

Faksimile

Aargauer Zeitung Medien

«Da hat die SVP nicht unrecht»

Die Probleme der Personenfreizügigkeit werden totgeschwiegen, sagt Medienkritiker Kurt Imhof

Christof Moser

Seine Kritik wirft hohe Wellen: Soziologe Kurt Imhof über die berechtigten Medienschelten der Parteien im Wahlkampf und Aushöhlung der Demokratie durch Kommerz-Journalismus.

Herr Imhof, wird das Wahljahr 2011 für die politische Berichterstattung in den Medien ein guter Jahrgang?

Kurt Imhof: Wie auch schon 2010 ist das laufende Jahr geprägt von internationalen Krisen. Die Folge ist, dass die aussenpolitische Berichterstattung zwangsläufig zunimmt, ohne dass allerdings auf den meisten Redaktionen in diesem Bereich noch genügend Ressourcen vorhanden wären. Das schlägt sich in allen Mediengattungen auf die Qualität nieder und hat auch Einfluss auf die Politik. Die Welt ausserhalb der Schweiz besteht in Gratiszeitungen, Boulevard-Titeln und privaten TV-Sendern nur noch aus Katastrophen, Affären und Krieg.

Internationale Krisen dominieren auch den Wahlkampf. Mit welchem Effekt?

Im Unterschied zum Wahljahr 2007 hat keine Partei mit ihren Wahlkampfthemen punkten können. Selbst der SVP gelingt dies kaum, obwohl sie wieder mit Abstand am meisten Geld in den Wahlkampf steckt. Bedrohungen aus dem Ausland – also der Angriff auf das Bankgeheimnis, Fukushima, das Franken-Problem, die UBS-Betrugsaffäre und die Gefahr einer Rezession – haben die politische Berichterstattung geprägt und die Kampagnen der Parteien zerhackt. Die Parteien mussten zu Themen Stellung nehmen, auf die sie nicht vorbereitet waren. Das hat sie komplett überfordert.

Ist dies der Grund, warum selbst der SVP-Wahlkampf trotz viel Geld keine Durchschlagskraft entwickelt?

Die internationalen Krisen haben auch der SVP einen Strich durch die Rechnung gemacht. Gezähmt wird die SVP aber auch durch den beabsichtigten Sturm auf den Ständerat, der die Partei zu einem weniger provokativen Wahlkampf zwingt. Zudem haben sich die Provokationen etwas abgenutzt, es ist ein gewisser Gewöhnungseffekt feststellbar. Die SVP hat in den letzten Jahren die redaktionellen Inhalte dominiert, weil Provokationen automatisch Medienaufmerksamkeit generiert haben. Hier besteht übrigens eine Korrelation zwischen Gratismedien und Rechtspopulismus: Überall dort, wo die Medienqualität gesunken ist und Gratismedien dominieren, sind rechtspopulistische Parteien erstarkt, die «das Volk» gegen die Elite und das Fremde mobilisieren.

Ist das eine Behauptung oder wissenschaftlich untermauert?

Die Korrelation zwischen Gratismedien und Populismus ist gross, wissenschaftlich erhärten lässt sich dieser Zusammenhang bislang nicht. Wir planen jedoch, dies zu untersuchen. Die Vernunft sagt einem, dass ein Zusammenhang besteht. In Gratis- und Boulevardzeitungen dominert der moralisch-emotionale und episodische Journalismus, in dem der Wettbewerb der besseren Argumente kaum mehr eine Chance hat. In Gratis-zeitungen beträgt die Einordnung von Themen, also der Kernaufgabe des Journalismus, gerade mal noch 5,3 Prozent der auf der Frontseite angerissenen Berichterstattung.

Fast alle Parteien holten im Wahlkampf zu einer Medienschelte aus. CVP-Chef Christophe Darbellay wirft den Medien vor, sie würden nur noch Extrempositionen berücksichtigen. Hat er recht?

Diese Kritik ist berechtigt. Die PR-Fähigkeiten, der Wille zu provozieren und vor allem die finanziellen

Ressourcen der SP liegen zwar weit hinter der SVP zurück, trotzdem kommt die SP als Gegenpol fast so häufig in den Medien vor wie die SVP. Und die Mitteparteien krachen weg, obwohl sie im demokratischen Gefüge eine zentrale Rolle spielen.

Die FDP klagt, sie werde nur noch als Bankenpartei wahrgenommen, habe mit Vorurteilen zu kämpfen, die sich in den Medien festgesetzt hätten. Ist diese Klage berechtigt?

Durchaus. Die FDP ist Opfer einer Entwicklung, die international zu beobachten ist und sich «Horse Race Journalism» nennt, also Pferderennen-Journalismus. Die Medien beurteilen nur noch den Auftritt einer Partei, nicht mehr ihre Inhalte. Diese Medientechnik, die sich auch in den USA oder in Frankreich durchgesetzt hat, kann dazu führen, dass Verliererparteien schon am Anfang eines Wahlkampfes feststehen. Diesen Deutungsrahmen kann eine Partei fast nicht mehr durchbrechen – ausser sie setzt gezielt auf Personalisierung.

Wie die CVP, die sich dank dem Leuthard-Effekt wieder stabilisiert hat?

Exakt. Die CVP steckte ebenfalls in einer Abwärtsspirale, bis Doris Leuthard Bundesrätin wurde und den Trend kehrte. Auf dieser Basis konnte sich die CVP mit einer aktiven Mittepolitik stabilisieren, während der Freisinn weiter in der Defensive blieb und sich nach allen Seiten abgrenzte – bis hin zum Verzicht auf Listenverbindungen in diesen Wahlen. Das Resultat ist eine selbsterfüllende Prophezeiung: Die FDP hat ein Verlierer-Image, isoliert sich – und verliert dann auch tatsächlich.

Die SP kritisiert, dass nur Schlagworte aus ihrem Parteiprogramm thematisiert wurden, ohne inhaltliche Auseinandersetzung. Sehen Sie das auch so?

Der Vorwurf ist nicht falsch, wobei die SP daran nicht unschuldig ist. Sie hat sich aus Gründen des innerparteilichen Zusammenhalts durch die Aufrechterhaltung politischer Utopien freiwillig den politischen Gegnern und den Medien ausgeliefert. Die Medien haben zusammen mit den politischen Gegnern das Deutungsmuster der Ewiggestrigen repetiert, die den Kapitalismus abschaffen wollen. Damit hat die SP maximale Negativ-Resonanz erreicht.

Die SVP sagt, ihre Themen würden totgeschwiegen, Blocher sprach gar von einer «Gleichschaltung» der Medien. Wie bewerten Sie diesen Vorwurf?

Von Gleichschaltung und Totschweigen kann sicher keine Rede sein. Die SVP kann ihre Themen über intensive Werbung und Provokationen ausgezeichnet lancieren. Was im aktuellen Wahlkampf die Resonanz der SVP vermindert, ist die Entscheidung der anderen Parteien, auf die SVP-Kampagne nicht mehr zu reagieren. Weil die anderen Parteien gelernt haben, dass jede Reaktion auf Provokationen die Resonanz für die SVP verstärkt, verhalten sie sich jetzt passiv. Das hat allerdings auch zur Folge, dass den Problembeschreibungen der SVP kaum noch widersprochen wird.

Zeigt die Personenfreizügigkeit, über die höchstens episodisch kritisch berichtet wird, nicht auch eine andere Wahrheit: dass die SVP mit ihrem Vorwurf eines Schweigekartells recht hat?

Da hat die SVP tatsächlich nicht ganz unrecht: Die Probleme der Personenfreizügigkeit werden verschwiegen. Davon sind aber in erster Linie die Gewerkschaften betroffen. Sie stiessen mit ihrer Kritik am wenigsten auf Resonanz und gehören jetzt im Wahlkampf zu jenem politischen Lager, das befürchtet, mit der Thematisierung der Probleme nur der SVP in die Hände zu spielen, obwohl die Probleme gerade im Bereich Lohndumping offensichtlich sind.

Warum werden diese Probleme im Medienmainstream tabuisiert?

Man kann von einer strategischen Feigheit sprechen. Die Wirtschaftselite, aber auch FDP, CVP und die SP haben Angst, kommende Abstimmungen zu diesem Thema zu verlieren, wenn sie die Probleme der Personenfreizügigkeit thematisieren. Sie stecken in der Falle einer kampagnenhörigen Politik, der es um Deutungsmacht in den qualitätsschwachen Medien mit der höchsten Verbreitung geht. Hier stossen wir

zu einem Kern der Demokratiegefährdung vor, die vom Mediensystem ausgeht: Die Medien tragen paradoxerweise eine hohe Mitverantwortung für das Verschweigen von Problemen.

Inwiefern?

Die politischen Akteure getrauen sich nicht mehr, eine differenzierte Debatte anzustossen, weil sie permanent auf die mediale Resonanz achten müssen, die von sofortiger Skandalisierung geprägt ist. Schattenseiten von politischen Entscheidungen werden nicht mehr thematisiert, es existieren im öffentlichen Raum keine differenzierten Abwägungen mehr, die einst die politischen Prozesse der Schweiz als direkte Demokratie ausgezeichnet haben. Die Verdünnung der Debatten zeigt exemplarisch das Versagen des Zusammenspiels zwischen Politik und Medien. Der Medienpopulismus fördert den politischen Populismus und höhlt die Demokratie aus.

Und daran sind Gratisblätter schuld?

Die Speerspitze des Medienpopulismus sind Gratiszeitungen und das Privat-TV, während die qualitativ stärkeren Abonnementszeitungen an Terrain und Ressourcen verlieren. Gratiszeitungen funktionieren wie Online-Medien auf Papier, haben aber noch ein zusätzliches Problem: Durch ihre hohen Reichweiten tragen sie eine besonders grosse Verantwortung für den demokratischen Prozess, nehmen diese Verantwortung aber am wenigsten wahr. Auch Online-Medien sind stark von Ereignissen getrieben, ohne dass diese Ereignisse für die Leser eingeordnet werden.

Was werfen Sie den Verlegern vor?

Einige denken so kurzfristig wie die Finanzbranche. Gratis-Inhalte eliminieren die Medienkunden von morgen, auch wenn Gratiszeitungen im Moment noch Cash-Cows sind. Wichtigster Grund für die Qualitätsverschlechterung der Medien sind fehlende Ressourcen, also der Einbruch der Werbeeinnahmen. Die Tageszeitungen als wichtigste Träger der politischen Debatte haben seit 2000 die Hälfte ihrer Werbeeinnahmen verloren. Wäre das der Finanzbranche passiert, wäre die Besorgnis darüber in der Öffentlichkeit gross. Weil die Verleger tun, als hätten schwindende Ressourcen keinen Einfluss auf die Qualität, wird dieser Ressourcenschwund in der Öffentlichkeit hingegenommen. Und dies, obwohl die Medien der wichtigste Service public sind – noch vor der Bahn, der Bildung oder dem Gesundheitswesen.

Messen Sie den Medien nicht zu viel gesellschaftliche Bedeutung zu?

Funktionierende Medien sind die Voraussetzung dafür, dass im öffentlichen Raum überhaupt über zivilisatorische Errungenschaften wie den Service public debattiert werden kann. Die werbeabhängige Kommerzialisierung der Medien kehrt den aufklärerischen Prozess um. Ökonomie ohne Normen bedeutet in letzter Instanz Barbarei. Die Frage ist: Wollen wir das?

«**Wo die Medienqualität gesunken ist, sind rechtspopulistische Parteien erstarkt.**»

«**Die Medien tragen eine Mitverantwortung für das Verschweigen von Problemen.**»