedia.org/wiki/Credibility>

<sup>5</sup> <https://fr.wikipedia.org/wiki/Crédibilité>

<sup>6</sup> <http://www.daserste.de/specials/ueber-uns/ard-leitlinien-2015-2016-100.pdf>  
<http://www.zdf.de/ZDF/zdfportal/blob/36642580/1/data.pdf>

Auftrag nachkommen und ihn in allen Formen und Facetten erfüllen.

Diesen Auftrag hat das Bundesverfassungsgericht in seinem 4. Rundfunkurteil (1986) als Grundversorgungsauftrag umrissen. In seinem 15. Rundfunkurteil, das sich mit der Zusammensetzung von Rundfunkgremien befasst, hat das Bundesverfassungsgericht noch einmal sehr deutlich die Grundlinien des öffentlich-rechtlichen Rundfunks fixiert, der, wie es dort heißt, einer „anderen Entscheidungsrationaltät“ zu folgen hat, als es eine Marktrationalität vorgibt. Damit soll er ein Gegengewicht zu privatwirtschaftlich organisierten Rundfunkmedien bilden, um „die Vielfalt der in einer Gesellschaft verfügbaren Informationen, Erfahrungen, Werthaltungen und Verhaltensmuster“ abzubilden.<sup>7</sup>

Diese Grundzielsetzungen des Bundesverfassungsgerichtes, die in jeweils spezifischen Ausformungen alle Rundfunkurteile durchziehen und bestimmen, sind im Rundfunkstaatsvertrag als Rahmengesetzgebung folgendermaßen formuliert (§ 11 (1)):

(1) Auftrag der öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten ist, durch die Herstellung und Verbreitung ihrer Angebote als Medium und Faktor des Prozesses freier individueller und öffentlicher Meinungsbildung zu wirken und dadurch die demokratischen, sozialen und kulturellen Bedürfnisse der Gesellschaft zu erfüllen. Die öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten haben in ihren Angeboten einen umfassenden Überblick über das internationale, europäische, nationale und regionale Geschehen in allen wesentlichen Lebensbereichen zu geben. Sie sollen hierdurch die internationale Verständigung, die europäische Integration und den gesellschaftlichen Zusammenhalt in Bund und Ländern fördern. Ihre Angebote haben der Bildung, Information, Beratung und Unterhaltung zu dienen. Sie haben Beiträge insbesondere zur Kultur anzubieten. Auch Unterhaltung soll einem öffentlich-rechtlichen Angebotsprofil entsprechen.

(2) Die öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten haben bei der Erfüllung ihres Auftrags die Grundsätze der Objektivität und Unparteilichkeit der Berichterstattung, die Meinungsvielfalt sowie die Ausgewogenheit ihrer Angebote zu berücksichtigen.

Dies ist ein relativ offener Rahmen, dessen Ausfüllung und inhaltliche Ausführung immer wieder neu zu bestimmen sind. Dies spiegelt sich auch in den Leitlinien und Selbstverpflichtungserklärungen wieder, welche auf die veränderten Umstände und Angebots- und Nutzungsbedingungen bei den Argumentationslinien der allgemeinen Medienentwicklung reagieren und neue Perspektiven sowohl fordern als auch entwickeln.

Interessant ist, dass bei den Qualitätsmerkmalen, welche die ARD in ihren Leitlinien 2015-2016 als grundlegend für die Werthaltigkeit und Relevanz ihrer Angebote auflistet, der Begriff der Glaubwürdigkeit fehlt.

---

<sup>7</sup>[https://www.bundesverfassungsgericht.de/SharedDocs/Entscheidungen/DE/2014/03/fs20140325\\_1bvf000111.html](https://www.bundesverfassungsgericht.de/SharedDocs/Entscheidungen/DE/2014/03/fs20140325_1bvf000111.html)

Ebenso bemerkenswert: In seiner Einführung zu den aktuellen Leitlinien betont ARD-Programmdirektor Volker Herres stark die Markt-Einbettung des Systems. Ziel müsse es unter diesen Bedingungen sein, die „Eins“ der ARD als „Premium-Marke“ zu verankern und zu etablieren, mit einer „Relevanz-Quote“ als Summe und Quintessenz aller Angebote (folglich sei die Aufgabe, „die Premium-Position der Produkte des Ersten mit ihrem Ikon der Eins als Flaggschiff der ARD-Familie im Fernsehmarkt inhaltlich zu stärken und unsere Qualitätsführerschaft nach außen deutlich sichtbar zu machen“).

Dies ließe sich übersetzen als Anstrengung, auch unter den Bedingungen einer komplexen Angebots- und Nutzungswelt – die durch Fragmentierung und Diversifizierung sowie starke Marktkräfte geprägt ist –, über klar identifizierbare Qualitäten einen Marken-Kern weithin sichtbar und erkennbar zu etablieren, der im komplexen Marktgeschehen Unterscheidbarkeit hervorruft, im besten Falle auch nachhaltig garantiert.

Diese Argumentation orientiert sich an einem Verständnis und an Erfahrungen, wie sie beispielsweise aus der Warenwelt (mit starken Marken wie Coca-Cola oder BMW) oder auch aus der Kulturwelt (mit starken Marken wie Berliner Philharmoniker, Münchener Pinakothek oder Frankfurter Stadel) bekannt sind.

Die zentrale Bedeutung der Glaubwürdigkeit gerade für ein gemeinwohlorientiertes und deshalb solidarfinanziertes Mediensystem hat der Kommunikationswissenschaftler Bernd Holznagel bereits 1999 exemplarisch in einem Gutachten<sup>8</sup> zum Funktionsauftrag des ZDF herausgestellt. Folglich wurde sein Hauptfaktor und -argument für den öffentlich-rechtlichen Auftrag und dessen Aufgabenstellung – nämlich in einem zunehmend kommerzialisierten Medienumfeld in der Rolle eines unabhängigen Informationsmaklers als „Glaubwürdigkeitsinsel“ zu dienen –, auch in der Rezeption bevorzugt herausgestellt.<sup>9</sup>

Entsprechend dieser obersten Zielsetzung entwickelte Holznagel einen Katalog von Standards und Qualitätskriterien, um im alle Faktoren verändernden digitalen Umfeld den gesellschaftlich gestellten

---

<sup>8</sup> Der spezifische Funktionsauftrag des Zweiten Deutschen Fernsehens (ZDF): Bedeutung, Anforderungen und Unverzichtbarkeit unter Berücksichtigung der Digitalisierung, der europäischen Einigung und der Globalisierung der Informationsgesellschaft, Band 55 der ZDF-Schriftenreihe

<sup>9</sup> <http://www.horizont.net/medien/nachrichten/-Studie-sieht-ZDF-als-Glaubwuerdigkeitsinsel-13917>; [http://www.focus.de/kultur/medien/rundfunk-kampf-der-gutachter\\_aid\\_175901.html](http://www.focus.de/kultur/medien/rundfunk-kampf-der-gutachter_aid_175901.html)

Focus 18/1999

Anspruch zu erfüllen.

Festzuhalten ist bei diesem Punkt, dass Qualitätsbestimmungen in den Medien und für die Medien – und damit natürlich auch als Arbeitsrahmen für den öffentlich-rechtlichen Rundfunk – immer wieder in einem laufenden gesellschaftlichen Diskurs zu entwickeln und nicht einfach aus einer überzeitlichen Kriterien-Matrix abzuleiten sind. Diese Relativierung ist mit Abstufungen zu versehen, weil speziell journalistisch geprägte Formate ‚härtere‘ Standards und Vorgaben bedingen als beispielsweise fiktionale Programme.

## Phase eines intensivierten Umbruchs

Die drängende Frage nach den bestehenden, den notwendigen, den wünschenswerten Qualitätsstandards in den Medien, die Frage auch nach deren jeweiliger Bestimmung in den jeweils individuellen Formen und Konstellationen: sie fällt heute, sechzehn Jahre später, in eine Phase des nochmals intensivierten und beschleunigten Umbruchs. Sie betrifft alle Medien, die herkömmlichen ebenso wie die sich neu bildenden. In spezifischer Form ist sie auch an den Rundfunk zu stellen, der sich in einem ebenfalls raschen Wandel befindet – mit Parallelformen vom linearen, komponierten Programmangebot bis zu vielfältigen, individuell abrufbaren Inhaltsangeboten im Netz.

Technikgetrieben - hier ist der Begriff wortwörtlich zu nehmen - verändern sich die Bedingungen und Perspektiven ziemlich radikal. Die allumfassende Digitalisierung aller Medienbereiche – von der Produktion über die Verbreitungswege bis zur Vertriebsorganisation - erlaubt eine ebenso allumfassende Verfügbarkeit, entsprechende Finanzierungsmöglichkeiten vorausgesetzt.

Die Folge dieser Entwicklung - dass beliebige Inhalte (gleichgültig, ob als Bilder, Texte, Töne) jederzeit und überall verfügbar sind - ist eine prinzipiell hohe Individualisierung aller Bezüge. Mit sichtbaren Auswirkungen auf die Organisation der Medien. So werden aus Senderschiene Plattformen, neben lineare Abläufe mit komponierten Bedeutungslinien treten zusätzlich kreisende, formal unverbundene Einzelangebote. Sie wiederum stehen neben vielfältigen neuen Kommunikationsräumen im Netz, die sehr unterschiedlich geprägt sind und einem ständigen Wandel unterliegen – was zusätzliche Konkurrenz innerhalb der Aufmerksamkeits- und Bedeutungsfelder hervorruft.

Das ist von fundamentaler Bedeutung und führt tatsächlich, in jeglicher

Hinsicht, zu einem veritablen Paradigmenwechsel. Denn als Folge stellt sich die Frage: Womit ist ein Anbieter kenntlich, mit welchen Qualitäten kann er überzeugen, mit welchen Grundeigenschaften kann er ein Publikum (in der Bandbreite von unterschiedlich großen Minderheiten bis zu klar erkennbaren Mehrheiten) auf sich aufmerksam machen und anziehen, auch überzeugen, gewinnen, wiedergewinnen, womöglich auf Dauer an sich binden?

## Öffentlich-rechtlich: Besondere Form kommunikativer Daseinsvorsorge

Bei privaten Medienunternehmen ist ihre Programm-Realität stark mit dem kommerziellen Erfolgsfaktor verbunden. Bei den öffentlich-rechtlichen Sendern stellt sich die Frage nach dem Existenzgrund mit aller Vehemenz vor einem anderen Aufgabenhintergrund. Folglich wird heftig darum gestritten, ob und in welchem Umfang diese besondere Form der kommunikativen Daseinsvorsorge erhalten werden soll - die sich eben nicht am schlichten äußeren Erfolg, also an der Quote oder der Zielgruppenrelevanz messen lässt, sondern die im Kern an ihre Relevanz für die gesellschaftliche Kommunikation gebunden ist. Und damit an die für dieses Ziel grundlegenden Qualitäten.

Was pauschal heißt: Die besondere Qualität öffentlich-rechtlicher Sender muss sein, alle Programmaufgaben (was das ganze Spektrum einschließt) besser, umfassender, vielfältiger, sorgfältiger, perspektivreicher zu erledigen und eine unbegrenzte Zahl freier Zugänge zu eröffnen. Dieser Grundanforderung können und müssen sie entsprechen, weil sie ohne direkten kommerziellen Erfolgsdruck unabhängiger sein können/müssen, weil sie mit einem variationsreichen Fächer aus individuell geschätzten Eigenschaften dem Nicht-Marktgängigen Raum geben können.

Damit wiederum können sie sich in einer zunehmend individualisierten Welt der audiovisuellen Angebote weitgehend kompromisslos als effektives Forum von klar profilierten, hochwertigen Qualitätsprogrammen präsentieren. Mit dem Ziel, in vielfältiger, fundierter und verlässlicher Weise ein *Gespräch der Gesellschaft mit sich selbst* sowohl zu spiegeln als auch zu organisieren und mit eigenen Impulsen voranzutreiben.

Eine zentrale Grundeigenschaft für das Gelingen dieses ständig im Fluss befindlichen Prozesses ist die Glaubwürdigkeit – im wesentlichen zu verstehen als Glaubwürdigkeit der Inhalte, der Auswahl der Gegenstände, der Bearbeitungsweisen, der Darstellungsformen, der

Akteure, der inneren und äußeren Haltung. Inwieweit sowohl dem öffentlich-rechtlichen Rundfunk als besonderer, gesellschaftsbeauftragter Institution als auch den vielen anderen Medieneinrichtungen, -unternehmen und -akteuren Glaubwürdigkeit zuerkannt oder abgesprochen wird, bestimmt weitgehend den jeweiligen Status, die Reputation, die Funktion – und damit auch sowohl den individualbezogenen als auch den gesellschaftsdienlichen Wert.

## Debatte zur Glaubwürdigkeit der Medien

Ob diese Glaubwürdigkeit in wünschenswertem Maß zugeschrieben wird, darüber wird immer wieder intensiv und sehr strittig diskutiert. Als im Juli 2015 ZDF-Intendant Thomas Bellut auf der Grundlage einer vom Sender in Auftrag gegebenen Umfrage der Forschungsgruppe Wahlen in einem Gastbeitrag für die FAZ<sup>10</sup> befand, die Umfrage habe „keine Glaubwürdigkeitskrise aller Medien“ belegt und zeige ein starkes Vertrauen gerade in die Informationskompetenz der öffentlich-rechtlichen Nachrichtensendungen, gab es in den Netzforen zahlreiche kritische Anmerkungen.

Die aktuelle JIM-Studie (Jugend, Information, Multimedia) des Medienpädagogischen Forschungsverbundes Südwest wiederum kam im Jugendlichen-Sektor zu dem Befund, dass 12- bis 19-Jährige bei widersprüchlicher Berichterstattung dem Fernsehen wesentlich weniger Glaubwürdigkeit zusprechen (26 Prozent) als Tageszeitungen (40 Prozent). Dem Internet (mit 94 Prozent meistgenutzt, Fernsehen kommt auf 83 Prozent regelmäßiger Nutzung) sprechen nur 14 Prozent besondere Glaubwürdigkeit zu.<sup>11</sup>

Interessant ist nach einer Reuters-Studie<sup>12</sup>, dass im internationalen Vergleich das allgemeine Vertrauen in eine positive Rolle der Medien in Ländern wie Deutschland oder Finnland noch relativ hoch ist (mit 68 und 60 Prozent), während es in Frankreich, Italien, Spanien und den USA nur auf Werte unter 40 Prozent kommt.

Nach einer Studie des französischen Meinungsforschungsinstituts TNS Sofres hat die Glaubwürdigkeit des Fernsehens (insgesamt) von Januar

<sup>10</sup> <http://www.faz.net/aktuell/feuilleton/medien/zdf-intendant-ueber-die-glaubwuerdigkeit-der-medien-13681448.html>

<sup>11</sup> epd medien aktuell, 28.11.2014; <http://www.mpfs.de/?id=631>

<sup>12</sup> Reuters Institute Digital News Report 2015 Full Report.pdf

2005 bis Januar 2014 in einem Wertebereich von knapp 60 Prozent auf 50 Prozent verringert (im Januar 2015 gab es, in Folge der Berichterstattung über die Pariser Attentate, dann eine Steigerung auf 57 Prozent).<sup>13</sup> Die Glaubwürdigkeitswerte für Informationen aus dem Internet stiegen in diesem Zeitraum von 23 Prozent auf 39 Prozent (bei den häufigen Internet-Nutzern stieg dieser Wert von 40 auf 53 Prozent).

Die Publikation „Le Monde des médias“ wiederum konstatiert in ihrer Sommerausgabe 2015 eine umfassende und profunde Vertrauenskrise in die – auch medialen – Institutionen des Landes und beruft sich dabei auch auf eine Umfrage des Meinungsforschungsinstitut Ipsos Steria. Den Negativrekord der Bewertung erzielen dabei die politischen Parteien (mit lediglich 8 Prozent positiver Stimmen der Befragten, an zweiter Stelle kommen die Medien (Fernsehen, Radio, Presse) mit 20 Prozent einer positiven Bewertung.<sup>14</sup>

Inwieweit solche Umfragen für verschiedene Sektoren der Medien eine Grunddebatte zum allgemeinen Vertrauen in die Medienarbeit und zur Glaubwürdigkeit spiegeln, darf als offen bezeichnet werden. Dass eine heftige Qualitäts- und Kriteriendebatte herrscht, die nicht angemessen über statistische Tabellen darzustellen ist, zeigt sich exemplarisch an den Reaktionen auf eine Serie der „Zeit“ unter dem Dachtitel „Wahrheit und Propaganda“, zum Auftakt aufgemacht unter der brennenden Frage: „Alles Lügen?“<sup>15</sup>, eine Anspielung auf das Pauschalverdikt „Lügenpresse“ beispielsweise bei Pegida-Demonstrationen.

Zur Ausgangslage gehöre, so „Zeit“-Redakteur Götz Hamann in seinem einführenden Befund, dass etwas Grundlegendes „ins Rutschen gekommen“ zu sein scheine und dass sich großes Vertrauen in die Medien auf der einen sowie tiefe Enttäuschung über sie auf der anderen Seite sich selbst unter politisch Interessierten nur noch knapp die Waage hielten. In anderen Bevölkerungsgruppen seien die Unzufriedenen schon klar in der Überzahl. Nach der zugrundeliegenden Infratest-dimap-Umfrage hätten insgesamt 60 Prozent „weniger bis gar kein Vertrauen“ in die Medien. Bei Themen wie Ukraine-Konflikt, Euro-Krise, Pegida oder Flüchtlinge gebe es überwiegend kein Vertrauen in die Berichterstattung.

Die „Zeit“-Serie bewirkte, dies belegt die große Anzahl der Online-Kommentare, ein großes Echo, mit sehr vielen kritischen Einschätzungen. Zum Grundtenor vieler Zuschriften gehört, dass die

<sup>13</sup> <http://www.tns-sofres.com/sites/default/files/2015.01.29-baromedias.pdf>

<sup>14</sup> Le Monde des médias, Nr. 23, Juli/August 2015

<sup>15</sup> Die Zeit, 25. Juni 2015



Medien grosso modo zu einseitig seien, politischer Korrektheit folgten, Themen ausblendeten oder beschönigten und sich generell in hohem Maße einer allein den Marktkräften geschuldeten Kommerzialisierung untergeordnet hätten.

## Die Entwicklung der medialen Landschaft: marktdominant

Die sich abzeichnende Gesamtentwicklung bei der Etablierung und Nutzung der medialen Angebote gerade auch unter dem Aspekt einer solchen reinen ‚Vermarktung‘ hat in einer einordnenden Übersicht der Rundfunkökonom Manfred Kops vorgelegt.<sup>16</sup> Darin skizziert er als Quintessenz einer Langzeitbetrachtung des Instituts für Rundfunkökonomie für die Jahre zwischen 1950 und 2020<sup>17</sup> u.a. folgende Hauptergebnisse:

Bei der traditionell als „zivilgesellschaftlich beeinflusstes Marktmedium“ einzustufenden Presse sei der Einfluss des Marktes kontinuierlich gewachsen, deren Meinungsmacht sei hingegen kontinuierlich gesunken.

Auch beim öffentlich-rechtlichen Rundfunk („staatlich beeinflusstes zivilgesellschaftliches Medium“) hat laut Kops der Markt an Einfluss gewonnen; die zunächst erheblich gestiegene Meinungsmacht nehme seit der Zulassung des privaten Rundfunks und der Entstehung der Online-Medien ab.

Beim kommerziellen Rundfunk („reines Marktmedium“) habe der Einfluss des Marktes noch zugenommen. Nach der Zulassung 1984 habe er an Meinungsmacht gewonnen, büße sie aber mit dem Bedeutungsgewinn der Online-Medien langsam wieder ein.

Die Summe der öffentlich-rechtlichen und kommerziellen Rundfunkangebote ist nach der Kops-Analyse seit der Expansion der kommerziellen Säule als „zivilgesellschaftlich beeinflusstes Marktmedium“ einzustufen.

---

<sup>16</sup> Manfred Kops, Die Medien in Deutschland zwischen Markt, Staat und Zivilgesellschaft, in: MedienWirtschaft 2/2014.

<sup>17</sup> Heft 300 der Reihe Arbeitspapier des Instituts für Rundfunkökonomie – [www.rundfunk-institut.uni-koeln.de/institut/pdfs/300Kops.pdf](http://www.rundfunk-institut.uni-koeln.de/institut/pdfs/300Kops.pdf)

Die Online-Medien wiederum – hier in den Formen als reine Marktmedien, als marktlich beeinflusste zivilgesellschaftliche Medien und als öffentlich-rechtliche Online-Medien – seien in der Summe ebenfalls dem Typus der zivilgesellschaftlich beeinflussten Marktmedien“ zuzuordnen. Ihre Beeinflussung durch den Markt sei als Folge der Kommerzialisierung der Gesellschaft im Allgemeinen und der Medien im Besonderen ebenfalls gewachsen. Dabei sei die weitere Entwicklung nur schwer vorherzusagen. Sicher sei allerdings, dass die Meinungsmacht aller unterschiedlichen Online-Medien weiter zunehmen werde.

Die Medienordnung in Deutschland insgesamt (als „gewichteter Durchschnitt aller Mediengattungen“) habe sich zu einer „zivilgesellschaftlich beeinflussten Marktordnung“ verändert.

Weiter hält Kops als Grundbefunde für die deutsche Medienlandschaft zusammenfassend fest:

- eine im internationalen Vergleich weitgehend unverändert hohe Staatsferne aller Medien, trotz aller unternommenen Versuche der Einflussnahme;

- eine in allen Medienbereichen starke Ausdifferenzierung;

und schließlich

- „die über den gesamten Zeitraum zunehmende Kommerzialisierung der Medien, ihre verstärkte Steuerung durch den Markt, und zwar für alle der hier betrachteten Mediengattungen“.

Diese in der Studie beschriebene Gesamtentwicklung ist deshalb für die Frage nach der Glaubwürdigkeit von zentraler Bedeutung, weil es eine ständige wechselseitige Verbundenheit gibt. Kein Medium will oder kann sich vollständig abkoppeln von dieser generellen Durchdringung der Wirkungsfelder, die zudem zunehmend international vernetzt sind; oder, anders gesehen: Es kann sich keine Institution abschotten, weil jeder Mensch – als Teil eines theoretisch globalen Publikums – in der Regel über das Netz Zugang zu vielen Medien hat. Dazu gehören auch jene Medien, die keiner Organisation oder Institution zuzuordnen sind: weil sie höchst individuell sind und in unterschiedlichsten Formen das verkörpern, was die frühere Massen-Gebundenheit auf den Kopf stellt – indem jeder zum Erzeuger und Verbreiter medialer Inhalte werden kann.

Damit stellt sich auch dringlich die Frage nach den Ressourcen, den Quellen und der Kompetenz der Bearbeiter; dies gilt u.a. für die

Zugänglichkeit, die Auswahl, die Bewertung, die Darstellung, die Bearbeitungsformen, die Proportionierung, die Einordnung, die Verbindungslinien, die Kommentierung – und in der Summe für die Seriosität, die Glaubwürdigkeit und die Vertrauenswürdigkeit des Vermittelten und der Vermittler.

### Wichtige Konsequenzen dieser Entwicklung:

- Der Kampf um Aufmerksamkeit wird immer härter;
- Die Quellen vermehren sich explosionsartig, die Quellenlage wird dabei immer unübersichtlicher;
- Die Auswahlverfahren werden zufälliger;
- Die professionelle Bearbeitungsqualität nimmt bei marktdominierten und renditeabhängigen Medien tendenziell ab.

Die tendenziell rendite-unabhängigen Medien wie die öffentlich-rechtlichen Sendesysteme müssen auf dem Aufmerksamkeits-Markt mit einer Vielzahl von reiz-dominanten Konkurrenten und einer unbegrenzten Anzahl von Individualangeboten jeglicher Qualitätsabstufung (bei permanentem Neugier-Effekt) bestehen. Ihre Programm-Ressourcen (materiell/personell) unterliegen punktuell Markgesetzen. Ihre Programme können sich in den Angebotsformen, der Inhalte-Auswahl, den Bearbeitungsformen und der Aufnahme/Wahrnehmung durch das Publikum nicht einfach den Außeneinflüssen entziehen.

Diese gegenseitigen Abhängigkeiten und Verflechtungen erzeugen unter dem Bewegungsgesetz der Konvergenz in verschiedener Intensität auch Angleichungen, von der Themenwahl und -Mischung bis zu den Bearbeitungs- und Präsentationsformen. Solche Angleichungen betreffen in ihren Mechanismen nicht nur die Angebote selbst, sondern sie haben auch mit einer Konditionierung von Wahrnehmungen und daraus folgenden Beurteilungsmustern zu tun, mit entsprechenden Rückkoppelungen. Dies entspräche dann in weiterer Übertragung dem Wirkmechanismus des so genannten hermeneutischen Zirkels: Das Verständnis und die Interpretation des Ganzen würden danach geprägt durch Vorwissen und Einstellungen, die an einzelnen Erfahrungen und an vorgelagerten Haltungen festgemacht werden.

## Medien geraten in Miss-Kredit

Zu beobachten ist, dass Medien in direkt wahrnehmbaren Zusammenhängen (öffentliche Äußerungen, Demonstrationen, Netz-Veröffentlichungen individueller oder organisierter Art) relativ häufig in Misskredit geraten – mithin: ihnen Glaubwürdigkeit abgesprochen wird – oder sie auch heftig kritisiert bis attackiert werden (wie punktuell im vielzitierten Schlagwort der „Lügenpresse“ bei Pegida-Demonstrationen). Dieses Phänomen ist wesentlich stärker sichtbar als früher, seit Online-Foren, Meinungsportale oder Leser- und Nutzerforen bei den herkömmlichen Medien (wie Presse und Rundfunk) individuelle Interventionen in allen Formen und Tonlagen ermöglichen.

In einer sehr pauschalierenden Einschätzung nach der Lektüre vieler Foren lässt sich feststellen, dass diese Kritik an einzelnen Mediendarstellungen, Medienorganen oder – in häufiger Ableitung – an den Medien insgesamt oft aus einer Verknüpfung von Sach- und Institutionenkritik mit Medienkritik besteht. Das heißt: Weil bei bestimmten Themen Sachverhalte oder Entscheidungen aus der eigenen Haltung anders bewertet werden, unterliegt die Beurteilung der medialen Vermittlung dem groben Schema richtig/falsch, wahr/unwahr, subjektiv/objektiv, neutral/manipulativ.

## Gemeinsame System-,Haftung' von Politik und Medien

Weitergehend werden bei einer Fundamentalkritik an politischen Entscheidungen alle Medien unterschiedslos in ‚Haftung‘ genommen und als Bestandteil des insgesamt als ‚falsch‘ oder als ‚Feind‘ eingeschätzten Systems eingeschätzt und verurteilt – im Sinne von systemkonformistischen, mit dem Polit- und Wirtschaftssystem kollaborierenden ‚Systemmedien‘.<sup>18</sup>

Ein solcher Mechanismus ist nicht neu. So waren zur hohen Zeit der ‚Roten Armee Fraktion‘, welche über terroristische Akte das ‚Schweinesystem‘ der Bundesrepublik beseitigen wollte, Pressebeschimpfungen gängig.<sup>19</sup>

Auch aktuell beschränkt sich eine Medienkritik à la „Lügenpresse“ nicht auf Äußerungen aus dem als ‚rechts‘ verorteten Lager. So sind

---

<sup>18</sup> Eine aufschlussreiche schematische Darstellung zur Beziehung von Politik und Medien findet sich unter [http://de.slideshare.net/Crossyard/medien-und-politik-zentrale-begriffe-konzepte-und-entwicklungen-1729127?next\\_slideshow=1](http://de.slideshare.net/Crossyard/medien-und-politik-zentrale-begriffe-konzepte-und-entwicklungen-1729127?next_slideshow=1)

<sup>19</sup> vgl. beispielsweise [www.freilassung.de](http://www.freilassung.de)

beispielsweise in dem sozialkritischen Blog „grilleau.blog“ („Hartz IV ist sozialpolitisches Waterboarding!“) aufschlussreiche Passagen zu finden, à la „Lügenpresse ist noch ein viel zu harmloses Wort ...“<sup>20</sup>

Ein differenzierter Beitrag in „Wikipedia“ zeigt die wechselvolle, schon Mitte des 19. Jahrhunderts beginnende Geschichte des Begriffs Lügenpresse auf<sup>21</sup>, der in sehr unterschiedlichen Stoßrichtungen verwendet wurde, so beispielsweise von katholisch-konservativer Seite gegen ein liberales Zeitungswesen. Dass in der kritischen Kommentierung der Pegida-Propagierung der Begriff vornehmlich auf die Nazi-Zeit projiziert wurde, erscheint insofern als verengender Reflex. Der „Welt“-Redakteur Alan Posener konstatierte in einem Kommentar Ähnlichkeiten zur 68-Bewegung:

„Was für die radikalen Studenten die ‚Springer-Presse‘ war, das sind für die Wutbürger von Dresden und anderswo die ‚Mainstream-Medien‘. Was damals Zeitungen wie ‚Agit 883‘ oder die ‚Rote Presse Korrespondenz‘ waren, das sind heute Internetforen und Facebook-Seiten. Wo damals die Studenten einen umfassenden ‚Verblendungszusammenhang‘ vermuteten, der die Bürger daran hindere, die tödliche Gefahr des Imperialismus zu erkennen, vermuten die Pegida-Leute eine Verschwörung der Gutmenschen, der die Bürger daran hindern wolle, die tödliche Gefahr des Islam zu erkennen.“<sup>22</sup>

Dass der Lügen-Vorwurf die Zeitungen und aktuellen Publikationen schon seit ihren ersten Formen vor mehr als 400 Jahren ständig begleitet hat, ist beispielsweise beim Kommunikationswissenschaftler Daniel Bellingradt belegt.<sup>23</sup>

## Der Generalverdacht der Manipulation

Zentraler Punkt einer solchermaßen gedeuteten Ähnlichkeit in den argumentativen Strukturen ist die Annahme von Weltsichten und Beurteilungen der politischen Lage, welche die Darstellung aus anderer Sicht und mit anderen Einschätzungen als manipulativ kritisiert, als

<sup>20</sup> <http://grilleau.blog.de/2015/01/17/luegenpresse-schweinepresse-besser-gesagt-vulgaerpresse-19983830/>

<sup>21</sup> <http://de.wikipedia.org/wiki/Luegenpresse>

<sup>22</sup> <http://www.welt.de/debatte/kommentare/article136464723/Was-Pegida-und-die-68er-gemeinsam-haben.html>

<sup>23</sup> <http://www.zeit.de/wissen/geschichte/2015-06/luegen-presse-zeitungen-kritik>

bewusste Verzerrung, als Ausblendung, als einseitig und bewusst interessengesteuert.

Dies wäre dann die gedankliche Unterfütterung des Vorwurfs, dass Medien in der Hauptsache und in der Hauptrichtung (Mainstream) nicht nach möglichst offener und objektiver Berichterstattung strebten, sondern von vorneherein einem anderen Auftrag gehorchten: dem einer vorgegebenen Richtung oder einer kollaborativ geteilten Politischen Korrektheit.

Als Spiegel Online im Juni 2015 als redaktionelle Neuerung ankündigte, Meinungs- und Kommentarbeiträge stärker als solche zu kennzeichnen, um mit klarer Trennung erkennen zu geben, ob es sich „um einen auf Fakten basierenden Bericht handelt – oder um die persönliche Meinung eines Redakteurs“, entspann sich im Meinungsblog des Magazins eine sehr aufschlussreiche Debatte.<sup>24</sup> Dabei schälten sich einige Linien der Kritik besonders heraus:

Vornehmlich in Autorentexten fänden sich viele tendenziöse, pädagogische, im politischen Spektrum einseitige und konforme Haltungen, auch hämische und rein unterhaltende Elemente, die subkutan wirken wollten, aber nicht getragen seien von einem faktenbasierten, informierendem Journalismus. Diese Formen untergraben die Glaubwürdigkeit, seien entfernt von Seriosität und hilfreicher, prozesshaft unterstützender Information.

Diese Leserbeurteilungen waren in der Regel differenziert formuliert, unterlagen nicht dem häufig in Online-Zuschriften zu findenden groben Raster der Darstellung, das auf Beschimpfung und grobe Vereinfachung setzt. Auffällig bei einem generellen und pauschalierenden – hier nicht statistisch wiederzugebendem – Befund vieler Leserformen ist:

Auch in jenen Publikationen und an jenen Orten, die sich zu den Leitmedien und –portalen zählen lassen – wie „Spiegel“, „Zeit“, „Süddeutsche Zeitung“, FAZ, „Welt“, tagesschau.de –, sind zahlreiche Online-Reaktionen zu finden (oft sogar in deutlicher Mehrheit der Zuschriften), die den vorherrschenden redaktionellen Tendenzen, Linien und Beurteilungen widersprechen.

Dies gilt vor allem für derzeit prominente Felder und Gegenstände, die sich als Mega-Themen der politischen Debatte und der

---

<sup>24</sup> <http://www.spiegel.de/spiegel/spiegelblog/meinung-auf-spiegel-online-stefan-kuzmany-a-1037239.html#ref=meinunghp>

gesellschaftlichen Kontroverse klassifizieren lassen. Dazu zählen Euro und Europa/EU inklusive der darauf bezogenen Griechenland-Debatte, Migration/Asyl, Kriminalität/Gewalt/Justiz, Wohnen/Städtebau/Verkehr, Energie und Umwelt.

Zwei Musterbeispiele für diese Differenz zwischen *Publikations-Grundpositionen* und in diesem redaktionellen Spektrum dargestellter Meinungen und den *Publikums-Positionen* und daraus folgender Leser-Meinungen finden sich in einer kommentierenden Darstellung des Griechenland/Europa-Themas durch „Zeit“-Redakteur Thomas Assheuer und den darauf folgenden weitgehend ablehnenden Leser-Reaktionen<sup>25</sup> sowie ähnlich bei einer positiven Beschwörung einer Europa-Identität durch den Stellvertretenden „Welt“-Chefredakteur Ulf Poschardt nach dem Griechenland-Referendum.<sup>26</sup>

### Verschärfende Sondersituation: die massierte Flüchtlingskrise

In der Folge des im Frühherbst 2015 verstärkt einsetzenden massiven Zustroms von Flüchtlingen/Migranten speziell nach Deutschland und der darauf mit grundsätzlicher Offenheit reagierenden Politik der Bundesregierung verstärkte sich nochmals in hohem Maße eine vielfach zu findende Kritik an den Medien. Sie, so der Grundvorwurf in vielen Leser- und Nutzerkommentaren, begleiteten diese folgenschwere Politik in der Berichterstattung und der Kommentierung sowie in den vielen Mischformen viel zu einseitig und klammerten in weiten Bereichen bereits die Fragen nach negativen Begleiterscheinungen und Generalfolgen einer als fundamental bewerteten Thematik aus, im Sinne einer Verharmlosung oder Beschönigung.

Ausgangspunkt in dieser frühen Phase ist eine medienübergreifend eher positive bis sehr positive Berichterstattung zur Entscheidung der Bundesregierung Anfang September, entgegen den europäischen Regeln die Grenzen für speziell in Ungarn festsitzende Flüchtlinge zu öffnen, um, wie es hieß, eine humanitäre Katastrophe zu verhindern. In vielen Medien wurde der Empfang der Flüchtlinge am Hauptbahnhof in München durch applaudierende und Geschenke verteilende Menschen

<sup>25</sup> <http://www.zeit.de/2015/22/griechenland-eurokrise-souveraenitaet?commentstart=137#comments>

<sup>26</sup> „Die Krise macht uns jetzt zu wahrhaften Europäern.

Ein Mantra der EU-Skeptiker war immer, dass es so etwas wie eine gemeinsame Identität des Kontinents nicht gebe. Aber in den vergangenen Tagen ist deutlich geworden: Es gibt sie, stärker denn je!“.

<http://www.welt.de/debatte/kommentare/article143520903/Die-Krise-macht-uns-jetzt-zu-wahrhaften-Europaeern.html>

sogar als neues Sommer- bzw. Septembermärchen etikettiert und die Gesamtsituation als vorbildlich im Sinne europäischer Werte bezeichnet. Die „Bildzeitung“ titelte „Deutschland einig Helferland“, die „Süddeutsche Zeitung“ zeichnete in der Montagsausgabe (7. September 2015) nach dem Öffnungswochenende quer durch alle Ressorts ein sehr positives Bild.

In einer frühen bewertenden Zusammenfassung kam das Fachblatt epd medien zum Urteil, dass die Medien eine „öffentliche Stimmung der Empathie“ aufgebaut hätten, für die gründliche journalistische Analyse und grundsätzliche Fragen sei kaum Platz gewesen. Voraussehbare Folgen für Staat und Gesellschaft würden „gern klein- und schöngeredet“.<sup>27</sup>

Knapp zwei Monate später – nachdem für alle offensichtlich war, dass die Kontrolle über die Flüchtlingsströme und die illegale Einwanderung weitgehend verlorengegangen war – veröffentlichten die FAZ und die „Welt“ äußerst kritische Befunde zur Rolle der Medien. Die FAZ konzentrierte dabei ihre Kritik auf die öffentlich-rechtlichen Sender<sup>28</sup>, welche Informationen „mit vielleicht sogar gutgemeinter Schlagseite“ produzierten, „die eine Welt zeigen, die der Wunschvorstellung mancher Politiker entsprechen mag, deren Realität aber eine andere ist.“ Angeführt wird als Beleg auch das als „Regierungserklärung“ etikettierte Interview der Kanzlerin durch Anne Will. Die Moderatorin räumte später ein, dass eine SMS des Regierungssprechers der Auslöser war.<sup>29</sup>

Sehr viel früher, Anfang Oktober, hatte Ex-„WirtschaftsWoche“-Chefredakteur Roland Tichy in seiner Online-Publikation ein öffentlich-rechtliches „Politsystem“ scharf kritisiert und einer Jauch-Talkshow Modellcharakter attestiert: „ARD und ZDF sind unter Druck geraten wegen ihrer beschönigenden, unkritischen, die Fakten verdrängenden Berichterstattung. Statt die zu korrigieren, was sich erkennbar als unmöglich herausstellt, beschreiten sie einen anderen Weg: Hypnose.“<sup>30</sup>

Die „Welt“ konstatiert, ausgehend von der Flüchtlingskrise, zunehmend fundamentale Vorbehalte gegen die Medien. Dabei spielt sie auch auf den Vorwurf der „Lügenpresse“ an. Vielen erscheine die Berichterstattung einseitig und unglaubwürdig, weil grundlegende Vorbehalte gegen die Grenzöffnung kaum vorkämen, stattdessen ein

<sup>27</sup> epd medien, Klavier der Gefühligkeiten, 38/2015, 18. September 2015

<sup>28</sup> Micheal Hanfeld, Willkommens-Rundfunk, in FAZ vom 6. November 2015

<sup>29</sup> [http://daserste.ndr.de/ard\\_check/Der-ARDcheck-Sie-fragen-wir-antworten,zuschauerfragen100.html](http://daserste.ndr.de/ard_check/Der-ARDcheck-Sie-fragen-wir-antworten,zuschauerfragen100.html)

<sup>30</sup> <http://www.rolandtichy.de/feuilleton/medien/jauch-vom-talk-zur-hypnose/>



„Gelingenstenor“ vorherrsche. Die laut einer Allensbach-Umfrage<sup>31</sup> festgestellte große „Diskrepanz zwischen vorherrschender Nachrichtengebung und subjektiv erfahrener Wirklichkeit, zwischen öffentlicher und veröffentlichter Meinung, muss alarmieren.“ Grundsätzliche Fragen würden tabuisiert, andere als die praktizierten Instrumente verteufelt, Kritiker ausgegrenzt.<sup>32</sup>

in den vorhergehenden Wochen war in den Nutzerforen aller großen Publikationen als Reaktion auf aktuelle Beiträge zur Flüchtlingskrise sehr häufig eine Generalkritik an der Rolle der Medien zu lesen. Sie berichteten – hier pauschalierend skizziert – ohne kritische Distanz, sparten die harten Fragen nach den finanziellen und sozialen Folgekosten aus, unterschlugen negative Erfahrungen mit massiver Einwanderung in anderen Ländern, machten sich zum Sprachrohr der Regierung bzw. einer Allparteienkoalition, transportierten in ideologisch geprägter Einseitigkeit eine unreflektierte Willkommenspropaganda und unterstellten allen Kritikern eine dumpf rechte, fremdenfeindliche Gesinnung.

Erkennbar die Probleme benennenden Beiträge wurden sofort positiv registriert, teils auch mit sarkastischen, ironischen oder staunenden Untertönen. Als auf tagesschau.de über Gründe für Deutschlands Isolierung in der Flüchtlingspolitik berichtet wurde, schrieb – exemplarisch – ein Kommentator: „Es geht doch / warum wird bei anderen Themen gar nicht berichtet oder ein Teil wissentlich verschwiegen.“ Ein anderer: „Dieser Beitrag hebt sich wohltuend von der bisherigen Berichterstattung und Darstellung des komplexen Themas ‚Flüchtlinge‘ ab. Statt idealistischer Träumereien endlich Wahrnehmung der Realität.“<sup>33</sup> Eine Reihe positiver Leserkommentare galten der FAZ, zu deren Grundlinie der Berichterstattung von Anfang an gehörte, ein weites Spektrum des Themen- und Problemfeldes mit Befund, Analyse und Kommentierung auszuloten, auch über entschieden positionierte Gastbeiträge.<sup>34</sup>

Bereits Mitte September hatte die „Neuer Zürcher Zeitung“ ein vernichtendes Urteil über Funktion und Arbeitsweise deutscher Medien

<sup>31</sup> <http://www.faz.net/aktuell/politik/fluechtlingskrise/zweifel-an-loesung-der-fluechtlingskrise-durch-die-politik-13866897-p2.html>

<sup>32</sup> Ulrich Clauß, Die halbe Wahrheit zur Flüchtlingskrise ist zu wenig, in „Die Welt“ vom 7. November 2015

<sup>33</sup> <http://meta.tagesschau.de/id/105080/fluechtlinge-drei-gruende-warum-deutschland-isoliert-ist>

<sup>34</sup> vieldiskutiert beispielsweise: <http://www.faz.net/aktuell/feuilleton/debatten/joerg-baberowski-ueber-ungesteuerte-einwanderung-13800909.html>

in der Flüchtlingsfrage gefällt. Sie hätten mit wenigen Ausnahmen professionelle Standards verletzt und stattdessen einen „monothematischen Überwältigungsjournalismus“ praktiziert, Einseitigkeit sei Trumpf gewesen: „Kritische Distanz zu den Akteuren, genaue Recherche, die Zurückhaltung im Urteil bei unklarer Faktenlage, die gründliche Ausleuchtung der Hintergründe, Fairness bei der Präsentation unterschiedlicher Meinungen und ein analytischer Blick, der übers Aktuelle hinaus die Folgeprobleme einzuschätzen versucht, all das schien plötzlich unangemessen zu sein.“ Volle „kritische Wucht“ sei nur beim aktivistisch beförderten ‚Kampf gegen Rechts‘ zu konstatieren, die Etablierung von Sprachregelungen und Forderungen nach Zensur seien gesellschaftsfähig.<sup>35</sup>

In den Kontext dieser Beobachtungen passt, dass die „Tagesspiegel“-Redakteurin Andrea Dernbach in einem Kommentar empfahl, die Debatte über die Flüchtlingskrise in einigen Feldern mit Tabus zu belegen. Dies führte im Leserforum zu zahlreichen ablehnenden und kritischen Kommentaren, wie: „Tabus einfordern? ...das ist so ziemlich das Gegenteil von freiem Journalismus“ oder „Was die Autorin wünscht, ist eine Abschaffung von Redefreiheit, Meinungsfreiheit und wohl auch Demonstrationsfreiheit“.<sup>36</sup>

Stellvertretend für die häufig zu findende Empfindung, aus einem etablierten Politik-Medien-Diskurs („Deutschland ist dabei, Opfer der moralischen Hybris seiner eigenen politisch-medialen Elite zu werden“<sup>37</sup>) gedrängt zu werden, sei hier ein Leserkommentar zu einem „Zeit“-Beitrag zitiert:

„Durch die Politik und die Medien wird der Eindruck vermittelt, dass wir das alles schaffen werden, und Kritik an dieser Vorgehensweise ist nur ´rechtes Gerede´. Niemand will zum rechten ´Pöbel´ zählen, deswegen nimmt man alles stillschweigend hin oder trägt durch übereifrige Freiwillige alles mit.“<sup>38</sup>

---

<sup>35</sup> <http://www.nzz.ch/feuilleton/medien/berichterstatter-als-stimmungsmacher-1.18615593>

<sup>36</sup> <http://www.tagesspiegel.de/politik/fluechtlinge-und-tabus-was-man-eben-nicht-wohl-noch-sagen-sollte/12502124.html>

<sup>37</sup> Leser-Kommentar in <http://www.zeit.de/politik/deutschland/2015-09/grenzkontrollen-deutschland-oesterreich-debatte>

<sup>38</sup> <http://www.zeit.de/2015/43/angela-merkel-asyl-realpolitik-zeitgeist?page=15#comments>

Zum Bild einer als massiv empfundenen indirekten Einschränkung des Äußerungsspektrums<sup>39</sup> gehören Ergebnisse einer Umfrage des Meinungsforschungsinstituts Allensbach im Auftrag der FAZ. Danach hielten 47 Prozent der Bevölkerung die Berichterstattung für einseitig, 43 Prozent hätten den Eindruck, dass man seine Meinung zur Flüchtlingssituation nicht frei äußern dürfe, weil man sonst in eine bestimmte Ecke gestellt und als ausländerfeindlich geächtet werde.<sup>40</sup> Dieser Umfrage-Befund wird auch in alternativen Online-Medien als besonders besorgniserregend bewertet.<sup>41</sup> Bestätigung kommt auch von aktiven Politikern wie dem aus der SPD ausgetretenen Magdeburger Oberbürgermeister.<sup>42</sup>

In einer „Tagesspiegel“-Kolumne greift auch die ehemalige Ausländerbeauftragten des Berliner Senats, Barbara John, dieses Phänomen als gefährlich auf und plädiert für ein Reden mit den „Verstummt“,<sup>43</sup> was ihr viel Zustimmung in den Leserkommentaren einbringt, die auch auf ein als solches wahrgenommenes Synchron-Denken bei Politik und Medien eingehen. Weiter ging vorher der Tübinger Oberbürgermeister Boris Palmer (Die Grünen), der bei der Flüchtlingskrise „ein Diskursverbot“ beklagte<sup>44</sup> und dann später in sieben Leitlinien eine „lösungsorientierte Debattenkultur“ und ein „fares und offenes Diskussionsklima“ forderte.<sup>45</sup>

Eine exemplarisch-systematische Kritik an Politik- und Medienverbindungen mit zeitgeschichtlich-ideologisch eingeschliffenen Diskurslinien, welche abweichende Positionen aggressiv ins moralische Abseits stellen, findet sich in einer Kolumne von Bettina Röhl. Sie moniert darin auch, dass Linksextremismus und dessen Gewaltpotential bzw. –praxis weitgehend ausgeblendet würden.<sup>46</sup> Als Gegenmittel zur Herstellung einer pluralen kritischen Öffentlichkeit sieht sie die Kommunikation im Netz; folglich verurteilt sie jegliche Absichten oder

---

<sup>39</sup> z.B. <http://www.spiegel.de/politik/deutschland/freital-appell-an-die-menschen-die-fluechtlinge-ablehnen-seid-still-a-1049880.html>

<sup>40</sup> <http://www.faz.net/aktuell/politik/fluechtlingskrise/zweifel-an-loesung-der-fluechtlingskrise-durch-die-politik-13866897-p2.html>

<sup>41</sup> vgl. <http://think-beyondtheobvious.com/stelters-lektuere/deutsche-trauen-nicht-zur-fluechtlingskrise-offen-zu-reden/>

<sup>42</sup> <http://www.zdf.de/ZDFmediathek/beitrag/video/2585640/maybrit-illner-vom-22.-Oktober-2015#/beitrag/video/2585640/maybrit-illner-vom-22.-Oktober-2015>

<sup>43</sup> <http://www.tagesspiegel.de/politik/zwischenruf-zur-fluechtlingskrise-kritik-ist-automatisch-rassistisch/12556342.html>

<sup>44</sup> [http://www.deutschlandfunk.de/boris-palmer-zur-fluechtlingspolitik-es-gibt-ein.694.de.html?dram:article\\_id=335011](http://www.deutschlandfunk.de/boris-palmer-zur-fluechtlingspolitik-es-gibt-ein.694.de.html?dram:article_id=335011)

<sup>45</sup> FAZ vom 10. November 2015

<sup>46</sup> <http://www.rolandtichy.de/kolumnen/bettina-roehl-direkt/wer-sind-die-hetzer/>

Versuche, abseits der allgemeinen Strafgesetzlichkeit Inhalte im Sinne des politisch Genehmigen filtern zu lassen.<sup>47</sup>

Innerhalb der Titel etablierter Leitmedien gab es seit der häufigen Beschwörung eines neuen „Sommermärchens“ auch abweichende Stimmen, so von Jan Fleischhauer beim „Spiegel“<sup>48</sup>, Henryk M. Broder bei der „Welt“<sup>49</sup> oder Harald Martenstein beim „Tagesspiegel“<sup>50</sup>. Sie waren aber eher als punktuelle redaktionelle Interventionen wahrzunehmen.

Unter dem Eindruck der Gesamtdiskussion hat „Zeit“-Chefredakteur Giovanni di Lorenzo in einer journalistischen Gesprächsrunde Anfang November eine ausgewogene Berichterstattung über die Flüchtlingskrise angemahnt. Journalisten könnten sehr viel Glaubwürdigkeit einbüßen, wenn sie Fragen und Sorgen der Bevölkerung nicht ansprechen. „stern“-Chefredakteur Christian Krug nannte es bei gleicher Gelegenheit „beängstigend, wie das Selbstverständnis der Medien und die Wahrnehmung über uns auseinanderklaffen.“ Die Branche müsse den Vorwurf der Lügenpresse klar zurückweisen. „Spiegel“ Chefredakteur Klaus Brinkbäumer wiederum konstatierte für die Medien keine drastischen Glaubwürdigkeitskrise. Er plädierte dafür, sich trotz des Vorwurfs der Lügenpresse und der von ihm teilweise als erschreckend empfundenen Häme gegen Journalisten im Netz mit Kritik auseinanderzusetzen.<sup>51</sup>

Aufschlussreich in einer am 9. November 2015 erschienenen, einordnenden Chronologie der Ereignisse in der „Welt“ ist die Annahme, dass mediale Bilder (gesehene/vermittelte/zu vermeidende) das Handeln speziell auch der Kanzlerin bestimmt haben und gleichzeitig externe Reaktionen ausgelöst haben.<sup>52</sup> Dies war auch vorher bei Foristen zu lesen.

## Das Gefühl des Ausgeschlossen-Seins

---

<sup>47</sup> <http://www.rolandtichy.de/daili-es-sentials/merkel-im-zensur-rausch/>

<sup>48</sup> <http://www.spiegel.de/politik/deutschland/fluechtlinge-lager-in-die-innenstaedte-fleischhauer-a-1057515.html>

<sup>49</sup> <http://www.welt.de/debatte/henryk-m-broder/article147588559/Angela-Merkel-hat-die-Bodenhaftung-verloren.html>

<sup>50</sup> <http://www.tagesspiegel.de/politik/harald-martenstein-zur-fluechtlingsdebatte-moral-alleine-hilft-nicht/12193068.html>

<sup>51</sup> epd medien aktuell vom 3. November 2015

<sup>52</sup> <http://www.welt.de/politik/deutschland/article148588383/Herbst-der-Kanzlerin-Geschichte-eines-Staatsversagens.html>

Ein deutlicher Eindruck vermittelt sich im Querschnitt vieler Einlassungen, auch – wie dargestellt – vor der Flüchtlingskrise: Danach sieht sich eine Reihe von Bürgern mit ihren Alltagswahrnehmungen, ihren Einschätzungen und Beurteilungen zu wichtigen Politik- und Gesellschaftsbereichen bzw. –entscheidungen nicht wahrgenommen, sondern vielmehr – wegen ideologischer Vorprägung oder der privilegierten Lebensumstände des Großteils der politisch-medialen Eliten – ausgeschlossen oder vorschnell, reflexhaft und ungerechtfertigt negativ eingeordnet.<sup>53</sup> Dieses Empfinden und dieses Urteil ist auch im weiteren politisch-gesellschaftlichen Kontext zu sehen. So fasst der Jenaer Soziologe Hartmut Rosa im April 2015 einen darauf zielenden Befund so zusammen: „Die Resonanzachse zwischen der etablierten Politik und weiten Teilen der Bevölkerung ist gebrochen.“<sup>54</sup>

Aus dieser Perspektive scheint die allgemeine Glaubwürdigkeit der Medien (von unbestimmt großen Gruppen) unter Nutzern/Lesern weniger in Frage oder in Abrede gestellt, weil es grobe handwerkliche Fehler oder schwerwiegende Verfehlungen gibt – im weiten Spektrum von der Veröffentlichung gefälschter Hitler-Tagebücher durch den „stern“ bis zum „Kika“-Betrugsfall beim MDR –, sondern vorwiegend deshalb, weil viele Bürger wichtige Bereiche der Alltagswahrnehmung und politischer Handlungsfelder nicht ausreichend oder eher beschwichtigend/beschönigend/verharmlosend behandelt sehen. Daraus ergibt sich die als gravierend empfundene Kombination einer Repräsentanz-Lücke und einer Wahrnehmungs-Verengung in Verbindung mit methodischer Bewertungs-Verschiebung.

Der SPD-Vorsitzende Sigmar Gabriel hat in einem „stern“-Interview eine von der sächsischen Landeszentrale für politische Bildung arrangierten Diskussion mit Pegida-Demonstranten erläutert:

Eine „Verweigerung des Gesprächs“ und das „kollektive Draufhauen“ hätten die Proteste „erst angestachelt und größer gemacht“. Die

---

<sup>53</sup> Leserschrift bei Zeit Online: „ .....es geht um eine Weltwahrnehmung, die alles ausblendet, was nicht der eigenen Meinung entspricht.“  
 es auf den Punkt! Nur den Schuh können sich ebenfalls alle anziehen, die jeden, der auch nur ansatzweise auf die Gefahren, die aus dem Islam resultieren, hinweist, pauschal als nicht weltoffen, ausländerfeindlich, etc, etc. abstempeln. Das ist mindestens genauso stupide, als wenn Anhänger des Islams generell als gefährliche Islamisten bezeichnet werden, was aber, wenn man ehrlich ist und die Welt mit offenen Augen betrachtet, die Wenigsten tun, auch bei der Pegida nicht.“  
 in: <http://www.zeit.de/politik/deutschland/2015-01/pegida-oertel-bachmann-streit-kommentar>

<sup>54</sup> Hartmut Rosa, Fremd im eigenen Land?, FAZ, 20. April 2015

Probleme seien auch nicht erledigt, „bloß weil der Spuk auf den Straßen abnimmt.“ Der „Treibstoff“ der Menschen sei immer noch da: „Wut, Angst, Verunsicherung, mitunter auch Ausländerhass.“ Fast alle der Gesprächsteilnehmer eine das Gefühl: „Die Politik nimmt ihre Alltagsorgen nicht wahr. Keinen Satz habe ich dort öfter gehört als den: ‚Uns hört ja keiner zu!‘“ Weiter sagte Gabriel: „Das waren ganz normale Dresdner mit ihren Alltagsorgen ... Nur zwei Berufsgruppen denken schräg: Politiker und Journalisten“. Und fügte hinzu: „Die Welt, in der sich Politiker, Journalisten und Lobbyisten in Berlin bewegen, ist nicht die Welt, die die meisten Menschen erleben.“<sup>55</sup>

## Große Koalition und monolithische Blocks

Aus dem Journalismus selbst kommt, in verschiedenen Gradationen, an manchen Stellen ähnliche Kritik. So befindet der Medienwissenschaftler und Publizist Dietrich Leder: „Die klassischen Massenmedien scheinen auf viele Menschen wie ein monolithischer Block zu wirken, der zu bestimmten Themen und Problemen eine Art von Einheitsmeinung verbreitet und Widersprüche nicht zulässt.“<sup>56</sup>

Dieser noch in Detailuntersuchungen zu verifizierende „Eindruck“ verdanke sich auch der Tatsache, dass die Große Koalition Konflikte und Probleme im kleinen Kreis eher rhetorisch verkleinere und verkleistere, statt sie zu lösen oder offen auszutragen. Die Massenmedien – die sich in ihren Meinungsbereichen grob nach den großen politischen Fraktionen sortierten – bildeten auf dieser Grundlage ebenfalls eine Art großer Koalition, welche die Oppositionsparteien nur am Rande behandle. Zudem seien beispielsweise bedeutende Nachrichtenredaktionen wie bei „Tagesschau“ und „heute“ stets dem gefolgt, was der Politikbetrieb vorgegeben habe, einschließlich vieler Inszenierungen.

Der frühere „Spiegel“-Chefredakteur Georg Mascolo hat 2013 in einem „Cicero“-Beitrag eine zu konformistische Haltung im Journalismus eingeräumt: „Wagemut statt Bravheit ist gefragt, die über Jahrzehnte eingeübte Routine – das haben wir doch schon immer so gemacht – ist dabei der größte Feind... Wir Journalisten müssen uns der Gleichförmigkeit der Meinung entziehen. Weniger Hype und mehr Recherche sind notwendig.“

---

<sup>55</sup> Interview in „stern“ 7/2015, 5. Februar 2015

<sup>56</sup> „grimme“, 2015

„Zeit“-Chefredakteur Giovanni di Lorenzo hat noch ein Jahr früher eine Konformitäts-Haltung als eine Ursache für nachlassende Relevanz auch der Qualitätszeitungen kritisiert:

„Allerdings ist das gedruckte Medium überhaupt nicht am Ende, es muss sich nur immer wieder öffnen für jene, die es erreichen will. Es darf sein Relevanzversprechen nicht brechen durch eine permanente Skandalisierung des politischen Lebens oder eine auf Dauer abstoßende Konformität der Meinungen.“<sup>57</sup> An anderer Stelle stellte er fest – bei grundlegendem Lob für eine weltweit in Sache Vielfalt und Qualität führende deutsche Medienlandschaft – : „... ich beobachte in den deutschen Medien schon seit einiger Zeit einen besorgniserregenden Hang zum Gleichklang. (...) Das Merkwürdige ist, dass der Konformitätsdruck nicht von mächtigen Medienunternehmern, Regierungschefs oder anderen finsternen Mächten ausgeübt wird. Vielmehr kommt er aus unserer eigenen Mitte, er geht von uns Journalisten aus, zum Teil auch von Lesern und Zuschauern.“<sup>58</sup>

Einen Manipulationsvorwurf hinsichtlich einer systematischen Sedierung hat auch der Philosoph Jürgen Habermas formuliert: „Zur postdemokratischen Einschläferung der Öffentlichkeit trägt auch der Gestaltwandel der Presse zu einem betreuenden Journalismus bei, der sich Arm in Arm mit der politischen Klasse um das Wohlbefinden von Kunden kümmert.“<sup>59</sup>

Belastend für Vertrauen und Glaubwürdigkeit in die Medien – gerade wenn sie teilweise als Verbundsystem mit der Politik gesehen werden – ist sicher auch, speziell seit der Finanz-, Euro- und Griechenland-Krise, dann der Flüchtlingskrise –, dass von politischer Seite die Vertragsbrüche und Rechtsbeugungen innerhalb des Euro-Raums ebenso hingenommen oder befördert wurden wie die Auflösung des Verursacher- und Verantwortungsprinzips bei den Banken.

Dies hat, das zeigen die Foren ebenfalls, viel Vertrauen in die institutionelle Ausgestaltung vernünftigen und gerechten politischen Handelns zerstört, ebenso wie die internen Konflikte und die Problemzonen anderer Institutionen. Eine solche Aushöhlung von Vertrauen schlägt, dies eine begründete Annahme, auch zurück auf das

---

<sup>57</sup> <http://www.zeit.de/2012/48/01-Medien-Zeitung-Selbstdemontage>

<sup>58</sup> <http://meedia.de/2015/05/13/vierte-gewalt-oder-fiese-gewalt-zeit-chef-di-lorenzo-ueber-empoeerung-als-geschaeftsgrundlage/>

<sup>59</sup> <http://www.sueddeutsche.de/wirtschaft/europa-sand-im-getriebe-1.2532119>

Vertrauen in die medialen Institutionen, welche in der Bedeutung und Funktionsweise eng mit den politischen Akteuren verbunden sind.

Dies zeigt sich auch an weniger exponierten Stellen. In einer Online-Zuschrift an den „Tagesspiegel“ kritisiert ein Leser, dass beim Themenfeld der von Grünen programmlich geförderten Pädophilie sich die taz, die damals dafür ein positives öffentliches Forum geschaffen habe, sich heute diesem Sachverhalt nicht hinreichend oder eher manipulativ stelle.<sup>60</sup>

Sehr kritisch mit den Leistungen vieler Journalisten an allen Stellen des Mediensystems hat sich frühere Leiter der ZDF-Nachrichtenredaktion und spätere Intendant des Senders Freies Berlin, Günther von Lojewski, auseinandergesetzt. Zu seinen Hauptvorwürfen gehört auch eine Usurpation von Machtansprüchen, eine leerlaufende Skandalisierung und eine weitgehend mangelnde Selbstreflexion und Selbstkritik.<sup>61</sup>

## Paradox: Explodierende Vielfalt, thematische Verengung im Mainstream

Der erfahrene Publizist Tom Schimmeck – der 2010 in seinem Buch „Am besten nichts Neues“ mit den großen Publikationen Deutschlands scharf ins Gericht gegangen war, weil sie in vielem einem Hang zur Herdenbildung folgten<sup>62</sup> – hat in einer Kritik („warum immer mehr Medienkanäle immer mehr Einfalt produzieren“) eine These zugespitzt. Danach seien wir per Internet mit aller Welt verbunden und verfügten über ein „explodierende Vielfalt medialer Abspielstätten – und erleben trotzdem – oder gerade deshalb? – eine thematische Verengung.“<sup>63</sup>

Zu den Hauptgründen zählt er die begrenzte Wahrnehmungsfähigkeit in einer Welt, in der neben Print, Radio und Fernsehen „heute tausend Online-Publikationen, Podcasts und vor allem ‚soziale‘ Medien nonstop um unsere zunehmend flüchtige Aufmerksamkeit“ buhlten. Dabei könne man auf „großen Journalismus“ stoßen und mehr erfahren denn je. Der

---

<sup>60</sup> Tagesspiegel, 26. Mai 2015

<sup>61</sup> Macht ohne Mandat. Neun Hauptsätze zum Journalismus, in: epd medien 20/2012

<sup>62</sup> vgl. Rezension von Willi Winkler in Süddeutsche Zeitung, 6. April 2010, „Ein überspannter Spreebogen“; vgl. auch Uwe Krüger, Meinungsmacht. Der Einfluss von Eliten auf Leitmedien und Alpha-Journalisten – eine kritische Netzwerkanalyse, Reihe des Instituts für Praktische Journalismus- und Kommunikationsforschung, 2013

<sup>63</sup> „grimme“, 2015



Medienmainstream aber verenge sich „auf jene wenigen Top-News, die von allen gedruckt, gesendet, geteilt und ge'like't werden.“

Bei der Auslandsberichterstattung verstärkte die ökonomische Krise der Medien ihre krisenzentrierte Weltsicht, weil aus Kostengründen Zeit und Kompetenz bei der Berichterstattung schwänden. Schließlich seien Nachrichten „mehr denn je eine Ware“, die in der Konkurrenz mit anderen Themen und Formaten unterlägen. Akute Krisen, Kriege und Katastrophen garantierten dann Aufregung und Interesse.

Der bereits zitierte Dietrich Leder verbindet seine Kritik an konformistischer Einengung herkömmlicher Medien mit der Beobachtung, dass sich gerade etablierte Institutionen gegenüber der neuen Art von Kritik, wie sie sich vor allem im Internet ausgebildet habe und dabei erstmals mit dem Material der zu kritisierenden Gegenstände argumentiere, mit einer Wagenburg-Mentalität wappneten – sei es aus Glauben an die eigene Unfehlbarkeit, sei es als Reaktion auf empfundenen Druck und daraus folgendem Freund/Feind-Denken.

Aufschlussreich bei Fragen zur Glaubwürdigkeit und dabei auftretenden unerwarteten Differenzen ist eine Studie zur „Mediennutzung und Medienkompetenz in jungen Lebenswelten“.<sup>64</sup> Sie ist deshalb von besonderer Bedeutung, weil in der Altersgruppe der 14- bis 29jährigen die allgemein vorhersagbare hochdifferenzierte und vielfältige Mediennutzung schon zum Alltag gehört.

In einer Rangliste bei der Frage nach glaubwürdigen oder sehr glaubwürdigen Medien belegt dort die örtliche Tageszeitung mit 80 Prozent den ersten Platz, es folgen die öffentlich-rechtlichen Fernsehprogramme und Radioprogramme mit 78 bzw. 77 Prozent, die Nachrichtenseiten im Internet mit 72 Prozent, private Radio- und Fernsehprogramme mit 57 und 52 Prozent, Magazine und Zeitschriften mit 52 Prozent.

Die Autoren der auf einer repräsentativen Online-Befragung beruhenden Studie (beteiligt u.a.: Sinus Institut und SWR Medienforschung/Programmstrategie) verweisen darauf, dass die Bewertungen von Glaubwürdigkeit von der differenzierten, multikanaligen Nutzung mit an der Spitze stehenden Online-Zugängen abweichen. Sie kommen zu dem Schluss:

„Ganz offensichtlich existiert im Falle der Tageszeitungen und des

---

<sup>64</sup> Media Perspektiven 4/2014, S. 195 ff

öffentlich-rechtlichen Fernsehens eine deutliche Trennung zwischen der Häufigkeit in der Nutzung im Alltag einerseits und der prinzipiellen Glaubwürdigkeit und dem entgegengebrachten Vertrauen andererseits.“ Diese Aussage – die eine Praxiskluft konstatiert, welche sich in der Medienrealität negativ auswirkt – ist von Bedeutung gerade für die strategische Ausrichtung der öffentlich-rechtlichen Systeme.

Auch wenn die Mediensysteme nicht direkt vergleichbar sind, lassen sich doch Rückschlüsse ziehen: Mit zunehmender Nutzung und Gewöhnung an neue Medienformen entsteht auch eine zunehmende Nähe, welche beim Aufnehmen, Einordnen und Bewerten der Informationen aus verschiedenartigen Quellen hilfreich ist und zum Aufbau neuer Vertrauensverhältnisse führen kann.

In einer Debatte französischer Print-Journalisten über die Glaubwürdigkeit des Journalismus und der Medien<sup>65</sup> zählte zu den zentralen Argumenten, dass die Rolle des Journalisten als Garant von reflektierender Bearbeitung und Glaubwürdigkeit aufgrund zunehmender kommerzieller Verwertungs- und Renditeprozesse der Medienkonzerne in Gefahr sei und zunehmend prekäre Arbeitsverhältnisse die Funktion einer qualitätsvollen Berichterstattung bedrängten. Das Netz wiederum erlaube zwar eine neue individuelle Ausdrucksfreiheit, doch seien der Wahrheitsgehalt und die Relevanz der Informationen auf allen Seiten – natürlich auch bei den Nutzern – nur schwer überprüfbar.

Auf einer diesjährigen Tagung zum Online-Journalismus hat der Produzent (und Journalist) Friedrich Küppersbusch die Netz-Möglichkeiten als eine Chance für individuelle Berichterstattung positiv bewertet.<sup>66</sup> Gegenüber etablierten Medien habe es „schon immer ein großes Misstrauen“ gegeben. Über die neuen Internet-Möglichkeiten mit Recherche-Zugängen seien die Zuschauer „ertüchtigt“ worden: „Die Menschen können uns Journalisten nun auf die Schliche kommen. Das war lange überfällig.“ Küppersbusch kritisierte, dass sich bei den öffentlich-rechtlichen Medien der politische Diskurs auf einen „parteilichen Diskurs“ verkürzt habe. Als wünschenswert nannte er eine gesellschaftlich organisierte Plattform im Internet, um einen Austausch von Ideen zu ermöglichen.

## Anregungen, Empfehlungen und Handlungsoptionen

---

<sup>65</sup> <http://www.media-web.fr/les-journalistes-et-les-medias-sont-ils-encore-credibles-24-36-350.html>

<sup>66</sup> TV-Produzent: Internet macht Journalisten unabhängiger, in: epd medien 15/2015

Ausgehend von einem an vielen öffentlichen Äußerungen (Publikationen, Leser- und Nutzerforen) sich abzeichnenden Vertrauensverlust, einer pauschalisierenden Generalkritik an den Medien und damit einhergehend auch einer ‚atmosphärischen‘ Legitimationskrise des öffentlich-rechtlichen Rundfunks, lassen sich – *fokussiert auf diese Grundinstitution des öffentlichen Diskurses* – Reflexions- und Handlungsoptionen identifizieren, welche ein Gegensteuern ermöglichen und die Glaubwürdigkeit sowohl der Angebote als auch des steuernden Handelns erhöhen. Die Optionen sind sowohl in den einzelnen Sendern/Medienhäusern als auch im Verbund dieser Einheiten zu realisieren.

Die Grundkonstellation kann dabei nur sein, sich als *integriertes und integrierendes Medienhaus* zu verstehen und aufzubauen, das neben dem ‚klassischen‘ linearen Programmangebot in allen Bereichen hochqualifizierte Angebote mit individuellen Nutzungsmöglichkeiten bereitstellt. Ermöglicht werden sollte auf allen Ebenen und in allen Sektoren eine enge Rückkoppelung an das Publikum.

Im Informationsbereich ist *größtmögliche Offenheit* für alle Gegenstände, Problemzonen, gesellschaftliche Formationen notwendig: eine *Multi-Perspektive jenseits des Mainstream*, die den Verdacht von Voreingenommenheit und Grundanpassung vermindern soll und kann. Dies gilt für alle Bereiche und alle Formate. Jederzeit ist zu überlegen und redaktionell zu entscheiden, wie dem Verdacht vorzubeugen ist, nur das übliche Verdächtige von und mit den üblichen Verdächtigen zu be-/verhandeln und dabei das übliche Meinungsspektrum im Sinne einer einschränkenden Politischen Korrektheit zu bedienen.

Diese Offenheit sollte auch in Formaten sichtbar werden, welche klar erkennbar auch Gegenläufiges vorstellen. Dazu gehört beispielsweise ein *institutionalisiertes Pro & Contra* (wie bei einer früheren Sendung des damaligen Süddeutschen Rundfunks).<sup>67</sup>

Zu Informationssendungen sollte es regelmäßige *Sektoren für Korrekturen* geben. Das Instrument eines *differenzierten Faktenchecks* ist in möglichst vielen Bereichen einzusetzen, das Netz erleichtert diesen Einsatz. Verdeutlicht wird so, dass sorgfältige und umfassende Recherche zu den Grundeigenschaften eines gesellschaftsdienlichen

---

<sup>67</sup> <http://www.mesdebats.com/medias-tech/276-le-fact-checking-peut-il-restaurer-la-credibilite-des-medias>

Mediums gehört, dass aber das Feststellen von Fehlern (die nie auszuschließen sind) ebenso selbstverständlich ist. Gerade diese *Relativierung durch Korrektur* erhöht eigene Glaubwürdigkeit.

Es sollte nach dem Vorbild einer alten BBC-Einrichtung in allen Medienformen ein *Right to Reply* geben – als prominente Plattform für das Publikum, ganz gezielt auf vorherige Sendungen/Inhalte kritisch einzugehen. Solche Foren gingen über die bisherigen Formen der Meinungsäußerung von außen hinaus. Es wäre ein Art *öffentliches Zuhören und Debattieren*, ohne dass jemals der Verdacht einer Einbeziehung des Publikums als Staffage oder als handverlesenes Pseudo-Organ aufkommen dürfte.

Es muss ein *klares Bekenntnis zu seriösen und in sich differenzierten Bearbeitungs- und Darstellungsformen* gerade im Informationsbereich geben. Dies dient der Unterscheidbarkeit und Kenntlichkeit. Ständig ist zu prüfen, wie journalistische Qualität kenntlich gemacht werden kann für ein Publikum, das die Kriterien und Instrumente eher unterschwellig wahrnimmt.

*Konzentration und Entschleunigung* sind Grundmittel, um im Programm als Ganzem und mit den einzelnen Programmteilen im Besonderen sich von einer hektisch gepolten Konkurrenz abzusetzen. Im Interesse des speziellen Gesellschaftsauftrags müssen dabei auch *Quotenverluste in Kauf genommen* werden. Der Gewinn an innerer und äußerer Glaubwürdigkeit wiegt dies auf, langfristig tragen eine solche Besinnung und Konzentration auf die eigene Stärke und *die Betonung des Nicht-Marktgesteuerten* ganz wesentlich dazu bei, die Legitimation zu stärken.

Ohnehin kann die *Quote* im öffentlich-rechtlichen Grundverständnis nur ein *Indikator für quantitatives/zahlenmäßiges Interesse* sein, aber kein alleiniger Gradmesser für Erfolg. Hier ist immer nach Zielen und Beziehungen zu fragen, nach den angelegten Qualitätsmaßstäben und nach den absoluten Zahlen der gewünschten/erreichbaren und tatsächlich erreichten Zuschauergruppen. Die Kategorie Marktanteil – einst von RTL eingeführt, um bei geringen absoluten Zuschauerzahlen Erfolg vorzugaukeln – sollte stärker relativiert werden.

*Unvoreingenommene kritische Reflexion* und darauf basierende *undogmatische Revision* bei der Programm-Mischung und der Proportionen der vier im Grundversorgungsauftrag beschriebenen Hauptbereiche müssen Dauerthema sein. Dies gilt folglich auch für die Budget-Segmente. Kaum ein Argument taucht bei der Kritik am öffentlich-rechtlichen Programm häufiger auf, als dass der Sport, speziell

der Fußball, übergebührllich das Programm dominiere und die höchsten Finanzmittel auf Kosten und zu Lasten anderer Segmente beanspruche.

*Größtmögliche Transparenz beim Einsatz der Finanzmittel*, auch in direkter, aktiver Kommunikation mit dem Publikum (Mittel beispielsweise: punktuelle Erläuterungen, einfach nachzuvollziehende Darstellungen) sind ein Mittel gegen festsitzende Vorurteile. In nahezu allen Foren mit kritischen Einwänden werden die „Zwangsgebühren“ kritisiert, verbunden mit zumeist völlig falschen Einschätzungen von Ausgaben für Einzelbereiche. Hier ist aufzuklären und gegenzusteuern: nicht aus einer Verteidigungshaltung heraus, sondern mit guter und klarer Begründung – überzeugend aus innerer Notwendigkeit und aus klar beschriebener Zielsetzung.

Solche *Transparenz-Vermittlung* – klar und verständlich, anschaulich und in sinnfälliger Einordnung sowie mit deutlichen Bezügen und Vergleichen – ist ein wesentliches Mittel, um das Grundziel von Glaubwürdigkeit zu verkörpern und im Bewusstsein des Publikums – des „Gläubigers“ aller Programmanstrengungen – zu verankern.

*Verstärkte Markenbildung im Netz* und ebenso verstärkte Verzahnung der Netzangebote mit den Formaten im linearen Programm intensivieren eine positive Identifikation. Je intensiver alle Einzelangebote als Teile eines Ganzen wahrgenommen werden können, umso stärker wird dies zu einem positiven „Markenbild“ der Gesamtinstitution beitragen.

Wie stark Glaubwürdigkeit auch an ein *kumuliertes Markenbild* geknüpft ist, zeigt eine Studie zur Bewertung von Fernsehnachrichten<sup>68</sup>. Dort wird die „Tagesschau“ von der Hälfte der Befragten als Sendung bezeichnet, der sie bei unterschiedlicher Darstellung eines selben Ereignisses „am ehesten glauben“ würden. Die zweitgenannte „heute“-Sendung kommt lediglich auf 18 Prozent. In einer Studie der ARD-Tochtergesellschaft ASS<sup>69</sup> schätzen die Befragten die Glaubwürdigkeit der Hauptprogramme *Das Erste* und *ZDF* nahezu gleichrangig ein (70 bzw. 67 Prozent). Das ist ein Hinweis darauf, wie wichtig *erlebte Konstanz* für die Ausbildung und damit für den Wert einer Marke sind.

Was bedeutet: Besonders wertvoll ist ein Markenbild, dessen ihm zugeschriebener Wert durch die laufende Erfahrung gesteigert wird und damit zu einem *Reputationsgewinn der Gesamtinstitution* führt, ebenso

---

<sup>68</sup> Die Informationsqualität der Fernsehnachrichten aus Zuschauersicht, in: Media Perspektiven 6/2013

<sup>69</sup> Befragung zu Image und Programmqualität der Fernsehsender. ARD-Trend 2014

wie zur *Akkumulation von Vertrauenskapital* und damit auch von Glaubwürdigkeit. Insgesamt geht es um Integrität, Wahrhaftigkeit und Identität.

Wenn dies als zentrale Zielsetzung bejaht wird, sollten wesentliche strategische Überlegungen darauf konzentriert werden, in welcher Form sich die Markenbildung – auf alle Erscheinungen eines Medienhauses bezogen, von den Inhalten bis zu übergeordneten Programm-Zusammenhängen und Plattform-Konstellationen und schließlich bis zur Dachmarke selbst – intensivieren und durchsetzen lässt. Dies muss auf allen Ebenen und für alle Teile gelten, ohne Dominanzanspruch oder kontraproduktive Hierarchisierungen in den Häusern oder auch im ARD-Verbund.

Bei allem verständlichen Wunsch, über verlässliche Qualität und konstant anzustrebende Glaubwürdigkeit eine enge Bindung des (immer auch disparaten) Publikums an die eigenen Inhalte zu schaffen, sollte eines nie vergessen werden: Zur Mediennutzung gehört immer auch *kritische Distanz*, genau so wie bei der Medienarbeit selbst (was Passion nie ausschließt).

Deshalb seien — formatsprengend und über alle Medienformen hinweg – ein Aphorismus von Georg Christoph Lichtenberg und ein Gedicht von Horst Bienek als Schlusspunkte gesetzt:

Zunächst der Aphorismus:

"Die gefährlichsten Unwahrheiten sind Wahrheiten, mäßig entstellt."  
(Lichtenberg, Vermischte Schriften I, 3)

Jetzt das Gedicht von Horst Bienek:

### **Anweisung für Zeitungsleser**

I

Prüft jedes Wort  
prüft jede Zeile  
vergesst niemals  
man kann  
mit einem Satz  
auch den Gegen-Satz ausdrücken

II

Misstraut den Überschriften  
 den fett gedruckten  
 sie verbergen das Wichtigste  
 misstraut den Leitartikeln  
 den Inseraten  
 den Kurstabellen  
 den Leserbriefen  
 und den Interviews am Wochenende  
 Auch die Umfragen der Meinungsforscher  
 sind manipuliert  
 die Vermischten Nachrichten  
 von findigen Redakteuren erdacht  
 Misstraut dem Feuilleton  
 den Theaterkritiken Die Bücher  
 sind meist besser als ihre Rezensenten  
 lest das was sie verschwiegen haben  
 Misstraut auch den Dichtern  
 bei ihnen hört sich alles  
 schöner an auch zeitloser  
 aber es ist nicht wahrer nicht gerechter

### III

Übernehmt nichts  
 ohne es geprüft zu haben  
 nicht die Wörter und nicht die Dinge  
 nicht die Rechnung und nicht das Fahrrad  
 nicht die Milch und nicht die Traube  
 nicht den Regen und nicht die Sätze  
 fasst es an schmeckt es dreht es nach allen Seiten  
 nehmt es wie eine Münze zwischen die Zähne  
 hält es stand? taugt es? seid ihr zufrieden?

### IV

Ist Feuer noch Feuer und Laub noch Laub  
 ist Flugzeug Flugzeug und Aufstand Aufstand  
 ist eine Rose noch eine Rose noch eine Rose?  
 Hört nicht auf  
 euren Zeitungen zu misstrauen  
 auch wenn die Redakteure  
 oder Regierungen wechseln.

Uwe Kammann  
Frankfurt am Main, 10. November 2015