

TEXT: ULRICH HOTTELET

## Der Politboulevard blüht

Exzessive Personalisierung ersetzt sachliche Information. Politikberichterstattung verkommt zum Unterhaltungsprogramm. Eine scharfe Medienkritik von Ulrich Hottelet.

Das monatelange Gezerre um die Bildung der neuen Bundesregierung sorgte für viel Diskussionsstoff. Wer will und kann mit wem und mit wem nicht, wer wird was und wer ist Gewinner und wer Verlierer? Fast alles drehte sich um Personalien und Posten. Eine wahre Goldgrube für den Politboulevard. Auf der Strecke blieb leider allzu oft der so gerne beschworene Qualitätsjournalismus.

Besonders deutlich wurde das nach der Einigung auf den Koalitionsvertrag. Nach Berichten und Analysen seiner Inhalte musste man insbesondere in den Onlinemedien geradezu fahnden. Selbst in Qualitätssehdern wie Phoenix und dem Deutschlandfunk wurde alles überlagert von den Befindlichkeiten der SPD während ihres Mitgliederentscheids, dem Zerwürfnis zwischen Schulz und Gabriel und den Spekulationen über die künftige Ministerriege. Ein Versagen des Hauptstadtjournalismus in mehrfacher Hinsicht.

Denn die Information der Öffentlichkeit ist die oberste gesellschaftliche Aufgabe des Journalismus. Dazu gehört eine fundierte Analyse und Beurteilung der vielen Politikbereiche, die der 177 Seiten lange Vertrag umfasst, der darin vereinbarten Maßnahmen und Ziele. Schließlich ist der Koalitionsvertrag das grundlegende Programm für die Regierung in den nächsten vier Jahren.

Was sind die Motive für die ausgebliebene Berichterstattung dieser Sachthemen? Da ist zum einen die weit verbreitete Einschätzung zu nennen, dass sie dröge sind und zu wenig Auflage, Quoten und Klicks bringen. Dagegen gelten Berichte und Kommentare zu Personalfragen und Streitigkeiten als Quotenrenner.

Doch das ist zu kurz gedacht. Auch wenn solche Sendungen und Artikel kurzfristig mehr Resonanz erzeugen – besonders in den sozialen Medien –, so graben wir uns damit langfristig selbst das Wasser ab. Denn ein solcher Politboulevard wirkt alles andere als vertrauenswürdig.

Gerade die sinkende Glaubwürdigkeit der Medien in den Augen der Öffentlichkeit sorgte in den vergangenen Jahren für den Auftrieb der Populisten und ihrer Sprachorgane. Der schnelle Klick wegen einer reißerischen Überschrift beschädigt auf Dauer den Geschäftserfolg der Medien. Warum sollten Leser Zeitungen kaufen oder abonnieren, wenn sie diese als wenig seriös einschätzen?

Ein anderes Motiv ist die mangelnde Bereitschaft, sich in komplizierte Materien einzuarbeiten, sprich zu recherchieren. Sich zum Beispiel mit den Vertracktheiten der Finanzpolitik zu beschäftigen, ist anstrengender und zeitaufwändiger, als den x-ten Verriss über die Irrungen und Wirrungen von Martin Schulz zu schreiben. Es macht den meisten wohl auch weniger Spaß.

Wenn man sieht, wie wenig über Regelungen des Koalitionsvertrags für Themen wie Rente, Mieten, aber auch Digitalisierung berichtet wurde, dann kann das als Indiz dafür gelten, dass sich die Berichterstat-ter von einem Teil ihrer Leser, Zuschauer und Zuhörer entfernt haben. Denn gerade für Menschen mit unterdurchschnittlichem Einkommen ist es wichtiger, ob sie bezahlbaren Wohnraum, eine ausreichende Altersversorgung und auch künftig noch einen Arbeitsplatz haben, als der jüngste Beliebtheitswert von Politikern und der entsprechende schnelle Kommentar dazu.

Dass Journalisten die Sorgen ihres Publikums weniger spannend finden, als wochenlang jeder Äußerung von Kevin Kühnert hinterherzuhecheln, hinterlässt einen schalen Beigeschmack. Deutlich wird die Abgehobenheit, wenn geklagt wird, eine neue GroKo wäre so langweilig. Die Politik verkommt zum Unterhaltungsprogramm.

Nun ist der Trend zur Personalisierung, zur Fixiertheit auf Umfragen und zum Anrühren von Koalitionsfarbspielen nicht neu. Er zeigt sich zum Beispiel auf Parteitagungen, wenn man von ihren Beschlüssen in Nachrichtenportalen und im Fernsehen nichts mehr erfährt, dafür aber jede Personalspekulation breitgetreten wird.

Dazu gehört wahrlich nicht viel: Jeder Praktikant kann ein Mikro halten und im Interview die K-Frage stellen. Dass Politiker darauf stets ausweichend „antworten“ und der Erkenntniswert daher bei null liegt, wird geflissentlich ignoriert.

Der Politikjournalismus verflacht. Verhelfen wir ihm endlich zu neuen Höhenflügen!



**ULRICH HOTTELET** ist freier Journalist in Berlin. Er war früher als Politik- und Wirtschaftsredakteur tätig und beschäftigt sich heute vor allem mit wirtschaftlichen und politischen IT-Themen wie IT-Sicherheit und Datenschutz. [www.hottelet.de](http://www.hottelet.de)

„Wir graben uns langfristig selbst das Wasser ab.“

### TIPP

Der Standpunkt setze die Debatte um den Politikjournalismus fort, dem wir unseren Titel „Super Zeiten für Politikjournalisten. Oder nicht?“ in „medium magazin“ 2/2018 und Beiträgen von Robin Alexander (Welt), Kristina Dunz (Rheinische Post), Stephan Lamby (Eco Media) und Günter Bannas (FAZ) gewidmet haben. Zuschriften sind uns willkommen: [redaktion@mediummagazin.de](mailto:redaktion@mediummagazin.de)