



Karikatur: Horst Haitzinger

Besser mit Demut

Dank Donald Trump gewinnen die Medien Abonnenten und Vertrauen

„Lügenpresse“ schreit die Pegida-Meute und schlägt auf Reporter ein; „Fake News“ twittert der US-Präsident und sagt der Presse den Kampf an; „Terroristen“ wütet der Türken-Präsident und lässt Journalisten hundertfach hinter Gittern verschwinden. Es sind schlechte Zeiten für guten Journalismus. Die seriösen Medien, so scheint es, stecken in einer tiefen Krise.

VON PETER SCHMALZ

„Trump ist vielleicht das Beste, was dem Journalismus passieren konnte.“

Medienwissenschaftler
Stephan Weichert

In der Türkei, aber auch in China, Russland und in zahlreichen anderen autoritär regierten Staaten erleben Presse- und Meinungsfreiheit längst eine Katastrophe. Während diese Zeilen geschrieben werden, sitzt der WELT-Kollege Deniz Yücel noch immer in einem türkischen Gefängnis, ohne den geringsten Beleg für eine Straftat. Ankara verweigert ihm den konsularischen Beistand der deutschen Botschaft, und Recep Tayyip Erdoğan hat ihn bereits als Terroristen präsidential verurteilt.

Wie Deniz Yücel werden beim EU-Beitrittskandidaten Türkei über 100 Journalisten und tausende Juristen aus nur dem einen ersichtlichen Grund ihrer Freiheit beraubt, weil die einen kritisch berichtet und die anderen gegen Korruption auch in Erdoğan engstem Umfeld ermittelt haben. Die noch freien Journalisten teilen sich auf in solche, die dem Präsidenten und seiner Partei aus Überzeugung oder Opportunismus zujubeln, und in solche, die aus berechtigter Sorge um die eigene Sicherheit und die ihrer Familie mit der Schere im Kopf arbeiten und auf bessere Zeiten hoffen. Sie werden dafür, so ist zu befürchten, sehr viel Geduld brauchen.

Ob Donald Trump seinen türkischen Kollegen klammheimlich ein wenig um seine brutale Medienpolitik beneidet, weiß nur er selbst. Wäre es so, würden sich wohl nur wenige wundern. Wie dem auch sei, Trump

muss sich damit begnügen, die Journalisten zu Feinden des Volkes zu erklären und ihnen ein „Fake“ hinterher zu twittern. Seriöse Journalisten – und unabhängige Richter – sind im Weißen Haus so beliebt wie Filzläuse.

Doch das präsidentiale Wüten lässt die amerikanische Medienlandschaft nicht verdorren, sondern im Gegenteil erblühen wie den Garten nach einem warmen Maienregen. Während der Präsident in seinen Tweets über „die scheiternde *New York Times*“ lästert, kann Chefredakteur Dean Baquet von einem unverhofften Trump-Effekt berichten: Allein im letzten Quartal 2016 verbuchte das Blatt 276.000 neue bezahlte Digital-Abonnenten und damit mehr als in den Jahren 2013 und 2014 zusammen. Nach einem üblen Trump-Tweet bekam das US-Magazin *Vanity Fair* innerhalb von nur 24 Stunden rund 13.000 neue Abonnenten – ein Rekord in der Geschichte der seit 1913 erscheinenden Kulturzeitschrift. Die Flut „alternativer Fakten“ (vulgo: Lügen) aus der Regierungszentrale setzte die NYT mit ihrer Werbung zur Oscar-Verleihung das trotziges Statement entgegen: „Die Wahrheit ist wichtiger als je zuvor.“ Und offenbar auch wirtschaftlich so einträglich wie schon lange nicht mehr.

Trump sei „vielleicht das Beste, was dem Journalismus passieren konnte“, meint der Hamburger Kommunikati-

onswissenschaftler Stephan Weichert gegenüber dem *Handelsblatt*. Die Menschen würden erkennen, wie der Präsident in seiner eigenen Realität gefangen ist, er sei für sie nicht mehr glaubwürdig: „Die Bürger wollen sich neutral informieren.“ Um diese Erwartung noch besser erfüllen zu können, investiert die *New York Times* fünf Millionen Dollar in ein neues Recharteam in Washington.

Eine „Renaissance des Qualitätsjournalismus alter Schule“, spürt Ronan Farrow, der 29 Jahre junge Investigativ-Reporter beim amerikanischen TV-Sender *NBC*. Der Sohn von Woody Allen und Mia Farrow sieht gerade seine Altersgenossen hoch motiviert und der Qualität verpflichtet. „Es gibt in der Öffentlichkeit einen großen Hunger nach Fakten.“ Der Wahlsieg Trumps sei wie ein Weckruf für die US-Medien gewesen.

In Good Old Germany brauchte es kein Weckerläuten. Die Medien wurden schon aufgeschreckt, als Pegida-Marschierer im Herbst 2014 Reportern „Lügenpresse“ entgegen brüllten und der infame Nazi-Ruf Zustimmung fand von rechts bis links und selbst bis in bürgerliche Kreise hinein. Nach einer Allensbach-Umfrage sind 42 Prozent der Deutschen überzeugt, an dem Vorwurf der Lügenpresse sei zumindest etwas dran. In den sogenannten Sozialen Medien, wo jeder anonym die Sau raus lassen kann, sind die verbalen Geisterfahrer auch bei der Mediendebatte besonders kreativ, aber der Satz „Die Lügenpresse lügt halt in alle Richtungen“ stößt keineswegs auf großen Widerspruch: Immerhin jeder Fünfte (21 Prozent) findet ihn in Ordnung, für weitere 40 Prozent ist er zwar grenzwertig, aber akzeptabel. Insgesamt also 61 Prozent, die sich von dieser Presse-Diffamierung nicht abgestoßen fühlen. Auch der Äußerung „was für ein Drecksblatt“ stimmt die Mehrheit zu.

Ein Misstrauen vor allem gegenüber Zeitungen, aber auch gegenüber Journalisten generell, das offenbar in allen Bevölkerungsschichten mehr oder minder vorhanden ist und das durch die kollektive und faktenarme Treibjagd gegen den damaligen Bundespräsidenten Christian Wulff erheblich zugenommen hat. Das Misstrauen, unvollständig oder gar falsch informiert zu werden, ist allerdings keineswegs durchgängig, sondern themengebunden, betont Allensbach-Chefin Renate Köcher in der *FAZ*: „Zweifel an der Berichterstattung überwiegen in Bezug auf Analysen zur Terrorgefahr in Deutschland, zu der wirtschaftlichen Lage in der Euro-Zone, den Folgen des Brexit und den sozialen Unterschieden in Deutschland.“

Wenig Glauben findet auch die Berichterstattung über den russischen Präsidenten Wladimir Putin. 59 Prozent bezweifeln, dass sie über den Kreml-Herrscher ein zuverlässiges Bild geliefert bekommen, nur ein Drittel vertraut bei diesem Thema den Medien. Die meisten Zweifler gibt es ganz rechts und ganz links, bei AfD und Linke. Das bei weitem größte Misstrauen löst das Thema Flüchtlinge aus. Renate Köcher: „Zwei Drittel der Bürger zweifeln an den Angaben zu den Flüchtlingszahlen, 73 Prozent an der Berichterstattung über die Kriminalität von Flüchtlingen.“

Doch nicht nur Journalisten, auch Politiker und Sicherheitsbehörden tun sich schwer, gerade bei Flüchtlingsfragen mit Fakten zu argumentieren. Fakten, die der eigenen Gefühlsblase widersprechen, werden schlichtweg ignoriert oder als „Fake“ abgetan. „Faktenbasierte Argumente“, so Köcher, „stoßen auf erhebliche Gegenwehr.“ Als die Gesellschaft für deutsche Sprache „postfaktisch“ zum Wort des Jahres 2016 wählte, entsprach dies offensichtlich einem Grundgefühl im Land.

Dennoch: Zum großen Wehklagen in der weiten Medienwelt ist kein Anlass. Zum einen wird die Frage der Glaubwürdigkeit intern so intensiv diskutiert wie wohl noch nie. Der Fall Wulff gilt als Sündenfall, der sich nicht wiederholen darf. Zum anderen zeigt die Misstrauens-Umfrage auch durchaus erfreuliche Aspekte. So fühlt sich eine Mehrheit ausreichend bis korrekt informiert über die Präsidenten Erdoğan und Trump sowie über die wirtschaftliche Lage und den Arbeitsmarkt. Und sogar eine überwältigende Mehrheit empfindet die Lokalberichterstattung als glaubwürdig und unvoreingenommen. Wo der persönliche Bezug und das eigene Wissen über Fakten vorherrschen, wird der Journalismus als seriös wahrgenommen, weil selbst überprüfbar. Im weiteren, durch eigenes Erleben kaum überprüfbaren Bereich der Politik wächst dagegen ein messbares Misstrauen. Nur 47 Prozent, so die Allensbach-Umfrage, sind überzeugt, dass es bei vielen Themen klare Fakten gibt, „die beweisbar sind und einfach stimmen“. Immerhin 43 Prozent meinen: „Was stimmt und was nicht, ist in vielen Fällen Ansichtssache.“ Donald Trump lässt grüßen.

Einen Grund für diese postfaktische Stimmung sieht der Medienforscher Rasmus Kleis Nielsen in einer Haltung „gegen die da oben“. „Medien werden als Teil des Establishment betrachtet, und die Menschen misstrauen dem Establishment“, meint der Direktor des Reuters Institut for the Study of Journalism in Oxford. Nielsen weiß ein Rezept gegen weiteren Vertrauensschwund: „Journalismus muss vom Publikum her aufgebaut werden.“ Ein Arbeitsethos, das in Lokalredaktionen offenbar schon spürbar ist. Aber in vielen Medienhäusern erkennt der Oxforder Forscher eine andere Haltung: „Heute wird leider viel Journalismus von Journalisten für andere Journalisten geschrieben.“ Dazu komme, dass vieles, was Leser und Zuschauer von Journalisten erwarten, sich nicht mit dem deckt, was Journalisten von sich erwarten.

Dagegen hilft: Hinausgehen zu denen, die heute User genannt werden, ihre Wünsche, Bedürfnisse und Anregungen anhören. Dies geschieht inzwischen immer häufiger, weshalb Nielsen schließlich doch nicht ohne Hoffnung ist: „Der beste Journalismus ist heute besser denn je. Er ist demütiger mit Blick auf seine Bedeutung, vielfältiger, was die Quellen, die Herkunft der Journalisten, die Themen angeht.“

Der Redakteur als Dienstleister für Leser, Hörer und Zuschauer: Eine zukunftsweisende Gratwanderung zwischen Selbstbewusstsein über den eigenen Anspruch und der Reverenz an die Erwartung der Kundschaft. ■



Peter Schmalz, in Würzburg geboren, war Bayern-Korrespondent und Chefredakteur der *WELT*, Chefredakteur des *Bayernkurier* und des *Peutinger-Magazins*. Er ist Vorsitzender des Münchner PresseClubs und Chefredakteur des *PresseClub-Magazins*.