

CAPITAL 10/2001
Die Wahrheit, bitte!

Geht es Ihnen auch immer wieder so? Sie lesen über ein Unternehmen, das Sie gut kennen, oder über eine Branche, in der Sie sich zu Hause fühlen, und sagen sich, das kann doch wohl nicht wahr sein. Fehler über Fehler, Fehleinschätzung neben Fehleinschätzung. Okay, hier kennen Sie sich aus, deshalb können Sie all das korrekt einordnen und die paar Neuigkeiten aufnehmen. Aber was ist mit all den Berichten über Gebiete, auf denen wir uns auf die Qualität der Recherche verlassen müssen?

Sehen wir mal kritisch in unser Hirn, den ohnehin vor Daten überlaufenden Festspeicher. Wetten, dass mehr als die Hälfte der darin befindlichen Informationen aus Medien stammen und nicht aus eigener Erfahrung und Anschauung? Und wie viele Werturteile und praktische Konsequenzen erlauben wir uns auf der Grundlage dieser Datenbasis!

Angesichts unseres demokratischen Systems, das jeden Bürger und jede Bürgerin mitentscheiden lässt, und angesichts einer radikalen Globalisierung vieler wichtiger Vorgänge sind wir mehr denn je darauf angewiesen, dass die Faktenlage in unseren Köpfen über die Lage der Nation und der Welt stimmt. Die Medien sind unser Fenster zur Welt – und das darf bitte nicht verschmiert oder verzerrend sein! Wir brauchen Wahrheit, und die entsteht nicht von selbst. Dafür bedarf es eines klaren und ehrlichen Charakters, starker Persönlichkeit, innerer Unabhängigkeit und genug des Freiraumes und der Zeit für die Recherche.

Diesen Anspruch müssen wir Bürger und Entscheidungsträger an unsere Zeitungen, Zeitschriften, Radiosender und Fernsehkanäle stellen können, auch wenn wir uns als wirtschaftlich Denkende der Tatsache bewusst sind, dass Papier nur verkauft wird, wenn die Texte und Bilder darauf attraktiv sind, und Werbeblöcke nur gebucht werden, wenn die Zuschauer millionenfach an den Sendungen dazwischen kleben bleiben.

Warum ich all das hier so deutlich sage? Weil mir im vergangenen Jahr zu vieles negativ auffiel an den bundesdeutschen Medien, das in eine diametral andere Richtung weist. Ich denke da an die EXPO, bei der Hunderttausende sagten, es gäbe die reale – und durchaus faszinierende – Weltausstellung, und die – äußerste negative – Berichterstattung darüber. Ich denke an das angeblich von Rechtsradikalen ertränkte Kind in einer ostdeutschen Kleinstadt, deren Ruf sich wohl nie mehr erholen wird. Ich denke an die Fälschungen eines Herrn Born und an die falsch interpretierten Bilder vom Demoeinsatz unseres Umweltministers. Ich denke an die gewonnenen Prozesse der monegassischen Prinzessinnen und an manche Story über europäische Königshäuser und insbesondere deren jüngere Abkömmlinge.

Aber es gibt noch eine andere Tendenz, welche die Medien davon abhält, ihre wichtigste Aufgabe zu erfüllen und auf attraktive Weise über die Wirklichkeit zu berichten. Sie besteht darin, dass sich die Medien eigene Realitäten schaffen, die nach medienspezifischen Erfolgskriterien funktionieren und mehr und mehr Platz und Zeit in Anspruch nehmen. Das ging relativ harmlos damit los, dass sich die Moderatoren der Talk- und anderer Shows öfter und öfter gegenseitig einluden, so als seien sie selbst das Leben und spannender als die Politiker, Künstler, Erfinder oder Wirtschaftsführer da draußen in der realen Welt. So wurde – wie die Medienwissenschaftler sagen – Fernsehen selbstreferenziell. Anstatt über anderes zu berichten, das vielleicht schwerer zu vermitteln ist als der witzige Kollege, berichtete man über sich selbst. Dann ging es weiter mit Geschichten wie denen von

Claudia Schiffer und David Copperfield, die nur zu PR-Zwecken inszeniert, aber dankbar von allen Medien aufgegriffen wurden, als ob sie wahr seien. Dann traten Geschöpfe auf, die insgesamt nur für die Medien geschaffen zu sein schienen: Jenny Elvers, Rudolf Mooshammer, Naddel usw. Inzwischen gibt es schon eine Popgruppe (die „No Angels“), die von einem Fernsehsender kreiert wurde, um seine Sendezeit zu füllen, gleichzeitig aber die Charts stürmten aufgrund eben dieses PR-Momentums. Und der krönende Abschluss all dieser Entwicklungen waren natürlich Sendungen wie „Big Brother“, in denen die Realität erst gemacht wird, über die man berichtet – und in welcher Trivialität! Als ob das Leben um uns herum nicht spannendere Geschichten zu erzählen hätte, würde man sich nur die Mühe machen, sie zu suchen. Es entstanden so genannte Stars, deren einziger Claim to Fame es war, hier dabei gewesen zu sein.

Gleichzeitig wurde – durchaus ermöglicht durch das Verhalten der Prominenten selbst – die Schamgrenze für Privatheit entscheidend nach unten verschoben. Der Mix aus allem führt zu Medien, in denen die Prioritäten falsch gesetzt werden. Ich finde das nicht gut. Wir, die Käufer und Nutzer der Medien, haben Besseres verdient und sollten das täglich an Kiosk und Fernbedienung deutlich machen. Sehen Sie das auch so?