

Dr. Stephan Eisel

An der Vogelweide 11

53229 Bonn

stephan.eisel@gmx.net

www.stephaneisel.de

(20. September 2021)

Wahlkampf im Fernsehen

Der Bundestagswahlkampf 2021 hat erneut den großen Einfluss des Fernsehens gezeigt. Bei aller Bedeutung des Internets insbesondere für die Selbstverstärkung der eigenen Meinung in abgeschotteten Echokammern bleibt das Fernsehen das Medium mit der größten Breitenwirkung. Umso wichtiger ist es, kritisch zu begleiten, wie das Fernsehen gerade in Wahlkampfzeiten Politik und Kandidaten präsentiert.

Ziel des Fernsehens sollte es eigentlich sein, gerade in Wahlkämpfen Vorschläge und Meinungen von Parteien möglichst unverfälscht dem Publikum zu präsentieren, das sich dann seine eigene Meinung bilden kann. Am besten dafür geeignet sind Formate in denen (Spitzen-)Kandidaten in der Diskussion miteinander selbst zu Wort kommen. Das Medium Fernsehen hat dabei die dienende Aufgabe der Präsentation: Es sollte seine Plattform den Kandidaten überlassen, für faire Spielregeln sorgen und sich ansonsten zurückhalten.

Nach wie vor werden diesem Ziel die US-Präsidentschaftsdebatten am ehesten gerecht. Als „Elefantenrunden“ in den 70er Jahren in Deutschland imitiert, standen zunächst auch hier die Parteien und ihre Spitzenkandidaten im Vordergrund. Das hat sich inzwischen leider geändert. Es gibt im deutschen Fernsehen eine immer deutlichere Tendenz zur Selbstinszenierung, bei der es weniger darum geht, dem Wähler unterschiedliche Meinungen zu präsentieren, sondern mehr darum eigene politische Themen vorzugeben, die keineswegs dem Interesse der Wähler entsprechen müssen.

Für diese Tendenz sind drei Eskalationsstufen zu beobachten:

1) Selbstverliebte Moderatoren

Während sich in den USA die Moderatoren der Präsidentschaftsdebatten als Schiedsrichter zur Einhaltung von Spielregeln verstehen und vor allem dafür sorgen, dass das Rederecht fair verteilt wird, haben Moderatoren im deutschen Fernsehen die Tendenz, sich selbst in den Vordergrund zu spielen. Oft moderieren sie nicht, sondern kommentieren und dominieren so auch die Themenauswahl. Dabei wäre für die Zuschauer oft viel aufschlussreicher, welche Schwerpunkte die Parteien selbst setzen.

Tendenziell verhindern aber Moderatoren gerne Debatten zwischen den Politikern und wollen Antworten auf die eigenen Fragen. So kommt es viel häufiger zu Dialogen zwischen Moderator und Politiker als zu Debatten zwischen Politikern. Duelle und Trielle verkommen damit zur Aneinanderreihung von Kurzinterviews. Damit wird die Debatte zwischen Politikern, deren Argumente Wähler dann bewerten, ausgebremst. Dass sich ein Interview zum Duell zwischen Frager und Befragtem entwickelt, ist legitim. Bei den Debatten zwischen Parteienvertretern sollte es aber nicht um einen Schlagabtausch mit den Moderatoren gehen. Dass deren Selbstverliebtheit bis zur Selbstbesessenheit gehen kann, hat ARD-Chefredakteur Oliver Köhr beim ARD/ZDF-Triell am 12. September öffentlich zelebriert. Er riss häufiger das Wort an sich und erweckte den Eindruck, selbst die Hauptfigur der Sendung sein zu wollen.

2) Zuschauerlenkung

Während in den Duellen oder Triellen die unterschiedlichen Meinungen der Kanzlerkandidaten noch sichtbar werden können, sind die Sendungen mit nur einem Kandidaten auch durch die Auswahl des Publikums besonders manipulationsanfällig.

Ein besonderes, aber leider auch typisches Beispiel ist die einseitige Publikumsbesetzung der ARD-Wahlarena am 16. September 2021 mit Armin Laschet. Im Studio saßen 62 Fragesteller - darunter zwei

Jugendliche, die von der Agentur „Hartaberlinks“ für die Wahlarena trainiert worden waren. Die Gründerin dieser Agentur Emily Laquer (34) wird in mehreren Berichten des Hamburger Verfassungsschutzes als Linksextremistin aufgeführt. Sie ist Sprecherin der „gewaltorientierten Interventionistischen Linken“ und war wesentlich an den gewalttätigen Blockaden gegen den G20-Gipfel in Hamburg beteiligt.

Von sich selbst sagt Laquer: „Ich bin eine Kommunistin des 21. Jahrhunderts.“ (Spiegel 22. 6. 2017). Auf Twitter teilte sie bezogen auf eine Wahlarena-Teilnehmerin mit: „Diese krasse Aktivistin durfte ich beim letzten Hartaberlinks-Talkshowtraining kennenlernen.“ Daraufhin antwortete die 15-jährige Schülerin, die sich selbst als „Klima-Aktivistin“ bezeichnete: „Dank des Trainings bin ich ja jetzt super vorbereitet, um ihn [Laschet] fertig zu machen“. Ihre Frage ging allerdings in Leere, denn Laschet antwortete: „Sie haben drei Behauptungen aufgestellt, wo ich ja mal kurz entgegnen könnte, dass sie alle falsch waren.“

Auch eine weitere Fragestellerin („Aktivistin für Anti-Rassismus“) wurde von der Linksextremistin für die Wahlarena geschult. Ihre Frage parierte Laschet mit der Aussage: „Ich werde ein Bundeskanzler sein, der sich mit jedem anlegt, der Rassismus predigt.“ Von einer dritten Fragestellerin ist inzwischen bekannt, dass sie im Büro eines SPD-Bundestagsabgeordneten und für die SPD-Parteizeitung „Vorwärts“ arbeitet.

Für Armin Laschet war diese einseitige Auswahl von Fragestellern kein Problem. Er hat in der ARD-Wahlarena überzeugt. Aber man muss schon fragen, wie es um den Neutralitätsanspruch der ARD steht, wenn das Publikum so einseitig besetzt ist und noch nicht einmal transparent gemacht wird, wenn eine Fragestellerin für einen SPD-Abgeordneten arbeitet. Die ARD sieht ihre Wahlarena als „verlässliches Fernseh-Highlight“ (daserste.de). Es sei sichergestellt, dass den Politikern „ein Querschnitt der Bevölkerung gegenübersteht.“ Nicht nur die Sendung mit Armin Laschet lässt daran aber erhebliche Zweifel aufkommen. Wenn Redaktionen die Fragesteller auswählen, bestimmen sie damit auch die Themen.

3) Bewusste Täuschung der Zuschauer

Anfang September wurden die Kanzlerkandidaten für die Sendung „Late Night Berlin“ des Senders Pro7 von zwei elfjährigen Kindern interviewt. Die Kinder fragten aber nicht altersgemäß, sondern im Erwachsenen-Duktus. Man hatte schon während der Sendungen den Eindruck, dass hier etwas nicht stimmt.

Inzwischen hat der Pressesprecher des Senders Pro7 Christoph Kögler zugegeben: „Selbstverständlich wurden die beiden Nachwuchs-Journalist*innen vor, während und nach ihren Interviews mit den Kanzlerkandidat*innen redaktionell betreut. Es ist gängige Praxis, dass Fernseh-Journalist*innen einen Knopf im Ohr tragen um diese redaktionelle Betreuung auch während der Sendung zu erhalten. Diese Technik wird von nahezu allen erwachsenen Fernseh-Journalist*innen genutzt - warum sollte man also ausgerechnet zwei 11-jährigen Kindern dieses gängige Hilfsmittel verwehren?“ (WAZ 17.09.2021)

Damit hat der Sender den Verdacht der Manipulation der Kinder de facto bestätigt: über einen „Knopf im Ohr“ wurden sie „während“ (!) der Interviews „redaktionell betreut“. Jeder kann sich vorstellen, wie mit dieser „redaktionellen Betreuung“ während der Sendung die Fragen der Kinder gesteuert wurden.

Es ist nicht nur völlig inakzeptabel, Kinder in dieser Art und Weise zu instrumentalisieren und für eigene politische Zwecke einzusetzen. Auch die damit verbundene Zuschauertäuschung darf nicht hingenommen werden. Pro7 sollte die Aufzeichnung dieser „redaktionellen Betreuung“ bei den Interviews mit allen drei Kanzlerkandidaten veröffentlichen, damit dieser unglaubliche Vorgang transparent wird.

Wie das Fernsehen gerade in Wahlkämpfen Politik, Parteien und Kandidaten präsentiert, muss grundsätzlich auf den Prüfstand. Selbstverliebtheit, Zuschauerlenkung bis hin zur bewussten Zuschauertäuschung müssen künftig ausgeschlossen werden. In den USA gibt es seit 1987 die unabhängige „Commission on Presidential Debates“ (CPD), die dafür sorgt, dass es überhaupt solche Debatten gibt und Teilnehmer, Ort, Zeit sowie Ablauf der Präsidentschaftsdebatten verantwortet. Die Kommission wählt auch die Moderatoren aus. Es wäre an der Zeit, dass man sich auch in Deutschland dieses Modell genauer anschaut.