

## **Inszenierung von Politik. Deutschland auf dem Weg von der Parteien- zur Mediendemokratie?**

(Vortrag auf dem Unternehmertag 2007 der Landesvereinigung  
Unternehmerverbände Rheinland-Pfalz, Kurfürstliches Schloss, 13. Juni 2007)

### Anrede

Was wäre wohl herausgekommen, wenn ich Sie vor dieser Veranstaltung zum Vortragstitel hätte befragen können: „Was halten Sie von Inszenierung in der Politik? Finden Sie diese eher gut oder eher schlecht?“ – Nun, ich vermute, die Antwort wäre mehrheitlich negativ ausgefallen. Inszenierung in der Politik, nein so etwas wollen wir nicht. An guter Politik sind wir interessiert, nicht aber an politischen Inszenierungen. Wir brauchen Entscheidungen und keine Kommunikationsspielchen, mutige Politikerinnen und Politiker und keine Schauspieler. Zur Begründung hätten Sie dann vermutlich auf den Reformbedarf in der Republik verwiesen oder auf die Erfolge bisheriger Politik, auf die Verbesserung der Wettbewerbsfähigkeit der Wirtschaft und vielleicht auf Erfolge am Arbeitsmarkt. Vermutlich hätten viele von ihnen für mehr Mut in der Politik plädiert, die Kanzlerin zu Machtworten ermahnt und den SPD-Vorsitzenden ermuntert, seine Partei auf Reformkurs zu halten. So oder so ähnlich würden Sie wohl argumentieren. Kurz und gut: Sie hätten politische Substanz und keine Show in der Politik gefordert, reale Politik und keine Inszenierung.

Bevor wir uns möglicherweise missverstehen, sollten wir klären, was man unter Inszenierung versteht. In einschlägigen Lexika wird Inszenierung als die öffentliche Zuschaustellung von Handlungen, Produkten oder Werken bezeichnet. Ziel von Inszenierung sei es, ein Stück zur Büh-

nendarstellung vorzubereiten. Inszenierung, das ist demnach ein Begriff aus der Theaterwelt. Und bei allem Interesse und Verständnis für Kunst und Kultur: in der Politik wollen wir schließlich Politik und kein Theater, würden Sie vermutlich sagen. Ich hoffe, ich habe jetzt in etwa das hier vorherrschende Meinungsbild zutreffend eingeschätzt.

Zur Inszenierung meines Beitrages gehört es, dass ich Sie nicht langweile. Ein substantielles Referat solle ich abliefern, wurde mir von Herrn Simon aufgetragen; aber bitte doch so, dass es einigermaßen interessant und unterhaltend ist. Und so dachte ich mir, dass ich Sie eingangs erst mal versuche zu ertappen. Zu ertappen bei Vorstellungen, die quer zur Kernbotschaft meines Vortrags liegen. Ich will mich nämlich mit drei verbreiteten Irrtümern auseinandersetzen, die man in der öffentlichen Debatte über Inszenierung und Politik immer wieder heraushören kann:

- *Irrtum 1: Inszenierung gehöre nicht in die Politik!* Ich versuche demgegenüber zu begründen, warum Inszenierung ein elementarer Bestandteil von Politik ist und schon immer war.
- *Irrtum 2: Politische Inszenierung sei schlecht.* Dem halte ich entgegen, dass es gute und schlechte Inszenierung von Politik gibt, genauso, wie sie auf der Bühne schlechtes und gutes Theater erleben können.
- *Irrtum 3: Politische Inszenierung sei ein bloßes ‚Spiel‘ und habe für unsere Demokratie keine Bedeutung.* Im Gegensatz zu dieser Einschätzung werde ich argumentieren, dass politische Inszenierung Auswirkungen hat auf unsere Institutionen, insbesondere auf die Parteien. In der Sprache der 68er könnte man dramatisierend von einer schleichenden Systemveränderung sprechen. Im Untertitel meines Vortrages wird das als „Wandel von der Parteien- zur Mediendemokratie bezeichnet“, allerdings mit einem Fragezeichen versehen.

Lassen Sie mich aber, bevor ich diese drei thematischen Schubladen leere, noch eine ironische Vorbemerkung machen. Vielleicht verhilft das dann dazu, dass wir mit dem Phänomen politischer Inszenierung etwas nüchterner umgehen. Inszenierung ist ja kein Teufelszeug, sondern Bestandteil unserer Alltagskultur. Glauben Sie es mir: *Nicht nur die Politik, auch Unternehmerverbände kommen ohne Inszenierung nicht aus.* Selbst ein Ereignis wie der Unternehmertag der Landesvereinigung der Unternehmerverbände ist natürlich auch ein Stück weit inszeniert. Die Organisatoren haben die Dramaturgie sorgfältig vorbereitet. Schließlich ist das Jahrestreffen ein Ritual, ein fester Bestandteil im politischen Kalender; eine Art Pontifikalamt der rheinland-pfälzischen Wirtschaft. Eingeladen wird, was Rang und Namen hat in Politik, Verwaltung, Gesellschaft und natürlich Wirtschaft. Mindestens einmal im Jahr also eine große Bühne in eigener Regie. Und viele nehmen dann gerne die Gelegenheit zum Auftritt wahr. Akteure mit Haupt- und solche mit Nebenrollen, Wichtige und solche, die sich für wichtig halten: Das alles unter dem Motto: Sehen und gesehen werden. Man könnte Descartes Credo umformulieren. Nicht „cogito ergo sum“, ich denke also bin ich, sondern „ich lasse mich sehen, also bin ich“. – Es gibt da noch eine Spezialinszenierung. Ich kenne das von wissenschaftlichen Kongressen: Einige sind zwar eingeladen, aber terminlich oder mangels Interesse verhindert. Und manche davon schieben sich noch klammheimlich auf die Seitenbühne. Man meldet sich an, obwohl man weiß, dass man nicht kommt. Das hat einen Vorteil. Man steht auf der Teilnehmerliste und wird wenigstens als Name wahrgenommen. – Bitte blättern Sie jetzt nicht in der Teilnehmerliste. Peinlichkeiten wollen wir heute vermeiden!

Geben wir es zu, meine sehr verehrten Damen und Herrn: Wir alle spielen ein bisschen Theater, nicht immer gleich gut und geschickt. Aber: Inszenierung gehört nun mal zur Selbstdarstellung im Alltag, im öffentli-

chen Leben ohne Zweifel, nicht selten aber auch im privaten. Lorient hat uns in köstlicher Weise mit seinen Sketches den Spiegel vorgehalten. „Wir alle spielen Theater“, das ist übrigens der Titel zu einer Studie des amerikanischen Soziologen Erving Goffman, der sich mit den Gesetzmäßigkeiten und Mechanismen der zwischenmenschlichen Interaktion und Kommunikation beschäftigt hat. – Keine Angst, ich betreibe jetzt keine Sozialpsychologie von Unternehmertagen oder schon gar nicht eine Art kollektive Psychoanalyse. Ich bleibe auch bei meinem Thema.

Mir geht es nicht nur um die *Entdämonisierung des Begriffes „Inszenierung“*. Wichtiger ist mir, dass unser Thema eine Kernfrage des Politischen, eine Kernfrage der Demokratie berührt: nämlich die unauflösbare Verbindung von Politik und Kommunikation. Wie angekündigt werde ich ausgehend von Fehleinschätzungen auf drei zentrale Aspekte eingehen.

**(I) Zunächst also zu der Behauptung, dass Inszenierung nicht zur Politik gehöre.**

Das ist ein verbreiteter Irrtum. Hier lassen wir uns zu leicht täuschen von der berechtigten Kritik an so manchen Auswüchsen im modernen Medienspektakel. Inszenierung gehört als elementarer Bestandteil zur Politik. Und – sie ist keine Erfindung der Mediengesellschaft.

Ein Beispiel aus der Geschichte, das uns in diesem Jahr gerade als Rheinland-Pfälzer besonders am Herzen liegt. Ich meine das Hambacher Fest. Es steht im Mittelpunkt zahlreicher Gedenkveranstaltungen zum 175-jährigen. Das Hambacher Fest war ja nicht nur ein Schlüsselereignis der deutschen Freiheitsgeschichte, Ausdruck des Kampfes für elementare Grund- und Menschenrechte. Es war auch eine Riesenfete, ein inszeniertes Spektakel. Dahinter standen natürlich keine Öffentlichkeitsarbeiter, Spin-Doctors oder Medienberater, sondern politische Charaktere, allerdings mit einem ausgeprägten Sinn für öffentliche Wirkung.

Und es gelang ihnen erstmals in der deutschen Geschichte ihre revolutionären Forderungen zum Medienereignis zu machen. Das Ganze war eine Mischung aus Demo und Party, aus Forderungen nach substantiellen Freiheitsrechten und gelungener Inszenierung. Es gab eindrucksvolle Reden, öffentlichkeitswirksame Aufzüge und Freiheitsgesänge, Schlagworte und Parolen, farbige Bilder und Symbole und nicht zu vergessen eine Fahne, die zum Freiheitssymbol werden sollte; alles Dinge, die auch heute noch Aufmerksamkeit erregen und Nachrichtenwert haben können. Die Protagonisten der Freiheitsbewegung hatten offensichtlich ein feines Gespür für die „Ökonomie der Aufmerksamkeit“ (Franck), dafür also, dass Aufmerksamkeit ein knappes Gut ist; dass man etwas tun muss, um in der Konkurrenz mit anderen Ereignissen wahrgenommen zu werden. Ein Grundproblem, mit dem Politik auch heute zu kämpfen hat. Nur als Medienereignis konnte die Befreiungsbewegung zu einer gesamteuropäischen Bewegung werden; viel stärker übrigens als die Französische Revolution. Plakate, Flugblätter, Karikaturen und ein aufkommender Zeitungsmarkt sorgten damals für die Verbreitung von Informationen und Bildern.

Es gab noch etwas Weiteres, was in der kritischen Beschäftigung mit politischer Inszenierung in der heutigen Mediengesellschaft eine große Rolle spielt: Die Vermischung von Politik und Unterhaltung. Wir kritisieren das gern und vielfach zu Recht. Wie war das in der ersten Hälfte des 19. Jahrhunderts? Es gibt einen prominenten Kritiker. Friedrich Engels, der Mitverfasser des Kommunistischen Manifests. Er lästerte über die politischen Umtriebe, bei denen sich gerade in der Pfalz Ernsthaftigkeit und Weinseligkeit vermischten. In seinem Bericht zur 48er Bewegung schreibt er: „Wer die Pfalz einmal gesehen hat, begreift, dass eine Bewegung in diesem weinreichen und weinseligen Lande einen höchst heiteren Charakter annehmen musste. Man hatte sich endlich einmal die

schwerfälligen und pedantischen altbayrischen Bierseelen vom Hals geschafft und an ihrer Stelle fidele Schoppenstecher zu Beamten ernannt... Die Herstellung der Kneipfreiheit war der erste revolutionäre Akt des pfälzischen Volkes: Die ganze Pfalz verwandelte sich in eine große Schänke... Obwohl es hier viele reaktionäre Bezirke gab, war doch die Bevölkerung einstimmig in dieser ganzen Schoppenstecherei, wurde selbst der reaktionärste Spießbürger und Bauer hingerissen in die allgemeine Heiterkeit.“ (Engels 1969: 78f.) Soweit Friedrich Engels. Sie sehen also, die Pfalz ist ganz offensichtlich ein Vorreiter der Erlebnisgesellschaft. Schon damals hatte man hierzulande Verständnis dafür, dass Politik, dass politischer Protest und öffentliche Meinungsbildung auch Spaß machen können. – Dabei gibt es im Falle des Hambacher Festes ja keinen Zweifel: Das war keine hohle Inszenierung zur Publikumsbelustigung, sondern Ausdruck einer Freiheitsbewegung. Es war Darstellung substantieller Politik. Eine gelungene Politikvermittlung also, auch wenn die Ziele durch die Restauration zunächst nicht realisiert werden konnten.

Spaß und Politik oder sagen wir besser Unterhaltung und Politik – die Vermischung zwischen diesen beiden, wie verträgt sich das mit unserem Bild vom mündigen Bürger? Die Sprache der Französischen Revolution hat hier zwei interessante Begriffe geprägt: einerseits der Citoyen. Das ist der Staatsbürger, der im Geist der Aufklärung aktiv und eigenverantwortlich am öffentlichen Leben teilnimmt. Andererseits der Bourgeois, eine an Eigennutz und Unterhaltung orientierte Figur.

Sie können jetzt überlegen, welchem Bürgerverständnis Sie sich selbst zurechnen, „Citoyen“ oder eher „Bourgeois“? Unschwer zu erraten, was die meisten wohl denken. Mehrheitlich würden Sie sich natürlich auf die Seite des Citoyens schlagen. Aber eigentlich ist die Frage falsch gestellt. Es geht gar nicht um eine Entscheidung für die eine *oder* andere

Rolle. Denn – Sie, ich, wir alle sind beides, Citoyen und Bourgeois, freilich in unterschiedlicher Mischung und durchaus die Rollen wechselnd. Soll ich mir die politische Informationssendung ansehen? Da laufen gerade zwei spannende Krimis, fragt der Bourgeois den Citoyen in uns. Soll ich mich in den umfangreichen Artikel einer Meinungsführenden Tageszeitung vertiefen oder nicht doch schnell die Seite mit dem Vermischten lesen, wo ich etwas über die wirklich ‚wichtigen‘ Dinge des Lebens (natürlich in Anführungsstrichen) erfahre: etwas über den Umzug von David und Victoria Beckham nach Hollywood, etwas über die neuesten Eskapaden des Prinzen Harry oder etwas darüber, wie neuerdings die englische Rentner-Band „My Generation“ die Hitparaden erstürmt.

Allzu gerne stimmen wir ein in den Chor der Klagen über den Verfall der politischen Kultur und kritisieren die Politik als Medienspektakel. Aber zu dem politisch-medialen Schauspiel gehören zwei Seiten, die politischen Akteure und die Zuschauer. Also Vorsicht, wenn wir mit dem erhobenen Zeigefinger auf Politiker deuten. Der Daumen der gleichen Hand zeigt auf uns selbst. – Geben wir es zu: Der Souverän will nicht nur informiert, er will auch unterhalten werden. Und der Souverän, meine Damen und Herrn, das sind wir alle.

Vermittlung, Darstellung und eben auch Inszenierung gehören zur Politik – und zwar seitdem sich die politische Philosophie mit Fragen von Staat, Gesellschaft und Politik beschäftigt. Klassiker der politischen Theorie haben dazu, auch ohne Fernsehen, immer wieder Kluges gesagt. So wurden in der antiken Welt des Aristoteles Politik und Rhetorik sogar als eine Einheit verstanden. Öffentliche Darstellung, Argumentation und Überzeugungskraft vor einem unmittelbar anwesenden Publikum auf der Agora entschieden über Zustimmung oder Ablehnung. Das hatte durchaus basisdemokratische Züge. (Sieht man einmal von der ‚Kleinigkeit‘ ab, dass Frauen, Besitzlose und Ausländer nicht dazu gehörten.) Ganz

anders ein Klassiker der Staatsräson und der Machtpolitik rund eintausend Jahre nach Aristoteles: Der Herrscher müsse sehr darauf achten, dass er, wenn man ihn sieht und hört, ganz von Milde und Treue, Aufrichtigkeit, Menschlichkeit und Frömmigkeit erfüllt scheine. Und jetzt wörtlich: *„Denn die Menschen urteilen im Allgemeinen mehr nach dem, was sie mit den Augen sehen, als nach dem, was sie mit den Händen greifen.“* (Il Principe, Kap. XVIII) Das ist kein Kommentar zur Fernsehgesellschaft. Es sind Empfehlungen für kluges politisches Verhalten, mit denen Niccolò Machiavelli im 16. Jahrhundert seinen Fürsten Lorenzo de Medici bedachte. Ebenso wenig demokratisch, aber dafür umso mehr mit einem ausgeklügelten höfischen Zeremoniell, mit Ritualen, Symbolen und Darstellungsweisen inszenierte sich politische und lange Zeit auch geistliche Macht über Jahrhunderte hinweg. Schauen Sie sich in Museen Herrscherporträts an, gemalt oder als Skulpturen. Es sind zumeist keine Darstellungen leibhaftiger Personen. Vielmehr stellen sie Figuren dar, die als Träger eines Amtes mit Insignien ausgestattet bestimmte politische Rollen verkörpern. – Die Verbindung von Inszenierung und Politik ist also nicht neu.

Reden und Handeln, schreibt die Politikphilosophin Hanna Arendt in ihrem Fragment „Was ist Politik?“ (Arendt 1993: 48), lassen sich nicht trennen, weil das Reden selbst eine Form politischen Handelns ist.

Nach diesem kleinen historischen und theoretischen Exkurs möchte ich den Bogen schlagen zum zweiten Punkt, zu der verbreiteten Meinung,

### ***(II) politische Inszenierung sei schlecht.***

Für uns ist es heute eine pure Selbstverständlichkeit: Demokratische Politik braucht Zustimmung. Voraussetzung für Zustimmung ist aber die

öffentliche Begründung. D.h. in der Demokratie erfolgt Legitimation durch Kommunikation, idealiter durch den Austausch von Argumenten vor dem Schiedsrichter einer kritischen Öffentlichkeit. In der bekannten Diktion der Federalist Papers (1787/1788), einem der Gründungsdokumente der amerikanischen Verfassungsväter: „All government rests on opinion“. D.h., weil die Demokratie auf dem labilen Grund von Meinungen ruht, bedarf sie der steten kommunikativen Erneuerung. Politischer Erfolg, Ausübung von demokratischer Herrschaft sind daran geknüpft, dass erfolgreich dargestellt und vermittelt wird, was man zu sein beansprucht oder durchzusetzen beabsichtigt.

Wir Deutschen tun uns damit schwer. Es gehört ja zu den Traditionslasten unserer politischen Kultur, dass Politik gerne mit Verwaltung verwechselt, mit Sachzwang gleichgesetzt wird. Das ist ein Erbe unserer verspäteten Demokratieentwicklung. Nach wie vor ist die Auffassung verbreitet, Politik sei gleichsam „pur“ zu haben, ohne Vermittlung und Darstellung. Politik als sachlogisch zwingende Entscheidung. Nein, Politik beruht auf Meinungen, sie ist nicht zum Nennwert zu haben. Gewiss, Sachverstand kann nicht schaden und ohne Fachkompetenz geht es natürlich nicht, bei der Reform des Gesundheitswesens, bei der Neuregelung der Familienförderung, bei der Entscheidung über Bundeswehreinsätze, bei der Mobilisierung von Bildungsreserven und Wissensressourcen oder bei der Sanierung von Haushalten. Politisch werden alle diese Problemstellungen aber erst im Lichte unterschiedlicher Meinungen. Und diese müssen kommuniziert werden.

Meine Gegenthese überrascht Sie demnach nicht mehr: Politische Inszenierung an sich ist zunächst weder gut noch schlecht. Als Element der Politikvermittlung ist sie schlicht notwendig. – Dass Sie mich nicht missverstehen: Ich heiße weiß Gott nicht jedes politische Spektakel für gut. Vieles finde ich hoch problematisch. Nicht jedes Polit-Theater trägt

zur Erhellung bei, schon gar nicht solches, bei dem die Darstellung keine politische Substanz hat, die Inszenierung die Botschaft ersetzt. Das wäre dann in der Tat bloß schlechtes Theater. Natürlich kann man darüber streiten, was gute und schlechte politische Schauspiele sind; kann über Wahlkampfstile und politische Sprache, über perfekt choreographierte Parteitagsinszenierungen oder Talkshows unterschiedlicher Auffassung sein. Das will ich nicht weiter vertiefen. Mich interessiert ein grundsätzlicheres Problem der Politikvermittlung. Man könnte es als *politische Schizophrenie*, als Wirklichkeitsspaltung moderner Mediendemokratien bezeichnen.

Was ist damit gemeint? – Wenn wir uns fragen, was verstehen wir unter Politik, was macht politische Wirklichkeit aus, dann stellen wir schnell fest: Eigentlich haben wir es mit *zwei politischen Wirklichkeiten* zu tun, mit einer Art Doppelrealität. Die mediale Seite von Politik, das öffentliche, medienvermittelte Erscheinungsbild, das ist das eine. Das andere ist die Politik, wie sie in den Institutionen der politischen Willensbildung und Entscheidungsfindung funktioniert – zwei völlig verschiedene Welten. „*Entscheidungspolitik*“ und die „*Darstellungspolitik*“, das sind Wirklichkeiten mit jeweils eigener Logik. – Viele von Ihnen kennen das. Sie sind in einer Veranstaltung, wirken selbst vielleicht mit. Es geht um irgendein wichtiges Problem. Sehr unterschiedliche Konzepte werden vorgetragen und Meinungen ausgetauscht. Insgesamt läuft ein recht differenzierter Diskussionsprozess ab. Abends schauen sie sich die Fernsehberichterstattung zu dem gleichen Ereignis an oder lesen am nächsten Tag die Zeitung und denken, sie seien in einer anderen Veranstaltung gewesen. Das Geschehen, das sie erlebt haben, wird nur unter ganz bestimmten Gesichtspunkten dargestellt: ziemlich wahrscheinlich unter der Machtfrage. Welcher Akteur, welche Seite hat sich durchgesetzt? Möglicherweise steht ein Nebenkriegsschauplatz im Mittelpunkt der Berichterstattung,

weil Konflikt ja interessanter ist als Konsens; gerne kommt ein abseitiger Vorschlag oder ein Zwischenfall zur Sprache, schließlich verspricht das Ungewöhnliche größere Aufmerksamkeit als die Normalität. Schön macht sich vor allem, wenn die Sache auf ein Personalduell zugespitzt werden kann. Denn Köpfe lassen sich allemal besser vermitteln als komplexe Sachverhalte. Wenn das Ganze dann auch noch mit attraktiven Bildern unterlegt und so die visuelle Logik bedient werden kann, umso besser.

Sie wissen es: *In die Medien kommt nicht zwingend das, was wichtig ist, sondern das, was für die Medien Nachrichtenwert hat, den Unterhaltungswert nicht vergessen.* Das hat gravierende Konsequenzen für die Wirklichkeitskonstruktion. Richard von Weizsäcker hat deshalb treffend von der Umwertung der Wichtigkeiten durch Medien gesprochen.

Bild-Kommunikation spielt dabei eine zunehmende Rolle. (BILD-Kommunikation – mit Großbuchstaben geschrieben kann man auch anders verstehen.) Es spricht einiges dafür, dass die bildliche Information, wie wir sie aus dem Fernsehen und zunehmend auch über das Internet kennen, die Logik der Massen- und Individualkommunikation mehr und mehr bestimmt. Die „Macht der Bilder“, sie ist kaum mehr zu überschätzen, für die große Politik ebenso wie für die Bühnen der politischen Provinz. Politische Kommunikation, der politische Wettbewerb um die Deutungshoheit, das ist heute ganz wesentlich auch ein Kampf um Bilder. Bilder machen uns zu Augenzeugen. Nicht selten produzieren sie *Augenzeugenillusionen*. Mit Bildern werden inzwischen Kriege inszeniert und auch verloren, wird emotionale Zustimmung mobilisiert, aber auch Glaubwürdigkeit verspielt. Wer erinnert sich nicht an die Szenen jener Sitzung des Weltsicherheitsrats, in welcher der amerikanische Außenminister mit einer eindrucksvollen Powerpoint-Präsentation die Weltöffentlichkeit auf den Einmarsch im Irak einzustimmen versuchte. Und dann –

und immer wieder – die Bilder von Abu Graib oder von der Guantanamo Bay: nicht nur ein Kommunikationsdesaster sondern auch – Gott sei Dank, muss man sagen – ein Glaubwürdigkeitsdebakel infolge hochproblematischer Ereignisse. Das sind Bilder einer schmutzigen Wirklichkeit. Nicht selten privat gemacht und ohne große Inszenierung einmal in die Welt gesetzt, können sie außerordentliche Wirkungen entfalten.

Wir müssen gar nicht so weit weg oder zurück gehen. Welche Bilder werden die Erinnerung an den G 8-Gipfel – ich meine die Ereignisse vor und hinter dem Zaun – codieren und die kollektive Erinnerung prägen? Das Bild der Kanzlerin mit den Staats- und Regierungschefs im überdimensionierten Strandkorb oder das überfahrene Green Peace-Schlauchboot, als Symbol für das bekannte Muster: der todesmutige Kampf Davids gegen den übermächtigen Goliath. Green Peace ist übrigens ein gutes Beispiel. Diese angesehene Umweltschutzorganisation lebt politisch in hohem Maße von politischer Inszenierung in Form spannender Kommunikationsangebote und symbolischer Akten mit waghalsigen Manövern und sportiven Bildern.

Vielleicht noch ein letztes Beispiel – zur Unterhaltung mal aus der deutschen Provinz: Die Fürther Landrätin Dr. Gabriele Pauly: Die Dame, bis vor kurzem überregional ein unbeschriebenes Blatt, ist nicht nur, aber doch wesentlich ein Geschöpf der Mediendemokratie. Frau Pauly sei nicht wichtig, meinte noch zu Anfang der CSU-Vorsitzende. Er sollte sich täuschen. Stark in Selbstinszenierung und medialer Dauerpräsenz gelang es dem rothaarigen Politstar innerhalb und außerhalb ihrer Partei Aufmerksamkeit zu erzeugen. Mit politischen Nadelstichen, Stehvermögen, medialer Dauerpräsenz und gewissen sonstigen Reizen vermochte sie es immerhin, einen Landesfürsten mit einer durchaus ansehnlichen Erfolgsbilanz zu stürzen. Das hat man selbst den größten Grantlern im CSU-Biotop nicht zugetraut. Die kesse Motorradfahrerin ist aber auch ein

Beispiel für das Überdrehen der Inszenierungsschraube und für Glaubwürdigkeitsverlust. Ich vermute: Nach den Latex-Fotos für ein Lifestyle-Magazin ist es um ihre politische Zukunft geschehen. Und ob sie für einen Job in der Show-Branche noch genauso viel Aufmerksamkeit erhält? Warten wir es ab.

Ich gebe zu, das sind willkürlich herausgegriffene und zudem noch ziemlich spektakuläre Beispiele aus der politischen Kommunikation. Ich hätte ihnen das, worum es mir geht, auch an weniger dramatisierenden Exempeln aus dem Alltag deutscher Politik verdeutlichen können; möglicherweise dann aber mit der Folge, dass ich sie in den Zustand eines akademisch beschleunigten Tagungsschlafes versetzt hätte. Das will ich natürlich nicht. Insofern hoffe ich, die kleine unterhaltende Einlage mit der aufreizenden Dame aus Franken und die anderen Beispiele konnten ein doch sehr ernstes Problem verdeutlichen, das mich zu meinem dritten und letzten Punkt führt:

***(III) dem Irrtum nämlich, politische Inszenierung sei ein bloßes mediales Spektakel, ein ‚Spiel‘, das für unsere Demokratie, für das politische System keine Bedeutung habe.***

Nein, meine Damen und Herrn, politische Inszenierung hat sehr wohl Bedeutung für unsere Demokratie. Hier besteht durchaus auch Anlass zur Sorge; zur Sorge, dass die Schere zwischen der „Darstellungspolitik“ und der „Entscheidungspolitik“ auseinandergeht. Zur Sorge auch, dass wir es bei dem Medienbild von Politik nicht mit politischer Realitätsvermittlung zu tun haben, sondern immer wieder auch mit Problemen der Realitätstäuschung. Denn über den mühsamen politischen Prozess, über die langwierigen Verfahren und Abstimmungen, über die Schwierigkeiten politischer Kompromissbildung und interner Überzeugungsarbeit, über

den Zeitbedarf demokratischer Prozesse und über die ganz unspektakuläre Seite von Politik sagt dies alles wenig aus. Und hier muss man ein paar Sätze verlieren über die besondere Verantwortung der Medien.

Massenmedien sind ja nicht Unternehmen, die x-beliebige Produkte vertreiben. Medien erfüllen einen öffentlichen Auftrag. Sie genießen deshalb einen besonderen grundrechtlichen Schutz. In der Diktion des Bundesverfassungsgerichts, zuletzt im CICERO-Urteil vor wenigen Monaten wiederholt: Die „Freiheit der Medien ist konstituierend für die freiheitliche demokratische Grundordnung (vgl. BVerfGE 7, 198 <208>; 77, 65 <74>; stRspr)“. In ihren Fernseh-Urteilen sprechen die Karlsruher Richter davon, dass die Medien nicht nur „Medium“, also Forum, Plattform, Spiegel unterschiedlicher Meinungen und Interessen seien, sondern auch „ein eminenter ‚Faktor‘ der öffentlichen Meinungsbildung“ (BVerfGE 12: 205ff). Nicht selten nehmen sie inzwischen die fragwürdige Rolle des Akteurs ein; spielen die Rolle als eine Art Mitpolitiker ohne Mandat!

Inzwischen erleben wir auf dem Medienmarkt erhebliche Umwälzungen. Technologische Fortschritte bei Speicherung und Übertragung von Informationen verschieben die Grenzen zwischen Individual- und Massenkommunikation, verschieben auch geographische Grenzen. Liberalisierung, Kommerzialisierung und Angebotsausweitung bei gleichzeitiger Konzentration in verschachtelten Konzernstrukturen machen die medialen Verhältnisse zunehmend unübersichtlich. Aus einstmals politisch profilierten Medienunternehmen haben sich multimediale Contentprovider mit expansiver Marktstrategie entwickelt, mit hohen Rentabilitätserwartungen und Rationalisierungsdruck. Darunter leidet journalistische Professionalität, denn die Spielräume für teure weil zeitintensive journalistische Recherche werden kleiner. Das Ganze ist verbunden mit der Tendenz, sich weniger an den Angelegenheiten der res publica zu orientieren, als vielmehr an einer schnellen Bedienung der Nachfragelogik. Das

ist vor allem der Geschmack des zahlenden Publikums. Politisch einseitige Meinungsmache muss das nicht ausschließen. Ich erinnere nur an früher undenkbbare Koalitionen z.B. zwischen BILD, FAZ und Spiegel im letzten Bundestagswahlkampf oder auch aktuell an so manchen Kampagnenjournalismus, bei dem man den Eindruck haben kann, es gebe konzertiertes Rauf- und Runterschreiben. Spitzenpolitiker können davon ein Lied singen.

Insgesamt entfernen sich aber die Medien von der Politik. Sie werden unabhängiger. Von dieser Entwicklung sind alle betroffen, die Politik vermitteln: der vorpolitische Raum, gesellschaftliche Gruppen und Initiativen, Interessenverbände, vor allem Parteien und durchaus auch das Parlament. Für neue Anbieter und für unkonventionelle Angebote auf dem politischen Markt wird der Zugang zu den Medien leichter. Etablierte Akteure der politischen Willensbildung haben es dagegen schwerer, wenn sie sich nicht der Logik der Medien bedienen. Das betrifft ganz zentral die Parteien, die ja eine verfassungsrechtliche Sonderstellung einnehmen. Sie und nur sie sind das Bindeglied zwischen der Willensbildung im Volk und der Willensbildung im Entscheidungssystem, zwischen „Volkswillensbildung“ und Staatswillensbildung“ (Grimm 2001: 35) also. Nur sie stellen Kandidaten auf für Wahlen und für politische Führungsämter.

Nun befinden sich unsere Parteien selbst in einem Umbruch. Parteitraditionen und ansozialisierte Zugehörigkeitsgefühle schwächen sich ab, weltanschauliche Verankerungen und politische Milieus erodieren, Mitgliederbasis und Stammwählerschaften schrumpfen. Mehr denn je sind Parteien deshalb auf die Vermittlungsleistung der allgemeinen Massenmedien angewiesen. Nolens volens müssen sie sich auf die Medienlogik einstellen. Damit aber verändern sich die politischen Kommunikationsverhältnisse innerhalb und außerhalb der Parteien. Die Rolle von Ehren-

amtlichen und Parteimitgliedern wird tendenziell geschwächt, das Berufspolitikertum gestärkt. Kampagnenfähigkeit und Wählerorientierung werden ausgebaut. Programmatische Profilierung und Willensbildung in den Parteien, verlieren zugunsten der professionellen Kommunikation nach draußen an Bedeutung. – Berufspolitikerpartei auf der einen und Wählerpartei auf der anderen Seite, das scheinen die beiden Rollenkonzepte zu sein, auf die sich Parteien in der Mediendemokratie einrichten.

Das hat Konsequenzen für die Kommunikation, für den politischen Stil wie überhaupt für politische Gestaltungskompetenz in der Demokratie. Wie sind programmatische Schärfe und Wettbewerb um die bessere Alternative, wie sind politische Weichenstellungen und unpopuläre Reformen, wie sind nachhaltige Politik und Generationenverantwortung noch möglich, wenn die Neigung zu medienattraktivem Populismus zunimmt? Politik, demokratisches Handeln darf sich nicht auf die *Legitimation des Augenblicks* reduzieren lassen!

Wie es scheint, hat sich der Kampf um Aufmerksamkeit, um die beste Schlagzeile, um das exklusive Bild zum vermeintlichen Skandal unter den spezifischen Bedingungen der „Berliner Republik“ noch verschärft. *Der politisch-mediale Betrieb ist unberechenbarer geworden.* Die Bereitschaft, um der Quote und Verkaufszahlen willen politische und journalistische Spielregeln zu verletzen, hat zugenommen. Aber: Wir können nicht hinnehmen, was Jürgen Leinemann, der langjährige journalistische Beobachter und Begleiter des Bonner und Berliner Politikbetriebs in seinem Buch „Der Höhenrausch“ (2004) als deprimierendes Fazit diagnostiziert: zwischen den politischen Profis, den Medien und Otto Normalverbraucher, so Leinemann, gebe es kaum noch Konsens über die Lebenswirklichkeit in Deutschland. Dies zu akzeptieren, hieße, allgemeines Desinteresse und kollektiven Politikverdruss zu befördern, hieße populistischer Politikerschelte und politischem Zynismus Raum zu geben.

Kein Zweifel, *in der modernen Mediendemokratie wird Politik kommunikationsabhängiger und damit zugleich enttäuschungsanfälliger*. Dagegen scheint kein Kraut gewachsen. Um so mehr verbleibt Parteien und Medien die dauerhafte *demokratische Bringschuld*, Öffentlichkeit herzustellen, über Entscheidungsalternativen zu informieren und politische Meinungsbildung darüber zu ermöglichen, wie wir und die nachfolgenden Generationen in Freiheit und unter menschenwürdigen Bedingungen leben wollen. Als Bürger, sei es als politische „Zuschauer“, in jedem Falle aber als Betroffene haben wir allerdings auch eine *Holschuld*. Wir lösen sie damit ein, dass wir uns informieren und vom oberflächlichen Schein medialer Inszenierungen nicht täuschen lassen. Als Bürger sollten wir uns einmischen, beteiligen und damit unsere Rolle als Souverän auch ernst nehmen. Das ist nicht immer unterhaltend und allemal mühsamer als ein Leben in der „Zuschauerdemokratie“. Aber eine lebendige Demokratie ist nun mal keine bequeme Staatsform. Sie muss immer wieder errungen werden, auch in der Mediengesellschaft. Und manchmal geht das sogar mit einer guten Inszenierung von Politik.

Vielen Dank für Ihre Geduld!