

Medien machen Meinungen machen Staat

Zum Auftakt der Veranstaltungsreihe «Medien im Umbruch. Direkte Demokratie in Gefahr?» des Forum für Universität und Gesellschaft sprach alt Bundesrat Moritz Leuenberger über Schweizer Wutbürger, Social Media und die Revitalisierung der Demokratie.

Welche Leistung müssen die Medien in der Schweiz erbringen, damit das Volk sich über das politische Geschehen informieren und so den Fortbestand der direkten Demokratie sichern kann? In dieser kurzen Frage liesse sich die Einführung vom Projektleiter der Veranstaltungsreihe und Berner alt Ständerat Hans Lauri zusammenfassen. Der ehemalige UVEK-Vorsteher Moritz Leuenberger zeigte in seinem anschliessenden Referat aber auf, dass die kurze Frage durchaus vielschichtig und daher auch eine Antwort nicht leicht zu finden ist. Obwohl mit dem Titel seines Referats «Medien machen Meinungen machen Staat» ja eigentlich schon alles gesagt sei, liess er es sich nicht nehmen, in einem vollen Saal die aktuelle Situation der Schweizer Medienlandschaft aus seiner Sicht zu schildern.

Wutbürger verdrängen Stimmbürger

«Mit dem Internet und Social Media potenziert sich die gegenseitige Durchdringung der politischen Kulturen» – so umschrieb Moritz Leuenberger eine Entwicklung, die dem Schweizer Politjournalismus in den letzten Jahren einen neuen Ton verliehen habe. Weil die Globalisierung auch die Medien durchdringe, haben sich laut Moritz Leuenberger in der Berichterstattung Begriffe eingeschlichen, die von repräsentativen Demokratien inspiriert und für das politische System der Schweiz eigentlich falsch seien. «So werden beispielsweise alle Mitglieder unseres Bundesrates heute als Minister bezeichnet, obwohl sie in Wirklichkeit Teil eines Kollegiums sind und nicht durch einen Premierminister entlassen werden können.»

Auch die Zivilgesellschaft ist gemäss Leuenberger ein Begriff, der unserer politischen Kultur fremd sei. Mit der Verwendung neuer Begriffe verändere sich auch das inhaltliche Verständnis der Leserinnen und Leser zur Demokratie. Wo vorher noch Stimmbürgerinnen und Stimmbürger das politische Geschehen gelenkt hätten, entstehe nun ein Graben zwischen der Zivilgesellschaft und einer herrschenden Classe Politique. «Die Wutbürger verdrängen auch bei uns zunehmend die Stimmbürger», wie es Moritz Leuenberger formulierte. Die Volksinitiativen verkommen nach seinen Aussagen zu plebiszitären Spielzeugen, deren Folgen die Stimmbürgerinnen und Stimmbürger gar nicht mehr abschätzen und dann nicht mehr tragen wollen.

Wettbewerbsdruck und Medienwandel

In einem weiteren Schritt ging Leuenberger auf die jüngsten medialen Veränderungen in der Schweiz ein. Die Medien seien seit geraumer Zeit einem wachsenden Wettbewerbsdruck ausgesetzt und versuchten diesem mit Diversifikation zu begegnen. Die Schweizer Medienhäuser prägen auch ihre medialen Produkte vorwiegend nach ökonomischen und nicht journalistischen Kriterien. Sie beschränken laut Leuenberger ihr Geschäft nicht auf Journalismus: «Tamedia hat Ricardo und Homegate, die NZZ handelt mit Tragtaschen.» Mit zunehmendem Wettbewerb schwinde auch die Vielfalt. Viele ehemals eigenständige Blätter gingen ein oder würden übernommen – die zwei angesprochenen Medienhäuser und Ringier «kontrollieren mehr als 80 Prozent des Marktes in der Deutschschweiz.»

Dies habe auch qualitative Folgen für den Journalismus: «Durch die schwindenden Ressourcen nehmen die Möglichkeiten der Medien ab, kritisch und umfassend über das politische Geschehen

zu berichten.» Es wird laut Leuenberger vermehrt auf leicht verdauliche Soft News gesetzt, die häufig angeklickt würden und somit auch mehr Werbeeinnahmen generierten. Die Vermittlung von Hintergründen, die für die Demokratie so zentral wären, werde vernachlässigt.

Auch das Konsumverhalten ändert sich

Die Nutzung von Gratiszeitungen und Onlinemedien nimmt ständig zu. «News-Apps sind unter jungen Schweizerinnen und Schweizern mit 52 Prozent Nutzung gleichauf mit Fernsehen und Radio», veranschaulichte dies Moritz Leuenberger. Es würden vermehrt Videos angeschaut statt Texte gelesen, politische Information werde auf neuen Wegen gefunden. Wie Leuenberger weiter ausführte, ändere sich durch das neue Nutzungsverhalten aber auch die Erwartungshaltung. Das Internet fördere die Gratismentalität: «Weil im Internet alles gratis ist, wird der Eindruck vermittelt, dass auch Nachrichten gratis verfügbar sein müssen. Paywalls haben keinerlei Chancen.»

Zweckoptimismus oder Kulturpessimismus?

Moritz Leuenberger hielt fest, dass die durch Medien vermittelten politischen Informationen essenziell für eine Demokratie seien: «Ohne den Beitrag der Medien geht der demokratische Diskurs und damit auch die Selbstverantwortung der Staatsbürgerinnen und Staatsbürger verloren.» Bei der Entscheidung, welche Informationen den Staatsbürgerinnen und -bürgern zur politischen Meinungsbildung angeboten werden, dürften nicht nur ökonomische Werte der Medienhäuser im Vordergrund stehen. Doch er betonte auch, dass die Klage über den Wandel der Medien nicht erst seit dem Internetzeitalter bestehe und die aktuellen Veränderungen auch positive Folgen haben könnten: «Seit seinen Anfängen wird dem Internet zugetraut, dass es zu mehr Partizipation und zu einer Revitalisierung der Demokratie führen kann.»

Ivo Schmucki, Hochschulpraktikant Corporate Communication an der Universität Bern