

# MEDIEN UND EUROPÄISCHE ÖFFENTLICHKEIT(EN)

## ES IST SELTEN, DASS EUROPÄISCHE THEMEN AUF DER MEDIALEN AGENDA IN DEUTSCHLAND LANDEN.

Beim Streit um die Reform des Urheberrechts war das der Fall oder bei der jüngsten Europawahl. Natürlich stehen auch die Gipfeltreffen der Staats- und Regierungschefs auf der Agenda der Zeitungen, Sender und Internetportale. Ansonsten aber herrscht nahezu Funkstille. Während europäische Politik immer tiefer in unseren Alltag eingreift, finden Debatten darüber schon in Deutschland kaum statt – ganz abgesehen von einem Konzept europäischer Öffentlichkeit. Das ist ein Defizit an Demokratie, denn in einem öffentlichen Diskurs werden üblicherweise Argu-

mente für oder gegen Entscheidungen abgewogen.

Die politisch-europäische Identität beschränkt sich meist auf schlaglichtartige Bestandsaufnahmen. Eine umfassende Begleitung und Beschreibung von Strukturen und Prozessen der Entscheidungsfindung in der europäischen Politik findet kaum statt. Zwar ist die Zahl der Korrespondenten in Brüssel und Straßburg recht groß – die Plätze für die Berichterstattung aber sind nicht im gleichen Umfang gewachsen. Immer wieder gab es in der Vergangen-



Die politisch-europäische Identität beschränkt sich meist auf schlaglichtartige Bestandsaufnahmen. Eine umfassende Begleitung und Beschreibung von Strukturen und Prozessen der Entscheidungsfindung in der europäischen Politik findet kaum statt.



Populistische Vereinfachung ist dabei das Konzept, das nicht durch unabhängigen oder gar kritisch berichtenden und kommentierenden Journalismus verwässert werden soll.

heit Entscheidungen auf europäischer Ebene, die in Deutschland erst beachtet wurden, als es schon zu spät war: Die strenge Richtlinie zum Schutz vor Rauchern in Gaststätten beispielsweise oder die Vorschriften für eine umfassende Speicherung von Vorratsdaten bei privaten Netzbetreibern. Die Folge dieser Diskursarmut war der Eindruck, quasi „fremdregiert“ zu werden.

In Zeiten, in denen sich im Netz immer neue Teilöffentlichkeiten bilden, fehlt schon in einem Land wie der Bundesrepublik Deutschland zunehmend das kommunikative Band zwischen den unterschiedlichen gesellschaftlichen Gruppen. Ein europaweites Räsonieren über die besten politischen Ideen gibt es schon mal gar nicht. Das mag daran liegen, dass die Kulturen zuweilen weit auseinanderliegen. Ungarn oder Polen haben mit rechtsgerichteten Regierungen eine gänzlich andere Agenda als Frankreich oder Deutschland. Auch der Wert unabhängiger Medien und deren Glaubwürdigkeit werden von den Menschen völlig unterschiedlich eingeschätzt - und das zu Recht, denn nicht überall in der Europäischen Union kann man sich so faktenbasiert und vielfältig informieren wie in Deutschland.

Was aber nach wie vor fehlt, ist eben eine europäische Öffentlichkeit. Es ist schon Jahre her, dass der damalige Bundespräsident Joachim Gauck deshalb einen europäischen Nachrichtenkanal im Fernsehen ins Ge-

spräch gebracht hatte. In jüngster Zeit wird über eine europaweite öffentlich-rechtliche Medienplattform im Netz diskutiert. Das alles sind gute Ansätze, doch sie greifen zu kurz.

Es muss darum gehen, nicht immer nur die nationale Sicht auf europäische Problemstellungen zu reflektieren. Wer es ernst meint mit einer Debatte in allen Mitgliedsstaaten, muss die Themensetzung organisieren. Bei Projekten wie der Auswertung der „Panama Papers“ haben Medienredaktionen aus mehreren europäischen Ländern zusammengearbeitet. Warum ist das bei anderen Themen nicht möglich? Wo blieb die gesamteuropäische Debatte über Urheberrecht, Nichtraucher-schutz oder Vorratsdatenspeicherung?

Wenn die professionellen Medien darauf nicht reagieren, werden neue Marken am Horizont entstehen, die diese Lücke füllen. Wir erleben längst, wie sich politische Parteien auf europäischer Ebene zusammenschließen, um explizit zu versuchen, auf die Öffentlichkeit Einfluss zu nehmen. Wenn etwa die sogenannte „Alternative für Deutschland“ (AfD) im Bundestag über einen eigenen Newskanal im Netz nachdenkt, wird das beim Zusammenschluss der europäischen Rechtsaußen-Parteien nicht anders sein. Auf vielen Politikfeldern haben diese Parteien keine wahrnehmbare Expertise, ihnen geht es um eine möglichst direkte Einflussnahme auf die Öffent-

lichkeit unter bewusster Umgehung journalistischer Medienredaktionen.

Populistische Vereinfachung ist dabei das Konzept, das nicht durch unabhängigen oder gar kritisch berichtenden und kommentierenden Journalismus verwässert werden soll. Konsequenterweise werden viele Veranstaltungen dieser Parteien deshalb auch ohne Pressevertreter durchgeführt - und manche nicht-populistische Partei scheint mittlerweile auf diesen Zug aufzuspringen. Es besteht die Möglichkeit, dass europaweite Öffentlichkeit auf diese Weise zur parteipolitisch gelenkten Arena wird. Wenn professionelle Medien hier eine nachhaltige Lücke hinterlassen, wird sie über kurz oder lang von irgendwem gefüllt.

Das müsste für etablierte Medienunternehmen mit eingeführten und vertrauenswürdigen Marken Anreiz genug sein, ihre Berichterstattung zum Thema Europa massiv auszubauen: über politische Prozesse, aber auch über Wirtschaft und Kultur, über Land und Leute. Als Anreiz dafür werden immer wieder Subventionen ins Gespräch gebracht. Ein solcher Schritt aber ist skeptisch zu betrachten, zumindest muss er wohl überlegt gegangen werden. Denn welche Medienethik will man da zugrunde legen? Eher eine deutsche, die Vielfalt und Pressefreiheit in den Mittelpunkt stellt? Oder eher eine ungarische, die quasi als politisch „gelenkte“ Medienlandschaft funktioniert? Und: Wer wür-

de über die finanziellen Zuwendungen entscheiden? Würden etwa Politiker Einfluss auf Medieninhalte und die Auswahl von Berichterstattern nehmen?

Wenn wir es mit Europa Ernst meinen, brauchen wir einen grundlegenden Neustart – politisch wie gesellschaftlich. Das Europäische Parlament muss mehr Kompetenzen bekommen, damit sich der Wille der Wähler in den Debatten und Entscheidungen auch wirklich widerspiegelt. Politik gilt als System zur Produktion kollektiv verbindlicher Entscheidungen. Dafür sind die gewählten Parlamentarier auf europäischer Ebene aber nur bedingt zuständig. Die Kommission und der Rat haben umfassende Rechte, so dass in diesem „Bermuda-Dreieck“ die Kompetenzen für einzelne Bürger kaum noch klar zu erkennen sind. Das macht zuweilen auch die Berichterstattung über diese politischen Prozesse schwierig.

Wir brauchen aber auch einen europäischen Geist, der sich mit den verbindlichen Weichenstellungen für uns alle diskursiv ernsthaft beschäftigt. Lobbyisten unterschiedlicher Couleur haben längst erkannt, wie wichtig es ist, in Brüssel und Straßburg Einfluss zu nehmen. Viele lassen sich das von großen Unternehmen fürstlich bezahlen. Gleichzeitig regiert in etlichen Redaktionen, die auch über diese Einflussnahmen berichten sollten, der Rotstift. Verlags- und Sendermanager haben oft keine andere Idee, als die Kosten für journalistische Arbeit weiter zu kürzen.

Die französische Medienwissenschaftlerin Julia Cagé hat aber mal mit einem Vergleich zur Autoindustrie darauf aufmerksam gemacht, dass das mittelfris-

tig ein hilf- und sinnloses Unterfangen ist: Wenn man weniger Autos verkauft, könne man auch weniger produzieren und so Mitarbeiter in der Montage einsparen. Die Qualität von jedem einzelnen verkauften und ausgelieferten Fahrzeug bleibe dabei gleich. Wenn man dagegen eine Tageszeitung mache, könne man das Rezept der Personal-Reduktion nicht anwenden, ohne massiv die Qualität des Produkts zu gefährden. Weniger eingesetzte Journalisten bedeuten eben auch weniger qualitative Inhalte!

Dabei ist Journalismus bei genauem Nachdenken mindestens so systemrelevant wie die Banken, zu deren Rettung die Staaten – also die Bürger – Unsummen aufwenden mussten. Natürlich hat es dagegen Proteste gegeben, die finanzielle Rettung wurde aber als alternativlos dargestellt. Eine Rettung des unabhängigen Journalismus ist aber genauso ohne Alternative, wenn man in Deutschland und in Europa die Demokratie dauerhaft verteidigen will. Journalismus unterstützt eben die „Bildung“ von Meinungen, nicht die „Mache“.

Wenn sich die Bürger künftig ihre Meinung nur noch anhand von Journalismus-Surrogaten bilden können, ist der Manipulation Tür und Tor geöffnet. Was passiert denn, wenn der nächste „Influencer“ nicht Rezo heißt und demokratisch argumentiert, sondern von extremistischer Seite kommt und die Massen fasziniert mitreißt? Was geschieht, wenn Unternehmen und Lobbyisten oder Parteien und Fraktionen die Öffentlichkeit bestimmen? Studien in den USA haben ergeben, dass dort die Korruption wuchert, wo es im loka-

len Bereich keine unabhängigen Medien mehr gibt. Wenn niemand bei politischen Prozessen mehr hinschaut und Missstände „an die Öffentlichkeit zerrt“, gedeihen klandestine Zirkel, die sich vor niemandem mehr rechtfertigen müssen. Demokratie sieht anders aus.

Die Gefahren eines massiven Erstarkens populistischer bis nationalistischer Parteien wurden im Vorfeld der Europawahl im Frühsommer 2019 erstmals intensiver öffentlich diskutiert. Der Verlust an Medienvielfalt, die Steuerung von Redaktionen in manchen EU-Ländern und das Fehlen einer europäischen Öffentlichkeit müssen jetzt auf die Agenda, damit sich etwas ändert.

Ein erster Schritt wäre es eben, wenn sich die unabhängigen Medien beharrlich mit dem Zustand des journalistischen „Klimas“ in Europa beschäftigten. Politiker müssen darüber reflektieren, wie die Herausgabe redaktioneller Produkte gesichert werden kann, ohne dass sie selbst in die Versuchung kommen, darauf inhaltlich Einfluss zu nehmen. Und wir alle müssen uns schlicht mehr dafür interessieren, was in unseren Nachbarstaaten passiert, mit denen wir zu einer „Union“ zusammengeschlossen sind. Es kann nicht darum gehen, politische Meinungen nur „gemacht“ zu bekommen und wie Fast Food zu konsumieren. Wer in Freiheit und Demokratie leben möchte, muss sich die Mühe machen, sich Meinungen im wahrsten Wortsinne zu bilden. Journalismus mit seinen (Massen-)Medien und seiner handwerklichen wie berufsethischen Haltung ist das einzige Konzept, das dazu geeignet ist, dafür den notwendigen Rohstoff an Information und Einordnung zu liefern. //

### // Von Prof. Dr. Frank Überall

Überall ist Bundesvorsitzender des Deutschen Journalisten-Verbands (DJV) und lehrt Journalismus und Sozialwissenschaften an der HMKW Hochschule für Medien, Kommunikation und Wirtschaft. Im Internet findet man ihn unter [www.politikinstitut.de](http://www.politikinstitut.de).