

Inauguraldissertation zur Erlangung des akademischen Grades
eines Doktors der Philosophie
der Bergischen Universität Wuppertal
Fachbereich G – Bildungs- und Sozialwissenschaften

Die politische Talkshow - ein Medium politischer Bildung?

vorgelegt von
Maren Wagner

Wuppertal, März 2008

Diese Dissertation kann wie folgt zitiert werden:

urn:nbn:de:hbz:468-20080570

[<http://nbn-resolving.de/urn/resolver.pl?urn=urn%3Anbn%3Ade%3Ahbz%3A468-20080570>]

Erstgutachter: Prof. Dr. Volker Ronge

Zweitgutachter: Prof. Dr. Herbert Grymer

Disputation: 13.10.2008

INHALT

1 Einleitung	5
2 Der Strukturwandel der Öffentlichkeit	11
2.1 Politische Öffentlichkeit und ihr Idealmodell „Bürgerliche Öffentlichkeit“	13
2.1.1 Der partizipierende Bürger	14
2.1.2 Zur Bedeutung politischer Bildung	16
2.2 Öffentliche Kommunikation und die Rolle der Medien	19
2.2.1 Das öffentliche Raisonement als Idealmodell	19
2.2.1.1 Die Presse als Institution der bürgerlichen Öffentlichkeit	21
2.2.2 Die von Massenmedien beherrschte Öffentlichkeit und ihre Folgen	23
2.2.2.1 Akklamation statt Raisonement – Werbung als Funktion der Öffentlichkeit	26
2.2.2.2 Der Bürger als passiver, manipulierter Konsument	28
2.2.2.3 Massenkommunikation und politische Öffentlichkeit	33
2.2.3 Kritische Öffentlichkeit – Eine Fiktion?	34
2.3 Habermas’ Öffentlichkeitstheorie – Kritik, Modifizierung und Weiterentwicklung	36
2.4 Öffentlichkeit im 21. Jahrhundert	40
3 Politische Bildung - Ziele, Aufgaben und Methoden	43
3.1 Begriffsklärung	44
3.2 Der mündige Bürger - Ziel und Bildungsideal	46
3.2.1 Der mündige Bürger als Problem	48
3.2.1.1 Neue Bürgerleitbilder	50
3.3 Aufgaben der politischen Bildung	53
3.3.1 Informationsfunktion	55
3.3.2 Politische Meinungs- und Willensbildungsfunktion	56
3.3.3 Befähigung zur Partizipation	58
3.4 Didaktische Leitprinzipien ...	59
3.4.1 ... und ihre Anwendbarkeit auf Medien	61

3.5	Methoden der politischen Bildung und die besondere Relevanz der Kommunikation	62
3.5.1	Die Bedeutung des Dialogs	64
3.5.2	Politische Talkshow als Unterrichtsmethode	65
3.6	Die Akzeptanz politischer Bildung	68
3.7	Medien und ihre Bedeutung für die politische Bildung	70
3.7.1	Massenmedien als Aufgabe - Vier Funktionen politischer Bildung	72
3.7.1.1	Vermittlung und Förderung von Medienkompetenz	74
3.7.2	Massenmedien und institutionalisierte politische Bildung - Konkurrenz oder Partnerschaft?	77
4	Das Medium Fernsehen – (Politische) Bildung als Funktion und Programmauftrag	82
4.1	Das Stimulus-Response-Modell der Medienwirkungen	82
4.2	Politische Bildung als Stimulus-Response?	85
4.2.1	Politische Funktionen der Massenmedien	86
4.2.2	Bildung als Programmauftrag	90
4.2.2.1	Das Bildungsfernsehen und seine Programmangebote	90
4.2.2.2	Exkurs: Bildung durch Fernsehen?	94
4.2.2.3	Die Akzeptanz bei den Fernsehzuschauern und ihre Folgen	95
4.3	Der Uses-and-Gratifications-Approach	101
4.3.1	Medienrezipienten und ihre Bedürfnisse	102
4.3.2	Das Konzept des aktiven Publikums	105
4.4	Die Expansion des Fernsehangebots und ihre Folgen	108
4.4.1	Die Ausweitung der Mediennutzung	111
4.4.2	Mehr Information gleich mehr Informiertheit? – Politische TV-Angebote und ihr Nutzen für die politische Bildung	113
5	Die Politische Talkshow – Ein Programmformat und seine Charakteristika	120
5.1	Talkshow, Talk-Show oder Talk Show?	121
5.2	Interview, Diskussion oder Talk?	123
5.3	Politische Relevanz – Relevanz von Politik	127
5.3.1	Die Rolle der Parteien bei der Entwicklung und Etablierung politischer Gesprächssendungen	129

5.3.2	Vermittlung oder Inszenierung von Politik? - Zum Showcharakter politischer Talkshows	132
5.3.2.1	Unterhaltung oder Information?	134
5.4	Politische Talkshows als Forum öffentlicher Kommunikation	139
5.4.1	Die Interessen der Politiker und ihre Effekte auf die Kommunikation	141
5.4.1.1	Zum politischen Diskurs in Talkshows	144
5.4.2	Zur Bedeutung von Regie, Kamera und Moderator	149
5.5	Die drei erfolgreichsten politischen Talkshows (1998-2007)	151
5.5.1	„Sabine Christiansen“	151
5.5.2	„Maybrit Illner“	153
5.5.3	„hartaberfair“	154
5.5.4	Themen- und Gästestruktur	156
5.6	Rezipienten politischer Talkshows – Merkmale, Interessen, Urteile	164
5.6.1	Das Fernsehpublikum und seine Rezeption bestimmende Faktoren	169
5.7	Politische Talkshows und ihre Orientierung am Zuschauer	175
5.8	Politische Bildung und ihre Relevanz für politische Talkshows	181
6	Funktionen politischer Bildung und ihre Umsetzung in politischen Talkshows – Eine exemplarische Fallanalyse	185
6.1	Das Untersuchungsmaterial	186
6.2	Funktionen und ihre Variablen	188
6.2.1	Variablen der Informationsfunktion	188
6.2.2	Variablen der Meinungs- und Willensbildungsfunktion	189
6.2.3	Variablen der Funktion ‚Befähigung zur Partizipation‘	192
6.2.4	Variablen der Unterhaltungsfunktion	193
6.3	Zur Umsetzung der Informationsfunktion	194
6.3.1	Die Vermittlung konkreter Informationen	194
6.3.2	Die Ausgewogenheit der Informationen	200
6.3.3	Informationsbeiträge Betroffener	202
6.3.4	Die Verständlichkeit der Informationen	204
6.3.5	Politische Talkshows als Medium der Informationsfunktion	207
6.4	Zur Umsetzung der Meinungs- und Willensbildungsfunktion	209
6.4.1	Die Präsentation konträrer Positionen	209

6.4.2	Die Bedeutung von Emotionen	216
6.4.3	Die Expertenbeiträge	218
6.4.4	Politische Talkshows als Medium der Meinungs- und Willensbildungsfunktion	219
6.5	Zur Umsetzung der Funktion ‚Befähigung zur Partizipation‘	221
6.5.1	Interaktionsmöglichkeiten und die Integration des Publikums	221
6.5.2	Die Integration Betroffener	225
6.5.3	Politische Talkshows als Medium der Funktion ‚Befähigung zur Partizipation‘	227
6.6	Unterhaltende Elemente und ihre Effekte auf die politischen Bildungsfunktionen	228
7	Resümee: Die politische Talkshow als Medium politischer Bildung	233
8	Anhang	244
9	Verzeichnis der Abbildungen und Tabellen	345
10	Literatur	348

1 Einleitung

Demokratie lebt von politischer Partizipation – Mitsprache, Mitwirkung und Mitentscheidung – ihrer Bürger. Die (mündige) Wahrnehmung dieser politischen Bürgerrolle erfordert jedoch zunehmend komplexere Kompetenzen u.a. hinsichtlich des Aufspürens politisch relevanter Informationen in der täglichen Informationsflut, des Verstehens politischer Vorgänge in Zeiten der Globalisierung und des Erkennens von Handlungsmöglichkeiten im politischen Prozess jenseits der Beteiligung an Wahlen. Politische Partizipation setzt demnach Wissen und Fähigkeiten seitens der Bürger voraus, bedarf einer politischen Bildung, die zu einem besseren Verständnis der gesellschaftlichen Wirklichkeiten führt und die Menschen befähigt, sich aktiv und mündig am politischen Leben zu beteiligen.

Immer mehr Bürger entziehen sich jedoch der Möglichkeit, aktiv an der Lösung gesellschaftlicher Probleme mitzuarbeiten, und distanzieren sich von der Politik. Die Mitgliederzahlen der großen Parteien sind ebenso rückläufig wie die Wahlbeteiligung. Gründe dafür sind vielfältig und reichen vom mangelnden Interesse der Bürger – von Jugendlichen bis Erwachsenen – für Politik bis hin zur Politik(er)verdrossenheit und zu sinkendem Institutionenvertrauen.

Diesen Entwicklungen entgegenzuarbeiten, stellt eine maßgebliche Herausforderung dar für Institutionen und Akteure der politischen Bildung. Als wichtiger Bestandteil des Sozialisationsprozesses ist politische Bildung Inhalt und Ziel in Schule und Erwachsenenbildung. Doch in der Schule hat sie mit Strukturproblemen – Heterogenität der Fachbezeichnung, Stundenanzahl und Curricula – zu kämpfen, und politische Bildungsangebote in der außerschulischen Erwachsenenbildung werden kaum genutzt.

Die Medien sind als direkter Konkurrent für politische Bildung immer bedeutsamer geworden: Diese werden von mehr Bürgern auf politischer Informations- und Orientierungssuche genutzt als Veranstaltungen der politischen Bildung. Die Medien stellen für die meisten Bürger – Jugendliche wie Erwachsene – den einzigen ständigen Kontakt zum politischen Leben her und üben für viele die eigentliche politische Bildung aus – sozusagen inoffiziell.

Medien und politische Bildung haben eine Komplementärbeziehung. Auf der einen Seite haben die Veränderungen in der medialen Umwelt und die wachsende Konkurrenz der Medien dazu geführt, dass die politische Bildung Medien in ihren Inhalts- und Methodenkanon aufgenommen und Medienkompetenz explizit zu einem ihrer Bildungsziele erklärt hat; auf der anderen Seite haben die öffentlich-rechtlichen Hörfunk- und Fernsehprogramme eine Bildungsfunktion, die die politische Bildung einschließt.

Innerhalb der medialen Politikdarstellung, -vermittlung und -rezeption kommt dem Fernsehen eine besondere Bedeutung zu: Es hat sich aufgrund seiner nahezu flächendeckenden Verbreitung und überdurchschnittlichen Nutzungsdauer zu einem Leitmedium entwickelt. Für die Politikvermittlung im Fernsehen sind die politischen Talkshows – aufgrund ihrer Anzahl und Marktanteile – immer relevanter geworden. Rezipienten wenden sich politischen Talkshows in großer Zahl zu – bei „Sabine Christiansen“ waren dies in besten Zeiten bis zu fünf Millionen Zuschauer. Politische Talkshows bieten in unserer heutigen Mediengesellschaft ein vielbeachtetes Forum für die öffentliche Diskussion über politische Themen, doch sind sie auch ein Medium, welches einen relevanten Beitrag zur politischen Bildung leistet bzw. leisten kann? Diese Frage will die vorliegende Arbeit untersuchen.

Mit der Bedeutung öffentlicher Kommunikation über politische Themen für eine politische Öffentlichkeit hat sich Jürgen Habermas in seinem 1962 erschienenen Buch „Strukturwandel der Öffentlichkeit“ intensiv auseinandergesetzt. Habermas hat darin den Idealtypus „Bürgerliche Öffentlichkeit“ und seine Strukturen herausgearbeitet, um ihn als normative Ausgangsbasis für die Analyse der Veränderungen der öffentlichen Kommunikation durch die Massenmedien heranzuziehen. Die Kommunikation in der bürgerlichen Öffentlichkeit unterscheidet sich demnach – hinsichtlich Voraussetzungen, Ablaufs und Rollenverteilung etc. – grundlegend von der Massenkommunikation in einer Medien- (und Talkshow-) Öffentlichkeit. Gerade deshalb stellt Habermas' Modell der bürgerlichen Öffentlichkeit einen wichtigen normativen Ausgangspunkt dar für eine Analyse der Bedeutung von Massenkommunikation in Bezug auf politische Bildung.

Medienkritiker und Wissenschaftler beschäftigen sich immer wieder aus diskurstheoretischer Perspektive mit politischen Talkshows, indem sie Diskurse in Sendungen dieses TV-Formats unter Anwendung normativer Postulate analysieren. In der vorliegenden Arbeit spielen diskurstheoretische Aspekte nur eine untergeordnete Rolle, denn im Zentrum des Forschungsinteresses steht nicht der rationale Diskurs oder seine Notwendigkeit im politischen Meinungs- und Willensbildungsprozess, sondern der Beitrag, den Massenkommunikation in Form politischer Talkshows für politische Bildung leistet oder leisten kann.

Die politische Talkshow mischt Information mit Unterhaltung und inszeniert Politik: Kann diese fernsehspezifische Umsetzung einer Diskussion über politische Themen überhaupt zu politischer Bildung führen? Politische Bildung und politische Talkshows erscheinen – unter idealistischen, humanistischen und medienkritischen Gesichtspunkten – unvereinbar. Andererseits sind unterhaltende Talkshows mit politischen Akteuren zu politischen Themen möglicherweise informativ und politisch bildend für ihre Rezipienten, weil sie Politik in ihrer Komplexität reduzieren und vereinfachen, sie damit leichter verständlich und durchschaubar machen. Diese Reduktion politischer Komplexität kann dann möglicherweise wenigstens zu reduzierter politischer Bildung führen.

Die vorliegende Arbeit stellt sich der großen Bedeutung televisionärer Politikvermittlung für die Politikwahrnehmung der Bürger und geht der Untersuchungsfrage nach: Welche Aufgaben politischer Bildung übernehmen politische Talkshows, und wie erfüllen sie diese? Zur Bearbeitung dieser Frage wird politische Bildung aus drei Perspektiven betrachtet: aus der Perspektive der Demokratietheorie, des öffentlich-rechtlichen Fernsehens und vor allem des Programmformats „Politische Talkshow“.

Kapitel 2 setzt sich mit Habermas' Analysen zum „Strukturwandel der Öffentlichkeit“ auseinander, greift grundlegende Charakteristika der bürgerlichen Öffentlichkeit auf sowie die von Habermas beschriebene Transformation vom aktiven, rasonierenden Publikum zum passiven, konsumierenden und manipulierten Massenpublikum. Das Hauptaugenmerk des Kapitels liegt auf der Analyse von Habermas' Idealmodell der öffentlichen Kommunikation und auf den von ihm formulierten negativen Folgen der

medialen Massenkommunikation für die politische Öffentlichkeit. Die Auseinandersetzung mit Habermas' Öffentlichkeits- und Politikverständnis wird grundlegende Ansatzpunkte liefern für die Analyse der Funktionalität von Massenkommunikation für die politische Öffentlichkeit und somit für politische Bildung als Grundvoraussetzung für die Teilnahme an dieser.

Kapitel 3 analysiert das klassische, idealisierte Leitbild der politischen Bildung – den demokratischen, mündigen Bürger – und fasst Probleme zusammen, die sich aus diesem ergeben. Um die Bürger überhaupt noch zu erreichen, wurde es für die politische Bildung zwingend, sich von ihrem idealistischen Selbstverständnis zu lösen und zu einem realistischeren Selbstverständnis zu gelangen. Das Kapitel beschreibt Bürgerleitbilder, Aufgaben, Leitprinzipien sowie Methoden einer modernen politischen Bildung, die sich für die Vermittlung ihrer Inhalte nicht nur zunehmend an Interessen, Gewohnheiten und Fähigkeiten ihrer diversen Zielgruppen orientiert, sondern auch die Notwendigkeit erkannt hat, den Bürgern Kompetenz im Umgang mit Medien zu vermitteln, damit diese medial präsentierte Fakten und Positionen für ihre politische Bildung nutzen können.

Ziel des Kapitels ist es, die aufeinander aufbauenden Funktionen (Informationsfunktion, Meinungs- und Willensbildungsfunktion, ‚Befähigung zur Partizipation‘) und Bürgerleitbilder politischer Bildung (desinteressierte Bürger, interessierte Bürger, reflektierte Zuschauer, interventionsfähige Bürger und Aktivbürger) näher zu bestimmen, um später analysieren zu können, welche Aufgaben politische Talkshows für welche Bürger übernehmen und erfüllen können.

Kapitel 4 beschäftigt sich mit politischer Bildung aus Sicht des öffentlich-rechtlichen Fernsehens. In der Auseinandersetzung mit dieser Perspektive wird analysiert, inwiefern das öffentlich-rechtliche Fernsehen mit seinen gesetzlich verankerten (politischen) Funktionen und entsprechenden Programmangeboten – vor allem denen zur Bildung – den Interessen und Bedürfnissen ihrer Rezipienten in der heutigen Zeit entgegenkommt. Denn die fortschreitende Ausdifferenzierung des Mediums Fernsehen auf Seiten des Programms entspricht einer individualisierten Bedürfnisbefriedigung auf Seiten der Rezipienten und hat Auswirkungen auf die Bildungsfunktion des öffentlich-recht-

lichen Fernsehens: Den Rezipienten werden immer mehr Formate präsentiert, die sie nicht nur aus unterschiedlichen Gründen, sondern auch zu verschiedenen Nutzen rezipieren, von denen politische Bildung nur einer unter vielen sein kann.

Bei Einführung des öffentlich-rechtlichen Rundfunks in Deutschland nach 1945 wurde für ihn ein konkreter Bildungsauftrag formuliert: Mit Einführung der Dritten Programme sollte dem Zuschauer (politische) Bildung in Form eines „Bildungsfernsehens“ vermittelt werden. Doch die geringe Nutzung dieser Bildungsformate sowie das gesamte Fernsehnutzungsverhalten führten dazu, dass Bildungsprogramme umkonzipiert, neue – unterhaltende und alltagsnahe – Formate entwickelt und das Programm, auch aufgrund erweiterter technischer Möglichkeiten, stark ausdifferenziert wurde, um den Nutzungsinteressen und -bedürfnissen der Zuschauer besser zu entsprechen. Ein beim Publikum erfolgreiches neues Format wurde in den 1990er Jahren die (politische) Talkshow.

Kapitel 5 konzentriert sich auf das Programmformat „Politische Talkshow“ als potentiell Medium politischer Bildung. Zur Abgrenzung des Untersuchungsbereichs und zur Feststellung einer grundsätzlichen Eignung politischer Talkshows für politische Bildung wird das TV-Genre kurz definiert, werden seine Charakteristika festgehalten und es wird analysiert, warum das Epitheton „politisch“ in der Genrebezeichnung gerechtfertigt ist. Es wird untersucht, inwiefern sich die Kommunikation in politischen Talkshows von Habermas' Idealvorstellung unterscheidet und welche Konsequenzen sich aus den andersartigen Kommunikationsrollen (Diskussionsteilnehmer, Studiopublikum, Fernsehpublikum) und -beziehungen (u.a. vor dem Hintergrund der Beteiligungschancen am Informations- und Meinungs austausch) für die Leistungsfähigkeit politischer Talkshows im Hinblick auf politische Bildung ergeben.

In diesem Zusammenhang wird auch die thematisch nahe liegende Studie von Tanjev Schultz (2006) näher betrachtet. Schultz' Dissertation liegt zwar ein unserer Perspektive fremder diskurstheoretischer Forschungsansatz zugrunde, seine empirischen Ergebnisse liefern jedoch – aufgrund ihrer Aktualität und Größe des zugrunde liegenden Untersuchungssamples – interessante Ansatzpunkte für eine Analyse der Leistungen politischer Talkshows für politische Bildung (u.a. hinsichtlich der Fragerichtungen der

Moderatoren und des Charakters der Themenentfaltung in den Diskussionsbeiträgen). Es wird außerdem analysiert, welche Effekte auf Inhalt und Form die Orientierung politischer Talkshows an Rezipienteninteressen und -bedürfnissen haben.

Zur Umsetzung der Funktionen politischer Bildung in aktuellen politischen Talkshows wird schließlich eine empirische Fallanalyse Aufschluss geben, deren Ergebnisse in Kapitel 6 vorgestellt werden. Als Fallbeispiele wurden aufgrund von Einschaltquoten und Reputation Sendungen der ZDF-Talkshow „Maybrit Illner“ und der Talkshow „hartaberfair“ (WDR/ARD) herangezogen. „Maybrit Illner“ war nach der im Sommer 2007 eingestellten ARD-Sendung „Sabine Christiansen“ die zweiterfolgreichste politische Talkshow; „hartaberfair“ gilt als eine der kritischsten und informativsten politischen Talkshows.

Die Arbeit wird zeigen, dass politische Talkshows – normativ betrachtet – Funktionen der institutionalisierten politischen Bildung durchaus aufgreifen, vor allem die Informations- sowie Meinungs- und Willensbildungsfunktion, diese aufgrund der ihnen zugrunde liegenden Medienlogik jedoch nur auf niedrigem Niveau erfüllen.

2 Der Strukturwandel der Öffentlichkeit

Politische Talkshows kombinieren zwei Elemente: Politik und Kommunikation. In unserer durch Massenmedien geprägten Gesellschaft stellen politische Talkshows einen öffentlichen Raum bereit, in dem über Politik kommuniziert wird. Für demokratische Gesellschaften ist Öffentlichkeit konstitutiv. Öffentlichkeit und die damit verbundene Transparenz staatlicher Institutionen und politischer Entscheidungen sind wichtige Voraussetzungen für die Kontrolle politischer Macht. Im Meinungs- und Willensbildungsprozess soll Öffentlichkeit politischen Entscheidungen Legitimation und Rationalität verleihen.

Den Begriff ‚Öffentlichkeit‘ gibt es bereits seit der Antike, doch sein Bedeutungsinhalt war und ist einem ständigen Entwicklungsprozess unterworfen.¹ Öffentlichkeit hat im Laufe der Jahre, Jahrzehnte und Jahrhunderte verschiedene Formen angenommen: Während in der antiken, direkten Demokratie die Versammlungsöffentlichkeit (‚agora‘) dominierte, sind moderne Demokratien ohne eine durch Massenmedien hergestellte Öffentlichkeit gar nicht mehr denkbar; Massenmedien stellen für einen Großteil der Bevölkerung den primären Zugang zur Öffentlichkeit dar.

Im deutschsprachigen Raum sind die wissenschaftlichen Diskussionen zum Thema Öffentlichkeit geprägt durch die Arbeiten von Jürgen Habermas. Seine Habilitationsschrift „Strukturwandel der Öffentlichkeit“ aus dem Jahre 1962 gilt auch heute noch – 46 Jahre später – als ein Hauptwerk zu Begriff und Funktionen der (politischen) Öffentlichkeit.² Darüber hinaus ist sie ein Standardwerk der Medienkritik, denn sie beschreibt die manipulative Macht von Massenmedien über die Öffentlichkeit.

Habermas legt in „Strukturwandel der Öffentlichkeit“ sein Verständnis demokratischer Politik dar und analysiert, wie sich die zugrundeliegende öffentliche Kommunikation

¹ Für einen Überblick über das Begriffsverständnis ‚Öffentlichkeit‘ im Laufe der Jahrhunderte, siehe Hölscher 1978.

² 1989 wurde das Buch ins Englische übersetzt, da Habermas’ Konzeption der Öffentlichkeit auch in Amerika in wissenschaftlichen Diskussionen um Öffentlichkeit und neuere Demokratietheorien große Beachtung gefunden hatte; 1990 erschien es darüber hinaus in einer unveränderten deutschen Neuauflage – jedoch mit einem langen, neuen Vorwort –, weil seine Inhalte, u.a. aufgrund der Entwicklungen in Osteuropa, ihre Aktualität bewiesen hatten.

mit der wachsenden Bedeutung der Medien verändert hat. Er arbeitet den Idealtypus „Bürgerliche Öffentlichkeit“, seine historische Entstehung, Struktur und Funktionen heraus, um ihn als normative Ausgangsbasis für die Beschreibung und Analyse der durch Massenmedien beherrschten Öffentlichkeit Ende der 1950er Jahre und der damit verbundenen Veränderungen der öffentlichen Kommunikation, ihrer Kommunikationsstrukturen und -teilnehmer heranzuziehen. Habermas zeichnet die Transformation von der literarischen Öffentlichkeit zur Medienöffentlichkeit – vom bürgerlichen Diskurs zur massenmedialen Vermittlung – kritisch nach und analysiert die Entwicklung des Publikums von einem aktiven, rasonierenden, (bildungs-)bürgerlichen Publikum zu einem passiven, konsumierenden und manipulierten Massenpublikum.

In die Analyse des Publikums eingeschlossen ist die Frage der möglichen Partizipation der Bürger – respektive ihre Fähigkeiten zur Partizipation – an gesellschaftlichen, insbesondere politischen Prozessen. Mit politischer Bildung als Grundvoraussetzung für politische Partizipation beschäftigt sich Habermas in „Strukturwandel der Öffentlichkeit“ zwar nicht explizit, anhand seines Idealtypus des partizipierenden Bürgers lässt sich jedoch eine besondere Relevanz politischer Bildung für Habermas’ Verständnis demokratischer Politik deduzieren. (Siehe Kap. 2.1.2)

Für aktuelle Forschungen liegt der besondere Wert von „Strukturwandel der Öffentlichkeit“ darin, dort analysierte Elemente als Ausgangspunkte zu wählen, um Veränderungen zur und innerhalb der aktuellen Öffentlichkeit aufzuzeigen, und diese vor dem Hintergrund von Habermas’ normativem Modell zu analysieren. Für die vorliegende Arbeit wird der Fokus auf die Bedeutung der öffentlichen Kommunikation für eine politisch fungierende Öffentlichkeit, ihre Teilnehmer und elementaren Voraussetzungen sowie ihre Modifikation in der Medienöffentlichkeit gelegt. Denn es geht darum, zu analysieren, welche Bedeutung Massenkommunikation – hier das konkrete Beispiel der politischen Talkshow – für politische Bildung hat bzw. haben kann. Habermas’ Verständnis von Öffentlichkeit und Kommunikation wird dafür aus demokratie- und kommunikationstheoretischer, aber nicht aus diskurstheoretischer Perspektive reflektiert, da nicht der politische Meinungs- und Willensbildungsprozess und der dafür notwendige rationale Diskurs im Zentrum des Forschungsinteresses stehen, sondern

die politische Bildung und ihre Bedeutung für die politische Öffentlichkeit sowie ihre Probleme, Herausforderungen und neue Möglichkeiten in einer von Massenmedien geprägten Öffentlichkeit.

2.1 Politische Öffentlichkeit und ihr Idealmodell „Bürgerliche Öffentlichkeit“

Öffentlichkeit war – vor allem in Deutschland – in besonderer Weise verbunden mit der bürgerlichen Gesellschaft. Die Öffentlichkeit der bürgerlichen Privatleute hatte als literarische Öffentlichkeit in Kaffeehäusern, Salons und Tischgesellschaften begonnen, Kriterien für die Zugehörigkeit waren Besitz und Bildung. Sie war zunächst gänzlich unpolitisch, bot dem öffentlichen Raisonement jedoch ein erstes, wichtiges Forum.

Institutionen der frühen bürgerlichen Öffentlichkeit, wie Lesegesellschaften im 18. Jahrhundert, wurden aufgrund des Bedürfnisses bürgerlicher Privatleute, als rasonierendes Publikum eine Öffentlichkeit zu bilden, gegründet. Sie boten ihren Mitgliedern nicht nur Gelegenheit, Zeitschriften und Zeitungen zu lesen, sondern auch „darüber zu sprechen, persönliche Meinungen auszutauschen und diejenige mitzuf formulieren, die man dann seit den neunziger Jahren die ‚öffentliche‘ nennt.“ (Habermas 1990, S. 141) Schließlich wurde das literarische Raisonement jedoch von der Presse und ihren professionellen Kritikern übernommen; das Publikum der bürgerlichen Privatleute wandte sich politischen Fragen zu.

Die Französische Revolution (1789-1799) führte auch in Deutschland zu einer umfassenden Politisierung der bis dahin literarisch geprägten Öffentlichkeit. Die Etablierung der Öffentlichkeit als Sphäre der Kritik an der öffentlichen Gewalt vollzog sich „als Umfunktionierung der schon mit Einrichtungen des Publikums und Plattformen der Diskussion ausgestatteten literarischen Öffentlichkeit“ (ebd., S. 116). Anfangs wurden in der bürgerlichen Öffentlichkeit Politikfragen lediglich diskutiert, später gewann sie an politischem Einfluss, war nicht länger nur ein Ort für den Meinungs austausch, sondern wurde als Kritik- und Kontrollorgan zu einer politischen Gewalt.³

³ So hatte sich in England bis zum Ende des 18. Jahrhunderts das politische Raisonement des Publikums so weit organisiert, „dass es in der Rolle eines permanenten kritischen Kommentators die Exklusivität des Parlaments definitiv aufgebrochen und sich zum offiziell bestellten Diskussionspartner der Abgeordneten entwickelt hat.“ (Habermas 1990, S. 132)

Habermas orientiert sich mit seinem Öffentlichkeitsverständnis an der Aufklärungsphilosophie von Immanuel Kant:⁴ Der Untertan emanzipiert sich zum Staatsbürger, das rasonierende Publikum wird zum Souverän, die staatlichen Institutionen werden dem Öffentlichkeitsprinzip unterworfen, und der Staatsgewalt wird ein rasonierendes Publikum gegenübergestellt. (Vgl. Imhof 2003, S. 194)

Während sich im literarischen Rasonnement die Bürger über ihre subjektiven Leseerfahrungen austauschten, verständigten sie sich im Rasonnement der bürgerlichen Öffentlichkeit über die Regelung ihrer gemeinsamen Interessen, wuchsen in die Rolle des kritischen Publikums und seiner Funktion der politischen Kontrolle hinein. Es entwickelte sich eine politisch fungierende Öffentlichkeit mit ihren Funktionen:

- die Zivilsozietät zu regeln und auf diese Weise Widerstand gegen die zunächst noch etablierte monarchische Autorität zu leisten (vgl. Habermas 1990, S. 117);
- den Staat über die Formierung und Artikulation öffentlicher Meinung mit Bedürfnissen der Gesellschaft zu vermitteln (vgl. ebd., S. 90);
- veröffentlichte Tatbestände der Kontrolle eines kritischen Publikums zu unterwerfen (vgl. ebd., S. 223).

Habermas konstatiert:

„Bürgerliche Öffentlichkeit lässt sich [...] als die Sphäre der zum Publikum versammelten Privatleute begreifen; diese beanspruchen die obrigkeitlich reglementierte Öffentlichkeit alsbald gegen die öffentliche Gewalt selbst, um sich mit dieser über die allgemeinen Regeln des Verkehrs in der grundsätzlich privatisierten, aber öffentlich relevanten Sphäre des Warenverkehrs und der gesellschaftlichen Arbeit auseinanderzusetzen. Eigentümlich und geschichtlich ohne Vorbild ist das Medium dieser politischen Auseinandersetzung: das öffentliche Rasonnement.“ (ebd., S. 86)

2.1.1 Der partizipierende Bürger

Die Entwicklung der bürgerlichen Öffentlichkeit wäre ohne eine aktive Rolle der Bürger nicht möglich gewesen. Um zu einer politisch fungierenden Öffentlichkeit zu werden, mussten sich die Bürger emanzipieren – zunächst ökonomisch, dann politisch.

⁴ Auf Habermas' Auseinandersetzung mit Hegel, Marx, Mill und Tocqueville in Bezug auf die Idee der bürgerlichen Öffentlichkeit wird in diesem Zusammenhang nicht weiter eingegangen, siehe hierzu Habermas 1990, S. 195-224.

Die bürgerliche Öffentlichkeit entwickelte sich in dem Maße, „in dem das öffentliche Interesse an der privaten Sphäre der bürgerlichen Gesellschaft nicht mehr nur von der Obrigkeit wahrgenommen, sondern von den Untertanen als ihr eigenes in Betracht gezogen wird“ (ebd., S. 82).

Der mündige Bürger ist Basis der Idealkonzeption von bürgerlicher Öffentlichkeit, wie u.a. Habermas' Auseinandersetzung mit Kant deutlich macht.⁵ Nach Kant gelangt der Bürger durch Vernunft und Tugend aus seiner selbstverschuldeten Unmündigkeit in eine öffentliche Sphäre, in der das freie Raisonement für ihn sowohl Mündigkeit als auch Gesellschaftsfähigkeit bewirkt. Politische Mündigkeit führt den Bürger schließlich zu einem selbstbestimmten Leben. Bereits in „Student und Politik“ (1961) konstatiert Habermas: „Demokratie arbeitet an der Selbstbestimmung der Menschheit, und erst wenn diese wirklich ist, ist jene wahr. Politische Beteiligung wird dann mit Selbstbestimmung identisch.“ (ebd., S. 15)

Bestimmendes Moment für die politische Öffentlichkeit – für das (kritische) Raisonement innerhalb des Publikums gegenüber der öffentlichen (herrschenden) Gewalt – ist das politische Bewusstsein. Laut Habermas entfaltet sich in der bürgerlichen Öffentlichkeit „ein politisches Bewusstsein, das gegen die absolute Herrschaft die Forderung genereller und abstrakter Gesetze artikuliert, und schließlich auch sich selbst, d.h. die öffentliche Meinung, als die einzig legitimierte Quelle dieser Gesetze zu behaupten lernt“ (Habermas 1990, S. 119).

Die Bürger sahen sich dabei jedoch nicht in der Rolle der Herrschenden, sie waren sich ihrer Position als Privatleute bewusst. Ihre Machtansprüche gegenüber der öffentlichen Gewalt richteten sich nicht gegen die Zusammenballung von Herrschaft, sie wollten vielmehr durch das Prinzip der Kontrolle – durch Publizität – Herrschaft als solche verändern, sie den Maßstäben der Vernunft unterwerfen. (Vgl. ebd., S. 87) Politische Herrschaft sollte im Medium der rasonierenden Öffentlichkeit rationaler gestaltet werden und sich im öffentlichen Diskurs legitimieren.

⁵ Siehe hierzu Habermas 1990, S. 178-195.

Wichtigstes Prinzip der bürgerlichen Öffentlichkeit ist für Habermas der uneingeschränkte Zugang, denn eine Öffentlichkeit, von der eine bestimmte Bevölkerungsgruppe ausgeschlossen ist,

„ist nicht etwa nur unvollständig, sie ist vielmehr gar keine Öffentlichkeit. Jenes Publikum, das als Subjekt des bürgerlichen Rechtsstaates gelten darf, versteht denn auch seine Sphäre als eine öffentliche in diesem strengen Sinne; es antizipiert in seinen Erwägungen die Zugehörigkeit prinzipiell aller Menschen.“ (ebd., S. 156)

Zu kritisieren an Habermas' Idealtyp der bürgerlichen Öffentlichkeit ist, dass diese selbst bestimmte Bevölkerungsgruppen ausschloss, denn ihre Zulassungskriterien, Besitz und Bildung, betrafen – empirisch gesehen – den gleichen Personenkreis, während sie einen Großteil der Bevölkerung ausgrenzten. Für Habermas kann dieses Argument jedoch – normativ betrachtet – nicht als Einschränkung der Öffentlichkeit gelten, solange „die ökonomischen und sozialen Bedingungen jedermann gleiche Chancen einräumen, die Zulassungskriterien zu erfüllen“ (ebd., S. 157). Vorausgesetzt jeder hat die Möglichkeit, ein Bürger zu werden, sollten auch nur diese zur politisch fungierenden Öffentlichkeit Zutritt haben, denn nur von ihnen ist laut Habermas eine wirksame Vertretung des Allgemeininteresses zu erwarten, da nur sie private Interessen haben, „die automatisch in dem gemeinsamen Interesse der Wahrung einer bürgerlichen Gesellschaft [...] konvergieren.“ (ebd., S. 159)

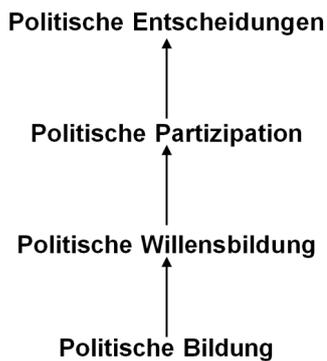
2.1.2 Zur Bedeutung politischer Bildung

Öffentlichkeit und öffentliche Diskussionen entstehen nach Habermas' normativem Verständnis aufgrund von Kommunikations-, Interaktions- und politischen Partizipationsbedürfnissen und -chancen der Bürger. Eine kommunikative und interaktive Partizipation am politischen Prozess setzt jedoch diverse Kompetenzen – d.h. politische Bildung – auf Seiten der Bürger voraus.

Habermas setzt sich in „Strukturwandel der Öffentlichkeit“ nicht explizit mit der politischen Bildung oder ihren Institutionen auseinander, spricht lediglich von Bildung als einem Zulassungskriterium für Bürger zur Öffentlichkeit. Doch er erarbeitet ein normatives Modell demokratischer Politik, nach dem der Bürger aufgrund seiner durch das öffentliche Raisonement erfolgten politischen Willensbildung an politischen Entscheidungen partizipiert. Für eine politisch fungierende Öffentlichkeit bedarf es in Ha-

bermas' Perspektive einer mobilisierten, sich informierenden und am öffentlichen Meinungsbildungsprozess aktiv partizipierenden Bürgerschaft, denn politische Öffentlichkeit ist für Habermas „eine Sphäre kontinuierlicher Teilnahme an dem auf die öffentliche Gewalt bezogenen Rasonnement“ (ebd., S. 313).

Abb. 1: Konstitutive Elemente demokratischer Politik (vereinfachtes Modell).



Quelle: Eigene Darstellung.

Voraussetzung für den partizipationswilligen und -fähigen Bürger ist seine politische Bildung, denn nur ein politisch gebildeter Bürger ist hinreichend interessiert und informiert, um aktiv am öffentlichen Rasonnement, am öffentlichen Meinungs- und Willensbildungsprozess, teilzunehmen und auf der Basis dieses Prozesses an politischen Entscheidungen zu partizipieren. (Siehe Abb. 1)

Am Frankfurter Institut für Sozialforschung erkannte Theodor W. Adorno Mitte der 1950er Jahre die Möglichkeiten empirischer Forschung zur politischen Bildung und initiierte ein Forschungsprojekt zum politischen Bewusstsein der Studenten, „das unmittelbar und mittelbar die Neuorientierung der politischen Bildung, die Studentenbewegung und letztlich auch den Wandel des Demokratieverständnisses in der Bundesrepublik beeinflusst hat“ (Behrmann 2006, S. 282). Jürgen Habermas war maßgeblich an dieser Studie „Student und Politik“ beteiligt, verfasste u.a. ein Kapitel über politische Beteiligung,⁶ in dem er klarstellt:

„Die Frage nach der politischen Beteiligung, naiv gestellt, läuft Gefahr, die Mündigkeit der Staatsbürger einfach vorauszusetzen und die objektive Möglichkeit zu unterstellen, dass sie sich aufgeklärt verhalten und ihre politischen Entscheidungen wirksam durchsetzen könnten. Für die große Masse der nach dem Gesetz zur politischen Mitbestimmung zugelassenen Staatsbürger ist beides fragwürdig.“ (Habermas 1961, S. 69)

Politische Mündigkeit und damit politische Bildung kann also nicht ohne weiteres vorausgesetzt werden. Um den politisch gebildeten, emanzipierten und partizipierenden Staatsbürger heranzubilden, den Habermas' normatives Politik- und Öffentlichkeits-

⁶ In „Reflexionen über den Begriff der politischen Beteiligung“ (Habermas 1961, S.13-55) hat Habermas einige Thesen aus „Strukturwandel der Öffentlichkeit“ vorveröffentlicht.

verständnis verlangt, bedarf es einer institutionalisierten politischen Bildung⁷, welche die Voraussetzungen für rationale politische Meinungs- und Willensbildung im Rahmen öffentlicher Kommunikation schafft. Doch in der Mediengesellschaft sieht sich die politische Bildung in diesem Kontext starker Konkurrenz durch die Medien ausgesetzt, die viel mehr Bürger erreichen als klassische politische Bildungsveranstaltungen. (Siehe Kap. 3.6 und 3.7.2)

Für das vorliegende Untersuchungsinteresse ergibt sich ausgehend von Habermas' normativem Modell demokratischer Politik die Frage, welche seiner Elemente für politische Talkshows von Bedeutung sind. Politische Entscheidungen werden in ihnen nicht getroffen, lediglich vermittelt; die Teilnehmer politischer Talkshows sind jedoch häufig politische Entscheidungsträger. Politische Talkshows geben ihren Rezipienten nicht die Möglichkeit, selber aktiv über politische Entscheidungen zu diskutieren, sie bieten ihnen jedoch einen Schauplatz für die Teilhabe an der Diskussion politischer Akteure über Politik. Durch die Präsentation und Diskussion gegensätzlicher Positionen zu einem politischen Thema wollen politische Talkshows zur Meinungs- und Willensbildung in der Bevölkerung beitragen. Doch inwieweit können politische Talkshows auch die allem zugrunde liegende politische Bildung unterstützen? Kann Massenkommunikation, zu der politische Talkshows als TV-Format zählen, zweckdienlich sein für eine politisch fungierende Öffentlichkeit und politische Bildung hervorbringen?

Für Habermas ist öffentliche Kommunikation grundlegende Voraussetzung für eine politisch fungierende Öffentlichkeit. So definiert er politische Öffentlichkeit als den „Inbegriff derjenigen Kommunikationsbedingungen, unter denen eine diskursive Meinungs- und Willensbildung eines Publikums von Staatsbürgern zustande kommen kann“ (Habermas 1990, S. 38). Mit dem Strukturwandel der Öffentlichkeit geht die politische Meinungs- und Willensbildung jedoch nicht mehr aus einer eigenständigen Interaktion und Kommunikation der Bürger hervor, sondern muss organisiert werden.

⁷ Unter institutionalisierter politischer Bildung wird im folgenden politische Bildung verstanden, die von der Schule und außerschulischen Weiterbildungsinstitutionen (d.h. Bildungsstätten freier sowie öffentlicher Träger) mit didaktischen Leitprinzipien und Methoden vermittelt wird.

Öffentlichkeit für die Meinungs- und Willensbildung herzustellen, wurde infolgedessen als Aufgabe der Medien festgeschrieben. (Siehe Kapitel 4.2.1) Habermas macht jedoch gerade die mediale Massenkommunikation für den Zerfall der politischen Öffentlichkeit verantwortlich.

2.2 Öffentliche Kommunikation und die Rolle der Medien

Habermas erläutert in „Strukturwandel der Öffentlichkeit“ nicht nur sein Verständnis demokratischer Politik, sondern setzt sich auch intensiv mit der öffentlichen Kommunikation, ihren Strukturen sowie ihren Funktionen für die politische Öffentlichkeit auseinander. Er differenziert seine Analyse in die Zeit vor und die Zeit nach der Medialisierung der Gesellschaft.

2.2.1 Das öffentliche Raisonement als Idealmodell

Für Habermas' normative Demokratietheorie ist das öffentliche Raisonement als Medium der politischen Auseinandersetzung – der öffentliche Diskurs über politische Themen – maßgeblich; ideales Forum dafür ist die bürgerliche Öffentlichkeit.

Im Forum der Öffentlichkeit werden Argumente und Gegenargumente artikuliert und ausgetauscht, mit dem Ziel, durch die Diskussion, die gegenseitige Überzeugung und die Abwägung des Für und Wider einen Konsens oder eine Mehrheitsentscheidung zu erreichen. (Vgl. Schulz 1997, S. 87-88) Die Allgemeinheit betreffende Fragen werden „auf dem Wege der rationalen Verständigung untereinander“ (Habermas 1990, S. 98) kritisch behandelt, so dass durch die öffentliche Diskussion politische Entscheidungen von hoher Rationalität herbeigeführt werden können,⁸ die in größtmöglichem Maße

⁸ Habermas entwickelt in „Strukturwandel der Öffentlichkeit“ ein normatives, anspruchsvolles Modell öffentlicher Meinungsbildung. Er versteht öffentliche Meinung als das Ergebnis rationaler und kritischer Diskussionen in der Öffentlichkeit: „Öffentliche Meinung bildet sich im Streit der Argumente um eine Sache“ (Habermas 1990, S. 133). Eine aus öffentlichen Diskursen und der Kraft des besseren Arguments hervorgehende öffentliche Meinung birgt Rationalität. (Vgl. ebd., S. 119) In Anlehnung an Kant misst Habermas der Vernunft dabei eine maßgebliche Bedeutung zu: Sie soll sich „in der rationalen Kommunikation eines Publikums gebildeter Menschen im öffentlichen Gebrauch des Verstandes verwirklichen“ (ebd., S. 96).

dem Gemeinwohl dienen. Auf diese Weise wird politische Macht legitimiert und kontrolliert.⁹

Habermas betont darüber hinaus, dass aus öffentlichem Rasonnement Bildung hervorgehen kann, denn indem die zum Publikum zusammentretenden Privatleute öffentlich über das in der Privatsphäre Gelesene rasonierten, brachten sie dies in den gemeinsam vorangetriebenen Prozess der Aufklärung ein. (Vgl. ebd., S. 115)

Für Habermas sind drei Voraussetzungen für das öffentliche Rasonnement notwendig, damit es seine politischen Funktionen in der Öffentlichkeit und damit innerhalb des demokratischen Systems erfüllen kann:

- Die kommunikativen Beziehungen sind losgelöst vom Status der Kommunikationsteilnehmer: Vielmehr behauptet sich im gleichberechtigten Miteinander die Autorität des Arguments gegen die soziale Hierarchie; (vgl. ebd., S. 97)
- es werden alle interessierenden Themen behandelt: Die diskutablen Fragen sind nicht nur allgemein „im Sinne der Bedeutsamkeit, sondern auch der Zugänglichkeit: alle müssen dazugehören können“ (ebd., S. 99);
- das Publikum ist prinzipiell ‚unabgeschlossen‘: Selbst wenn sich das Publikum aus einem konkreten Personenkreis zusammensetzt, ist es sich seiner Präsenz in einem größeren Publikum bewusst und „ist immer auch schon eine publizistische Körperschaft, denn es kann sich diskutierend von innen nach außen wenden“ (ebd., S. 99).

Es gelten demnach folgende Prinzipien für die ideale demokratische Öffentlichkeit:

- Bei allen Themen von allgemeinem Belang ist niemand von der Diskussion und der Entscheidungsfindung auszuschließen;

⁹ In seinem Vorwort zur Neuauflage von „Strukturwandel der Öffentlichkeit“ hebt Habermas hervor, dass das öffentliche Rasonnement keine Herrschaftsfunktion besitzt, denn „Diskurse herrschen nicht. Sie erzeugen eine kommunikative Macht, die die administrative nicht ersetzen, sondern nur beeinflussen kann. Dieser Einfluss beschränkt sich auf die Beschaffung und den Entzug von Legitimation.“ (Habermas 1990, S. 44)

- Die allgemein zugängliche Diskussion hat auf Grundlage eines gleichberechtigten, rationalen Meinungs- und Informationsaustausches stattzufinden.¹⁰

Daraus folgt, dass Habermas' Idealtypus der Öffentlichkeit nicht institutionalisiert sein kann, denn sie ist nicht fest definierbar hinsichtlich der Anzahl und Zusammensetzung ihrer Teilnehmer oder hinsichtlich der Themen, die sie diskutiert; außerdem beruhen Öffentlichkeit und der in ihr stattfindende Diskurs nicht nur auf einer gewissen Zufälligkeit, sondern – aufgrund der Bedeutungslosigkeit von sozialen Hierarchien in ihnen – auch auf Zwanglosigkeit. (Vgl. Jäger/Baltes-Schmitt 2003, S. 82-83)

In „Theorie des kommunikativen Handelns“ (1981) entwickelt Habermas sein normatives Diskursmodell weiter, indem er den so genannten ‚herrschaftsfreien Diskurs‘ konzipiert, den er als zentrales normatives Element moderner demokratischer Gesellschaften sieht.¹¹ Da sich die vorliegende Arbeit dem zugrunde liegenden Problem jedoch, wie bereits betont, nicht aus einer diskurstheoretischen, sondern aus einer demokratie- und kommunikationstheoretischen Perspektive nähern will, wird Habermas Diskursmodell hier nicht näher analysiert.

2.2.1.1 Die Presse als Institution der bürgerlichen Öffentlichkeit

Anfänglich verfügte das Publikum der bürgerlichen Öffentlichkeit für sein öffentliches Raisonement über Institutionen, die bereits durch die literarische Öffentlichkeit ent-

¹⁰ Peters (1994) beschreibt in diesem Zusammenhang drei Merkmalsgruppen eines normativen Modells von Öffentlichkeit: „Gleichheit und Reziprozität der kommunikativen Beziehungen – eine prinzipielle Offenheit für Themen und Beiträge und eine adäquate Kapazität zu ihrer Verarbeitung –, schließlich die diskursive Struktur von Kommunikationen“ (ebd., S. 46). Neidhardt (1994) unterscheidet drei Gruppen normativer Funktionen politischer Öffentlichkeit: Transparenzfunktionen (Öffentlichkeit soll offen sein für alle gesellschaftlichen Gruppen, Themen und Meinungen), Validierungsfunktionen (Öffentlichkeitsakteure sollen mit Themen und Meinungen anderer diskursiv umgehen und ihre eigenen Meinungen unter dem Druck anderer möglicherweise revidieren) und Orientierungsfunktionen (Öffentliche Kommunikation, die diskursiv betrieben wird, erzeugt öffentliche Meinungen, die das Publikum als überzeugend wahrnehmen, akzeptieren und für seine Orientierung nutzen kann). (Vgl. ebd., S. 8-9) Für einen Vergleich der Öffentlichkeitsfunktionen von Neidhardt mit denen von Habermas, siehe Scheyli 2000, S. 79-81.

¹¹ Der herrschaftsfreie Diskurs ist geprägt durch die gleichberechtigte Teilnahme der Bürger, das vorbehaltlose Austausch von Argumenten und die Einsicht der Teilnehmer in die besseren Argumente. Voraussetzung für diese Einsicht ist jedoch, dass die Argumente so vorgetragen werden, „dass alle Gesellschaftsmitglieder diese Argumente verfolgen, hinterfragen und verstehen können, dass sie weitere Argumente, konforme, ergänzende und oppositionelle, anschließen können“ (Jäger/Baltes-Schmitt 2003, S. 82).

standen waren. Die Kaffeehäuser, Salons und Tischgesellschaften unterschieden sich in vielen Punkten (z.B. in Umfang und Zusammensetzung des Publikums, im Umgangsstil, Klima des Rasonnements und in der thematischen Orientierung), gemeinsam war diesen jedoch die Organisation einer permanenten Diskussion unter Privatleuten und die Realisierung der drei Grundvoraussetzungen für öffentliches Rasonnement (siehe oben). Im 18. Jh. entwickelte sich dann jedoch die Presse zu einer Institution des politisch rasonnierenden Publikums.

Habermas beschäftigt sich intensiv mit der Entstehung der Presse und ihrer Entwicklungen, denn für ihn ist die Presse eine bedeutende Institution der bürgerlichen Öffentlichkeit, da sie dem Publikum uneingeschränkt zugänglich ist, auch wenn sie zuerst lediglich die gebildeten Stände und nicht das gemeine Volk erreichte (vgl. Habermas 1990, S. 80). Habermas macht deutlich, dass die Presse schon früh instrumentalisiert wurde: Die Obrigkeit machte sich die Presse schon früh (Mitte des 17. Jh.) zu Zwecken der Verwaltung nutzbar, um Befehle und Verordnungen zu veröffentlichen. (Vgl. ebd., S. 79)

Zu einem Organ des politischen Rasonnements wurde die Presse als erstes in England. In den 1720er/30er Jahren entstand dort ein regierungsunabhängiger, kritischer, politischer Journalismus, durch den politische Entscheidungen vor das Forum des Publikums gebracht wurden. Als eine Institution des Publikums mit der Aufgabe, dessen Rasonnement zu veröffentlichen und zu stärken, verstanden sich auch die Ende des 18. Jahrhunderts in großer Zahl gegründeten Zeitungen politischer Zusammenschlüsse und Vereinigungen. Diese so genannte Gesinnungspresse kämpfte um den Freiheitsspielraum der öffentlichen Meinung und um die Öffentlichkeit als Prinzip. Sie war als „eine Institution des diskutierenden Publikums primär damit befasst, dessen kritische Funktion zu behaupten“ (ebd., S. 278).

In Habermas' idealtypischem Öffentlichkeitsverständnis hat die Presse also eine eindeutig politische Funktion: Sie ist als eine Institution des politisch rasonnierenden Publikums Ort seines öffentlich-politischen Rasonnierens und als Kritik- und Kontrollorgan von großer Bedeutung für die Demokratie. In Folge ihrer Kommerzialisierung verlor sie jedoch diese politischen Funktionen.

2.2.2 Die von Massenmedien beherrschte Öffentlichkeit und ihre Folgen

Die Idealvorstellung von der Presse als Institution des politisch rasonierenden Publikums wurde im Laufe der Zeit aufgrund gesellschaftlicher, wirtschaftlicher und politischer Entwicklungen, mit denen sich auch die Öffentlichkeit entscheidend veränderte, relativiert. Je mehr die Öffentlichkeit unter den Einfluss von Parteien und Wirtschaftsunternehmen geriet, umso unpolitischer wurde sie (vgl. ebd., S. 267); außerdem durchdrang sie zwar immer weitere Sphären der Gesellschaft, zerfiel dadurch aber zusehends.

Für Habermas lässt sich dieser Zerfall der Öffentlichkeit am besten am Wandel „ihrer vorzüglichsten Institution, der Presse“ (ebd., S. 275) verdeutlichen. Denn mit ihrer wachsenden – auch ökonomischen – Bedeutung wurde die Presse zunehmend von Politik und Wirtschaft instrumentalisiert. Nach dem Strukturwandel sieht Habermas Öffentlichkeit als eine von den Massenmedien beherrschte – mit negativen Auswirkungen. Hintergrund für Habermas’ Medien-Einschätzung ist die Kritische Medientheorie seiner Lehrer Max Horkheimer und Theodor W. Adorno.¹² Habermas greift deren Positionen in „Strukturwandel der Öffentlichkeit“ auf, stellt aber die Frage nach Veränderungen von Öffentlichkeit durch die Massenmedien in den Mittelpunkt.

Ab Mitte des 19. Jahrhunderts verloren die traditionellen Institutionen der bürgerlichen Öffentlichkeit, die den Zusammenhang des rasonierenden Publikums sicherten, immer mehr an Bedeutung. Öffentlichkeit war bald nicht mehr grundsätzlich gegeben, sondern musste künstlich hergestellt werden: Die Bedeutung der Presse wuchs und sie entwickelte sich zu einem Massenmedium.

Im Zuge ihrer Kommerzialisierung und Entfaltung zu einem Massenmedium gerät die Presse zunehmend unter den Einfluss von Privatinteressen. Die Interessen von politischen wie wirtschaftlichen Organisationen sind nicht mehr repräsentativ für die Inter-

¹² Die Kritische Medientheorie wurde 1944 von Horkheimer und Adorno mit ihrem Aufsatz „Kulturindustrie. Aufklärung als Massenbetrug“ begründet. Sie geht davon aus, dass die Ökonomisierung zur Konformität, Standardisierung und Trivialisierung der medienvermittelten Massenkultur führt, die Kunst ein urteilsfähiges Publikum verliert, die Kultur zur unterhaltenden Zerstreung degradiert wird, Kulturprodukte Warencharakter erhalten und die warenproduzierende Kulturindustrie für ein falsches Bewusstsein sowie für die Regression des Politischen sorgt. (Vgl. Imhof 2003, S. 199) Zur Kritischen Medientheorie siehe auch Schicha 2003(b).

essen des Publikums (vgl. ebd., S. 284) und folglich versuchen diese Organisationen mit Hilfe der Presse die notwendige Öffentlichkeit für die Durchsetzung ihrer Ziele zu erreichen.

Öffentlichkeit entsteht nun aufgrund der Konkurrenz organisierter Interessen. Das Eindringen dieser Interessen in die Öffentlichkeit macht Habermas für den Zerfall des politischen Rasonnements verantwortlich:

„Mochten einst die, auf dem gemeinsamen Nenner des Klasseninteresses neutralisierten, weil privatisierten Einzelinteressen eine gewisse Rationalität und auch Effektivität öffentlicher Diskussion gestatten, so ist an deren Stelle heute die Demonstration konkurrierender Interessen getreten. Der im öffentlichen Rasonnement ermittelte Konsensus weicht dem nicht öffentlich erstrittenen oder einfach durchgesetzten Kompromiß.“
(ebd., S. 272-273)

Während die ursprünglichen Formen der Öffentlichkeit, d.h. die Versammlungsöffentlichkeit (Kaffeehäuser, Lesegesellschaften etc.), geprägt waren von Überschaubarkeit und Transparenz, führten die großen Öffentlichkeitsforen, entstanden durch die Massenmedien, dazu, dass Öffentlichkeit „in dem Maße die Kraft ihres Prinzips, kritische Publizität,“ (ebd., S. 224) verlor, in dem sie sich als Sphäre ausdehnte.¹³

Die Massenmedien verschafften zwar den Massen Zugang zur Öffentlichkeit,¹⁴ doch ihren politischen Charakter büßte die erweiterte Öffentlichkeit ein, da sie für die Maximierung ihres Absatzes mit einer Entpolitisierung des Inhalts bezahlte. (Vgl. ebd., S. 259) Habermas beklagt den Rückgang politisch relevanter Nachrichten, die Verdrängung harter Nachrichten durch weiche und die Integration der einst getrennten Bereiche von Publizistik und Literatur, von Information und Rasonnement auf der einen, Belletristik, Unterhaltung und Lebenshilfe auf der anderen Seite. Damit kritisiert Habermas schon 1962 eine zunehmende Entertainisierung der (politischen) Medieninhalte, eine Diskussion die auch Jahrzehnte später noch geführt wird.¹⁵

¹³ In „Faktizität und Geltung“ (1992) unterscheidet Habermas drei Ebenen der Öffentlichkeit: episodische Öffentlichkeit (z.B. in der Kneipe oder auf der Straße), veranstaltete Präsenzöffentlichkeit (z.B. bei Theateraufführungen, Konzerten oder Parteiversammlungen) und die abstrakte über Massenmedien hergestellte Öffentlichkeit (vgl. ebd., S. 452).

¹⁴ Zur Ausweitung der politischen Öffentlichkeit auf die gesamte Gesellschaft durch die Massenmedien, siehe auch Neidhardt 1994(b).

¹⁵ Siehe hierzu u.a. Dörner 2001, Nieland/Kamps 2004, Postman 1985, Saxer 2007, Schicha/Brosda 2002, Wegener 2001.

Wurde die Versammlungsöffentlichkeit in Form der bürgerlichen Öffentlichkeit vom Publikum und seinem Raisonement zusammengehalten, löste sich die massenmedial hergestellte Öffentlichkeit von diesem, wird in Habermas' Perspektive durch Staat, Parteien und insbesondere durch die Wirtschaft okkupiert, mit der Folge, dass die Medien kaum noch eine politisch fungierende Öffentlichkeit bilden können.

Habermas betont in diesem Kontext, dass die Bildung einer öffentlichen Meinung nicht allein dadurch sichergestellt ist, dass jeder Bürger seine Meinung laut Gesetz frei äußern kann und potentiellen Zugang zu den Medien hat, denn das Publikum besteht – empirisch betrachtet – nicht aus formell und materiell gleichberechtigten Personen (vgl. ebd., S. 332); der Zugang zur abstrakten, medial hergestellten Öffentlichkeit ist nicht frei, sondern von den Entscheidungen der Produzenten dieser Öffentlichkeit (Journalisten, Werbefachleuten etc.) abhängig.

Öffentlichkeit in Form der Massenmedien ist kein Ort der Aufklärung mehr, kein Ort des Diskurses über die Allgemeinheit betreffende Interessen, des rationalen Austausches von Argument und Gegenargument im Rahmen eines öffentlichen Raisonements und als dessen Folge für vorbehaltlose und transparente Meinungsbildung. In Habermas' medien-/kulturkritischer Perspektive sind Medien und ihre Inhalte zu Waren geworden, dominiert von Werbung und hinsichtlich politischer Kommunikation von Public Relations: Aufgrund ihrer Entwicklung zu einer bedeutenden gesellschaftlichen Macht¹⁶ wird die von Medien präsentierte Öffentlichkeit von Organisationen – politischen wie wirtschaftlichen – genutzt, um Einfluss zu nehmen auf die weitgehend entpolitisierte Bevölkerung und sich ihre Kaufkraft, Loyalität oder Zustimmung zu den zu fällenden (oder bereits gefällten) politischen Entscheidungen zu sichern. (Vgl. ebd., S. 28)

Habermas konstatiert:

„Mit der Kommerzialisierung und der Verdichtung des Kommunikationsnetzes, mit dem wachsenden Kapitalaufwand für und dem steigenden Organisationsgrad von pu-

¹⁶ Als Reaktion des Staates auf die Vermachtung der unter den Einfluss gesellschaftlicher Mächte geratenen Öffentlichkeit wertet Habermas die Tatsache, dass in einigen Ländern die Einrichtung der audiovisuellen Medien von Anfang an in staatlicher Regie oder unter staatlicher Kontrolle vorgenommen wurde, und somit aus privaten Institutionen öffentliche Anstalten wurden. (Vgl. Habermas 1990, S. 283)

blizistischen Einrichtungen wurden die Kommunikationswege stärker kanalisiert und die Zugangschancen zur öffentlichen Kommunikation immer stärkerem Selektionsdruck ausgesetzt. Damit entstand eine neue Kategorie von Einfluss, nämlich eine Medienmacht, die, manipulativ eingesetzt, dem Prinzip der Publizität seine Unschuld raubte. Die durch Massenmedien zugleich vorstrukturierte und beherrschte Öffentlichkeit wuchs sich zu einer vermachteten Armee aus, in der mit Themen und Beiträgen nicht nur um Einfluss, sondern um eine in ihren strategischen Intentionen möglichst verborgene Steuerung verhaltenswirksamer Kommunikationsflüsse gerungen wird“ (ebd., S. 27-28).

2.2.2.1 Akklamation statt Raisonement – Werbung als Funktion der Öffentlichkeit

Öffentlichkeit wird heute durch Öffentlichkeitsarbeit (Public Relations) von gesellschaftlichen, politischen und wirtschaftlichen Organisationen hergestellt, die damit entscheidend in den Prozess der öffentlichen Meinungsbildung eingreifen. Doch diese Öffentlichkeitsarbeit stellt keine Diskussionsöffentlichkeit her; sie hat die Funktion, die Repräsentanz und das Image von Organisationen, Verbänden etc. und ihren Funktionären in der Öffentlichkeit zu erhöhen. Durch sie wird Öffentlichkeit zum Hof, „vor dessen Publikum sich Prestige entfalten lässt – statt in ihm Kritik“ (ebd., S. 299). Für Habermas nimmt Öffentlichkeit durch Public Relations wieder feudale Züge an: Angebotsträger entfalten repräsentativen Aufwand vor folgebereiten Kunden und das rationale, öffentliche Raisonement wird von einer stimmungsabhängigen Konformität mit öffentlich präsentierten Personen abgelöst. (Vgl. ebd., S. 292)

Publizität hat ihre kritische Funktion zugunsten der demonstrativen verloren: Öffentlichkeit wird nicht mehr als kritische Publizität zu Diskussionszwecken von ‚unten‘ gebildet, sondern zu Akklamationszwecken von ‚oben‘ hergestellt und demonstrativ inszeniert. Öffentliche Meinungsbildung wird demnach nicht mehr vom öffentlichen Raisonement, sondern von Werbung bestimmt.

In der neuen – von Habermas ‚refeudalisiert‘ genannten – Öffentlichkeit sind Massenunterhaltung und Werbung aneinandergeschlossen, nehmen in Form der Public Relations nicht nur politischen Charakter an, sondern zwingen ihre Regeln auch dem Staat selber

auf:¹⁷ „Weil die privaten Unternehmen ihren Kunden bei Verbraucherentscheidungen das Bewusstsein von Staatsbürgern suggerieren, muss der Staat seine Bürger wie Verbraucher ‚ansprechen‘. So wirbt auch die öffentliche Gewalt um publicity“. (ebd., S. 292)

Dementsprechend hat sich, so Habermas, auch das Parlament von einer disputierenden zu einer demonstrierenden Körperschaft gewandelt. (Vgl. ebd., S. 305). Wurde früher im Parlament noch rational argumentiert und diskutiert, um das für das Gemeinwohl Richtige mehrheitlich zu entscheiden, dient es nun den Parteien dazu, ihre Politik vor dem via Medien teilnehmenden Publikum zu präsentieren und zu verteidigen: „Vor der erweiterten Öffentlichkeit durch Funk und Fernsehen werden die Verhandlungen im Parlament selbst zur Show stilisiert“ (ebd., S. 306-307). An diesem Funktionswandel des Parlaments macht Habermas die Fragwürdigkeit der Öffentlichkeit als Organisationsprinzip der staatlichen Ordnung deutlich: „aus einem Prinzip der (von seiten des Publikums gehandhabten) Kritik ist Publizität zu einem Prinzip der (von seiten demonstrierender Instanzen – der Verwaltung und der Verbände, vor allem der Parteien) gesteuerten Integration umfunktioniert worden“ (ebd., S. 307).

Für Habermas bemisst sich der Zerfall der idealen politischen Öffentlichkeit an dem Grad, „in dem es zur genuinen publizistischen Aufgabe der Parteien wird, so etwas wie Öffentlichkeit periodisch überhaupt erst herzustellen“ (ebd., S. 313). Für die heute bestehenden Massenparteien ist es von besonderer Bedeutung, „wer über die Zwangs- und Erziehungsmittel verfügt, um das Wahlverhalten der Bevölkerung demonstrativ oder manipulativ zu beeinflussen“ (ebd., S. 303). Massenparteien sind nicht mehr „in der Hand des Publikums, sondern derer, die den Parteiapparat bestimmen“ (ebd., S. 303), daher erfassen sie – so Habermas in Anlehnung an Max Weber – ihre Wähler auch nur noch temporär und veranlassen sie zur Akklamation, „ohne an ihrer politischen Unmündigkeit zu rühren“ (ebd., S. 303).

¹⁷ Für eine aktuelle Diskussion um die Adaptierung der Medienlogik im politischen System, siehe u.a. von Alemann/Marschall 2002(a), Donsbach/Jandura 2003, Imhof/Jarren/Blum 1999, Jarren/Donges 2002, Kepplinger 1998, Meyer 2001, Meyer/Ontrup/Schicha 2000, Sarcinelli/Tenscher 2003, Schatz/Rössler/Nieland 2002.

Massenmedien taugen laut Habermas im Rahmen der hergestellten Öffentlichkeit zu Wahlkampfzeiten nicht als Instrument der Willensbildung, sondern lediglich als Werbeträger, (vgl. ebd., S. 320) über den die Parteien versuchen, Einfluss zu nehmen auf die Wahlentscheidung der weitgehend passiven Bevölkerung. Um den unentschlossenen Wähler für sich zu gewinnen, stellen die Parteien eine demonstrative und manipulative Öffentlichkeit her. Doch aus dieser kann keine demokratische Meinungs- und Willensbildung hervorgehen, denn die zu werbepsychologischen Zwecken gemachten Angebote sind nicht durch Willen und Bewusstsein der Subjekte, sondern durch deren Unterbewusstsein vermittelt. (Vgl. ebd., S. 322)

Das in mehrere Teilpublika zerfallene Publikum der Staatsbürger wird mit publizistischen Mitteln derart mediatisiert, dass es zwar für die Legitimation politischer Kompromisse beansprucht werden kann, jedoch weder an effektiven Entscheidungen beteiligt wird, noch zu einer Beteiligung überhaupt fähig ist, (vgl. ebd., S. 325) obwohl immer mehr soziale Bedingungen privater Existenz durch öffentliche Gewalt aufrechterhalten und gesichert werden und diese „deshalb auch im Kommunikationsprozess eines politisch autonomen Staatsbürgerpublikums geklärt“ (ebd., S. 326) werden müssten. Doch aus dem real existierenden Publikum kann sich keine öffentliche Meinung ergeben, solange es lediglich zur Akklamation in Form einer abstrakten Stimmabgabe im Rahmen der temporär hergestellten Öffentlichkeit benötigt und eigens dafür demonstrativ oder manipulativ erzeugt wird.¹⁸ (Vgl. ebd., S. 326)

2.2.2.2 Der Bürger als passiver, manipulierter Konsument

Die bürgerliche Öffentlichkeit ging von der Vorstellung eines gebildeten, mündigen und aktiven Bürgers aus. Doch mit dem Strukturwandel der Öffentlichkeit hat sich auch ihr Subjekt – das Publikum – verändert. Durch den sozialen Strukturwandel hat

¹⁸ Im Kontext der öffentlichen Meinungsbildung zu Wahlkampfzeiten setzt sich Habermas auch mit den Kommunikationsflüssen innerhalb des Publikums auseinander und orientiert sich dabei am Kommunikationsmodell des „two-step-flow“ von Elihu Katz und Paul F. Lazarsfeld (1940): Demnach fließt der politische Meinungsstrom vertikal, von den höheren Statusgruppen zu den jeweils niedrigeren, ohne dass es dabei zu einem Austausch von Argument und Gegenargument im Rahmen eines rasonierenden Publikums und damit zu einem Beitrag für die öffentliche Meinungsbildung kommen würde. (Vgl. Habermas 1990, S. 315-316)

sich die Öffentlichkeit erweitert, ist nicht mehr beschränkt auf das Bildungsbürgertum mit der Folge, dass auch der bildungsbürgerliche Diskurshabitus an Bedeutung verlor.

Aus dem in öffentlichen Diskursen rasonierenden Publikum ist ein konsumierendes Massenpublikum geworden,¹⁹ das bestenfalls öffentlichen Meinungsaustausch über die konsumierten Artikel betreibt. Aus Konsum kann für Habermas keine Öffentlichkeit hervorgehen:

„Wohl mag sich die vereinzelte Befriedigung von Bedürfnissen unter Bedingungen der Öffentlichkeit, nämlich massenhaft vollziehen, aber daraus entsteht noch nicht Öffentlichkeit selbst. Wenn die Gesetze des Marktes, die die Sphäre des Warenverkehrs und der gesellschaftlichen Arbeit beherrschen, auch in die den Privatleuten als Publikum vorbehaltene Sphäre eindringen, wandelt sich Rasonnement tendenziell in Konsum und der Zusammenhang öffentlicher Kommunikation zerfällt in die wie immer gleichförmig geprägten Akte vereinzelter Rezeption“ (Habermas 1990, S. 249)

Die Massenmedien haben das Ihrige zu dieser Entwicklung beigetragen, indem sie den Wähler zum Zuschauer erzogen haben. (Vgl. Habermas 1961, S. 48)

Maßgeblich für den Strukturwandel der Öffentlichkeit und seine negativen Folgen verantwortlich ist – laut Habermas – die Entwicklung der Massenkultur, eine Kultur ausgerichtet an den Interessen des Großteils der Bevölkerung.²⁰ Zwischen Massenkultur und ihren Nutzern konstruiert Habermas einen Teufelskreis der Anpassung: Als eine auf die Interessen ihrer Konsumenten bezogene Kultur richtet sie sich nach Gesichtspunkten der Absatzstrategie; für eine Erweiterung ihres Absatzes – ihres ökonomischen Erfolges – orientiert sie sich an den Entspannungs- und Unterhaltungsbedürfnissen von Verbrauchergruppen mit relativ niedrigem Bildungsstandard, was zu einer Qualitätsreduktion der Kulturgüter führt, die wiederum negative Auswirkungen auf die Konsumenten hat, denn während der Umgang mit Kultur übt, hinterlässt der Verbrauch von Massenkultur keinerlei Spuren. (Vgl. Habermas 1990, S. 255) Während zu Zeiten der bürgerlichen Öffentlichkeit noch versucht wurde, das Volk so zu

¹⁹ Auch innerhalb der Kommunikationsforschung beschäftigt man sich mit diesem Gegensatz; es gibt zwei grundlegende Publikumskonzepte: das der mündigen Bürger und das des passiven Publikums. Das medienzentrierte Konzept unterstellt ein passives Publikum, das hauptsächlich auf (sinnleeren) Konsum hin orientiert ist. Folglich eröffnen sich den Medien große Manipulationschancen. Bei publikumszentrierten Vorstellungen, die vom Konzept des ‚aktiven‘ Publikums ausgehen, gilt, dass mit dem Angebot neuer Kommunikationsformen und -inhalte die Rezipienten zunächst lediglich vor zusätzliche Entscheidungssituationen gestellt werden. (Vgl. Renckstorf/Rohland 1980(b), VIII-IX)

²⁰ Zur Kulturkritik der Frankfurter Schule, siehe auch Fußnote 12, S. 23.

bilden, dass es die hohe Kultur versteht, wird die Kultur nun auf das Niveau der Massen herabgesetzt. (Vgl. ebd., S. 254) Kapitel 5.7 wird analysieren, wie sich politische Talkshows an den Interessen und Bedürfnissen ihrer Rezipienten orientieren.

Die bürgerlichen Formen der Geselligkeit fanden im Laufe des 20. Jahrhunderts zahlreiche Substitute: Kinobesuche, gemeinsame Rezeption von Radio- und Fernsehsendungen etc., denen jedoch bei aller Vielfalt eines tendenziell gemeinsam ist: die Abstinenz vom literarischen und politischen Rasonnement. (Vgl. ebd., S. 251) Die gesellige Diskussion weicht den mehr oder minder unverbindlichen Gruppenaktivitäten, die zwar auch feste Formen des informellen Beisammenseins konstituieren, denen aber die spezifische Kraft der Institutionen der bürgerlichen Öffentlichkeit fehlt, nämlich gesellige Kontakte als Fundament öffentlicher Kommunikation zu sichern. Die gemeinsamen Freizeitbeschäftigungen des kulturell konsumierenden Publikums bedürfen keiner Fortsetzung in Diskussionen: Die private Form der Aneignung – die einsame Lektüre in der häuslichen Privatsphäre – ist entfallen und damit auch die Grundlage für die öffentliche Kommunikation über das Angeeignete. (Vgl. ebd., 252)

Rekurrierend auf die Entstehung der Massenkultur resümiert Habermas:

„der Resonanzboden einer zum öffentlichen Gebrauch des Verstandes erzogenen Bildungsschicht ist zersprungen; das Publikum in Minderheiten von nicht-öffentlich rasonierenden Spezialisten und in die große Masse von öffentlich rezipierenden Konsumenten gespalten.“ (ebd., S. 266)

Somit hat das Publikum die spezifische Kommunikationsform eines rasonierenden Publikums verloren.

Trotzdem wird weiterhin öffentlich rasoniert: Mit formell organisierten Gesprächen von politischen Foren oder literarischen Organisationen, Podiumsdiskussionen von Rundfunkanstalten und Verlagen – heute wäre in diesem Zusammenhang auch die politische TV-Talkshow zu nennen – scheint der Diskussion „sorgfältige Pflege gesichert und dem Feld ihrer Ausbreitung keine Schranke gesetzt“ (ebd., S. 252). Allerdings hat sie sich maßgeblich verändert, denn sie hat die Gestalt eines Konsumguts angenommen. Habermas betont, dass die Kommerzialisierung der Kulturgüter zwar früher ebenfalls Voraussetzung für das Rasonnement war, denn auch für Bücher, Theater-, Konzert- und Museumsbesuche hatte man zahlen müssen, aber nicht auch noch für das

Gespräch über das, was man rezipiert hatte. (Vgl. ebd., S. 253) Inzwischen sind Gespräche selbst zur Ware geworden und die Diskussion hat sich formalisiert – mit gravierenden Folgen:

„Position und Gegenposition sind im vorhinein auf gewisse Spielregeln der Darbietung verpflichtet; Konsensus in der Sache erübrigt sich weitgehend durch den des Umgangs. Problemstellungen sind als Fragen der Etikette definiert; Konflikte, einst in öffentlicher Polemik ausgetragen, werden auf die Ebene personeller Reibereien abgedrängt. Das derart arrangierte Rasonnement erfüllt wichtige sozialpsychologische Funktionen [...]; seine publizistischen Funktionen büßt es indessen immer mehr ein“ (ebd., S. 253).

In Zusammenhang mit der von ihm beschriebenen Entertainisierung der Medieninhalte setzt sich Habermas auch mit deren Konsequenzen für die Rezipienten auseinander und verweist darauf, dass diese eher zur persönlichen Entspannung dienen, als zum öffentlichen Gebrauch der Vernunft anleiten. (Vgl. ebd., S. 260) Habermas geht sogar noch weiter und stellte die These auf, dass die audiovisuellen Medien die Rezipienten in ihren Fähigkeiten zum kritischen Rasonnement einschränken: Das Publikum wird von den audiovisuellen Medien in ihren Bann gezogen, steht dabei jedoch unter dem Zwang des „Don’t talk back“ (ebd., S. 261); damit nehmen die Medien dem Publikum „die Distanz der ‚Mündigkeit‘, die Chance nämlich, sprechen und widersprechen zu können“ (ebd., S. 261), mit der Konsequenz, dass das Publikum nicht mehr räsoniert, sondern sich nur noch über das Gefallen oder Nicht-Gefallen des Konsumierten austauscht. Auch die Personalisierung politischer Tatbestände durch die Massenmedien führt laut Habermas dazu, dass es zu einer Einschränkung der Fähigkeit zum kritischen Rasonnement gegenüber der öffentlichen Gewalt kommt, da sie vor allem Sentimentalität gegenüber Personen und Zynismus gegenüber Institutionen bewirkt. (Vgl. ebd., S. 262)

Das Publikum hat seine gestalterischen Kompetenzen verloren und sich in eine weitgehend passive Rolle zurückgezogen.²¹ Im Modell der bürgerlichen Öffentlichkeit kam dem Publikum der versammelten Privatleute die Aufgabe zu, den Staat mit den Bedürfnissen und Interessen der Gesellschaft zu vermitteln. Mit dem Prozess des Struk-

²¹ Habermas betont in diesem Zusammenhang, dass diejenigen Bürger, die sich einer diskutant gebildeten öffentlichen Meinung auf Grund ihrer Disposition (geringes Interesse, niedriger Informationsstand, Apathie) entziehen, am ehesten von der demonstrativ und manipulativ hergestellten Öffentlichkeit der Wahlveranstalter beeinflussbar sind. (Vgl. Habermas 1990, S. 316)

turwandels haben diese Aufgabe Institutionen – Verbände, Parteien und Verwaltungen – übernommen. Damit steht das Publikum dem Prozess des politisch relevanten Machtvollzugs und -ausgleichs inzwischen fern, denn dieser spielt sich nun direkt zwischen den Verwaltungen, Verbänden und Parteien ab. Das Publikum wird in den Kreislauf der Macht nur noch sporadisch und dann auch nur zum Zweck der Akklamation einbezogen. (Vgl. ebd., S. 268-269)

In „Student und Politik“ betont Habermas, dass sich Demokratie zwar erst in einer Gesellschaft mündiger Menschen verwirklicht, (vgl. Habermas 1961, S. 16) er weist jedoch auch darauf hin, dass der politischen Mündigkeit des Volkes nicht mehr viel Vertrauen entgegengebracht wird, so dass die Verfassung bereits die Funktionen des angeblichen Souveräns einzuschränken sucht und das Grundgesetz sich vom Misstrauen gegen plebiszitäre Entscheidungen leiten lässt.²²

Für den Bürger der Konsumentengesellschaft scheint sogar juristisch, so Habermas, die Rolle des Kunden anstatt des Partizipierenden vorgesehen zu sein, ganz nach dem Motto „Alles für das Volk, aber nichts durch das Volk“ (ebd., S. 46). Am Ende muss der Bürger zwar „die Zeche bezahlen“ (ebd., S. 46), ansonsten ist für ihn aber alles so weit vorbereitet, „dass er selber nicht nur nichts zu tun braucht, sondern auch nicht mehr viel tun kann. Ausgestattet mit diesen Rechten und gleichwohl so gut wie ausgeschlossen von tatsächlicher Mitbestimmung, wird das Volk zum Objekt der Fürsorge.“ (ebd., S. 46) Der Staat greift vorsorgend, verteilend und verwaltend in die Gesellschaft ein, (vgl. Habermas 1990, S. 271) der Bürger wird zum Leistungsempfänger und das Verhältnis des Leistungsempfängers zum Staat ist „nicht in erster Linie politische Beteiligung, sondern eine allgemeine Forderungshaltung, die Versorgung erwartet, ohne eigentlich Entscheidungen durchsetzen zu wollen“ (ebd., S. 312). Mit dem Staat kommt der Bürger hauptsächlich über Verwaltungen in Berührung und lediglich bei Wahlen ist noch Eigeninitiative der Bürger gefragt.

²² In „Faktizität und Geltung“ (1992) spricht Habermas dagegen von der Notwendigkeit einer Ausweitung der Partizipation der Bürger, und setzt sich in diesem Kontext mit der Verankerung plebiszitärer Elemente in der Verfassung auseinander, siehe hierzu Habermas 1992, S. 532-533.

Habermas führt aus, dass das demokratische Arrangement der Parlamentswahlen noch auf dem Idealkonzept der bürgerlichen Öffentlichkeit basiert, denn die Verhaltenserwartungen, die an die Rolle des Bürgers als Wähler gestellt werden,

„sind ein sozialpsychologisches Spiegelbild jener Verhältnisse, in denen einst ein Publikum rasonierender Privatleute kritische und legislative Funktionen übernommen hatte. Dem Wähler wird zugemutet, dass er, mit einem gewissen Grad von Urteilsfähigkeit und Kenntnissen, interessiert an öffentlichen Diskussionen teilnimmt, um, in rationaler Form und am allgemeinen Interesse orientiert, das Richtige und Rechte als verbindlichen Maßstab für das politische Handeln finden zu helfen“. (ebd., S. 313)

Die Tatsache, dass die Masse der wahlberechtigten Bevölkerung diesem demokratischen Verhaltensmuster kaum noch entspricht, ist für Habermas soziologisch nur im Zusammenhang mit dem strukturellen und funktionellen Wandel der Öffentlichkeit zu erklären. (Vgl. ebd., S. 314) Für Habermas ist die politische Öffentlichkeit des modernen Sozialstaates durch zwei konkurrierende Tendenzen gekennzeichnet:

„Als Zerfallsgestalt bürgerlicher Öffentlichkeit gibt sie einer, von Organisationen über die Köpfe des mediatisierten Publikums entfalteteten, demonstrativen und manipulativen Publizität Raum. Andererseits hält der Sozialstaat am Gebot einer politisch funktierenden Öffentlichkeit fest, demzufolge das von Organisationen mediatisierte Publikum, durch diese selbst hindurch, einen kritischen Prozess öffentlicher Kommunikation in Gang setzen soll“ (ebd., S. 337-338).

Habermas hebt hervor, dass es die kritische Publizität immer noch gibt, „ebenso wie einen Adressaten, der die mit ihr gesetzten Verhaltenserwartungen erfüllt – gewiss nicht das Publikum insgesamt, aber eben doch ein funktionsfähiges Substitut“ (ebd., S. 343).

2.2.2.3 Massenkommunikation und politische Öffentlichkeit

Ausgehend von der Analyse des Strukturwandels der Öffentlichkeit ist festzuhalten, dass Habermas Massenkommunikation für eine politische Öffentlichkeit als nicht funktional ansieht. Öffentliche Kommunikation über Medien – also Massenkommunikation – übt keine politischen Funktionen im Sinne von Habermas' Verständnis demokratischer Politik aus, da sie unter Einfluss organisierter Interessen steht und auf ihre Rezipienten manipulativ einwirkt, anstatt sich als Institution der Bevölkerung zu begreifen, durch die diese kritisch über Angelegenheiten des allgemeinen Interesses diskutieren und als Kritik- und Kontrollorgan der öffentlichen Gewalt fungieren kann.

Massenmediale Öffentlichkeit kommt nicht zu dem Zweck einer öffentlichen Kommunikation/Diskussion über politisch relevante Themen zustande, sondern wird für die Sicherung von Zustimmung eines ansonsten passiv bleibenden Publikums hinsichtlich eines bestimmten Themas instrumentalisiert. Somit ist die durch Massenmedien hergestellte Öffentlichkeit für Habermas kein Instrument der Willensbildung, sondern lediglich eines der Werbung, das der Manipulation des Publikums dient.

Das öffentliche Raisonement aktiver Bürger über die Allgemeinheit betreffende Fragen wurde abgelöst durch den Konsum von Werbebotschaften eines passiven Publikums – eine Entwicklung, die aufgrund der Dominanz der Massenkommunikation und durch die Ausweitung der Medien verursacht wurde. Denn Massenkommunikation führt laut Habermas zu einer Einschränkung der Fähigkeit zum kritischen Raisonement beim ‚normalen‘ Rezipienten, da über rezipierte Inhalte kaum diskutiert wird und – aufgrund der Einseitigkeit von Massenkommunikation²³ – auch nicht werden kann.

Die Bürger haben hinsichtlich der öffentlichen Kommunikation ihre gestalterischen Kompetenzen verloren und sich in eine passive Rolle zurückgezogen. Die aktiven Kommunikatoren nutzen dies und die von ihnen instrumentalisierten, medienvermittelten Diskussionen, um das passive Publikum für ihre Zwecke zu manipulieren, indem sie weniger sachlich und informativ als vielmehr unterhaltend über die Allgemeinheit betreffenden Themen diskutieren. Inwieweit Habermas’ Beurteilung von Massenkommunikation anwendbar und zutreffend ist für aktuelle politische Talkshows, wird die Auseinandersetzung mit diesem TV-Format zeigen (siehe Kapitel 5 und 6).

2.2.3 Kritische Öffentlichkeit – Eine Fiktion?

Habermas beschäftigt sich in „Strukturwandel der Öffentlichkeit“ auch mit der Frage, wie man aus der demonstrativen Öffentlichkeit wieder herausfinden kann in eine politisch fungierende, kritische Öffentlichkeit. Er hält es dabei nicht für richtig, den durch den Strukturwandel entstandenen erweiterten Bereich der Öffentlichkeit im Sinne der bürgerlichen Öffentlichkeit wieder einzuschränken, da man so die Öffentlichkeit nur

²³ Massenkommunikation ist „jene Form der Kommunikation, bei der Aussagen öffentlich, durch technische Verbreitungsmittel indirekt und einseitig an ein disperses Publikum vermittelt werden“ (Maletzke 1963, S. 32).

weiter schwächen würde. (Vgl. Habermas 1990, S. 309) Außerdem erfordere die Tätigkeit der Staatsorgane Öffentlichkeit, „damit ein permanenter Prozess der Meinungs- und Willensbildung wenigstens als freiheitverbürgendes Korrektiv an der Macht- und Herrschaftsausübung wirksam werden kann“ (ebd., S. 309).

Habermas betont vor allem die Wichtigkeit von Publizität für solche Institutionen, „die bislang eher von der Öffentlichkeit der anderen leben, als selbst deren Aufsicht unterstehen“ (ebd., S. 310), nämlich Parteien, politische Medien und öffentliche Verbände. Aufgrund der weitreichenden Tätigkeiten und Verflechtungen dieser Organisationen sowie ihres besonderen (demonstrativen und manipulativen) Einflusses in der politischen Öffentlichkeit ist Publizität notwendig, um der Öffentlichkeit die für ihre Funktionsausübung als Kritik- und Kontrollorgan notwendigen Einblicke zu gewähren.²⁴

Habermas fordert, dass all die genannten Institutionen nicht nur ihre inneren Strukturen nach dem Prinzip der Öffentlichkeit organisieren und eine organisationsinterne Demokratie institutionell ermöglichen sollen, indem sie intern ungehinderte Kommunikation und öffentliches Raisonement zulassen, (vgl. ebd., S. 310) sondern auch durch die Veröffentlichung ihres internen Geschehens eine Kommunikation zwischen ihrer Organisationsöffentlichkeit und der Öffentlichkeit des gesamten Publikums herstellen. Die Idee der bürgerlichen Öffentlichkeit einer Rationalisierung der Herrschaft im Medium des öffentlichen Raisonements der Privatleute lässt sich für Habermas nur noch verwirklichen als eine – aufgrund der Vielzahl der organisierten Interessen – begrenzte Rationalisierung der Machtausübung unter wechselseitiger Kontrolle rivalisierender Organisationen, die alle – in ihren Beziehungen untereinander und mit dem Staat – angewiesen sind auf Öffentlichkeit. (Vgl. ebd., S. 311)

Im Hinblick auf eine potentielle Teilhabe an der öffentlichen Kommunikation differenziert Habermas das Publikum in ein Publikum der organisierten Privatleute und in eines der nicht-organisierten Privatleute. Während das Publikum der organisierten Privatleute „über die Kanäle der innerparteilichen und verbandsinternen Öffentlichkeit,

²⁴ Habermas unterstreicht die Schwierigkeit einer angemessenen Wahrnehmung dieser Funktion, denn mit den komplexer gewordenen gesellschaftlichen Strukturen und dem Pluralismus der organisierten, konkurrierenden Interessen ist eine Kontrolle durch rasonierende Instanzen immer schwieriger geworden. (Siehe hierzu Habermas 1990, S. 339-340)

und auf Grund der für den Verkehr der Organisationen mit dem Staat und untereinander in Kraft gesetzten Publizität, wirksam an einem Prozess öffentlicher Kommunikation“ (ebd., S. 337) teilnimmt, kann sich das Publikum der nicht-organisierten Privatleute nicht an der öffentlichen Kommunikation beteiligen, sondern gerät durch die passive Rezeption institutionell autorisierter Meinungen, die mithilfe der Medien vermittelt werden, in den Sog demonstrativ oder manipulativ entfalteter Publizität. (Vgl. ebd., S. 357)

Habermas fordert daher eine Öffentlichkeit, die Kommunikationsbedingungen bereitstellt, mit denen sich das Publikum wieder an der Herstellung kritischer Publizität und damit demokratischer Meinungs- und Willensbildung beteiligen kann. Für das Publikum bedeutet Habermas' Konzept, dass es bereit sein muss, wieder aktiv zu werden und nicht nur zu konsumieren. Habermas scheint das Ideal eines interessierten, informierten, kompetenten, handlungsbereiten und partizipierenden – also eines mündigen – Bürgers weiterhin für realisierbar zu halten, solange die gesellschaftlichen und politischen Verhältnisse die Partizipation des Bürgers fördern.

Inwiefern die Medien in ihrer heutigen Ausprägung für diese Aufgabe geeignet sind, wird mit Blick auf die politischen Bildungsfunktionen in den Kapiteln 3 bis 6 noch umfassend aus normativer wie empirischer Perspektive diskutiert.

2.3 Habermas' Öffentlichkeitstheorie – Kritik, Modifizierung und Weiterentwicklung

Habermas idealtypische Konzeption der bürgerlichen Öffentlichkeit ist nicht ohne Kritik geblieben. So beschäftigen sich Kritiker häufig mit der Frage nach ihrem Verhältnis zur Realität bzw. ihrer Anwendbarkeit auf die Realität und modifizieren das normative Öffentlichkeitsmodell dementsprechend.²⁵

Habermas' Öffentlichkeitstheorie ist eine normative Theorie, trotzdem kann man empirisch fragen, wie nah sie der Realität kommt, sie als Grundlage für die empirische Untersuchung aktueller öffentlicher Kommunikation heranziehen. Natürlich ist dabei zu beachten, dass, obwohl Themen und Thesen aus „Strukturwandel der Öffentlich-

²⁵ Siehe hierzu u.a. Gerhards 1997, Kunczik 1984, S. 103-115, Peters 1994.

keit“ – aufgrund der weiter gestiegenen Bedeutung von Massenkommunikation – immer noch Aktualität besitzen, zwangsläufig ein Spannungsverhältnis zwischen Habermas’ Thesen aus dem Jahre 1962 und Entwicklungen und Fakten der Gegenwart besteht.

Habermas selber hat seine kulturkritisch-pessimistische Sichtweise vom Funktionsverlust der Öffentlichkeit als kritischer politischer Instanz seit „Strukturwandel der Öffentlichkeit“ mehrfach relativiert. In „Theorie des Kommunikativen Handelns“ (1981) und „Faktizität und Geltung“ (1992) hat er Grundideen aus „Strukturwandel der Öffentlichkeit“ (wie Funktionen politischer Öffentlichkeit, die vernünftige politische Willensbildung und den Diskurs) übernommen und weiterentwickelt,²⁶ u.a. für sein Konzept der zweigleisigen, deliberativen Demokratie: Demnach stehen die rechtsstaatlich verfassten, durch demokratische Verfahren regulierten Prozesse der Meinungs- und Willensbildung der nicht institutionalisierten, informellen Meinungsbildung im Rahmen der allgemeinen politischen Öffentlichkeit, an welcher sich alle Bürger beteiligen können, gegenüber.²⁷ Entscheidend für die Wirksamkeit dieses Modells sind Kommunikationsflüsse zwischen der politischen Öffentlichkeit und dem mit Problemlösungskompetenz ausgestatteten Zentrum des politischen Systems, in dem die institutionell verankerte Meinungs- und Willensbildung stattfindet. Die Kommunikationsflüsse sollen Impulse aus der Peripherie in das Zentrum ermöglichen.

²⁶ In seiner „Theorie des kommunikativen Handelns“ entwickelt Habermas ein komplexes Diskursmodell, indem er u.a. die Bedeutung der Rationalität und der allgemeinen Zugänglichkeit wieder aufgreift. Darüber hinaus konzipiert er Voraussetzungen für eine ideale Sprechsituation und deren Charakteristika. Für eine umfassende Auseinandersetzung mit dem von Habermas in „Faktizität und Geltung“ entwickeltem diskursivem Modell von Öffentlichkeit, siehe u.a. Gerhards 1997, Scheyli 2000.

²⁷ In „Strukturwandel der Öffentlichkeit“ entwickelte Habermas bereits Grundideen für dieses Modell (siehe Habermas 1990, S. 355-358). In „Faktizität und Geltung“ entwirft er schließlich die Konzeption der zweigleisigen, deliberativen Demokratie, welche er in „Die Einbeziehung des Anderen“ (1997) noch weiter ausführte. In diesem Zusammenhang unterscheidet Habermas zwei Öffentlichkeiten: die autochthone und die vermachtete Öffentlichkeit. Vermachtete Öffentlichkeit – bestimmt durch die Dominanz der Akteure im Zentrum der Politik – resultiert in einer administrativ erzeugten Macht, einer beschafften Massenloyalität für Entscheidungen des Zentrums der Politik durch das Zentrum der Politik, die keine oder geringe Legitimität für sich beanspruchen kann. Das Resultat einer autochthonen Öffentlichkeit, gestaltet von den Akteuren der Peripherie des politischen Systems, ist die Entstehung einer kommunikativ erzeugten legitimen Macht, basierend auf einem diskursiv geprüften Konsens. (Vgl. Gerhards 1997, S. 6) Zu Schwächen in Habermas Konzept der deliberativen Demokratie, siehe Scheyli 2000, S. 101-185.

Auch hinsichtlich seines Publikumbildes räumt Habermas Fehler in „Strukturwandel der Öffentlichkeit“ ein:

„meine Diagnose einer gradlinigen Entwicklung von politisch aktiven zum privatistischen, ‚vom kulturräsonnierenden zum kulturkonsumierenden Publikum‘ greift zu kurz. Die Resistenzfähigkeit und vor allem das kritische Potential eines in seinen kulturellen Gewohnheiten aus Klassenschranken hervortretenden, pluralistischen, nach innen weit differenzierten Massenpublikums habe ich seinerzeit zu pessimistisch beurteilt.“ (Habermas 1990, S. 30)

In diesem Zusammenhang betont Habermas auch, „den kritikfördernden, kulturell mobilisierenden Einfluss der formalen, insbesondere der sich ausweitenden sekundären Schulbildung“ (ebd., S. 29) unterschätzt zu haben.

„Strukturwandel der Öffentlichkeit“ ist vor 46 Jahren erschienen. Habermas’ Ausführungen hinsichtlich massenmedialer, öffentlicher Kommunikation beschränken sich aufgrund dieser Entstehungszeit auf die Presse. Außerdem war Habermas in Bezug auf die Medienwirkungsforschung hauptsächlich auf die Ergebnisse der von Elihu Katz und Paul F. Lazarsfeld begründeten Forschungstradition des two-step-flow und der Verstärker-Hypothese angewiesen. In „Faktizität und Geltung“ (1992) hebt Habermas dagegen das neue Rezipientenbild in der Medienforschung hervor:

„Immerhin hat die Wirkungs- und Rezeptionsforschung mit dem Bild des passiven, von den angebotenen Programmen gesteuerten Konsumenten aufgeräumt. Sie lenkt statt dessen den Blick auf die Interpretationsstrategien der – gelegentlich miteinander kommunizierenden – Zuschauer, die sich eben auch zu Widerspruch herausfordern lassen oder das Angebot mit eigenen Deutungsmustern synthetisieren.“ (ebd., S. 456)

Seit den 1960er Jahren hat es aber nicht nur Weiterentwicklungen in der Medienwirkungsforschung gegeben, auch die Medienlandschaft hat sich maßgeblich verändert: Das Medium Fernsehen hat sich etabliert, ist zum Leitmedium aufgrund seiner Reichweite und Nutzungsdauer geworden, und der private Rundfunk wurde eingeführt. In „Faktizität und Geltung“ hat sich Habermas daher auch intensiver mit dem Medium Fernsehen auseinandergesetzt, hebt aber auch bei diesem Medium die Instrumentalisierung durch Parteien, Verbände oder private Unternehmen hervor:

„Generell wird man sagen können, dass sich das vom Fernsehen konstruierte Bild der Politik weitgehend aus Themen und Beiträgen zusammensetzt, die bereits für die Medienöffentlichkeit produziert und über Konferenzen, Verlautbarungen, Kampagnen usw. in sie eingeschleust werden.“ (ebd., S. 455)

Andererseits modifiziert Habermas sein pessimistisches Modell der demonstrativen, manipulativen Medienöffentlichkeit und der implizierten passiven Rolle des Publi-

kums. Er weist auf die Möglichkeiten aktiver Teile der Bevölkerung hin, auf Themen und Probleme aufmerksam zu machen, die von den Massenmedien und dem politischen System vernachlässigt werden, und diese Themen auf die (Medien-)Agenda zu bringen. Im Zusammenhang mit seinem Konzept der zweigleisigen, deliberativen Demokratie räumt Habermas den Medien sogar eine wesentliche Rolle bei der Mobilisierung des Publikums ein, doch solange

„die Massenmedien entgegen ihrem normativen Selbstverständnis ihr Material vorzugsweise von den gut organisierten und mächtigen Informationsproduzenten beziehen, solange sie überdies publizistische Strategien bevorzugen, die das diskursive Niveau des öffentlichen Kommunikationskreislaufes eher senken als steigern, nehmen die Themen in der Regel einen vom Zentrum ausgehenden und gesteuerten, nicht einen von der gesellschaftlichen Peripherie herkommenden, spontanen Verlauf.“ (ebd., S. 459-460)

Für Habermas ist klar, dass aufgrund der vermachteten, massenmedial beherrschten Öffentlichkeit Skepsis gegenüber den Möglichkeiten einer Einflussnahme aktiver Bevölkerungsteile auf das politische System angebracht ist, jedoch nur bei einer Öffentlichkeit im Ruhezustand. „In Augenblicken der Mobilisierung beginnen die Strukturen, auf die sich die Autorität eines stellungnehmenden Publikums eigentlich stützt, zu vibrieren. Dann verändern sich die Kräfteverhältnisse zwischen Zivilgesellschaft und politischem System.“ (ebd., S. 457-458)

In seinem weiterentwickelten Öffentlichkeitskonzept spielt die massenmediale Öffentlichkeit für Habermas also eine positive Rolle, denn nur über sie kann ein großes Publikum erreicht werden und können Themen auf die öffentliche Agenda gelangen. Habermas appelliert an die Massenmedien, sich als Mandatar eines aufgeklärten Publikums zu verstehen,

„dessen Lernbereitschaft und Kritikfähigkeit sie zugleich voraussetzen, beanspruchen und bestärken; sie sollen [...] ihre Unabhängigkeit von politischen und gesellschaftlichen Akteuren bewahren; sie sollen sich unparteilich der Anliegen und Anregungen des Publikums annehmen und den politischen Prozess im Lichte dieser Themen und Beiträge einem Legitimationszwang und verstärkter Kritik aussetzen. So soll die Medienmacht neutralisiert – und die Umsetzung von administrativer oder sozialer Macht in politisch-publizistischen Einfluss blockiert werden.“ (ebd., S. 457)

2007 betont Habermas, dass „die wilden Kommunikationsflüsse einer von Massenmedien beherrschten Öffentlichkeit nicht die Art von geregelten Diskussionen oder gar

Beratungen, wie sie in Gerichten oder parlamentarischen Ausschüssen stattfinden“ (Habermas 2007) erlauben. Doch dies

„ist auch nicht nötig, weil die politische Öffentlichkeit nur ein Verbindungsglied darstellt. Sie vermittelt zwischen den institutionalisierten Diskursen und Verhandlungen in staatlichen Arenen auf der einen Seite, den episodischen und informellen Alltagsgesprächen potentieller Wähler auf der anderen Seite.

Die Öffentlichkeit leistet zur demokratischen Legitimation des staatlichen Handelns ihren Beitrag, indem sie politisch entscheidungsrelevante Gegenstände auswählt, zu Problemstellungen verarbeitet und zusammen mit mehr oder weniger informierten und begründeten Stellungnahmen zu konkurrierenden öffentlichen Meinungen bündelt.

Auf diese Weise entfaltet die öffentliche Kommunikation für die Meinungs- und Willensbildung der Bürger eine stimulierende und zugleich orientierende Kraft, während sie das politische System gleichzeitig zu Transparenz und Anpassung nötigt. Ohne die Impulse einer meinungsbildenden Presse, die zuverlässig informiert und sorgfältig kommentiert, kann die Öffentlichkeit diese Energie nicht mehr aufbringen.“ (ebd.)

Habermas' Anforderungen an die Medien in diesem Zusammenhang sind hoch, spiegeln jedoch die normativen politischen Funktionen, die in der Mediengesetzgebung – vor allem für den öffentlich-rechtlichen Rundfunk – festgeschrieben sind. (Siehe Kapitel 4.2.1)

2.4 Öffentlichkeit im 21. Jahrhundert

Für eine Auseinandersetzung mit Kommunikation und ihrer Bedeutung für die politische Öffentlichkeit in einer Demokratie stellt Habermas' „Strukturwandel der Öffentlichkeit“ einen wichtigen klassischen Bezugspunkt dar. Die heutige Medienöffentlichkeit ist ein ganz anderer Typ Öffentlichkeit als Habermas' Idealtyp „Bürgerliche Öffentlichkeit“; aufgrund der Reflexion von Habermas' Öffentlichkeitsverständnis lassen sich jedoch essentielle Ansatzpunkte für die Analyse politischer TV-Talkshows als einem in der aktuellen Gesellschaft wichtigen Format (medien-)öffentlicher Kommunikation resümieren.

(1) Während das Idealmodell „Bürgerliche Öffentlichkeit“ nicht künstlich hergestellt und organisiert werden musste, ist es heute Aufgabe der Medien, Öffentlichkeit überhaupt erst herzustellen – zum Zweck der Meinungs- und Willensbildung sowie der Kritik und Kontrolle der öffentlichen Gewalt. Somit sind die grundlegenden politischen Funktionen der bürgerlichen Öffentlichkeit und ihres Rasonnements die Ideale, an denen sich die (politischen) Funktionen der Medien orientieren.

- (2) Habermas' idealtypisches Öffentlichkeitskonzept fußt auf der öffentlichen Diskussion von die Allgemeinheit betreffende Themen unter gebildeten Bürgern, ein Konzept, das den Programmphilosophien politischer Talkshows (siehe Kapitel 5.5) entspricht.
- (3) Neben der allgemeinen Natur der zu diskutierenden Fragen trifft noch ein weiteres institutionelles Kriterium der bürgerlichen Öffentlichkeit auf politische Talkshows zu: die prinzipielle Unabgeschlossenheit ihres Publikums.
- (4) Voraussetzungen und Ablauf der Kommunikation in der bürgerlichen Öffentlichkeit unterscheiden sich grundlegend von der heutigen Medienöffentlichkeit, denn Habermas' bürgerliche Öffentlichkeit beruht auf einer Präsenzöffentlichkeit und damit interpersonaler (face-to-face) Kommunikation, während die in der heutigen Zeit dominierende Medienöffentlichkeit auf Massenkommunikation basiert.

Die Kommunikation innerhalb einer medial hergestellten Öffentlichkeit – wie der politischen Talkshows – ist jedoch ebenfalls durch Präsenzöffentlichkeit und interpersonale Kommunikation geprägt. In der bürgerlichen Öffentlichkeit war das Medium der politischen Auseinandersetzung das öffentliche Raisonement innerhalb des Publikums, jetzt findet dieses öffentliche Raisonement in den Medien – u.a. in der politischen Talkshow – statt unter einer begrenzten Zahl von Teilnehmern und vor einem großen, nahezu unbegrenzten, aber auch passiven Publikum.

Im Gegensatz zum öffentlichen, politischen Raisonement in der bürgerlichen Öffentlichkeit sind politische Talkshows als Teil der Medienöffentlichkeit Teil einer organisierten Meinungs- und Willensbildung. Während es in der bürgerlichen Öffentlichkeit für die öffentliche Kommunikation in Form des Raisonements kein System festgelegter Rollen von Kommunikatoren und Rezipienten gab, jeder Teilnehmer zugleich Kommunikator und Rezipient sein und sich an der Meinungs- und Willensbildung aktiv beteiligen konnte, zeichnet sich die Medien- und Talkshow-öffentlichkeit durch eine weitgehende Rollendifferenzierung aus, besteht aus klar definierten Rollen von einigen wenigen aktiven Kommunikatoren und einer Masse an Rezipienten, die nur noch die vor ihren Augen und Ohren stattfindenden Dis-

kussionen passiv konsumieren können, ohne die Chance auf eine gleichberechtigte Teilnahme oder Interaktion.²⁸ (Siehe Kapitel 5.4)

Die politischen Partizipationsmöglichkeiten des ‚Durchschnittsbürgers‘ scheinen in der Medienöffentlichkeit des 21. Jahrhunderts folglich reduziert auf ‚kognitive‘ Partizipation in Form des grundlegenden Interesses an Politik, die sich u.a. in der Rezeption politischer Medieninhalte zeigt. So bestehen heute unterschiedliche Beteiligungschancen an politischen Meinungsbildungs- wie Entscheidungsprozessen: handelnd (Politiker), passiv und rezeptiv (Bürger) sowie informierend und interpretierend (Journalisten). (Vgl. Schulz 1998, S. 63) Den Bürger aus seiner passiven, rezeptiven Rolle im politischen Meinungsbildungsprozess zu lösen, hat sich die institutionalisierte politische Bildung zur Aufgabe gemacht, steht dabei jedoch vor gravierenden Problemen.

Habermas und andere Theoretiker haben das idealisierte Modell der bürgerlichen Öffentlichkeit kritisiert und weiterentwickelt. Trotzdem stellt dieses Modell selber und nicht seine Modifikation den richtigen, normativen Ausgangspunkt für eine Analyse politischer Öffentlichkeit dar, die sich, wie die vorliegende Arbeit, auf die Partizipation der Bürger bzw. auf die dafür notwendige politische Bildung und deren aktuelle Vermittlungsinstanzen fokussiert. Kapitel 3 wird zeigen, dass Habermas’ Idealmodell der bürgerlichen Öffentlichkeit und die in ihr stattfindende politische Auseinandersetzung lange Zeit die idealisierte Zielvorstellung der institutionalisierten politischen Bildung war, bevor es – auch durch die Konkurrenz und wachsende Bedeutung der Medien im Alltag der Bevölkerung – zur Entwicklung realitätsnäherer Konzepte kam.

²⁸ Zu Rollenveränderungen der Akteure in einer durch Massenmedien vermittelten Öffentlichkeit, siehe auch Habermas 1992, S. 453-459, Neidhardt 1994(b), S. 12-15.

3 Politische Bildung – Ziele, Aufgaben und Methoden

Wie Habermas' Konzeption von politischer Öffentlichkeit deutlich macht, lebt Demokratie von der Mitsprache ihrer Bürger bei der politischen Meinungs- und Willensbildung, ihrer Mitwirkung am und Mitentscheidung im politischen Prozess. Diese Partizipation setzt jedoch die Emanzipation und Mündigkeit der Bürger voraus: „Zur politischen Teilnahme und Teilhabe in ihrem Gemeinwesen berechnigte Bürger müssen dazu auch fähig (= mündig) sein bzw. dazu in den Stand gesetzt (= emanzipiert und mündig) werden.“ (Stein 1999, S. 47)

Politische Willensbildung und Partizipation erfordern diverse Kompetenzen seitens der Bürger und bedürfen in unserer heutigen Gesellschaft der institutionalisierten politischen Bildung, da politische Bildung – wie bereits betont – nicht mehr als Eigenschaft der Bürger vorausgesetzt werden kann, sondern viel eher das Ergebnis eines lebenslang stattfindenden Lernprozesses ist:

„Politische Bildung ist eine Bedingung der Demokratie, weil Demokratiekompetenzen von Bürgerinnen und Bürgern in der modernen und komplexen Gesellschaft nicht einfach von selbst, gleichsam alleine durch Prozesse ‚wildes Lernens‘ entstehen, sondern eher im Gegenteil – Demokratiekompetenzen können ohne Prozesse institutionalisierter Bildung und Erziehung nicht nachhaltig entwickelt werden. Politische Bildung soll als eine institutionalisierte Form einer demokratischen Bildung und Erziehung zur Entwicklung solcher Demokratiekompetenzen beitragen.“ (Henkenborg 2005, S. 262-263)

Schulische politische Bildung ist so alt wie die öffentliche Schule selbst und war immer Teil ihrer Erziehungsaufgabe.²⁹ Doch konzipiert als ein Element lebenslangen Lernens hat politische Bildung nicht nur ihren festen Stellenwert in der Schule, sondern auch in der Berufsausbildung, der Hochschule und außerschulischen Weiterbildung. Es existiert ein dichtes Netz staatlicher und staatlich geförderter gesellschaftlicher Träger, deren Aufgabe es ist, für ein umfassendes Angebot politischer Bildungsmaßnahmen zu sorgen.³⁰ Die Notwendigkeit institutionalisierter politischer Bildung

²⁹ Aber erst nach 1945 hat die politische Bildung eine eigene Geschichte. Auf die verschiedenen Phasen ihrer Entwicklung soll hier nicht weiter eingegangen werden. Für Einzelheiten siehe u.a. Gagel 1994, Kuhn/Massing/Skuhr 1993, Sander 1989.

³⁰ Rudolf differenziert in seinem „Berichtssystem politische Bildung 2002“ vier Trägerbereiche: die öffentlich-kommunale Trägerschaft mit den Volkshochschulen, sonstige überparteiliche und unabhängige Einrichtungen, den staatlichen Trägerbereich mit den Zentralen für politische Bildung und den

spiegelt sich u.a. wider in der vom Staat eingerichteten Bundeszentrale für politische Bildung und ihren Landeszentralen. Außerdem haben alle im Parlament vertretenen Parteien politische Stiftungen gegründet, zu deren wichtigsten Aufgaben die politische Bildung gehört.

Doch was versteht man überhaupt unter politischer Bildung? Welche Aufgaben hat sich die (institutionalisierte) politische Bildung gestellt, wer ist ihre Zielgruppe, mit welchen Methoden will sie ihre Aufgaben erfüllen und ihre Zielgruppe erreichen? Eine Klärung dieser Fragen ist notwendig, um später analysieren zu können, welche Aufgaben der politischen Bildung von politischen Talkshows übernommen und in welchem Maße erfüllt werden (können). Zu diesem Zweck werden bereits in diesem Kapitel Parallelen zwischen politischer Bildung und Medien aufgezeigt sowie die Relevanz kommunikativer Methoden und der Medien in der institutionalisierten politischen Bildungsarbeit diskutiert.

3.1 Begriffsklärung

Unter anderem aufgrund der verschiedenen wissenschaftlichen Fachrichtungen³¹ und Institutionen, die sich mit politischer Bildung beschäftigen, existiert keine einheitliche Definition des Begriffs „politische Bildung“. Es lässt sich vielmehr in nahezu jeder Veröffentlichung zum Thema eine eigene Definition finden. In einer pluralistischen Demokratie ist es plausibel, dass unterschiedliche Entwürfe zur politischen Bildung existieren und die Begriffsbestimmung sowie Aufgaben und Methoden politischer Bildung Gegenstände wissenschaftlicher sowie politischer Kontroversen sind. Da eine inhaltliche Begriffsbestimmung von politischer Bildung vorzunehmen, die allseits akzeptiert werden würde, wenig Aussicht auf Erfolg haben dürfte, (vgl. Massing 2002(a), S. 87-88) wird im Folgenden lediglich verdeutlicht, welches Begriffsverständnis für den vorliegenden Forschungszusammenhang praktikabel ist.³²

interessengebundene Trägerbereich, d.h. Einrichtungen der Parteien, der Kirchen, der Arbeitgeber sowie der Gewerkschaften. (Vgl. Rudolf 2002(b), S. 49)

³¹ Leitdisziplinen und damit Grundlage der inhaltlichen und methodischen Orientierung in der politischen Bildung sind die Politikwissenschaft, die Soziologie und die Wirtschaftswissenschaft.

³² Aufgrund der Vielzahl an Definitionen wird aus forschungsökonomischen Gründen ebenfalls keine explizite Abgrenzung des Begriffs „politische Bildung“ von den Begriffen „politische Erziehung“ oder „politische Sozialisation“ erfolgen.

Theoretische und normative Grundlagen politischer Bildung stehen im engen Zusammenhang mit dem zugrunde liegenden Politikbegriff. Der Politikbegriff ist eine wesentliche Grundlage für die Definition des Begriffs „politische Bildung“, doch auch für ihn existiert eine Pluralität an Definitionen,³³ was u.a. daran liegt, dass der Politikbegriff in hohem Maße dem sozialen und kulturellen Wandel unterworfen ist. (Vgl. Sander 2001, S. 49) In der Folge führt dies zu Schwierigkeiten und Differenzen bei der Begriffsbestimmung politischer Bildung.

Für die Definition und Lerngegenstände politischer Bildung ist ein Politikbegriff wenig geeignet, der das Politische auf den Bereich des Staates bzw. des politischen Sektors beschränkt. (Vgl. Sander 1989, S. 145) Das Politische ist vielmehr

„über den politischen Sektor hinaus eine Dimension aller menschlichen Lebensbereiche, weil kein Lebensbereich von der Frage, wie wir unsere gemeinsamen Angelegenheiten als menschliche Gesellschaft regeln wollen, wie unser Zusammenleben gestaltet werden soll, völlig unberührt bleibt.“ (ebd., S. 148)

Fast jede soziale und kulturelle Situation kann zu einem Politikum und damit zu einem für die politische Bildung potenziell interessanten Lerngegenstand werden. (Vgl. Sander 2001, S. 48) Folglich befasst sich politische Bildung mit Fragen, Problemen und Strukturen des gesamtgesellschaftlichen Zusammenlebens, aber auch mit alltagsbezogenen Themen. (Vgl. Sander 1999(b), S. 33)

Diesem weiten Politikbegriff entsprechend begnügen sich viele Definitionen mit „politischer Bildung“ als einer relativ allgemein gehaltenen Sammelbezeichnung,³⁴ berücksichtigen in ihren Beschreibungen jedoch diverse Formen politischer Bildung und ihre Absichten hinsichtlich der Adressaten. So bezeichnet Nohlens „Kleines Lexikon der Politik“ politische Bildung als Sammelbegriff

„für ein schulisches oder außerschulisches, institutionalisiertes oder freies, intentionales oder funktionales, aktives oder passives, verbales oder non-verbales, interaktionales Einwirken des Umfeldes auf den (Mit-)Menschen, um politisches Verhalten, Handlungsbereitschaft und -kompetenz, demokratische Spielregeln und Grundwerte, Problembewusstsein und Urteilsfähigkeit etc. zu vermitteln“ (Nohlen 2001, S. 386).

Massing (2003) definiert:

„PB in einem weiten Sinne ist danach ein Sammelbegriff, der alle Prozesse umfasst, die auf jeden Menschen als Mitglied einer sozialen und politischen Ordnung über un-

³³ Siehe hierzu u.a. Rohe 1978, Sander 1989, S. 139-149, Sander 2001, S. 45-54.

³⁴ Siehe hierzu auch Sander 1999(b), Schubert/Klein 2006.

terschiedliche Gruppen, Organisationen, Institutionen und Medien politisch prägend einwirken.“ (Massing 2003, S. 501)

Für den vorliegenden Kontext sind diese weit gefassten Auslegungen des Begriffs in sofern von besonderer Bedeutung, da sie Medien und ihre Formate als potentielle Quellen und Vermittler politischer Bildung nicht ausschließen.

Die verschiedenen Definitionen und Positionen zur politischen Bildung eint die Zielvorstellung des selbstbestimmten, emanzipierten, mündigen Bürgers, der

„in positiv-kritischer Weise am demokratischen Ausbau von Staat und Gesellschaft aktiv teilnimmt, dabei seine Interessen und Bedürfnisse verfolgt, Konflikten nicht ausweicht, auf Mitbestimmung drängt [...], sich dem Gemeinwohl verpflichtet weiß, Herrschafts- und Abhängigkeitsverhältnisse kritisch analysiert und, wo möglich, zugunsten demokratischer Strukturen zu minimieren versucht“ (Nohlen 2001, S. 387).

3.2 Der mündige Bürger – Ziel und Bildungsideal

Habermas' Konzept einer politisch fungierenden Öffentlichkeit basierte auf der Idealvorstellung eines politisch mündigen und aktiven Bürgers. Auch in Veröffentlichungen zur politischen Bildung wird der Mündigkeit der Bürger eine herausragende Bedeutung für die Demokratie zugesprochen: „Der mündige Bürger gehört zur Funktionsfähigkeit der Demokratie wie die Freiheit der Meinungsäußerung, die Gleichheit vor dem Gesetz, wie freie, gleiche und geheime Wahlen und die Teilung der Gewalten.“ (Schulz 2000, S. 227)

In demokratischen Staaten setzt die Freiheit der Bürger ihre Mündigkeit voraus, die Bereitschaft und Fähigkeit möglichst vieler Menschen zum selbstständigen Denken und eigenverantwortlichen Handeln:

„Frei leben kann nur derjenige, der mündig ist. Mündigkeit verlangt viel vom Einzelnen. Sie fordert die Bereitschaft und die Fähigkeit frei und ohne Leitung eines anderen zu denken und zu handeln; das schließt die Übernahme von Verantwortung für die eigenen Entscheidungen mit ein.“ (Breit 2002, S. 145)

Mündigkeit ist daher das wichtigste, aber auch allgemeinste Erziehungs- und Bildungsziel der Institution Schule;³⁵ den Fächern der politischen Bildung kommt dabei eine besondere Rolle zu.

³⁵ In der Politikdidaktik werden teilweise sehr unterschiedliche Zielkonzeptionen für politische Bildung vertreten, siehe hierzu u.a. Breit 2002, S. 133-159, Massing/Roy 2005, Sander 1989, S. 149-157.

Politische Mündigkeit ist – normativ gesehen – die Voraussetzung für eine erfolgreiche Partizipation des Bürgers am demokratischen politischen System. Ziel der politischen Bildung ist es, ihn beim Erlangen und Erhalt seiner Mündigkeit zu unterstützen. Aus diesem Ziel der Heranbildung mündiger Bürger für eine demokratische Gesellschaft deduziert die institutionalisierte politische Bildung ihre Legitimitätsgrundlage.

Die Erziehung zur politischen Mündigkeit umfasst das ‚Denken lernen‘ sowie das ‚Demokratische Verhalten lernen‘:

„Von Mündigkeit kann man nur sprechen, wo der Mensch zu eigenem Denken gelangt ist, wo er von Vorurteilen und Verblendungen frei ist, Distanz zur eigenen Zeit gewonnen und wo er gelernt hat, Vorgefundenes kritisch zu reflektieren, um sich auf dieser Basis zu entscheiden, die jeweiligen gesellschaftlichen Verhältnisse akzeptieren zu wollen oder auf ihre Veränderung hinzuwirken.“ (Massing 2002(a), S. 92).

Zum Bild des mündigen, selbständig denkenden und urteilenden Bürgers gehört, dass die institutionalisierte politische Bildung eine eigenständige Auseinandersetzung der Lernenden mit dem Themenbereich Politik unterstützt, so dass – auch wenn professionelles Personal die Auseinandersetzung mit politischen Themen begleitet – keine Belehrung stattfindet. Mündigkeit impliziert Autonomie,³⁶ folglich kann sich politische Bildung nicht darauf beschränken, lediglich bestimmte Informationen über die politische Realität zu vermitteln, die die Bürger für ihre eigene Meinungs- und Willensbildung benötigen; sie muss die Bürger vielmehr dazu motivieren, „sich aus eigenem Willen politisch mündig im Sinne geistiger Unabhängigkeit und der hierfür erforderlichen intellektuellen Befähigung zu machen“ (Döhn 1999, S. 99).

Politische Bildung will mit ihren Lernangeboten die Autonomie der Lernenden im Lernprozess fördern, d.h. sie will Menschen in die Lage versetzen, sich Wissen selbstständig zu beschaffen, Informationsangebote kritisch zu beurteilen und für den eigenen Nutzen zu selektieren, kurz: ihr politisches Lernen selbst in die Hand zu nehmen. (Vgl. Sander 2001, S.72) Die Ergebnisse dieser eigenständigen Auseinandersetzung – politische Meinungen und Handlungen – will die institutionalisierte politische Bildung ebenso wenig vorwegnehmen (vgl. Sander 1999(b), S. 9), wie ihren Adressaten vorschreiben, warum und in welchem Umfang sie sich politisch engagieren sollen. (Vgl.

³⁶ In Abgrenzung zur Mündigkeit bedeutet Autonomie, „die Fähigkeit, selbstständig, eigenverantwortlich und kompetent Verantwortung zu übernehmen“ (Massing 2002(a), S. 92).

Sander 2001, S. 39) Die Frage, inwieweit diese hohen Ziele in der praktischen politischen Bildungsarbeit wirklich eingehalten und umgesetzt werden, muss im vorliegenden Kontext offen bleiben.

Die stetigen Veränderungen in der Gesellschaft durch den sozialen Wandel stellen die politische Bildungstheorie wie -praxis immer wieder vor neue Herausforderungen und zwingen diese ihre Ziele und Inhalte zu überdenken. So fordern Politik-Didaktiker schon lange eine Modernisierung der politischen Bildung, da vor allem das Ideal des mündigen Bürgers die politische Bildung in der Realität vor Probleme stellt:³⁷ „Die Vorstellung von einem stets politisch interessierten, engagierten und allseits partizipationsbereiten Bürger erweist sich [...] als eine illusionäre und zugleich abschreckende Vision.“ (Sarcinelli 1987(b), S. 41)

Das Ziel, mündige Bürger heranzubilden, erschien immer mehr als eine normative Überforderung für die institutionalisierte politische Bildung. Zwar bekannten sich auch in den letzten Jahren Theoretiker wie Praktiker der politischen Bildung immer wieder zu den klassischen Idealen politischer Bildung, andererseits wandte sich die politische Bildung zunehmend von ihrem idealisierten Bürgerbild ab, entwickelte neue Bürgerleitbilder, schuf sich dementsprechend differenziertere Zielgruppen und richtete ihre Bildungsangebote verstärkt an Interessen und Bedürfnissen der Bürger aus, um diese überhaupt noch zu erreichen.

3.2.1 Der mündige Bürger als Problem

In der politischen Realität gibt es unterschiedliche Auffassungen von der Rolle der Bürger, in der Politikdidaktik werden verschiedenartige Rollenleitbilder angeboten und die Bürger führen in unterschiedlichen Handlungszusammenhängen ganz verschiedene Rollen aus. (Vgl. Ackermann 2002, S. 70) Vorab definierte Bürgerrollen, auf die die politische Bildung vorbereiten soll, erscheinen schon alleine deshalb problematisch, weil es in der Demokratie eine Vielzahl legitimer Bürgerrollen gibt. Darüber hinaus kann es nach ihrem Grundsatz der Autonomie des Bürgers lediglich Auf-

³⁷ Schon Aristoteles hat sich über mangelnde Beständigkeit, fehlende Tugendhaftigkeit und die Verführbarkeit des Volkes beklagt.

gabe politischer Bildung sein, ihre Adressaten dabei zu unterstützen, eine selbstbestimmte Bürgerrolle zu finden.

Während ‚realistische‘ Demokratiemodelle eher ein skeptisches Bürgerbild haben, häufig sogar durch ein hohes Maß an Misstrauen gegenüber den Bürgern bestimmt sind, tendieren normative Demokratietheorien – wie die von Habermas – zu einer Überhöhung der Bürgerrolle, (vgl. Massing 2002(a), S. 103) und sehen in gegenwärtigen Entwicklungen teilweise sogar positive Effekte für die Bürger.³⁸ Sarcinelli stellt in diesem Zusammenhang die Frage, ob nicht der so viel beklagte Wechselwähler, der politisch flexible, von Fall zu Fall entscheidende Bürger, gerade der mündige Bürger ist, den die politische Bildung so lange als ihr Leitbild gepflegt hat. (Vgl. Sarcinelli 1990(b), S. 64) Das positive Bild des politisch interessierten, partizipationswilligen Bürgers bedeutet für die politische Bildung, ihn bei der Erlangung der notwendigen Kompetenzen lediglich zu unterstützen.

Nicht für alle Angebote politischer Bildung ist es jedoch – empirisch gesehen – realistisch, vom Idealbild des mündigen Bürgers als Adressaten auszugehen. Geht man von einem weniger optimistischen Bürgerbild aus, welches auf mangelndes politisches Interesse und Wissen bei der Bevölkerung, sinkende Wahlbeteiligung, wachsende Politik(er)verdrossenheit und sinkendes Institutionenvertrauen rekurriert,³⁹ steht die politische Bildung hinsichtlich ihrer Zielvorstellung des mündigen Bürgers vor Problemen.

Mit ihren Lernangeboten ist die institutionalisierte politische Bildung Teil des stetig laufenden Prozesses politischer Sozialisation und sollte – wie Politik selbst – die Bürger nicht überfordern. Sarcinelli betont in diesem Kontext, dass politische Bildung aus

³⁸ Bei seiner Suche nach ersten Bausteinen für eine normative und theoretische Grundlegung politischer Bildung, hat Massing (2002(a)) sich mit realistischen und normativen Demokratiemodellen auseinandergesetzt. Massing betont, dass es wenig Sinn macht, politische Bildung auf ‚realistische‘ Demokratiekonzepte zu stützen, da sie sich vom Bürger und von politischer Bildung längst verabschiedet haben. (Vgl. ebd., S. 130) Hinsichtlich normativer Demokratiemodelle kommt Massing zu dem Ergebnis, dass auch sie das fiktive Ideal des allseits kompetenten Bürgers aufgegeben haben: „Sie definieren vielmehr ein ‚Bürgerschaftsqualifikationsprofil‘, das kognitive, prozedurale und habituelle Kompetenzen enthält, die je nach Zusammentreffen unterschiedlich anspruchsvolle Bürgerrollen konstituieren.“ (ebd., S. 130)

³⁹ Siehe hierzu u.a. Holtz-Bacha 1990, Shell Jugendstudie 2006, Shell Jugendstudie 2002, Statistik zu politischem Interesse und Mediennutzung 2001, Wiedemann 2002, Wolling 1999, <http://www.bpb.de/wissen/RVVZN8,0,0,Wahlbeteiligung.html>, Stand 15.01.2008.

didaktischen Gründen mit Informationen unterschiedlicher Komplexitätsgrade arbeiten muss.⁴⁰ (Vgl. ebd., S. 72) Dem idealistischen Ziel eines mündigen Bürgers in einzelnen Entwicklungsstufen nahe zu kommen, erscheint daher viel praktikabler und vor allem realitätsnäher und -gerechter: Politische Bildung muss mit diversen Angeboten verschiedenen Zielgruppen mit unterschiedlichen politischen Voreinstellungen, Vorkenntnissen und Fähigkeiten gerecht werden mit dem Ziel einer sukzessiven, qualitativen Verbesserung dieser Aspekte.

3.2.1.1 Neue Bürgerleitbilder

Bereits 1968 antwortete die Bundesregierung auf die Großen Anfragen der Fraktionen des Deutschen Bundestages zur politischen Bildung, dass die politische Bildungsarbeit zwar allen Staatsbürgern die Chancen zum Erwerb der Fähigkeiten, die für politische Partizipation nötig sind, geben muss, (vgl. Kuhn/Massing/Skuhr 1993, S. 241) betonte aber auch, dass trotz gleicher Bildungschancen Umfang und Grad der politischen Bildung bei einzelnen Bürgern unterschiedlich sind. Daher sollte Rücksicht auf die verschiedenen Veranlagungen und Fähigkeiten der Bürger genommen, und diese – ihren bestehenden Kompetenzen entsprechend – gezielt angesprochen werden. (Vgl. ebd., S. 242)

Die Bundesregierung unterschied drei Gruppen: die politisch aktiven, die politisch interessierten und die politisch nicht bzw. noch nicht interessierten Bürger. In Anlehnung an diese von der Bundesregierung differenzierten Zielgruppen für die institutionalisierte politische Bildung entwickelte Detjen (2000) vier Gruppen von Persönlichkeitstypen, die politische Bildung bei ihrer Zieldefinition einbeziehen sollte:⁴¹ Desinteressierte, reflektierte Zuschauer, interventionsfähige Bürger und Aktivbürger. (Vgl. ebd.)

⁴⁰ Zu den von Sarcinelli entwickelten Pluralitätskriterien für eine demokratische Willensbildung – Zugangspluralität und -offenheit, richtungspolitische Pluralität, die Pluralität von Komplexitätsgraden und die kommunikative (Basis-) Rückkoppelung – siehe u.a. Sarcinelli 1987, Sarcinelli 1990(b), Sarcinelli 1998.

⁴¹ Diese Differenzierung wurde von vielen anderen Wissenschaftlern übernommen, siehe u.a. Ackermann 2002, S. 56-78, Massing 2002(a), S. 112-126, Buchstein 2002(b), S. 208-209.

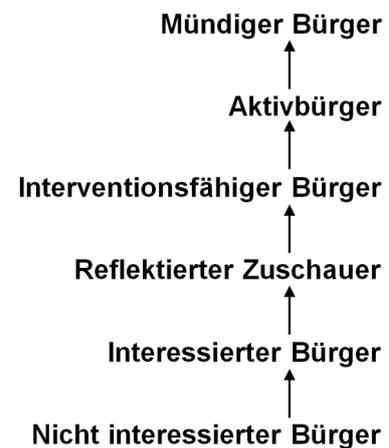
Die Gruppe der Desinteressierten geht auf ein negatives Bürgerbild zurück, während die drei anderen ein positives Bild der Bürger zeichnen: Der reflektierte Zuschauer nimmt von politischen Abläufen Kenntnis, beteiligt sich an Wahlen und redet im persönlichen Umfeld ab und zu über Politik; der interventionsfähige Bürger ist fähig und bereit, je nach Situation und eigener Interessenlage aktiv in die Politik einzugreifen; für den Aktivbürger nimmt die Politik einen hohen Stellenwert im persönlichen Interessenbereich ein, demzufolge er sich zur Mitgliedschaft in Parteien, Verbänden o. ä. entschlossen hat und sich auch an unkonventionellen politischen Aktionen beteiligt. (Vgl. Buchstein 2002(b), S. 208-209)

Diese vier Bürgerleitbilder scheinen der Realität angemessener zu sein als das eine des mündigen Bürgers. Allerdings sollte in Zeiten geringer Wahlbeteiligung noch der politisch interessierte Bürger – zwischen dem Desinteressierten und reflektierten Zuschauer – hinzugefügt werden (siehe Abb. 2). Den politisch Interessierten kennzeichnet ein grundlegendes Interesse an politischen Abläufen verbunden mit der Rezeption politischer Informationen, jedoch ohne eine zwangsläufige Beteiligung an Wahlen oder eine aktive Beteiligung an Diskussionen über politische Themen.

Der politisch Desinteressierte stellt die ständige Herausforderung der politischen Bildung dar, der informierte und urteilsfähige, also der reflektierte Zuschauer das Minimalziel, der Interventions- und Aktivbürger das Maximalziel. (Vgl. Massing 2002(b), S. 162) Für die Praxis der politischen Bildung bedeutet bereits die Zielmarke des reflektierten Zuschauers eine erhebliche Herausforderung, da diesem bereits weitreichende Kompetenzen vermittelt werden müssen:

„Denn das Interesse für Politik kann nicht einfach vorausgesetzt, es muss vielmehr erst hervorgerufen werden. Dann muss die Bereitschaft, sich mit Hilfe von Medien zu informieren, geweckt und die Fertigkeit dazu geübt werden. [...] Weiterhin bedarf der reflektierte Zuschauer natürlich eines gesicherten Grundwissens über Institutionen und Verfahrensweisen. Am anspruchsvollsten ist die Vermittlung politischer Analyse- und

Abb. 2: Der Weg zum mündigen Bürger – Neue Bürgerleitbilder.



Quelle: Eigene Darstellung.

Urteilskriterien. Diese setzen nämlich ein nicht geringes Abstrahierungs- und Transfervermögen voraus, was wiederum nur mittels erheblicher kognitiver Anstrengungsbereitschaft zu erlangen ist.“ (Detjen 2000)

Der interventionsfähige Bürger muss mit noch größeren Kompetenzen ausgestattet werden:

„Über die Kenntnisse und Fähigkeiten des reflektierten Zuschauers hinaus muss dieser über Qualifikationen verfügen, gegebenenfalls auf verschiedenen politischen Handlungsfeldern agieren zu können. Hierzu zählen einmal bestimmte schriftliche und gestalterische Fertigkeiten [...] Dann gehören dazu organisatorische Fähigkeiten“ (ebd.).

Die verschiedenen Zielgruppen sollten von unterschiedlichen Institutionen der politischen Bildung bedient werden. Die Entwicklung des Aktivbürgers kann kein Ziel der allgemeinen politischen Bildung sein, sondern höchstens das Ziel der politischen Erwachsenenbildung.⁴² Realistisches Ziel der Schule ist der reflektierte Zuschauer, während das profilbildende Ziel der außerschulischen politischen Bildung der Interventionsbürger sein sollte,⁴³ wobei der Realfall auch hier eher der reflektierte Zuschauer – mit gelegentlichen Reflexionen – sein dürfte. (Vgl. Schiele 2002, S. 7) Massing hebt in diesem Zusammenhang die Bedeutung eines Zusammenspiels der verschiedenen Institutionen der politischen Bildung hervor:

„Im Lichte der jeweiligen Kompetenzen des Bürgers erfüllen sie je spezifische Aufgaben. Es kann daher nicht um eine Maximierung politischer Bildung gehen, sondern um eine Optimierung des politischen Bildungsprozesses, in dem die Leistung der jeweiligen Institutionen so aufeinander abgestimmt und zueinander in Beziehung gesetzt werden, dass sie letztlich auch zusammenfließen.“ (Massing 2002(a), S. 131)

Ausgehend von den dargestellten Zielvorgaben scheint es für die institutionalisierte politische Bildung am ehesten möglich, reflektierte Zuschauer heranzubilden. Inwieweit jedoch – vor allem in der Schule – tatsächlich reflektierte Zuschauer herangebildet werden und in welcher Größenordnung, müssen über die vorliegende Arbeit hinausgehende, intensive empirische Forschungen zeigen.

Um den mündigen Bürger – in seinen verschiedenen Entwicklungsstufen – heranzubilden, hat sich die institutionalisierte politische Bildung konkrete Aufgaben gestellt.

⁴² Der Aktivbürger als Maximalziel bedarf laut Detjen keiner eigens auf ihn abgestimmten Bildungs- und Erziehungsbemühungen, denn man „darf annehmen, dass die Bereitschaft zur Aktivbürgerschaft von der betreffenden Person selbst ausgeht. Denkbar und wünschenswert ist, dass diese Bereitschaft durch eine gelungene politische Bildung angestoßen oder verstärkt wird.“ (Detjen 2000)

⁴³ Siehe hierzu Massing 2002(a), S. 118-129.

3.3 Aufgaben der politischen Bildung

In der Literatur stellt sich politische Bildung als konzeptionell und inhaltlich vielfältig dar. Detaillierte Beschreibungen der Aufgaben politischer Bildung finden sich nicht nur in zahlreichen Handbüchern und Lexika, sondern auch in den Selbstdarstellungen der verschiedenen Institutionen der politischen Bildung, in Lehrplänen und anderen gesetzlichen Vorgaben. Es war nicht Anliegen der vorliegenden Arbeit, all diese Literatur zu sichten, aufzugreifen und kritisch auszuwerten. Der Fokus lag viel eher darauf, immer wiederkehrende Aufgaben und Begrifflichkeiten im Sinne des Forschungskontextes, u.a. in Bezug auf die diversen Bürgerleitbilder, zu systematisieren.

Als Literatur wurden – neben wissenschaftlichen Auseinandersetzungen in Handbüchern, Sammelbänden und Monographien – zugrunde gelegt: die Rahmenvorgabe Politische Bildung in den Lehrplänen Nordrhein-Westfalens (2001), der Kinder- und Jugendplan des Bundes (2000), der Bericht der Bundesregierung zu Stand und Perspektiven der politischen Bildung in der Bundesrepublik Deutschland (1991), das Leitbild der Bundeszentrale für politische Bildung, Selbstverständnisse politischer Stiftungen, eine gemeinsame Erklärung der politischen Stiftungen aus dem Jahr 1998 sowie das „Münchener Manifest“, das 1997 von den Leitern der Bundeszentrale und der Landeszentralen für politische Bildung beschlossen wurde, sowie der so genannte „Darmstädter Appell“, der 1995 von einer Gruppe namhafter Politikwissenschaftler, Soziologen und Vertretern von Institutionen/Organisationen der politischen Bildung veröffentlicht wurde.⁴⁴

⁴⁴ Rahmenvorgabe Politische Bildung in den Lehrplänen Nordrhein-Westfalens (2001), http://www.lehrplaene.org/nordrhein_westfalen/nw_pb_gesamt, Stand: 01.12.2006, Kinder- und Jugendplan des Bundes 2001 (Bundesministerium des Inneren 2001), Bericht der Bundesregierung zu Stand und Perspektiven der politischen Bildung in der Bundesrepublik Deutschland, zitiert nach Kuhn/Massing/Skuhr 1993, S. 398-404, Leitbild der Bundeszentrale für politische Bildung, http://www.bpb.de/die_bpb/WHOLJ2,0,0,Leitbild_der_Bundeszentrale_f%FCr_politische_Bildung.html, Stand: 01.12.2006, „Münchener Manifest“, <http://www.lpb.bwue.de/aktuell/manifest.htm>, Stand: 01.12.2006, Darmstädter Appell 1995, Gemeinsame Erklärung der politischen Stiftungen aus dem Jahr 1998, <http://library.fes.de/pdf-files/biblio-theke/03178.pdf>, Stand: 01.12.2006, Selbstverständnis Friedrich-Naumann-Stiftung (http://www.fnst.de/webcom/show_page.php/c-455/nr-3/lkm-565/i.html, Stand: 01.12.2006), Selbstverständnis Konrad-Adenauer-Stiftung (http://www.kas.de/druckansicht/webseite_druck.php?webseite_id=91, Stand: 01.12.2006), Selbstverständnis Heinrich-Böll-Stiftung (http://www.boell.de/de/08_found/2931.html, Stand: 01.12.2006), Selbstverständnis Friedrich-Ebert-Stiftung (http://www.fes.de/sets/s_fes_d.htm, Stand: 01.12.2006), Selbstverständnis Hans-Seidel-

In Bezug auf die Aufgaben politischer Bildung sind zwei Perspektiven zu unterscheiden: die des Staates und die des Individuums. Vom politischen System aus betrachtet, dient politische Bildung dazu, politischer Herrschaft Legitimität zu verleihen durch die Vermittlung komplizierter politischer Zusammenhänge zwischen Freiheit und Verantwortung, demokratischer Teilhabe und Herrschaft sowie die Vermittlung von Normen und Prozessen moderner politischer Systeme. (Vgl. Schubert/Klein 2006, S. 232) Vom Individuum aus betrachtet, zielt politische Bildung auf die Fähigkeit, eigene Interessen zu erkennen und zu vertreten sowie Partizipationschancen wahrzunehmen, um dadurch Selbstbewusstsein und Selbstständigkeit zu erlangen und konsequenterweise politische Verantwortung zu übernehmen. Im vorliegenden Zusammenhang wird das besondere Augenmerk auf die Sichtweise des Individuums gelegt.

Um zu erreichen, dass die Bürger in einer demokratisch verfassten Gesellschaft ein selbst- und mitbestimmtes Leben führen können, muss politische Bildung – ganz im Sinne von Habermas' Verständnis politischer Öffentlichkeit – nicht nur Wissen vermitteln, sondern auch politische Meinungs- und Willensbildung betreiben, Fähigkeiten des politischen Verhaltens sowie Handelns einüben und – oft noch viel wichtiger – auch die Bereitschaft zum Handeln ausbilden. Somit lassen sich drei aufeinander aufbauende Funktionen der politischen Bildung benennen, die im Folgenden weiter differenziert werden sollen:

- (1) Informationsfunktion
- (2) Politische Meinungs- und Willensbildungsfunktion
- (3) Funktion der Befähigung zur Partizipation.

Diese Dreiteilung verdeutlicht die Multidimensionalität politischer Bildung, ihrer Inhalte und Aufgaben, denn die Vermittlung politisch relevanter Fakten und Positionen

Stiftung (http://www.hss.de/downloads/HSS-Portrait_2006.pdf, Stand: 01.12.2006), Detjen 2004, GPJE 2004, Massing 2003, Massing/Weißeno 1997, Mickel 1999, Sander 1989, Sander 1999(a), Sander 2001, Sander 2005, Sarcinelli 1990(a). Die Volkshochschulen und ihr Verständnis von politischer Bildung wurden nicht in Betracht gezogen, da politische Bildung an ihrem Programm nur einen geringen Anteil hat. Zu politischer Bildung an Volkshochschulen siehe Landesverband der Volkshochschulen von NRW 2000. Dieses veröffentlichte Selbstverständnis macht deutlich, dass sich die VHS an aktueller wissenschaftlicher Literatur zum Thema orientiert. Zur Diskussion um nationale Bildungsstandards für die politische Bildung siehe u.a. Andersen/Breit/Massing/Woyke 2004, GPJE 2004.

(Informationsfunktion) ist eine notwendige Voraussetzung für die individuelle, aber rational begründbare politische Meinungs- und Willensbildung, die wiederum – ganz im Sinne von Habermas Idealkonzept politischer Öffentlichkeit – Bedingung ist für die Partizipation am politischen Prozess.⁴⁵

3.3.1 Informationsfunktion

„Information ist die Währung der Demokratie.“ Diese Aussage von Thomas Jefferson (3. Präsident der USA, 1801-1809) gilt auch heute noch und unterstreicht die Bedeutung der Informationsfunktion der politischen Bildung. Ihrer Informationsfunktion wird die institutionalisierte politische Bildung gerecht, indem sie ihre Kurse als Orte der Informationsvermittlung, -aufnahme und -verarbeitung konzipiert.

Unter der Informationsfunktion lassen sich zahlreiche detaillierte Aufgabenstellungen der politischen Bildung erfassen, die zum Ziel haben, aus politisch nicht oder wenig interessierten und informierten Bürgern politisch interessierte und informierte Bürger zu machen. Damit wäre dann der erste Schritt auf dem Weg zum mündigen Bürger erreicht.

Im Folgenden werden die wichtigsten, in der Literatur immer wiederkehrenden Aufgaben im Rahmen der Informationsfunktion zusammengefasst. Politische Bildung hat demnach die Aufgaben:

- Interesse an Politik zu wecken, aber auch das Interesse daran, überhaupt Informationen über Politik zu erhalten (politisches Interesse als Grundvoraussetzung für politische Informiertheit);
- Verständnis für politische Sachverhalte und gesellschaftliche Wirklichkeiten zu fördern und über alle gesellschaftlichen, politischen, wirtschaftlichen und kulturellen Entwicklungen aufzuklären, indem sie eine möglichst objektive Vermittlung,

⁴⁵ Verschiedene Wissenschaftler unterscheiden ebenfalls drei Kompetenzen des ‚demokratietauglichen Bürgers‘: kognitive Kompetenzen (Wissen und Einsichten), affektiv-habituelle Dispositionen (Einstellungen/Bereitschaften/Tugenden) oder auch soziale Kompetenzen sowie prozedurale Kompetenzen (Fertigkeiten und Fähigkeiten), siehe hierzu u.a. Buchstein 2002(a), S. 17, Detjen 2005, S. 177-178, Massing 2002(a), S. 110-111.

Erweiterung, Verbesserung von politischem Grund- und Orientierungswissen⁴⁶ anstrebt, d.h. von Kenntnissen der Bürger über die Gesellschaft, den Staat, das politische System, demokratische Institutionen, Parteien, rechtsstaatliche Strukturen, die Rechts- und Verfassungsordnung, über Faktoren und Funktionszusammenhänge nationaler und internationaler politischer, gesellschaftlicher und ökonomischer Prozesse etc.;

- Toleranz und Achtung gegenüber Andersdenkenden, aber auch gegenüber anderen Völkern und Kulturen zu entwickeln und zu fördern;
- Wissen über politische Partizipationsmöglichkeiten der Bürger und ihre Bedeutung zu vermitteln;
- die Fähigkeit zu vermitteln, sich Wissen selbstständig zu beschaffen, und darauf aufbauend die notwendigen Fähigkeiten hinsichtlich des richtigen Umgangs mit Informationen und Medien etc.; d.h. die Fähigkeit auszubilden und zu fördern, Informationsangebote kritisch zu beurteilen und für den eigenen Nutzen zu selektieren, denn die Herausforderung besteht heute nicht mehr darin an Informationen zu gelangen, sondern in der Informationsflut das Wesentliche vom Unwesentlichen zu differenzieren.

3.3.2 Politische Meinungs- und Willensbildungsfunktion

Die politische Meinungs- und Willensbildungsfunktion impliziert den zweiten Schritt auf dem Wege zum mündigen Bürger. Sie hat zum Ziel, aus bereits politisch interessierten, informierten Bürgern politisch reflektierte Zuschauer zu machen. Entsprechend dieser Funktion werden Veranstaltungen der institutionalisierten politischen Bildung zum Ort des Meinungsaustausches und der Meinungsbildung.

Zur Meinungs- und Willensbildungsfunktion gehören folgende Aufgaben:

- die Vermittlung, Förderung und Festigung des demokratischen Bewusstseins, u.a. durch die Vermittlung und Förderung von demokratischen Wertvorstellungen und

⁴⁶ Politisches Orientierungswissen geht über reines Faktenwissen hinaus, da es das Wesentliche des Sachgebietes repräsentiert und nicht nur Einzelaspekte beinhaltet. Vom Orientierungswissen zu differenzieren ist das Deutungswissen, siehe hierzu u.a. Detjen 2005, S. 172-189, Sander 2004, S. 39-41.

Verhaltensweisen, und die Vermittlung des Bewusstseins, dass die Bürger ihr gesellschaftliches System selbst gestalten und nicht fremdbestimmt erdulden müssen (vgl. Arnold 1997, S. 133);

- die Entwicklung, Förderung und Verbesserung demokratischer Kompetenzen,⁴⁷ vor allem des Problembewusstseins, der Reflexions- und Urteilsfähigkeit⁴⁸ der Bürger hinsichtlich politischer Fragen, Vorgänge, Konflikte und ihrer eigenen Handlungsfähigkeit. Dazu gehört die Erziehung zur Konflikt- und Kompromiss-/Konsensfähigkeit,⁴⁹ zur Problemlösungs- und Entscheidungsfähigkeit. Diese umfasst die Ausbildung und Förderung der Fähigkeit sich ein begründetes, aber durch neue Informationen auch veränderungsfähiges Bild von grundlegenden politischen Problemen zu erarbeiten. Der Bürger soll die latente Subjektivität eigener sowie fremder Aussagen und politischer Urteile erkennen lernen, indem er mit Hilfe der politischen Bildung die Fähigkeit (und Bereitschaft) entwickelt über eigene Sozialisationsbedingungen, Orientierungsmuster, Wertmaßstäbe und Kenntnislücken sowie Präferenzen und Vorurteile nachzudenken und sich möglicherweise von diesen zu lösen.

Die Erziehung zur Konflikt- und Kompromissfähigkeit impliziert nicht nur die Ausbildung und Förderung der Fähigkeit, in politischen Alternativen zu denken, sondern darüber hinaus das Einüben einer demokratischen Streitkultur.⁵⁰ Der Bürger soll nicht nur befähigt werden zu reflektierter, kritischer und rationaler politischer Urteilsbildung, sondern auch die Fähigkeit erhalten, die eigenen politischen

⁴⁷ Massing unterscheidet drei Dimensionen von Demokratiekompetenz: Sachkompetenz, Methodenkompetenz und demokratische Tugenden. (Vgl. Massing 2002(b), S. 177-178).

⁴⁸ Für Detjen ist die Förderung der Urteilsfähigkeit der Kernauftrag oder das anspruchsvollste Ziel der politischen Bildung, siehe hierzu Detjen 2005, S. 172-189. Für eine Unterscheidung von Urteilstypen siehe ebd., S. 183-186. Für die politische Urteilsbildung als zentrale Aufgabe des Politikunterrichts siehe auch Massing/Weißeno 1997.

⁴⁹ Zur Bedeutung von Konflikt und Konsens in der Didaktik der politischen Bildung, siehe u.a. Giesecke 1976, Schiele 1999.

⁵⁰ „Politische Bildung kann und muß sich als ein sozialer Ort profilieren, an dem kontroverse Themen ohne Entscheidungszwang diskursiv verhandelt werden und an dem auch Minderheitenpositionen prinzipiell gleiche Artikulationschancen haben. Politische Bildung leistet damit einen unersetzbaren Beitrag zur Entwicklung einer politischen Streitkultur, die für eine humane und demokratische Bewältigung der aktuellen gesellschaftlichen-politischen Veränderungsprozesse unerlässlich ist.“ (Sander 1990, S. 151)

Urteile in der Konfrontation mit anderen Positionen sachlich vertreten und begründen zu können.

Alle bisher genannten Aufgaben resultieren in der Aufgabe, dem Bürger zu helfen, eine persönliche politische Identität und Wertorientierung auszubilden und diese auch aktiv zu vertreten.

3.3.3 Befähigung zur Partizipation

Die Funktion „Befähigung zur Partizipation“ umfasst die Aufgaben, die sich auf die Partizipationsfunktion des politischen Verhaltens beziehen. Bürger für die Beteiligung am demokratischen Prozess zu gewinnen, sie dazu zu befähigen und dabei zu unterstützen, wird vielfach als Hauptaufgabe der politischen Bildung bezeichnet. Durch seine Befähigung zur Partizipation soll aus dem politisch reflektierten Zuschauer ein interventionsfähiger, aktiver Bürger werden.⁵¹

Die Bürger zur Partizipation zu befähigen und schließlich zu ihrer Ausführung zu ermutigen, stellt die politische Bildung vor mehrere, aufeinander aufbauende Aufgaben:

- die Entwicklung der Fähigkeit, Chancen der politischen und gesellschaftlichen Einflussnahme überhaupt zu erkennen;
- die Befähigung zur Wahrnehmung der eigenen Rechte und Interessen, Pflichten und Verantwortlichkeiten, bei gleichzeitiger Rücksichtnahme auf die Interessen anderer;
- die Ausbildung, Förderung und Stärkung der Fähigkeit sowie Bereitschaft zu reflektiertem, politischem Engagement, d.h. zu rationalem, verantwortungsbewusstem politischen und gesellschaftlichen Handeln, durch die Ausbildung und Stärkung der Handlungs- und Gestaltungskompetenzen, die zur Nutzung von Partizipationschancen notwendig sind. Es müssen die zur Beteiligung am politischen Leben erforderlichen Verhaltensweisen und Fertigkeiten (z.B. schriftliche, gestalterische, rhetorische, organisatorische) eingeübt und trainiert werden, um den Bürger in die

⁵¹ Hier sei noch einmal darauf hingewiesen, dass politische Partizipation durch politische Bildung nicht erzwungen werden kann und soll; jeder Bürger entscheidet letztendlich selbst über seine Beteiligung am politischen Prozess.

Lage zu versetzen, politische Positionen – auf die eine oder andere Weise – in der politischen Öffentlichkeit zum Ausdruck bringen zu können.

Erfüllt die politische Bildung ihre drei genannten Funktionen – die Informationsfunktion, Meinungs- und Willensbildungsfunktion sowie die Funktion der Befähigung zur Partizipation – angemessen, so ist ihr ideales Ergebnis „der mündige Bürger, der, um seine Beteiligungsrechte wissend, rational urteilt und aktiv-partizipatorisch in die Politik eingreift.“ (Vgl. Detjen 2000)

Es wurde bereits darauf verwiesen, dass dieser mündige Bürger in der Realität kaum erreichbar ist. Vor allem die Erfüllung ihrer Funktion ‚Befähigung zur Partizipation‘ stellt die politische Bildung in der Realität vor große Probleme, da diese Funktion hohe Anforderungen an die Bürger stellt, wesentliche Dinge bereits als gelernt vorausgesetzt werden. Auch bei den anderen Funktionen ist zu hinterfragen, inwieweit sie der Fülle der zu ihr zählenden Einzelaufgaben in der Realität gerecht werden können. Alles in allem ist zu überprüfen, inwieweit die politische Bildungsarbeit in der alltäglichen Praxis den dargelegten normativen Vorstellungen ihrer Aufgaben überhaupt entsprechen kann. Die vorliegende Arbeit wird sich in diesem Zusammenhang ausschließlich auf die Umsetzung politischer Bildungsfunktionen in dem TV-Format „politische Talkshow“ konzentrieren.

3.4 Didaktische Leitprinzipien ...

Damit die politische Bildung ihren umfassenden Aufgaben gerecht werden kann, konzipierten Wissenschaftler und Experten aus der praktischen politischen Bildungsarbeit verschiedene didaktische Leitprinzipien und Methoden, die in einem stetigen Prozess – den neuen Herausforderungen an die politische Bildung geschuldet – diskutiert, bearbeitet und weiterentwickelt werden.

Didaktische Leitprinzipien erfüllen wichtige Funktionen für die inhaltliche und methodische Auslegung des Faches Politische Bildung. Sie haben in erster Linie Selektions- und Legitimationsfunktion für die Identifizierung und Begründung unterrichtsrelevanter Ziele, Inhalte und Methoden für die politische Bildung. (Vgl. Weinbrenner 1997, S. 140) Die Didaktik politischer Bildung war lange Zeit Gegenstand scharfer

wissenschaftlicher sowie politischer Kontroversen. Mit dem so genannten Beutelsbacher Konsens, auf den sich Politik-Didaktiker 1976 einigen konnten, wurde ein Minimumkonsens erreicht, der bis heute als didaktischer Rahmen für die Bestimmung von Zielen und Inhalten der politischen Bildungsarbeit unumstritten ist.⁵² Der Beutelsbacher Konsens umfasst die Leitprinzipien Überwältigungs-/Indoktrinationsverbot, Ausgewogenheit/Kontroversität und Schülerorientierung.

Das Überwältigungs-/Indoktrinationsverbot besagt, dass es nicht erlaubt ist, den Schülern erwünschte Meinungen aufzudrängen und an der Gewinnung eines selbständigen Urteils hinsichtlich politischer Fragen zu hindern. Die Forderung nach Ausgewogenheit bzw. Kontroversität impliziert, dass die politischen Aspekte, die in Wissenschaft und Politik kontrovers diskutiert werden, auch im Unterricht kontrovers erscheinen müssen. Schülerorientierung meint, dass die Schüler in die Lage versetzt werden müssen, eine politische Situation vor dem Hintergrund ihrer eigenen Interessenlage zu analysieren sowie nach Mitteln und Wegen zu suchen, die vorgefundene politische Situation im Sinne ihrer eigenen Interessen zu beeinflussen.

Auch diese drei Leitprinzipien stellen lediglich normative Vorgaben dar, die die alltäglich praktische Bildungsarbeit vor diverse Probleme stellen. Infolgedessen wurden die drei Leitprinzipien des Beutelsbacher Konsenses im Laufe der Jahre von verschiedenen Didaktikern aufgegriffen, im Zuge der wachsenden Bedeutung der außerschulischen politischen Bildung weiterentwickelt und teilweise umbenannt. So spricht zum Beispiel Sander (2001) in Ergänzung zum Beutelsbacher Konsens von den Leitprinzipien Wissenschaftsorientierung, Handlungsorientierung, Problemorientierung, exemplarisches Lernen und Adressatenorientierung:⁵³

- Das Prinzip der Wissenschaftsorientierung besagt, dass das in Veranstaltungen der politischen Bildung angebotene Wissen und der methodische Umgang mit ihm vor

⁵² So betonte z.B. 1991 der Bericht der Bundesregierung zu Stand und Perspektiven der politischen Bildung die Bedeutung und Aktualität des Konsenses (vgl. Bericht der Bundesregierung zu Stand und Perspektiven der politischen Bildung in der Bundesrepublik Deutschland, zitiert nach Kuhn/Massing/Skuhr 1993, S. 401) sowie 2001 die Lehrpläne für Nordrhein-Westfalen (http://www.lehrplaene.org/nordrhein_westfalen/nw_pb_gesamt/Seite_26, Stand: 02.01.2007).

⁵³ Siehe hierzu auch Sander 2005, S. 79-168, und Sander 1999(a), S. 49-140.

dem Hintergrund der Sozialwissenschaften vertretbar sein soll; (vgl. Sander 2001, S. 129)

- nach dem Prinzip der Handlungsorientierung sollen Lerngegenstände „in Lernsituationen so thematisiert werden, dass die Lernenden vielfältige Gelegenheiten zu einem aktiv-handelnden Umgang mit ihnen erhalten“ (ebd., S. 127),⁵⁴
- mit ‚Problemorientierung‘ ist gemeint, Lerngegenstände so auszuwählen und zu strukturieren, dass der Problemgehalt des Politischen erkennbar wird; (vgl. ebd., S. 124)
- exemplarisches Lernen beschreibt das Prinzip, Lerngegenstände so auszuwählen und zu strukturieren, „dass an konkreten politischen Fallbeispielen verallgemeinerbare Erkenntnisse über Politik gewonnen werden können“ (ebd., S. 123);
- die Adressatenorientierung ist, wie die Teilnehmerorientierung, die Lebensweltorientierung, die Subjekt- oder auch Erfahrungsorientierung – Begriffe, die in diesem Zusammenhang ebenfalls in der Literatur (u.a. Sutor 2002, Mickel 1999, Hufer 1995) zu finden sind –, eine Weiterentwicklung der Schülerorientierung: Lerngegenstände sollen demnach so ausgewählt und strukturiert werden, dass sie die Adressaten als Subjekte ernst nehmen, ihre Lebenserfahrungen und Lerninteressen berücksichtigen und an ihr Vorwissen und ihre Voreinstellungen über Politik anschließen. (Vgl. Sander 2001, S. 121)

Die wachsende Bedeutung der Adressatenorientierung für die politische Bildung macht deutlich, dass diese zunehmend versucht hat, sich an den Bürgern und ihren Bedürfnissen zu orientieren, mit dem Ziel diese in größerer Zahl zu erreichen.

3.4.1 ... und ihre Anwendbarkeit auf Medien

Alle drei Leitprinzipien des Beutelsbacher Konsenses sind auch auf Medien und politische Talkshows anwendbar. Auch Medien sind der Meinungsfreiheit verpflichtet,

⁵⁴ Handlungsorientierung stand in den 1980er Jahren für eine verstärkte Hinwendung zur methodischen Seite des Unterrichts, zu aktivierenden Unterrichtsformen, ihrer Erweiterung bzw. Ergänzung durch simulatives Handeln, produktives Gestalten und zu realem Handeln. (Vgl. Sutor 2002, S. 27) Zu Handlungsorientierung im Politikunterricht, siehe auch Massing 2002(a), S. 134-140.

vermitteln kontroverse Standpunkte zu politischen Themen und versuchen, ihren Rezipienten Informationen zu vermitteln, die ihnen helfen sollen, eine politische Situation zu analysieren. Des Weiteren berichten Medien vor allem stark fokussiert über problematische, kontroverse Einzelaspekte eines Themas, entsprechen somit den didaktischen Leitprinzipien ‚Problemorientierung‘ und ‚Exemplarisches Lernen‘. Dass für die meisten Medien eine Zielgruppenorientierung maßgeblich ist, muss nicht betont werden. Auch das Prinzip ‚Wissenschaftsorientierung‘ ist für Medienformate von Bedeutung: So werden immer wieder Analysen und Meinungen von wissenschaftlichen Experten in Zeitungsartikeln und Fernsehbeiträgen thematisiert. Auch Tipps für das eigene Verhalten und aktive Handeln versuchen Medienformate ihren Adressaten zu vermitteln.

Darüber hinaus lassen sich zwischen journalistischen und didaktischen Arbeitsweisen Parallelen erkennen: Seriöser Journalismus und Politik-Didaktik verbindet eine aufklärerische Absicht; sie weisen auf Dinge hin, die wichtig und relevant sind für die Information, politische Meinungsbildung und Partizipation; Didaktik wie Journalismus müssen Themen auswählen, sie adressatengerecht aufbereiten, das gewählte Thema verständlich und nachvollziehbar präsentieren, eigene Zugangsweisen und Perspektiven offen legen und Rückmeldungen einholen über die Wirkungen, die sie erzielen. (Vgl. Duncker 2003, S. 12-13) Der ‚journalistische Blick‘ in der Didaktik kann die Aufmerksamkeit zunächst auf die grundlegende Frage nach der Auswahl von Themen lenken und dann auf die Interessen der Schüler. (Vgl. ebd., S. 14) Die Didaktik kann – wie die Medien – streng genommen nicht die ‚wirkliche‘ Welt, sondern nur ein Bild von ihr zeigen. (Vgl. ebd., S. 17)

3.5 Methoden der politischen Bildung und die besondere Relevanz der Kommunikation

Zur Erfüllung ihrer Funktionen und für die Umsetzung ihrer Leitprinzipien stehen der institutionalisierten politischen Bildung verschiedenste Methoden zur Verfügung. Wie bereits betont, ist es nicht Aufgabe der vorliegenden Arbeit, einen umfassenden Überblick über die Vielzahl der vorhandenen – theoretisch entwickelten und praktizierten –

Methoden zu geben und sie kritisch zu reflektieren. Daher werden im Folgenden lediglich verschiedene Methoden kurz zusammengefasst dargestellt, bevor die besondere Bedeutung der Kommunikation in Form des Dialogs und der verschiedenen Formen der Diskussion im Rahmen der politischen Bildungsarbeit näher analysiert wird.

Politische Bildung bedarf aufgrund ihrer Komplexität und unterschiedlicher Adressatengruppen vielfältiger Methoden. Die für politische Bildung relevanten Methoden lassen sich vier Bereichen zuordnen, die der „Rahmenvorgabe Politische Bildung in den Lehrplänen Nordrhein-Westfalens (2001)“ (vgl. http://www.lehrplaene.org/nordrhein_westfalen/nw_pb_gesamt/Seite_29, Stand: 01.12.2006) entnommen sind. Die einzelnen dazugehörigen, jedoch hier nicht alle aufgeführten Methoden finden sich in zahlreichen Veröffentlichungen wieder:⁵⁵

- (1) Methoden, die der Gewinnung, Analyse und Interpretation von Daten, politischen Aussagen und Zusammenhängen dienen (z.B. Textarbeit/-analyse, die Arbeit mit und die Analyse von empirischen Daten, die Durchführung von Befragungen);
- (2) Methoden, die das Produktorientierte und teilnehmeraktive Gestalten von Lernprozessen und Formen der Präsentation von Arbeitsergebnissen unterstützen, wie z. B. das Entwickeln und Nutzen von Medienprodukten und Medien für die politische Meinungsäußerung, die Darstellung politischer Positionen in unterschiedlichen Medien;
- (3) Methoden des simulativen Handelns, der handlungsorientierten Kooperation und Kommunikation, wie z.B. das Gespräch, Podiumsdiskussionen, Pro-und-Contra-Debatten, (politische) Talkshow;
- (4) Methoden, die ein ‚reales Handeln‘ bzw. unmittelbares Erkunden politischer Sachverhalte vorsehen (z.B. Exkursionen, aber auch die Mitgestaltung von politischen Projekten).

⁵⁵ Siehe u.a.. Mickel 1999, S. 354-436, NRW-Lehrpläne 2001 (http://www.lehrplaene.org/nordrhein_westfalen/nw_pb_gesamt, Stand: 1.12.2006), Sander 2005, S. 498-631, Sander 2001, S. 132-136, Sander 1999(a), S. 431-498.

Alle Methoden dienen aufeinanderbauend dazu, die Informationsfunktion, die Meinungsbildungsfunktion und die Funktion der Befähigung zur Partizipation der politischen Bildung umzusetzen. Die Frage, inwieweit ihnen dies in der Realität auch gelingt, muss im vorliegenden Kontext hinsichtlich der meisten Methoden unbeantwortet bleiben. Lediglich die Methode der politischen Talkshow soll im Folgenden näher betrachtet werden.

3.5.1 Die Bedeutung des Dialogs

Der dialogischen Kommunikation kommt eine besondere Bedeutung in der politischen Bildung zu, da durch sie nicht nur Wissen vermittelt, sondern sie auch in Form von Diskussionen dazu genutzt wird, Adressaten politischer Bildungsveranstaltungen bei ihrem politischen Meinungs- und Willensbildungsprozess zu unterstützen sowie zur Partizipation zu befähigen, wenn auch zunächst nur auf simulativer Ebene.

Grundlegendes Formprinzip in der politischen Bildung ist der Dialog, da – so die Überzeugung politischer Bildner – nur durch ihn Interesse, Betroffenheit und Meinungsbildung aktiviert werden können:

„Die Problemstruktur des Politischen erkennen, die Pluralität unterschiedlicher Positionen tolerieren sowie die Beziehungen zwischen Lehrenden und Lernenden untereinander und deren Beziehung zur Sache entwickeln, dies kann nicht im Wege eines monologischen, sondern nur eines dialogischen Vorgehens erfolgreich geschehen“ (Sarcinelli 1990(b), S. 73).

Die interpersonale Kommunikation und dabei vor allem die Diskussion gegensätzlicher Positionen haben im Rahmen der politischen Bildung einen hohen Stellenwert, welcher zurückzuführen ist auf die Überzeugung politischer Bildner, dass sich in der Diskussion eine Vielzahl an Argumenten und Positionen entwickelt, die einerseits vertreten werden und andererseits nachzuvollziehen sind, mit der Intention, zu konsensfähigen Lösungen zu gelangen.⁵⁶

⁵⁶ Banal darauf zu verweisen, dass in politischen TV-Talkshow das Dialogisch-Kommunikative eine ebenso große Rolle spielt wie in der institutionalisierten politischen Bildung. In politischen TV-Talkshows findet jedoch – wie in unterrichtlicher politischer Bildung – nur ein indirekter Dialog zwischen Politikern und Bürgern statt, auch wenn sich Moderatoren als Sprachrohr der Bevölkerung verstehen und mit diesem Verständnis in den Dialog mit politischen Akteuren treten.

Das Gespräch, die Diskussion im Rahmen politischer Bildungsveranstaltungen wollen politische Bildner aber nicht missverstanden wissen als unverbindliches Gerede und Austausch beliebiger Meinungen:

„Es geht vielmehr um die Suche nach Gemeinsamkeiten in der Verschiedenheit, dabei zugleich auch um die Beherrschung der aufeinander treffenden Emotionen. Indem versucht wird, politische Sachverhalte und Situationen im Dialog zu klären, werden auch die emotional besetzten Einstellungen den Regeln des Gesprächs und der diskursiven Begründung unterworfen und die Teilnehmer politischer Bildung lernen, auch bei bleibender Verschiedenheit und selbst im leidenschaftlich ausgetragenen Streit, die anderen bis zu einem gewissen Grad zu verstehen, jedenfalls aber zu respektieren“ (Sutor 1999, S. 117).

Eine beliebte Methode in der politischen Bildungsarbeit ist die Pro-Contra-Debatte, die einen Beitrag zur rationalen politischen Urteilsbildung leisten und den Diskussionsteilnehmern helfen soll, Verständnis für andere Sichtweisen zu gewinnen und toleranter gegenüber Andersdenkenden zu werden. (Vgl. Becker 1999, S. 484) Bei der hoch formalisierten Pro-Contra-Debatte geht es darum,

„unterschiedliche Positionen klar herauszuarbeiten, gegensätzliche Meinungen zu äußern, zu vertreten und zu begründen, sie vergleichend gegenüberzustellen und durch eine Abstimmung eine formale Entscheidung herbeizuführen. Sie hat einen eindeutigen Zweck: Es geht darum: Mehrheiten für alternative Vorschläge der Positionen zu gewinnen“ (Massing 1999, S. 404).

Die Pro-Contra-Debatte steht zwar in der Tradition der angelsächsischen Debating Clubs, ihr besonderes Arrangement und ihre Verlaufsform hat sie jedoch weitgehend aus dem Fernsehen übernommen, (vgl. ebd., S. 403) und damit von einem Medium der Massenkommunikation. Ebenfalls aus dem Fernsehen übernommen hat die politische Bildung eine ihrer neueren Methoden: die politische Talkshow.

3.5.2 Politische Talkshow als Unterrichtsmethode

Die politische Talkshow ist eine bisher wenig verbreitete Methode der politischen Bildung, die sich an den Mechanismen der aktuell erfolgreichen Politikvermittlung orientiert. Sie gehört noch nicht zum klassischen Methodenpool des Politikunterrichts, u.a. weil Skepsis besteht, ob sich mit ihr die Unterrichtsziele angemessen realisieren lassen, (vgl. Kuhn 2004, S. 117) obwohl Relationen zu anerkannten sozialkundlichen Unterrichtsmethoden wie Rollen- und Planspielen oder zu (Gruppen-)Interviews bestehen. (Vgl. Kuhn 2000, S. 186)

Vor allem die Vermischung von Unterhaltung und Information im Rahmen politischer Talkshows wird kritisch beurteilt, wenn es um ihren Einsatz als Methode im Politikunterricht geht: „Im Medienbereich hat sich die Erkenntnis weitgehend durchgesetzt, dass Unterhalten und Informieren sich nicht grundsätzlich ausschließen. Ob diese Erkenntnis bruchlos auf Bildungs- und Lernprozesse bezogen werden kann, erscheint zumindest kontrovers.“ (Kuhn 2004, S. 124)

Unter bestimmten Voraussetzungen sieht Politik-Didaktiker Kuhn, der sich intensiv mit der politischen Talkshow als Unterrichtsmethode auseinandergesetzt hat, jedoch durchaus Vorzüge in dieser Methode, die vor allem auf ihre Attraktivität zurückzuführen sind und auf die Tatsache, dass die Talkshow als stets präsent, beliebtes Fernsehformat auch jüngeren Schülern vertraut ist: „Ihre Struktur und ihr Verlauf können leicht durchschaut werden.“ (Kuhn 2000, S. 187) Als positiv an der Unterrichtsmethode „Talkshow“ bewertet Kuhn auch, dass sie in der Regel Spaß macht und deshalb motivierend wirkt.⁵⁷ (Vgl. ebd., S. 187)

Kuhn stellt die Frage, ob die politische Talkshow, gerade weil in ihr nur geredet wird, nicht eine besonders geeignete Methode für politische Bildung im Unterricht ist, da hier konzentriertes Zuhören möglich ist, während in der TV-Talkshow das Zuhören durch inhaltskonträre Kamerapositionen und hektische Schnitte gestört wird. (Vgl. Kuhn 2004, S. 124) Nach Kuhns Differenzierung wären also politische Talkshows als Unterrichtsmethode positiv zu bewerten, politische Talkshows im Fernsehen jedoch nicht. Kuhn betont, dass die Schule den politischen Talkshows mehr Möglichkeiten bietet als das Fernsehen, denn zu echter Kommunikation gehören neben Emotionen auch die Zeit zu reden, und legt „man dieses Kriterium zugrunde, so brauchen Talkshows im Unterricht den Vergleich nicht zu scheuen; vielmehr bieten sie in diesem Feld wesentlich mehr Möglichkeiten als professionelle Sendungen“ (ebd., S. 124).

Kuhn arbeitet heraus, dass die politische Talkshow einigen didaktischen Leitprinzipien der politischen Bildung entspricht. Bei der TV-Talkshow wie im Unterricht gilt die Faustregel: „Je stärker das Thema eingegrenzt ist, desto intensiver und substanzieller

⁵⁷ Schon Ronneberger forderte 1964, das politische Interesse auf unterhaltsame Weise zu erregen, es dann aber aufzufangen, zu pflegen und zu vertiefen. (Vgl. Ronneberger 1964, S. 298)

kann die Diskussion verlaufen. Nicht das Thema Umwelt ist für Talkshows geeignet, sondern ein aktuelles kontroverses Teilthema [...]. Dem entspricht das fachdidaktische Prinzip des exemplarischen, problemorientierten Lernens.“ (ebd., S. 124) Als Methode zur politischen Bildung zielt die politische Talkshow darüber hinaus darauf, Konflikte präzise herauszuarbeiten: „Damit arbeitet sie der Tendenz entgegen, eher harmonisierend den Konsens dort zu suchen, wo er nicht besteht. Sie zielt damit auf Konfliktfähigkeit, auf die Fähigkeit, Streit auszuhalten (Ambiguitätstoleranz).“ (Kuhn 2000, S. 187)

Kuhn hebt jedoch auch hervor, dass die Gesprächssituation in Talkshows zur Emotionalisierung von Konflikten neigt, was didaktisch gewollt, aber auch problematisch sein kann. (Vgl. ebd., S. 187) Ein Nachteil bei der Methode Talkshow besteht außerdem darin, so Kuhn, dass das Schwergewicht auf der Selbstdarstellung liegt,

„deren Grundlage eine beliebige Meinungsdeklaration eines jeden Teilnehmers bildet; beliebig meint dabei, dass zwar die Grundposition eines politischen Akteurs dargestellt wird, dass aber keinerlei Zwang besteht, sich ernsthaft argumentativ mit dem anderen auseinanderzusetzen, vielmehr besteht gerade der Zwang, den die Situation ausübt, darin, sich ‚gut zu verkaufen‘, ohne Zugeständnisse oder die Suche nach konsensfähigen Lösungen.“ (ebd., S. 187)

Alles in allem muss die Entscheidung für die Unterrichtsmethode Talkshow ambivalent betrachtet werden, „denn damit wird eine eigene (Medien-)Wirklichkeit erzeugt, die politisches Lernen überlagern kann“ (ebd., S. 187). Eine besondere Bedeutung kommt daher der anschließenden Auswertung im Unterricht zu, die Verzerrungen und Konstruktionen, die durch die verwendete Unterrichtsmethode entstanden sind, deutlich machen muss. Kuhn ist darüber hinaus der Überzeugung, dass solange der rhetorische Schlagabtausch in einer politischen Unterrichts-Talkshow die inhaltliche Auseinandersetzung nicht völlig überlagert, sondern beides in der Schwebelage gehalten wird, politische Lernprozesse durchaus zu erwarten sind. (Vgl. Kuhn 2004, S. 125)

Kuhn stellt zusammenfassend fest,

„dass die Methode Talkshow sich dazu eignet, politische Streitthemen in einer Gesprächssituation darzustellen, indem unterschiedliche Akteure festgelegt und in ihren Grundpositionen erkennbar werden. Diese Methode emotionalisiert und motiviert Schülerinnen und Schüler, sich auch mit ‚fernen‘ politischen Problemen auseinanderzusetzen. Der Preis dafür liegt darin, dass eine mediale Inszenierung simuliert wird, die in der Dominanz der Rhetorik politische Lernprozesse blockieren kann. Die Konsequenz dieser Ambivalenz liegt darin, die Implikationen der Methodenentscheidung

zu berücksichtigen, aber auch aus dem konkreten Verlauf der Talkshow in der Auswertungsphase mit den Schülerinnen und Schülern gemeinsame Anknüpfungspunkte für politische Erkenntnisse herauszuarbeiten.“ (Kuhn 2000, S. 188)

Mit Hilfe der politischen Talkshow als Unterrichtsmethode können also Fähigkeiten erlernt werden, die notwendig sind, um am politischen Leben in Form von Diskussionen teilhaben zu können – Fähigkeiten, die nicht durch Frontalunterricht oder durch Abschreiben von der Tafel erworben werden können, sondern die auf simulativer Ebene praktisch eingeübt werden müssen.

Die Auseinandersetzung mit der Unterrichtsmethode „politische Talkshow“, ihren Gemeinsamkeiten und Differenzen zur politischen Talkshow im Fernsehen hat nicht nur deutlich gemacht, dass sich die politische Bildung für die Vermittlung ihrer Inhalte zunehmend an Interessen und Gewohnheiten ihrer Adressaten orientiert, sondern auch dass es wichtig ist, den Bürgern – Schülern wie Erwachsenen – Kompetenz im Umgang mit Medien zu vermitteln, damit sie dort präsentierte politische Fakten und Positionen für ihre politische Bildung nutzen können.

3.6 Die Akzeptanz politischer Bildung

Trotz ihrer langen Geschichte hat die institutionalisierte politische Bildung mit zahlreichen strukturellen Schwierigkeiten zu kämpfen. Die Stellung der verschiedenen Fächer zur politischen Bildung ist an vielen Schulen noch immer problematisch (geringe Stundenanzahl pro Schuljahr/Jahrgangsstufe, Stundenkürzungen etc.). Es gibt immer noch keine bundesweit einheitliche Fachbezeichnung für den ‚Unterricht zur politischen Bildung‘. Insgesamt zeigt ein Blick auf Stunden-, Lehr- und Bildungspläne, Richtlinien und Rahmenrichtlinien allgemeinbildender Schulen, dass die Unterschiede zwischen den einzelnen Bundesländern hinsichtlich der Unterrichtsfächer zur politischen Bildung weit ausgeprägter sind als in anderen Fächern. (Vgl. Weidinger 1999, S. 504)

Im außerschulischen Bereich konnte zwar eine im internationalen Vergleich gute Infrastruktur aufgebaut werden, doch obwohl die außerschulische Bildung insgesamt expandiert, ist der Anteil politischer Bildung in der außerschulischen Bildung sehr gering, was vor allem an der mangelnden Nachfrage liegt. Die politische Bildung steckt

in einer Akzeptanzkrise. (Vgl. Massing 2002(a), S. 79) Es lässt sich eine große Diskrepanz zwischen Bildungsinteresse und Bildungsverhalten konstatieren. Ihr latent vorhandenes Bildungsinteresse setzt nur ca. ein Viertel der Bevölkerung in aktives Weiterbildungsverhalten um, (vgl. Baacke/Schäfer 1989, S. 80) dabei gehört Politik jedoch nicht zu den wichtigsten Themen. Der vielfach geäußerte starke Wunsch nach politischen Informationen schlägt sich nicht im Bildungsverhalten, d.h. dem Besuch von Veranstaltungen politischer Bildung, nieder, was unter anderem dazu führt, dass die politische Bildung innerhalb der Erwachsenenbildung eine Marginalexistenz führt. (Vgl. ebd., S. 79) So machte z.B. 2006 der Bereich Politik-Gesellschaft an der gesamten Angebotspalette der Deutschen Volkshochschule nur einen sehr geringen Anteil aus.⁵⁸

Als Konsequenz aus der geringen Nachfrage nach politischen Bildungsangeboten hat vor allem die Erwachsenenbildung neue Methoden (z. B. Lern-Events, Gesellschaftsspiele, Internet-Angebote) entwickelt, um ihre Zielgruppen direkter anzusprechen, doch besonders erfolgreich war man damit nicht: „So stagniert organisierte außerschulische politische Bildung seit eh und je bei ein bis maximal fünf Prozent jährlich erreichten Bürgern,“ (Rudolf 2002 (b), S. 45) obwohl das Interesse der Bürger an politischer Bildung durchaus wesentlich höher zu liegen scheint.⁵⁹

Die politische Bildungsarbeit steht als spezifische Form der Politikvermittlung⁶⁰ mit der massenmedial transportierten Politikvermittlung, vor allem dem Fernsehen,

„sowohl was ihr Zeitbudget und ihren ‚Unterhaltungswert‘ und wahrscheinlich auch was ihre langfristige Wirkung anbetrifft, in einer fast aussichtslosen Konkurrenz [...]. Das politisch-sozialisatorische Gewicht der Massenmedien und vor allem des Fernsehens dürfte im Normalfall ungleich größer zu veranschlagen sein als die langfristigen Wirkungen politischer Bildungsarbeit.“ (Sarcinelli 1990(b), S. 72)

Dass wir seit Mitte des 20. Jahrhunderts in einer Mediengesellschaft leben, ist eine viel zitierte Tatsache. Zwischen den Bürgern, dem Souverän in einer Demokratie, und seinen Vertretern in der Regierung stehen in der Regel die Medien. Politik wird heute hauptsächlich als mediales Ereignis wahrgenommen, politische Informationen in erster

⁵⁸ Siehe hierzu Reichart/Huntemann (2007).

⁵⁹ Siehe hierzu u.a. Baacke/Schäfer 1989, Rudolf 2002 (a), Rudolf 2002 (b).

⁶⁰ Zu politischer Bildung als Form der Politikvermittlung siehe Sarcinelli 1987(b).

Linie aus den Medien bezogen und weniger aus Veranstaltungen der politischen Bildung.

Es ist unumstritten, dass fast jeder Mensch einen Großteil seiner Informationen und seines Wissens Medienquellen verdankt, und für viele Bürger die audiovisuellen Medien den einzigen ständigen Kontakt zum politischen Leben herstellen. Medien haben am Alltag vieler Menschen einen erheblichen Anteil,⁶¹ beeinflussen ihre Sozialisation, ihre Wahrnehmungen, Wertvorstellungen und Verhaltensweisen, und haben daher ebenfalls eine wesentliche Bedeutung in der politischen Bildungsarbeit.

3.7 Medien und ihre Bedeutung für die politische Bildung

Die Aufgaben politischer Bildung sind einem steten Entwicklungsprozess unterworfen. Im Zuge ihrer Modernisierung steht die politische Bildung vor dem Dilemma, sich von ihren antiquierten traditionellen Problemstellungen zu lösen und dem medialen Modernitätsdruck nachzugeben, indem sie sich den fundamentalen Problemen der zunehmenden Mediatisierung des Politischen stellt. (Vgl. Sarcinelli 1996, S. 203) Moderne Demokratien sind ohne eine durch die Massenmedien hergestellte Öffentlichkeit nicht mehr denkbar – eine Entwicklung, die auch Auswirkungen auf die politische Bildung hat.

Die Mediengesellschaft hat nicht nur die Bürger, ihre Gewohnheiten und Interessen verändert, sondern auch die Politik. Medien sind nicht nur die Schlüsselinstanz der Politikvermittlung, sondern selbst Bestandteil des politischen Prozesses geworden. Für die politische Bildung ist sowohl die Erkenntnis der veränderten Rolle der Politik in der heutigen Mediengesellschaft wichtig, als auch – aufgrund der Allgegenwärtigkeit der Medien – die Vermittlung von Fähigkeiten zum souveränen Umgang mit ihnen („Medienkompetenz“).

Die zunehmende Bedeutung der Medien im Alltag ist in Bezug auf die politische Bildung in verschiedenen Punkten bedenklich:

⁶¹ Aktuelle Studien zum Tagesablauf der Deutschen zeigen, dass die Mediennutzung darin eine zentrale Rolle einnimmt, siehe hierzu u.a. Fritz/Klingler 2006, IP 2003, Reitze/Ridder 2006.

- Aus wirtschaftlichem Interesse (für hohe Einschaltquoten) bieten Massenmedien immer mehr Unterhaltung anstatt politischer Inhalte;
- das Wirklichkeitsbild von Politik bei Kindern wie Erwachsenen ist heute viel eher ein Produkt massenmedial transportierter Politikvermittlung als ein Ergebnis politischer Bildung, (vgl. ebd., S. 25) obwohl die Medien die gesellschaftliche Wirklichkeit aufgrund von Selektions- und produktionstechnischen Zwängen nicht realitätsgerecht abbilden;
- bei hohem Medienkonsum kann bei den Rezipienten eine Scheinwirklichkeit entstehen, die mit der gesellschaftlichen, politischen Realität gleichgesetzt wird;
- aufgrund der Struktur der Medien ist eine unmittelbare Kommunikation zwischen politisch Informierenden und Informierten nicht möglich und der Sich-Informierende verbleibt häufig in der Rolle des Rezipienten;
- der Umgang mit audiovisuellen Medien fördert den passiven, flüchtigen und oberflächlichen Medienkonsum und begünstigt damit das gesellschaftliche und politische Desinteresse (vgl. Frenz 1999, S. 440);
- hoher Medienkonsum schränkt soziale Kommunikationsbeziehungen mit Bezugsgruppen und gesellschaftlich-politische Beteiligung tendenziell ein (vgl. ebd., S. 440).

Aus diesen ‚medialen Gefahren‘ für die politische Bildung der Bevölkerung ergeben sich neue Herausforderungen für die klassischen Institutionen politischer Bildung. Sarcinelli appelliert an die politische Bildung sich nicht damit zufrieden zu geben,

„wenn die Publizistikwissenschaft mit der empirischen Feststellung konfrontiert, dass trotz erheblichen Anwachsens des Informationsangebots und täglicher Mediennutzung der Grad an politischer Informiertheit der Bevölkerung objektiv nicht zugenommen hat“ (Sarcinelli 1990(b), S. 76).

Bereits in den 1980er Jahren wurden Forderungen laut, politische Bildung solle „politische Prozesse auch und vor allem als Kommunikationsprozesse begreifen“ (ebd., S. 12). Politische Bildung müsse sich „als ‚Veranstaltung‘ zur rationalen Auseinandersetzung mit der politischen Wirklichkeit“ (ebd., S. 12) zunehmend mit den Massenmedien, ihren Instrumenten und Strategien der Politikvermittlung auseinandersetzen, da

deren Rolle wichtiger sei als die der institutionalisierten politischen Bildung. Trotz der neuen Aufgaben, die sich für die politische Bildung aufgrund der wachsenden Bedeutung der Medien ergeben haben und weiterhin ergeben werden, darf institutionalisierte politische Bildung aber nicht den Fehler machen,

„alles, was irgendwie mit Medien zu tun hat, zu ihrem Aufgabenbereich zu erklären. Politische Bildung ist keine Medienpädagogik, so wichtig medienpädagogische Elemente für die politische Bildungsarbeit sein können. Gegenstand der politischen Bildung ist die Politik.“ (Sarcinelli 2000)

3.7.1 Massenmedien als Aufgabe – Vier Funktionen politischer Bildung

Hinsichtlich der wachsenden Bedeutung der Medien in unserer Gesellschaft ergeben sich folgende aufeinander bezogene und aufbauende Kernfunktionen für die politische Bildung:

- (1) Ergänzung der medial vermittelten Information: Politische Bildner betonen immer wieder die Notwendigkeit, dass, da die politischen Informationen, die die Bürger aus den Medien erhalten, nicht ausreichen, diese durch Hintergrundinformationen, die Veranstaltungen der institutionalisierten politischen Bildung bieten können, ergänzt und vertieft werden müssen.⁶² Der politischen Bildungsarbeit kommt eine komplementäre Rolle zu: Sie kann und sollte strukturierend und korrigierend in den politischen Wahrnehmungsprozess eingreifen, (vgl. Sarcinelli 1990(b), S. 25) indem sie auch über politische Prozesse jenseits medialer Darstellungen informiert, d.h. über die Wirklichkeit aufklärt, die jenseits konstruierender Politikvermittlung und symbolischer Politik liegt. Darüber hinaus muss sie angesichts der sich öffnenden Schere zwischen politischem Informationszuwachs und Erfahrungsverlust unmittelbare Begegnungen mit der Politik organisieren, dialogische Situationen und damit personale Bezugsmöglichkeiten für die Bürger schaffen, (vgl. Sarcinelli 1993, S.91) um diese so dabei zu unterstützen, von der häufig beklagten politischen Objekt- in die Subjektrolle zu wechseln.

⁶² Siehe hierzu z.B. Rudolf 2002, S. 51, Wessely 2004, S. 37. Giesecke wies bereits vor Jahren darauf hin, dass politische Bildung einen wesentlichen Teil ihrer Aufgabe erfüllen würde, „wenn sie sich auf die Vor- und Nachbereitung dessen konzentriert, was das Fernsehen vermittelt“ (Tietgens 1990, S. 100).

(2) Vermittlung von Wissen über Medien, d.h. Medien als Inhalte politischer Bildung:

Kritische Mediennutzung ist das Ziel politischer Bildung, deshalb setzt sie sich nicht nur kritisch mit den medial vermittelten (politischen) Inhalten auseinander, sondern auch mit den (medialen) Präsentations- und Vermittlungsformen von Politik.⁶³ Politische Bildung beschäftigt sich dementsprechend mit Medien, ihrer Rolle in der Gesellschaft und ihren Wirkungen⁶⁴, analysiert und diskutiert ihre Möglichkeiten und Grenzen hinsichtlich politischer Kommunikation. Damit die Lernenden bewusst und kompetent mit den Medien umgehen und die Medienwirklichkeit entschlüsseln können, müssen sie die mediale Angebotsvielfalt kennen- und mit der Vielfalt umgehen lernen, Kenntnisse und Verständnis erwerben für die

- Herstellung und Gestaltung von Medien,
- die Arbeits- und Marktbedingungen der Medien,
- die gesellschaftlichen und politischen Funktionen der Medien,
- die Stellung und Bedeutung der Medien im Prozess der Information, Kommunikation und Meinungsbildung,
- die Möglichkeiten und Techniken der Manipulation mit und durch Medien.

(Vgl. Frenz 1999, S. 441)

(3) Aktive Mediennutzung/-arbeit: Medien werden in der politischen Bildung nicht nur

als didaktische Hilfsmittel eingesetzt,⁶⁵ es wird auch die aktive Mediennutzung eingeübt, d.h. die Lernenden werden praktisch in die Medienarbeit eingeführt, indem sie selber gedruckte, audiovisuelle oder digitale Medien produzieren. Dies

⁶³ Für den Bürger ist es schwer festzustellen, ob er über reale politische Prozesse informiert wird, ob er es mit einer angemessenen Realitätsvermittlung zu tun hat oder mit einer gezielten Realitätstäuschung. (Vgl. Sarcinelli 1990(b), S. 46) Daher muss politische Bildung Instrumente, Strategien und Anzeichen symbolischer Politik deutlich machen.

⁶⁴ Medienwirkungen haben es zurzeit jedoch noch schwer als Thema von der politischen Bildung anerkannt zu werden. Politische Bildung beschäftigt sich höchstens mit Wirkungen von Gewaltdarstellungen in den Medien, dabei sollten Wirkungen von Wahlkampfkommunikation für politische Bildung von besonderem Interesse sein.

⁶⁵ Massenmedien spielen heute als Methode eine wichtige Rolle in der praktischen Bildungsarbeit. Obwohl der politischen Bildung verschiedene Medien – traditionelle wie digitale – bei der Unterrichtsgestaltung zur Verfügung stehen, dominiert in der alltägliche Praxis immer noch die gedruckte Form, „was dem Fach den Ruf einer ausgesprochen textlastigen Veranstaltung eingetragen hat“ (Sander 2001, S. 143). Außerdem besteht Medienerziehung in der politischen Bildung heute immer noch „vor allem in der Anleitung zur kompetenten Zeitungslektüre und einer Abgrenzung gegenüber den Bilderfluten der elektronischen Kommunikationsmedien“ (vgl. Besand 2005(a), S. 425).

ermöglicht nicht nur eine Auseinandersetzung mit den medienspezifischen Techniken, sondern bietet auch „die Chance zur Selbstartikulation und zur individuellen sowie kollektiven Interessenvertretung“ (vgl. Sarcinelli 2000).

- (4) Die drei bisher ausgeführten Funktionen politischer Bildung in Bezug auf Massenmedien resultieren in der Vermittlung von Medienkompetenz: Um politisch mündig zu werden, muss der Bürger lernen, souverän mit den Medien umzugehen. Da die Medienlogik immer mehr zur Logik der Politik und die Präsenz in den Medien zu einer wichtigen Herrschaftsgrundlage geworden ist, wird Medienkompetenz „mehr denn je Grundlage und Voraussetzung für politische Kompetenz“ (Sarcinelli 2000).

3.7.1.1 Vermittlung und Förderung von Medienkompetenz

Dass die politische Bildung die Vermittlung von Medienkompetenz in ihren Aufgabenkanon aufgenommen hat, spricht dafür, dass den meisten Bürgern diese Art des Umgangs mit den Medien noch nicht zugetraut wird, sondern die Notwendigkeit besteht, Bürger bei der Verarbeitung, Einordnung und kritischen Reflexion medial erworbener politischer Informationen zu unterstützen. Medienkompetenz als Ziel der politischen Bildung meint demnach „die Fähigkeit zu sachgerechtem, selbstbestimmtem, kreativem und sozial verantwortlichem Umgang mit Medien als aufgeklärter, mündiger und aktiver Bürger in unserer demokratisch verfassten multimedialen Informationsgesellschaft“ (Frenz 1999, S. 440).

Die politische Bildung hat relativ spät damit begonnen, sich mit den digitalen Entwicklungen in der Medienlandschaft und der öffentlichen Kommunikation auseinanderzusetzen, Medienarbeit als Aufgabe zu definieren und „die Chancen auszuloten, die das Lernen mit digitalen Medien im Fach mit sich bringen kann“ (vgl. Sander 2002, S. 37). Inzwischen hat die Forderung nach Medienerziehung in der politischen Bildung nicht mehr nur Dauerkonjunktur bei öffentlichen und fachinternen Diskussionen,⁶⁶ die Bildungsministerien von Bund und Ländern sowie die Bundestagsparteien sind sich

⁶⁶ So ist ‚Medienkompetenz‘ nicht nur ein Modewort geworden, sondern bereits 1996 auch das „Wort des Jahres“.

nach langen Diskussionen darüber einig geworden, dass Medienkompetenz ein Fächerübergreifendes allgemeines Lernziel sein muss.⁶⁷

Die Vermittlung von Medienkompetenz ist für die Praxis der politischen Bildungsarbeit – schulische wie außerschulische – zu einer zentralen Aufgabe geworden.⁶⁸ Der Kinder- und Jugendplan des Bundes von 2001 betont, dass die Vermittlung und Stärkung der Medienkompetenz eine durchgängige Aufgabe der Kinder- und Jugendhilfe sein muss, denn in

„einer Medien- und Wissensgesellschaft sind die Kompetenz zur Erschließung und Bewertung von Informationen, zur Nutzung der medial verfügbaren Ressourcen sowie der kompetente Umgang mit den Angeboten der Medien eine zentrale Schlüsselqualifikation“ (Bundesministerium des Inneren 2001, S. 19).

Für Sarcinelli ist Medienkompetenz das wichtigste politische Bildungsziel, denn die

„wachsenden Informationsmengen und die größere Kommunikationsdichte erhöhen die Unsicherheit in der Meinungsbildung ebenso wie im politischen Verhalten. Sie erfordern mehr denn je Orientierungswissen, Selektionsfähigkeit, Methodenkenntnis, Bewertungskompetenz. Die medienvermittelte Kommunikation leistet das nicht. Notwendig ist deshalb mehr denn je ein kategorial verortetes politisches Orientierungswissen als Instrument adäquater Wirklichkeitserschließung.“ (Sarcinelli 1990(b), S 77)

Sarcinelli (2000) sieht drei Perspektiven für das Bemühen um Medienkompetenz in der politischen Bildungsarbeit:

- (1) Die medienpädagogische Perspektive, in der Medienkompetenz als Grundqualifikation der allgemeinen Persönlichkeitsentwicklung und Befähigung zur eigenständigen Wirklichkeitserschließung und -auseinandersetzung verstanden wird, genügt Sarcinelli für die Ansprüche politischer Bildungsarbeit jedoch nicht.
- (2) Die publizistische Perspektive, nach der Vermittlung von Medienkompetenz die Hinführung zu den Medien, d.h. zum richtigen Umgang mit ihnen, bedeutet, reicht für Sarcinelli nicht weit genug, da sie zum einen die Medien als Spiegel politischer

⁶⁷ Die Bund-Länder-Kommission für Bildungsplanung und Forschungsförderung hatte 1995 festgehalten, dass Medienerziehung als schulische Aufgabe im Zusammenhang mit den allgemeinen und verbindlichen Erziehungs- und Bildungsvorstellungen zu sehen ist. (Vgl. Dieckmann 1999, S. 373)

⁶⁸ Da vor allem Schüler oft im Hinblick auf technisches Verständnis und Bedienungsfertigkeiten von Medien, insbesondere im Umgang mit Computern, weitreichende Kenntnisse mitbringen, kann politische Medienbildung diese vorhandenen Kompetenzen nutzen. Diese technischen Kenntnisse seitens der Schüler führen aber nicht zwangsläufig zu einer erhöhten Urteils- und Handlungskompetenz, so dass es laut der Lehrpläne in NRW eine wichtige Aufgabe politischer Medienbildung ist, sich mit den medialen Erfahrungen der Schüler auch auf inhaltlicher Ebene auseinander zusetzen. (Siehe hierzu: http://www.lehrplaene.org/nordrhein_westfalen/nw_pb_gesamt/Seite_12; Stand: 1.12.2006)

Wirklichkeit sieht und zum anderen die politische Wirklichkeit, die nicht vor den Scheinwerfern der Massenmedien stattfindet, vernachlässigt:

„Die Konzentration politischer Bildungsarbeit auf eine medienpädagogische und publizistische ‚Zubringerfunktion‘ greift zu kurz, weil sie Politik mit dem medienvermittelten Bild von Politik gleichsetzt. Sie verkennt den komplexen Interaktions- und Wirkungszusammenhang von Politik und Publizistik in der modernen Mediengesellschaft, den zu erhellen gerade Aufgabe politischer Bildungsarbeit sein sollte.“ (Sarcinelli 2000)

(3) Sarcinelli bevorzugt die politische Perspektive, bei der es sich um "politische Bildung über Politik unter den Bedingungen einer Mediengesellschaft" (ebd.) handelt. Im Mittelpunkt steht dabei nicht nur die Aufklärung über die mediale Darstellung von Politik,⁶⁹ sondern auch die vertiefende Auseinandersetzung mit den medienabhängigen und -unabhängigen Faktoren der Herstellung von Politik: Bei der politischen Perspektive

„interessieren die Medien einmal als Agenturen der Politikvermittlung, wie überhaupt das Mediale als eine Dimension des Politischen bzw. auch Unpolitischen in den Blick kommen muss. Zum anderen ist Medienkompetenz als Teil einer spezifisch politischen Handlungskompetenz, als Basisqualifikation demokratischer Bürgerkompetenz zu begreifen“. (ebd.)

Immer unter der Bedingung, dass sich politische Bildung bei der Vermittlung von Medienkompetenz auf ihren zentralen Gegenstand, die Politik, konzentrieren muss, fordert Sarcinelli eine verstärkte Vermittlung von kommunikativer Kompetenz: Gemeint ist damit eine verbesserte ‚Empfänger‘-Kompetenz, sowie eine bessere ‚Sender‘-Kompetenz; beide verstanden als Prüfungskompetenzen für die Politikvermittlung, d.h. als Prüfungskompetenzen „für Sprache, Darstellung, Stile und Symbole in der Politik; als Einblick in die medialen Konstruktionsbedingungen und interessengebundenen Einflussprozesse“ (Sarcinelli 1990(b), S. 77). Eine Verbesserung dieser (medien-)kommunikativen Kompetenz auf Seiten der Rezipienten verspricht sich Sarcinelli durch die Steigerung der Fähigkeit zu einem bewussteren Informationsauswahl- und Mediennutzungsverhalten. (Vgl. ebd., S. 76)

⁶⁹ Wenn sich politische Bildung mit Medieninterpretationen auseinandersetzt, dann ist sie bei einer ihrer traditionellen Aufgaben: „Inszenierungskritik war potentiell schon in der Vergangenheit ein Stück ihres Selbstverständnisses, zu einer Zeit, in der die Inszenierungen vergleichsweise harmlos waren.“ (Tietgens 1990, S. 90)

Diese Verbesserung scheint zwar auf den ersten Blick – aufgrund der zunehmenden Bedeutung der Vermittlung von Medienkompetenz in der politischen Bildung, der wachsenden Medienkritik in der Gesellschaft und den Medien selber – leicht realisierbar, es stellt sich jedoch die Frage, ob sich die potentielle Fähigkeit zu einem bewussteren Informationsauswahl- und Mediennutzungsverhalten auch in tatsächlichem Verhalten niederschlägt. Die hohe Mediennutzungsdauer und die Bevorzugung von unterhaltenden Inhalten seitens vieler Rezipienten sprechen eher dagegen. Abschließend sind Folgen zu diskutieren, die sich aus dieser höheren Nutzung von Medien im Vergleich zu klassischen politischen Bildungsveranstaltungen für das Verhältnis Massenmedien – institutionalisierte politische Bildung ergeben.

3.7.2 Massenmedien und institutionalisierte politische Bildung – Konkurrenz oder Partnerschaft?

Lange Zeit gingen Pädagogen davon aus, dass politische Bildung nur von speziellen Bildungsinstitutionen zu leisten sei. Die meisten Bürger suchen sich jedoch die Informationen, auf die sie ihr (politisches) Wissen aufbauen, lieber in den Medien – vor allem im Fernsehen, da dieses einfach und bequem zu nutzen ist. Der größte Teil der Bevölkerung ist nicht dazu bereit, viel Zeit dafür aufzuwenden, sich über die in den Medien vermittelten Informationen hinaus politisch weiterzubilden. (Vgl. Rudolf 2002(b), S. 45) Vor allem der außerschulischen politischen Bildung setzt die starke Konkurrenz durch die Medien zu,⁷⁰ was sie u.a. dadurch zu kompensieren versucht, dass sie den Medien einen immer größeren Raum als Inhalt und Methode einräumt.

Andererseits spielt Politik nicht erst seit der Erlebnis- oder Mediengesellschaft im Leben vieler Menschen nur eine untergeordnete Rolle. Viele Menschen sind nicht bereit, besonders viel Zeit für die Politik zu opfern, was Zweifel aufkommen lässt am

⁷⁰ Nach einer Studie über die Mediennutzung und das Bildungsverhalten von Kabelpilotprojektteilnehmern Ende der 1980er Jahre ist die Bereitschaft Weiterbildungsmaßnahmen zu besuchen umso geringer, je höher der Fernsehkonsum ist. (Vgl. Baacke/Schäfer 1989, S. 75) Die Teilnahme an Angeboten außerschulischer politischer Bildung ist freiwillig und die Attraktivität der Angebote entscheidend für die Teilnehmerquote. Außerschulische politische Bildungseinrichtungen müssen daher verstärkt dafür sorgen, dass ihre Angebote (re-)finanziert werden können (u.a. durch öffentliche Mittel) und finanzierbar (von Seiten der Teilnehmer) bleiben. (Siehe hierzu Nuissl 1999, S. 519-527)

tatsächlichen politischen Interesse im Vergleich zum geäußerten: Politik wird nicht als etwas Verpflichtendes und Notwendiges gesehen, sondern eher als etwas Nebensächliches. (Vgl. ebd., S. 45) Wichtig ist daher für die politische Bildung, mit ihren Bildungsformaten die Bürger überhaupt zu erreichen. Die Medien können dabei eine wichtige Rolle spielen und durch für die Rezipienten attraktive Formen der politischen Information zur Verkleinerung der Diskrepanz zwischen Bildungsinteresse und -verhalten beitragen.

2002 hat eine repräsentative Bevölkerungsbefragung⁷¹ zur Bedeutung von politischer Bildung ergeben, dass aus Sicht der Bürger ein Angebot zur politischen Bildung vor allem aktuelle und konkrete Themen behandeln muss, „es muss leicht zu finden sein, darf nur wenig kosten und es muss überparteilich sein.“ (ebd., S. 47) Diesen vier Auswahlkriterien, „denen jedes politische Bildungsangebot unbedingt gerecht werden sollte“ (ebd., S. 48) entsprechen die Medien.⁷²

Medien haben gegenüber klassischen Veranstaltungen der politischen Bildung gewisse Vorteile. Politische Informationen sind in den Medien aktueller und häufig – vor allem im Medium Fernsehen – auch anschaulicher als in politischen Bildungsveranstaltungen. Zu den Vorteilen und Chancen der Entwicklungen auf dem Mediensektor gehört es, „dass sich die Wahrnehmungsräume der Individuen vergrößert, die Informationsmenge und -geschwindigkeit vervielfacht und die Rückkopplungs- und Einflussmöglichkeiten der Rezipienten vermehrt haben“ (Besand 2005(a), S. 421). Durch die Vielfältigung des medialen Angebots stehen dem einzelnen Bürger heute über jedes beliebige politische Problem mehr und vielseitigere Informationen zur Verfügung als früher. Durch Medien wie dem Internet werden Informationen aus den unterschiedlichsten Positionen und Perspektiven zugänglich, womit nicht zuletzt auch dem Pluralismus in funktional differenzierten Gesellschaften Rechnung getragen wird. (Vgl. ebd., S. 420)

⁷¹ Diese Befragung im Rahmen einer Dissertation (Rudolf 2002(a)) sollte einen Beitrag zur Erweiterung der Reichweite außerschulischer politischer Bildung leisten, da sie das Interesse der Bürger in ihren Forschungsmittelpunkt rückte.

⁷² Rudolf selber stellt diesen Zusammenhang nicht her, sondern betont, dass politische Bildungsangebote einen „Mehrwert gegenüber traditionellen und bestehenden Angeboten – insbesondere den der Medien“ (Rudolf 2002 (a), S. 216) bieten sollten.

Andererseits sind die Medien ihrer Zielsetzung entsprechend primär auf das wirklich Neue, das Ungewöhnliche, das Sensationelle ausgerichtet, (vgl. Bericht der Bundesregierung, zitiert nach: Kuhn/Massing/Skuhr 1993, S. 403) liefern Hintergrundinformationen eher in geringerem Ausmaß. Durch die Expansion des Mediensektors sind darüber hinaus politische Medienangebote, d.h. Informationen, die die Bürger für ihre politische Meinungsbildung heranziehen können, unübersichtlicher geworden. Es ist zu einer kaum noch zu bewältigenden Informationsflut, einer geringeren Eindeutigkeit der politischen Medienangebote und damit auch geringeren Orientierungshilfe für die Rezipienten gekommen. Politische Medienangebote können aufgrund der Vielfältigkeit, Widersprüchlichkeit und Komplexität der in ihr vorgetragenen Probleme, Argumente und Positionen Unsicherheit und Orientierungslosigkeit produzieren, was aber nicht automatisch zu geringerer politischer Beteiligungsbereitschaft führen muss. (Vgl. Marcinkowski 1998, S. 180)

Geht man von einer pessimistischen Bewertung des Bürgers als passiven Medienrezipienten von hochgradig inszenierten, medialen Informationen aus, der den Einflüssen und Suggestionen der Medien mehr oder weniger hilflos ausgeliefert ist, (vgl. Besand 2005(a), S. 420) muss man die gestiegene Bedeutung der Medien zwangsläufig als einen Nachteil für politische Bildung, Politik oder Demokratie deuten.

Geht man dagegen von einer optimistischen Bewertung des Bürgers als aktiv und ‚medienkompetent‘ aus, kann man Massenmedien durchaus Chancen für die politische Bildung zusprechen. Der ‚durchschnittliche‘ Bürger kann zwar kaum alle, ihm medial angebotenen Informationen und Perspektiven verfolgen, doch der medienkompetente Rezipient kann einzelne Angebote möglicherweise effektiv zur Informations- und Bildungserweiterung nutzen. Dabei ist jedoch zu beachten, dass über die zwar intentionale, aber informelle politische Selbstbildung der Individuen, die ohne einen direkten Bezug zum Bildungssystem stattfindet – also z. B. in Form der gezielten Nutzung von Medien für die politische Information und Reflexion –, wissenschaftlich noch relativ wenig bekannt ist, obwohl sie für die institutionalisierte politische Bildung von erheblicher Bedeutung ist, da schulische und außerschulische Lernangebote nur Vorberei-

tung, Förderung und Begleitung des eigenständigen Nachdenkens über Politik sein können. (Vgl. Sander 2001, S. 13)

Die junge Generation ist eine Mediengeneration, doch politische Bildungsarbeit hat mit (jungen) Medienrezipienten zu tun, die überwiegend in selbst gewählter politischer Informationsdiät leben.⁷³ Umfang und Art der Teilnahme am politischen Geschehen durch Informationssuche in den verschiedenen Medien variieren je nach politischen Prädispositionen und sozialstrukturellem Hintergrund der Rezipienten. (Vgl. Sarcinelli 2000) Außerdem muss den verschiedenen Medien unterschiedlicher Nutzen unterstellt werden: Printmedien gelten in der Vermittlung politischen Faktenwissens dem Fernsehen als überlegen. Dies wirkt sich jedoch hauptsächlich bei der Gruppe der politisch stark Interessierten und höher Gebildeten mit ausgeprägter Informationsaffinität und überdurchschnittlicher Lesebereitschaft aus. (Vgl. ebd.) Einige Wissenschaftler sind jedoch trotzdem der Überzeugung, dass die eigentliche politische Bildung heute für die meisten Menschen das Fernsehen ausübt.⁷⁴ (Vgl. Sarcinelli 1993, S. 92)

Die institutionalisierte politische Bildung, aber auch Instanzen der medialen Politikvermittlung sehen sich einem Teufelskreis gegenüber: Der Stand der politischen Bildung bei jedem einzelnen Adressaten ist ausschlaggebend für die Nutzung, Wirkung und Verarbeitung von politischen Medieninhalten.⁷⁵ Als Konsequenz aus diesem Teufelskreis brauchen Bürger, die über eine geringe politische Bildung verfügen, eine Politikvermittlung, die politische Prozesse etc. einfach und anschaulich erklärt, um politische Prozesse und Strukturen zumindest ansatzweise zu begreifen. Bürger mit höherer politischer Bildung benötigen dagegen Angebote von höherer Qualität hinsichtlich der

⁷³ Über die Bedeutung von Medien im Leben von Jugendlichen siehe u.a. Bonfadelli 1998. Seit 1998 bringt der Medienpädagogische Forschungsverbund Südwest in Kooperation mit der Landesanstalt für Kommunikation Baden-Württemberg, der Landeszentrale für Medien und Kommunikation Rheinland-Pfalz, der SWR Medienforschung sowie der Zeitungs-Marketing-Gesellschaft im jährlichen Turnus eine Basisstudie zum Umgang von 12- bis 19-Jährigen mit Medien und Information heraus: Jugend, Information, (Multi-)Media (JIM 1998-2006). Zum Interesse Jugendlicher an Politik siehe u.a. Shell Jugendstudie 2002, Shell Jugendstudie 2006.

⁷⁴ Patzelt hat 1996 ein Zukunftsszenarium medialer politischer Bildung entworfen, das er nicht ganz ohne Verwirklichungsmöglichkeiten sieht (siehe hierzu Patzelt 1996).

⁷⁵ Politische Medienwirkungen hängen vom Grad der Involviertheit seitens der Rezipienten ab, vor allem der soziale Kontext (darin enthalten auch die politische Bildung) ist dabei von Bedeutung. (Vgl. Sarcinelli 1996, S. 207) Siehe hierzu auch Kap. 4.2.2.2 und 4.4.2.

vermittelten politischen Inhalte. Daraus ergibt sich die Notwendigkeit eines differenzierten Politikvermittlungsangebots, um sowohl Bürger mit geringer politischer Bildung anzusprechen als auch Bürger mit hoher politischer Bildung,⁷⁶ desinteressierte Bürger sowie reflektierte Zuschauer und interventionsfähige Bürger.

Medien sind zu allgegenwärtigen Miterziehern geworden und spielen als solche eine bedeutende Rolle im politischen Sozialisationsprozess, auch wenn sie nicht als Ersatz einer systematischen, institutionalisierten politischen Bildungsarbeit verstanden werden dürfen, denn politische Bildung allein durch Medien ist sicherlich nicht möglich. (Vgl. Schiele 1993, S. 95) Instanzen der institutionalisierten politischen Bildung und der medialen Politikvermittlung sollten sich jedoch verstärkt als gleichberechtigte und ernstzunehmende Partner begreifen, die gemeinsam ein größeres politisches Interesse und vor allem eine größere politische Bildung bei der Bevölkerung erreichen können. Aufgabe der institutionalisierten politischen Bildung ist es dabei, den Bürger aus politischer Perspektive mit einer Medienkompetenz auszustatten, die dieser für seine politische Bildung via Medien braucht. Aufgabe der Medien ist es, den Bürger mit Informationen zu versorgen, und ihm Kenntnisse zu vermitteln, die er für eine Erweiterung seiner politischen Bildung benötigt.

Welche Funktionen der politischen Bildung speziell das Fernsehprogrammformat „politische Talkshow“ aufgreift und auf welchem Niveau erfüllt, ist Forschungsschwerpunkt der vorliegenden Arbeit. Es ist zu vermuten, dass die „politische Talkshow“ – vor allem aufgrund ihrer dialogischen Struktur – hauptsächlich Aufgaben übernehmen kann, die der Informations- sowie der Meinungs- und Willensbildungsfunktion politischer Bildung zuzurechnen sind; der reflektierte Zuschauer wäre damit das Maximalziel politischer Bildung via politische TV-Talkshow.

⁷⁶ Im Kontext außerschulischer politischer Bildung empfiehlt Rudolf eine Aufteilung in Breitenbildung und Elitenbildung, siehe hierzu Rudolf 2002 (a), S. 199-211. Aufgrund ihrer Reichweite und eigenen Logik könnten Medien für die Breitenbildung in Frage kommen. Anspruch klassischer wie medialer politischer Bildung sollte es jedoch sein, so viele Bürger wie möglich auf dem Weg von geringer zu hoher politischer Bildung zu begleiten.

4 Das Medium Fernsehen – (Politische) Bildung als Funktion und Programmauftrag

Die Vermittlung von (politischer) Bildung durch das Medium Fernsehen hat bereits eine lange Tradition in Deutschland. Da Bildung als Grundrecht und Grundbedürfnis nicht nur Sache spezieller Bildungsinstitutionen ist, begann das öffentlich-rechtliche Fernsehen bereits in den 1960er Jahren neben Informations- und Unterhaltungssendungen Programmangebote mit der primären Absicht zu produzieren, Bildungsinhalte zu vermitteln. Dieses Konzept steht – normativ betrachtet – in engem Zusammenhang mit frühen Vorstellungen von Medienwirkungsprozessen, die von einem linearen, monokausalen Massenkommunikationsprozess ausgingen, wonach eindeutige Bildungsinhalte auch Bildung bewirken.

4.1 Das Stimulus-Response-Modell der Medienwirkungen

Das Stimulus-Response-Modell, häufig auch als Wirkungsansatz titulierte, ist nicht nur das älteste, sondern vor allem eines der einfachsten und daher auch am meisten gebrauchten Modelle zur Erklärung der Wirkung von Massenmedien. Es gehört zur Metatheorie der starken Medienwirkung,⁷⁷ die vom passiven Rezipienten und einer Allmacht der Medien ausgeht.

Mit dem Aufkommen der modernen Massenpresse Mitte des 19. Jahrhunderts, der Einführung der neuen Medien Film (1890er Jahre), Radio (1920) und Fernsehen (1940) erwachte das wissenschaftliche Interesse an der Bedeutung der Medien und damit an der Massenkommunikationsforschung. 1927 entwickelte Harold D. Lasswell das Stimulus-Response-Modell (oder auch Reiz-Reaktionsschema⁷⁸), indem er vor allem auf zwei neu entwickelte Theorien seiner Zeit rekurrierte: die Instinkttheorie und die Theorie der Massengesellschaft.

Die Psychologie hatte in den 1920er Jahren die Instinkttheorie entwickelt, die besagt, dass (1) der Mensch eine Ansammlung von Trieben und Instinkten ist, die durch be-

⁷⁷ Darüber hinaus gibt es noch Theorien der schwachen (u.a. two-step-flow) und der selektiven Medienwirkung (u.a. Uses-and-Gratifications-Approach).

⁷⁸ Auch: Hypodermic-Needle-Modell, Transmission Belt-Theorie oder Magic Bullet Theorie.

stimmte äußere Reize ausgelöst werden, und (2) alle Menschen auf einen Stimulus mit dem gleichen Instinkt reagieren. Die Theorie der Massengesellschaft wurde in der Soziologie entwickelt.⁷⁹ Individuen einer Massengesellschaft können demnach als ideale Opfer für Verführungen der Massenmedien angesehen werden, da sie isoliert und ihrer traditionellen Werte und Bindungen beraubt, den Medien und ihren Botschaften willkürlich ausgeliefert, und somit leichte, da wehrlose Opfer sind.

Die medien- bzw. kommunikatorzentrierte Sichtweise des Stimulus-Response-Modells stellt die Frage „Was machen die Medien mit den Menschen?“ in den Mittelpunkt. Das Modell ist monokausal und geht vom massenmedialen Kommunikationsprozess als einem einseitigen, linearen Vorgang aus. Demnach geht die Wirkung – der Response – direkt vom Medieninhalt – dem Stimulus – aus und führt zu Meinungs-, Einstellungs- oder Verhaltensänderungen bei den Rezipienten.

Während die Kommunikatoren mit einer bestimmten Absicht, einer genauen Zielvorstellung handeln, begnügt sich die Masse der Rezipienten damit, „ziel-, absichts- und interessenlos auf die Botschaften der Medien zu warten, um dann reagieren zu können“ (vgl. Renckstorf 1977, S. 170). Von den Rezipienten gehen keine eigenen Aktivitäten aus, sie fungieren als reine ‘Reaktions-Potentiale’, ihre eigenen Interpretations- und Verwendungszusammenhänge hinsichtlich der Medieninhalte gelten als irrelevant. (Vgl. Renckstorf 1973, S. 196) Es finden keine Interaktionen zwischen dem aktiven Kommunikator und dem Rezipienten oder innerhalb der Gruppe der Rezipienten statt. Kritiker des Stimulus-Response-Modells der Medienwirkungen bemängelten früh diese Vorstellung vom linearen, monokausalen Kommunikationsprozess und vom isolierten, passiven Rezipienten.⁸⁰

⁷⁹ Die Massengesellschaft „ist gekennzeichnet durch 1. arbeitsteilige Produktionsprozesse, in denen trotz verstärkter organisatorischer Interdependenzen die Entfremdung der Individuen voneinander wächst, bedingt auch durch die zunehmende räumliche und soziale Mobilität. 2. Die traditionellen Primärgruppenbeziehungen (Familie und lokale Gemeinschaft) gehen verloren. 3. Traditionelle und religiöse Glaubensformen und -vorstellungen verfallen.“ (Schenk 1987, S. 24) Daher verliert das Individuum seine Selbstorientierung und seine Ängste nehmen zu.

⁸⁰ Dem Stimulus-Response-Modell nachfolgende Ansätze der Medienwirkung beschäftigten sich – auch empirisch – mit diesen Problemen. So haben nach dem Modell des two-step-flow-of-communication (1940) so genannte ‚opinion leader‘ im Rahmen der interpersonalen Kommunikation einen erheblich größeren Einfluss auf die Aktivierung der politischen Prädispositionen und die Wahl-

Die grundsätzliche Perspektive im Stimulus-Response-Modell richtet sich auf die Frage, ob es dem Kommunikator – bzw. einer massenmedialen Kommunikation – gelingt, den Rezipienten zu beeinflussen. Als wirksam wird bezeichnet, was zum Erlangen der Ziele des Kommunikators führt. Studien, die sich am Stimulus-Response-Modell orientieren, sind eine Art Erfolgskontrolle: Ausgehend von den Zielen und Absichten der Kommunikatoren massenmedialer Botschaften sollen sie deren Erfolg oder Misserfolg bei den Rezipienten konstatieren. (Vgl. Renckstorf 1977, S. 170)

Das Stimulus-Response-Modell beruht auf drei Grundannahmen:

- (1) Transitivität: Jede Form von Kommunikation zielt mit einer bestimmten Absicht auf den Rezipienten; wird der Rezipient erreicht, so wird auf jeden Fall eine Wirkung erzeugt.
- (2) Kausalität: Der Ursache – definiert als kommunikative Stimulation durch den Kommunikator (vgl. Merten 1999, S. 343-344) – und der durch sie hervorgerufenen Wirkung wird ein direkter kausaler Zusammenhang zugesprochen; es wird von einem direkten Zusammenhang zwischen den Merkmalen des Stimulus und den Merkmalen der Reaktion ausgegangen: „Ein gewalthaltiger Stimulus wird eine gewalthaltige Reaktion, ein humorvoller Stimulus wird Heiterkeit und ein persuasiver Stimulus eine entsprechende Einstellungs- und Meinungsänderung auslösen.“ (Brosius/Esser 1998, S. 342) Ein bildender Medieninhalt – bzw. ein Medieninhalt mit dem Zweck der Bildung – wird demnach Bildung zur Folge haben. Das Prinzip der Kausalität impliziert die Vorhersehbarkeit der Rezipientenreaktion, denn aufgrund ihrer Eindeutigkeit werden alle Medieninhalte von allen erreichten Rezipienten nahezu identisch aufgenommen, verarbeitet und gespeichert und führen zu identischen oder zumindest ähnlichen Reaktionen.
- (3) Die ‚Proportionalität‘ unterstellt einen wachsenden, positiven Zusammenhang zwischen der Stärke der Stimulation und der Stärke der Wirkung: d.h. je intensiver, je

entscheidung der ‚opinion follower‘ als die Massenmedien. Nach dem Uses-and-Gratifications-Approach gilt das konkrete Umgehen mit den Medien und ihren Botschaften als durch die Rezipienten und nicht durch die Medien kontrolliert. (Siehe hierzu Kapitel 4.3)

anhaltender und je direkter der Stimulus, desto größer, intensiver und andauernder die Wirkung. (Vgl. Merten 1999, S. 343)

Diese Grundannahmen konnten jedoch empirisch nie nachgewiesen werden. Ihre nahezu naive Einfachheit erwies sich im Laufe der Jahre vielmehr als unhaltbar. Einige durchgeführte Studien schienen zwar Belege für die Richtigkeit des Stimulus-Response-Modells gefunden zu haben, bei einer genaueren Analyse der Ergebnisse konnten jedoch keine eindeutigen Wirkungen festgestellt werden.⁸¹

Trotz seiner nachgewiesenen Unhaltbarkeit entstand mit dem Stimulus-Response-Modell der Mythos von omnipotenten Medien.⁸² Die andauernde gesellschaftliche Diskussion um die schädliche Wirkung der Massenmedien fördert diesen Mythos auch heute noch, (vgl. Brosius/Esser 1998, S. 352) ebenso wie den Glauben an die starken und tendenziell negativen Wirkungen der Massenmedien.

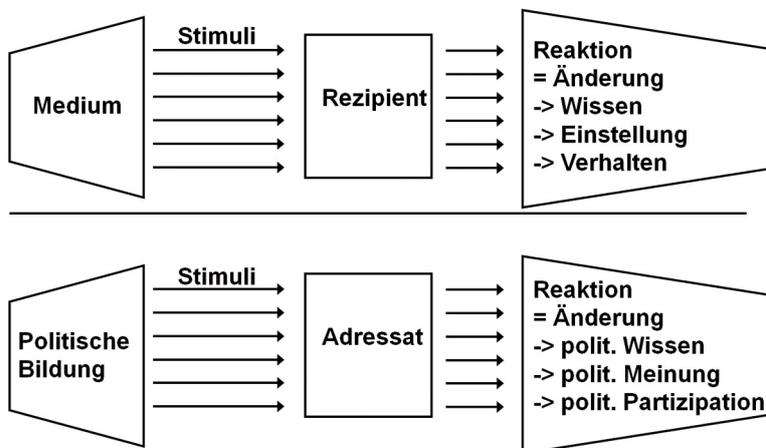
4.2 Politische Bildung als Stimulus-Response?

Ausgehend vom Stimulus-Response-Modell zeigen sich deutliche Analogien zwischen der klassischen politischen Bildung und den Massenmedien, (siehe. Abb. 3, S. 86) denn auch die politische Bildung ist zweckorientiert und möchte starke Wirkungen bei ihrem Adressaten hervorrufen. Die Idealvorstellung der klassischen politischen Bildung implizierte, dass ihre Inhalte bei allen Adressaten die gleiche Wirkung haben: politische Mündigkeit, d.h. die Erlangung von politischem Wissen, die Bildung einer politischen Meinung und die Fähigkeit zur politischen Partizipation.

⁸¹ Als früher Beleg für das Stimulus-Response-Modell wurde 1938 die Radio-Sendung „Die Invasion vom Mars“ („War of the Worlds“) herangezogen, die zu einer Massenpanik geführt haben soll. Eine nachträglich durchgeführte Untersuchung relativierte die Bedeutung der Wirkung jedoch, siehe hierzu u.a. Cantril 1966, Cantril 1985. Die misslungenen Versuche, Beweise für eine direkte Wirkung auf Mediennutzer zu finden, führten schließlich zur Suche nach neuen Forschungsmodellen.

⁸² Auf die Diskussion, ob der Stimulus-Response-Ansatz wirklich jemals von Wissenschaftlern als ernsthaftes Modell vertreten worden oder der Ansatz selbst nur ein Mythos ist, soll hier nicht weiter eingegangen werden, siehe hierzu u.a. Brosius/Esser 2000 und Brosius/Esser 1998. Sicher ist, dass trotz der zahlreichen Kritik am Stimulus-Response-Modell die Geschichte der Medienwirkungsforschung als Auseinandersetzung mit diesem Modell beschrieben werden kann, (vgl. Jäckel 2005, S. 63) denn trotz seiner Einfachheit ist das Modell Grundlage für alle folgenden modernen und komplexeren Medienwirkungskonzepte.

Abb. 3: Das Stimulus-Response Modell der Medienwirkungen und der politischen Bildung.



Quelle: Eigene Darstellung, in Anlehnung an: Merten 1994, S. 295.

Dass diese Idealvorstellung realitätsfern ist, wurde bereits diskutiert: Inhalte der politischen Bildung werden nicht von allen Adressaten identisch aufgenommen, verarbeitet und gespeichert und bewirken daher auch nicht bei allen Adressaten eine identische Qualität

politischer Bildung. Vielmehr spielen intervenierende Variablen, wie politisches Interesse, politische Vorkenntnisse etc. eine wichtige Rolle. Daher ist es wichtig, für unterschiedliche Adressatengruppen qualitativ unterschiedliche Bildungsangebote zu konzipieren.

Auch das Medium Fernsehen und seine Bildungsprogramme stellen hier keine Ausnahme dar. Große Hoffungen in ihr Medium gesetzt hatte das öffentlich-rechtliche Fernsehen jedoch noch in den 1960er Jahren, als es seine gesetzlich verankerte Bildungsfunktion mit formellen Bildungssendungen erfüllen wollte.

4.2.1 Politische Funktionen der Massenmedien

Aufgrund der großen Bedeutung von Öffentlichkeit in Demokratien wird ihre Sicherung in den jeweiligen Verfassungen garantiert. Die größte Öffentlichkeit entsteht heute durch die Massenmedien, so dass im deutschen Grundgesetz, Artikel 5, festgelegt ist:

„(1) Jeder hat das Recht, seine Meinung in Wort, Schrift und Bild frei zu äußern und zu verbreiten und sich aus allgemein zugänglichen Quellen ungehindert zu unterrichten. Die Pressefreiheit und die Freiheit der Berichterstattung durch Rundfunk und Film werden gewährleistet. Eine Zensur findet nicht statt.“

Aus Artikel 5 ergibt sich die öffentliche Aufgabe der Medien, zu informieren, zu kommentieren, zur Meinungsbildung beizutragen, zu bilden, aber auch zu unterhalten.

Insbesondere dem öffentlich-rechtlichen Rundfunk werden in diversen Gesetzen (u.a. dem Rundfunkstaatsvertrag und den Landesmediengesetzen⁸³) Leistungen zugewiesen, die er für die Gesellschaft erbringen soll.⁸⁴ Im Rundfunkstaatsvertrag vom 31. August 1991 – in der Fassung des neunten Rundfunkänderungsstaatsvertrages vom 31. Juli bis 10. Oktober 2006 – ist z.B. in § 11 festgehalten:

„(1) Der öffentlich-rechtliche Rundfunk hat durch die Herstellung und Verbreitung von Hörfunk und Fernsehprogrammen als Medium und Faktor des Prozesses freier individueller und öffentlicher Meinungsbildung zu wirken. [...].

(2) Der öffentlich-rechtliche Rundfunk hat in seinen Angeboten und Programmen einen umfassenden Überblick über das internationale, europäische, nationale und regionale Geschehen in allen wesentlichen Lebensbereichen zu geben. Er soll hierdurch die internationale Verständigung, die europäische Integration und den gesellschaftlichen Zusammenhalt in Bund und Ländern fördern. Sein Programm hat der Information, Bildung, Beratung und Unterhaltung zu dienen. Er hat Beiträge insbesondere zur Kultur anzubieten.“

Aus diesem eher allgemein gehaltenen Aufgabenkatalog lassen sich konkrete aufeinander aufbauende politikbezogene Funktionen der Medien ableiten. (Siehe Abb. 4, S. 88) Vor allem die öffentlich-rechtlichen Medien sollen demnach,

- Öffentlichkeit herstellen, d.h. einen öffentlichen Raum konstituieren, indem politische Entscheidungen transparent gemacht und verschiedene Positionen zu einem Thema wiedergespiegelt und artikuliert werden können;⁸⁵
- die Bevölkerung über politische Fragen, Ereignisse und Meinungen, über politische Institutionen und Akteure, ihre Aktivitäten und Positionen informieren;

⁸³ Siehe hierzu u.a. Landesmediengesetz Nordrhein-Westfalen vom 5.06.2007.

⁸⁴ Die verschiedenen Fernsehsender haben die Ausgestaltung ihres öffentlichen Auftrages, ihre Aufgaben und Leistungen darüber hinaus in Satzungen und/oder Programmrichtlinien festgeschrieben. Siehe hierzu u.a. Richtlinien für die Sendungen des ZDF (<http://www.zdf.de/ZDFde/download/0,1896,2000719,00.pdf>, Stand: 05.03.2007), WDR-Programmleitlinien 2006 (http://www.wdr.de/unternehmen/media/pdf/basis_struktur/programmleitlinien/WDR_Leitlinien.pdf;jsessionid= SX0T1X4PQH2UGCQKYRTETIQ, Stand: 05.03.2007).

⁸⁵ Die Artikulationsfunktion der Medien wirkt sich in zwei Richtungen aus: Einerseits verstehen sich die Massenmedien als Sprachrohr der Bevölkerung gegenüber Regierung und Verwaltung, formulieren die im Volk vorhandenen Interessen, Bedürfnisse und Meinungen und vermitteln sie den gewählten Repräsentanten; andererseits bieten Massenmedien den verschiedenen politischen Institutionen und Akteuren, darunter vor allem den gewählten Repräsentanten, die technischen Möglichkeiten, ihre politischen Ideen, Meinungen, Ziele und Forderungen vor einem dispersen Publikum zu artikulieren; auf diese Weise bilden die Medien ein Forum für den Austausch von Informationen und Meinungen innerhalb der Gesellschaft.

Abb. 4: Politische Funktionen der Massenmedien.



Quelle: Modifizierte Darstellung von Strohmeier 2004, S. 75.

- Kritik an und Kontrolle über die Politik, politische Akteure und Prozesse üben, indem sie die Öffentlichkeit über politische Vorgänge und Missstände aufklären und damit potentiell Gegenbewegungen auslösen;
- zur politischen Orientierung, Integration und Sozialisation

beitragen, indem sie in der Gesellschaft vorhandene politikbezogene Normen, Werte, Verhaltensweisen und Meinungen reflektieren, um dem einzelnen Bürger die Orientierung und anschließende Eingliederung in das soziale Umfeld zu erleichtern;⁸⁶

- politische Meinungs- und Willensbildung innerhalb der Bevölkerung ermöglichen, indem sie die dafür relevanten Informationen, Meinungen und Bewertungen in möglichst objektiver, umfassender und unverzerrter Weise veröffentlichen;
- zur politischen Bildung beitragen, indem sie mit den von ihnen vermittelten Informationen den Wissensstand der Bevölkerung erhöhen und die Bürger befähigen, ihre demokratischen Rechte (und Pflichten) auszuüben.

Zwischen den einzelnen Funktionen bestehen Abhängigkeiten: Massenmedien können nur bilden und erziehen, meinungs- und willensbildend wirken, sozialisieren und integrieren, weil sie in einem von ihnen hergestellten öffentlichen Raum die Bürger informieren und die Politik kontrollieren. Die (politische) Bildung bildet dabei die Basis, da sie auf Seiten der Bürger die Voraussetzung für die Inanspruchnahme der weiteren Funktionen der Medien ist.

⁸⁶ Angesichts des hohen und ständig steigenden Differenzierungsgrades der modernen Gesellschaften, der zur Unübersichtlichkeit, Entstehung von Subkulturen, politischen Absentismen, insgesamt zu Desintegrationstendenzen führt, gewinnen die Massenmedien eine zunehmende Bedeutung als Integrationsfaktoren. (Vgl. Ronneberger 1964, S. 296)

Zwischen den normativen Funktionen der Massenmedien, die sich aus Artikel 5 des Grundgesetzes ergeben, und deren Ausführungen in der Realität bestehen jedoch Diskrepanzen: Die Massenmedien erfüllen die genannten Aufgaben auf höchst unterschiedliche Weise und mit verschiedenen Schwerpunkten. Viele Medien und Genres konzentrieren sich besonders auf die Unterhaltungsfunktion, einige auf die politischen Funktionen, nur wenige konkret auf die Bildungsfunktion.

Aufgrund ihrer Reichweite haben vor allem die elektronischen Medien die potentielle Chance, möglichst viele Menschen mit politischen Inhalten zu erreichen und daher politische Funktionen zu erfüllen. Dafür müssen jedoch bestimmte Voraussetzungen erfüllt sein:

- politische Informationen müssen eine gewisse Relevanz im Programm haben;
- die Qualität der Information und ihrer Vermittlung müssen Politik verstehbar und durchschaubar machen;
- es muss eine gewisse Ausgewogenheit und Vielfalt politischer Meinungen und Interessen vertreten sein;
- die politischen Inhalte müssen auf ein großes Interesse und eine dementsprechend breite Nutzung in der Bevölkerung treffen. (Vgl. Marcinkowski 1998, S. 168)

Bei Gründung der Bundesrepublik Deutschland gingen die Gesetzgeber davon aus, dass ihre normativen Ansprüche gegenüber dem Fernsehen ausschließlich von einem öffentlich-rechtlich organisierten Rundfunk erfüllt werden könnten. Mit Einführung des öffentlich-rechtlichen Rundfunks wurde eine Empfangssituation geschaffen,

„in der das wahllose Publikum öffentlicher Rundfunkanstalten, gleichsam wie Jugendliche in der Schule, zu sehen und hören hatte, was die Anstaltsleitung ihm vorsetzte und insoweit am staatsbürgerlichen Unterricht teilnehmen musste, auch wenn sein primäres Programminteresse möglicherweise woanders lag“ (ebd., S. 168).

Als notwendige Voraussetzung für eine angemessene Erfüllung des öffentlichen Auftrags der Rundfunkanstalten wurde ein vielfältiges Programmangebot gesehen, entsprechend der unterstellten linearen Beziehung zwischen Inhalt und Wirkung von Rundfunkprogrammen, nach der Informationsangebote informieren, Unterhaltungsangebote unterhalten und Bildungsangebote bilden.

4.2.2 Bildung als Programmauftrag

Das Fernsehen kann für die (Weiter-)Bildung in zweifacher Weise von Bedeutung sein: Zum einen erreicht es viele Menschen, die klassische, außerschulische Bildungsveranstaltungen nicht in Anspruch nehmen, motiviert diese möglicherweise, sich für ein bestimmtes Thema intensiver zu interessieren, und daraufhin klassische Weiterbildungsveranstaltungen zu besuchen; zum anderen produziert das Fernsehen selbst Sendungen mit Bildungsintention.

Seit Mitte der 1960er Jahren betreiben die öffentlich-rechtlichen Landesrundfunkanstalten – teilweise in Kooperation – ein Drittes Programm. Die fünf Dritten Programme – zwischen 1964 und 1969 erstmalig ausgestrahlt – wurden als Kontrastprogramme zu den beiden großen Sendern ARD und ZDF konzipiert.⁸⁷ Ihnen wurde die Doppelrolle, Bildungsprogramm und gleichzeitig Regionalprogramm zu sein, zugewiesen: Sie sollten auf Unterhaltungsprogramme verzichten, die regionale Berichterstattung sicherstellen sowie Programme für Minderheiten ausstrahlen, in erster Linie jedoch Informationssendungen und – im Zuge der allgemeinen Bildungsexpansion in der Bundesrepublik Deutschland – Bildungssendungen verbreiten. Wichtigstes Anliegen war, das Medium Fernsehen als eigenständige Bildungseinrichtung zu etablieren.⁸⁸

4.2.2.1 Das Bildungfernsehen und seine Programmangebote

Bestimmte Sendungen dem Programmauftrag Bildung zuzurechnen, erweist sich als schwierig, da es das Bildungsprogramm nach einer idealtypischen Kategorisierung nicht gibt und auch nie gegeben hat. (Vgl. Nowotny 1988, S. 170) Selbst in den Mediengesetzen mangelt es „an einer klaren empirisch umsetzbaren Definition des Bil-

⁸⁷ Im September 1964 startete als erstes das Studienprogramm des Bayerischen Rundfunk (seit 1973 Bayerisches Fernsehen), im Oktober 1964 strahlte der Hessische Rundfunk (hr) zum ersten Mal sein Drittes Programm, das Hessische Fernsehprogramm, aus. Im Januar 1965 folgte das III. Fernsehprogramm der Nordkette (als Gemeinschaftsprogramm von NDR, Radio Bremen und SFB), im Dezember 1967 der Westdeutsche Rundfunk (WDR) mit seinem Programm WDF/Westdeutsches Fernsehen. Das Gemeinschaftsprogramm Südwest 3 vom Süddeutschen Rundfunk (SDR), dem Südwestfunk (SWF) und dem Saarländischen Rundfunk (SR) ging am 5. April 1969 auf Sendung.

⁸⁸ Da sich bereits früh die Erkenntnis durchgesetzt hatte, dass sich Lernziele nur selten allein mit massenmedialen Mitteln durchsetzen lassen, war auf Seiten der Rundfunkverantwortlichen eine Zusammenarbeit mit Bildungseinrichtungen, auch mit Universitäten, geplant, deren Umsetzung erwies sich jedoch – außer beim Schulfernsehen – als schwierig. (Vgl. Rüdén 1985, S. 128)

dungsbegriffs, mit der die Anforderungen an den Rundfunk zur Wahrnehmung einer Bildungsfunktion konsensfähig auf Erfüllung überprüft werden könnten“ (Krüger 1995, S. 572).

Für eine praktikable Definition des Begriffs „Bildungsfernsehen“ oder „Bildungsprogramm“ ist die Orientierung an der klassischen Bildungsinstitution Schule nützlich.⁸⁹ Mit dieser Orientierungshilfe lassen sich sehr einfach Programmsparten benennen, die als Bildungsfernsehen, d.h. als formelle Bildungsprogramme, zu bezeichnen sind, und zwar alle Programmangebote, die in einen fernen Zusammenhang mit dem Bildungssystem Schule zu bringen sind, wie z.B. das so genannte Schulfernsehen, das Telekolleg und Sprachkurse. (Vgl. Volpers/Weiss 1992, S. 10)

Die Hauptabteilung Bildung des NDR fasste 1983 folgende Merkmale von Bildungsprogrammen zusammen:

- Vermittlung von Informationen, die nicht tagesaktuell, sondern langfristig wichtig sind,
- Berücksichtigung didaktischer Anforderungen zur Ansprache von Zielgruppen, deren Bedürfnisse in den allgemeinen Programmen nicht befriedigt werden oder deren Wahrnehmungsvermögen eine bestimmte Aufbereitung erfordern,
- Konzeption als Reihen oder Kurse, da Bildungssendungen im Allgemeinen mehr Sendezeit benötigen als die Darstellung von Einzelinformationen, und Ergänzung durch Diskussions- und Anrufsendungen. (Vgl. Rüdén 1985, S. 131)

Der Bayerische Rundfunk führte bereits 1964 als erste Landesrundfunkanstalt regelmäßiges Schulfernsehen ein.⁹⁰ Die verschiedenen Rundfunkanstalten setzten auf unterschiedliche Konzepte beim Schulfernsehen – nicht nur hinsichtlich ihres Programm-

⁸⁹ Eine konkrete und allgemein gültige Definition von „Bildungsfernsehen“ gibt es ebenso wenig wie eine des Bildungsbegriffs. Die Diskussion um diese Begriffe soll hier ebenso wenig aufgegriffen, wie bestehende Definitionen aufgezählt werden. (Siehe hierzu u.a. Hasebrink et al. 1993, Krüger 1995, Nowotny 1988, Rüdén 1985)

⁹⁰ Die Kultusbehörden zeigten aufgrund der zunehmenden Kritik an der Bildungssituation in Deutschland (schulische Unterversorgung, überfüllte Klassen etc.) ein besonderes Interesse an der Einführung des Schulfernsehens. Das Interesse der Rundfunkanstalten lässt sich zurückführen auf die relativ geringen Produktionskosten für Programme, die nahezu unbegrenzt wiederholt werden konnten.

umfangs, sondern auch ihrer inhaltlichen Schwerpunkte.⁹¹ So lag Mitte der 1980er Jahre der Schwerpunkt beim BR auf geisteswissenschaftlichen Fächern (Deutsch/Literatur, Kunst und Musik), bei N3 auf naturwissenschaftlichen Fächern, bei Südwest 3 auf den Fächern Geographie und Geschichte. Beim WDR waren neben dem Sachunterricht das Fach Politik und das Thema Medien von besonderer Bedeutung. (Vgl. Kolley/Waldmann/Hasebrink 1989, S. 39-41)

Seit 1967 wurde – zuerst ebenfalls in Bayern – das „Telekolleg“ ausgestrahlt, das mit täglich ausgestrahlten halbstündigen Sendungen, schriftlichem Begleitmaterial und gelegentlichem Präsenzunterricht im Laufe von zwei Jahren zur ‚Mittleren Reife‘ führte. 1972 kam „Telekolleg II“ hinzu, das in zwei Jahren zur Fachhochschulreife führte, in dem das Fach Politik jedoch keine Rolle spielte.⁹²

Formelle Bildungssendungen waren eine Domäne der Dritten Programme, in den Hauptprogrammen des öffentlich-rechtlichen Rundfunks spielten sie nur eine untergeordnete Rolle. Doch da der Bildungsauftrag des Fernsehens nicht begrenzt ist auf formal bildende Kurs- und Lernprogramme und da Bildung in allen einschlägigen Gesetzestexten als konstitutiver Bestandteil von Rundfunkvollprogrammen bezeichnet und eingefordert wird, (vgl. Volpers/Weiss 1992, S. 10) muss dieser Bildungsauftrag also auch für andere Programmgestaltungen gelten. Versteht man unter Bildung neben der schulischen und beruflichen Aus- und Weiterbildung auch die allgemein bildende Erwachsenenbildung sowie die politische Bildung, dann liegt die Verbindung zum Programmauftrag Information auf der Hand. (Vgl. Nowotny 1988, S. 29)

⁹¹ Siehe hierzu u.a. Kolley/Waldmann/Hasebrink 1989, Nowotny 1988. Zur Entwicklung, Programmstruktur und Nutzung der Dritten Programme im Allgemeinen siehe Brosius/Fahr/Vlasic 1999, S. 11-79, Krüger/Zapf-Schramm 2000, Krüger/Zapf-Schramm 1997, Krüger 1995.

⁹² „Telekolleg I“ wurde aufgrund nachlassender Nachfrage 1984 eingestellt. „Telekolleg II“ wurde bis 2002 von den Kultusministerien der Länder Baden-Württemberg, Bayern, Brandenburg, Nordrhein-Westfalen, Rheinland-Pfalz und Saarland zusammen mit mehreren Dritten Fernsehprogrammen durchgeführt. Seit 2002 veranstalten nur noch die Kultusministerien von Bayern, Brandenburg und Rheinland-Pfalz zusammen mit dem Bayerischen Rundfunk das verkürzte so genannte Telekolleg MultiMedial. Voraussetzung für die Teilnahme an einem Telekolleg ist eine abgeschlossene Berufsausbildung oder eine mindestens vierjährige Berufstätigkeit. Telekolleg bietet die Fächer Geschichte, Psychologie, Englisch, Physik, Wirtschaft, Französisch, Informatik/Technologie, Biologie, Chemie, Sozialkunde, Deutsch und Mathematik an, siehe hierzu <http://www.br-online.de/wissensbildung/telekolleg/>; Stand: 22.02.2007.

Volpers und Weiss (1992) unterscheiden dementsprechend informelle Bildungsangebote von den formellen. Unter informellen Bildungsangeboten sind alle informierenden Sendungen zu verstehen, die nicht dem Bereich der tagesaktuellen Information und dem tagesaktuellen Infotainment zuzurechnen sind und „diejenigen Informationsangebote des Fernsehens, die über die tägliche Gebrauchsinformation hinaus strukturelles Wissen vermitteln“ (Volpers/Weiss 1992, S. I).⁹³

Den informellen Bildungsangeboten, d.h. einem Bildungsfernsehen im weiteren Sinne, wurden aufgrund der Tatsache, dass „der Umgang mit dem Fernsehen als Kulturtechnik zur alltäglichen Praxis der Menschen gehört und dass sich dadurch auch [...] ein bestimmtes Lernverhalten herausgebildet hat“ (Hasebrink et al. 1993, S. 222), bereits Anfang der 1990er Jahre eine zunehmende Bedeutung prognostiziert.

Die zwei unterschiedlichen Konzeptionen von Bildungsprogrammen spiegeln die geschichtliche Entwicklung des Bildungsfernsehens in Deutschland wider: Was 1965 „als abgefilmter Frontalunterricht auf akademischem Niveau begann, hat sich zu Programmen entwickelt, die aus dem gesamten Fundus der Fernsehmittel schöpfen und die sich um Allgemeinverständlichkeit bemühen“ (Rüden 1985, S. 134). Während formelles Bildungsfernsehen wissenschaftliche Erkenntnisse mit den Mitteln des Fernsehens oder im Medienverbund mit gedrucktem Material und/oder begleitenden Direktkursen vermitteln soll,⁹⁴ soll informelles Bildungsfernsehen, ausgehend von Lebenserfahrungen der Menschen oder aus aktuellen Anlässen auf komplexere Probleme, auf Hintergründe und Zusammenhänge aufmerksam machen, dabei kann der Bildungsprozess selbst vom Fernsehen jedoch nur angestoßen werden. (Vgl. ebd., S. 135)

⁹³ Aufgrund der großen Bedeutung tagesaktueller Informations-/Infotainmentsendungen für die Rezipienten, zu denen neben Nachrichtensendungen auch politische Talkshows zählen, erscheint es fraglich, diese aus der Definition auszuklammern, da sie für den Informationsstand vieler Rezipienten von maßgeblicher Bedeutung sind, und daher möglicherweise auch zu deren politischer Bildung beitragen können. So stellen Talkshows für Volpers und Weiss auch ein potentiell bildendes Infotainmentangebot dar. (Vgl. Volpers/Weiss 1992, S. 54)

⁹⁴ Zum so genannten Lernen im Medienverbund und seinen verschiedenen Formen, siehe u.a. Rüden/Schmid 1978.

4.2.2.2 Exkurs: Bildung durch Fernsehen?

Inwieweit Fernsehangebote überhaupt zum Erreichen von Lernzielen beitragen können, wird immer wieder heftig diskutiert. Dass Fernsehen bilden kann, erscheint aus humanistischer und medienkritischer Perspektive zweifelhaft, vor allem wenn an das Fernsehen die gleichen Ansprüche gestellt werden wie an traditionelle Bildungseinrichtungen. U.a. aufgrund der schweren Nachweisbarkeit eines möglichen positiven Effekts hinsichtlich der Bildung seiner Rezipienten erscheint das Fernsehen vielen Kritikern als „ein höchst unvollkommenes Bildungsmedium“ (ebd., S. 136) und Lernen via Fernsehen als ein Widerspruch, denn während Lernen aktives Tun ist, verlangt die Rezeption vor dem Bildschirm eher ein passives Folgen. (Vgl. Hasebrink et al. 1993, S. 217)

Formelle Bildungsprogramme standen und stehen nicht nur vor dem Problem, einen idealen – massenattraktiven – Sendeplatz zu finden,⁹⁵ bei dem gleichzeitig die Aufnahmefähigkeit ihrer Rezipienten entsprechend hoch ist, die intendierte Wirkung Bildung wird außerdem behindert durch:

- die technisch bedingte einseitige Kommunikation,
- die potentielle Nichtbeachtung der diversen individuellen Nutzungswünsche, Fragen und Probleme der Zuschauer,
- die vom Zuschauer nicht kontrollierbare Schnelligkeit des Vorgehens im ‚Lernstoff‘,
- die fehlende Kontrollmöglichkeit des Verständnisses auf Seiten der Rezipienten,

⁹⁵ Neben der Konkurrenz um finanzielle Mittel stehen die Rundfunkanstalten auch in einer Konkurrenz um die besten Sendeplätze, was dazu führt, dass die massenattraktiven Sendungen auf die guten Sendeplätze und die Minderheitenprogramme – wie formelle Bildungsprogramme – auf Randzeiten verwiesen werden. (Vgl. Hasebrink et al. 1993, S. 232) So findet man seit 1993 zur Hauptsendezeit von 19.00 bis 23.00 Uhr, in der die Konkurrenz zwischen den Sendern besonders groß ist, da hier die breitesten Zuschauerkreise erreicht werden können, keine formellen Bildungssendungen mehr. Das Informationsprogrammangebot in den Dritten Programmen zu dieser Sendezeit konzentriert sich vielmehr auf harte informationsorientierte Sendungen, d.h. Nachrichtensendungen, politischen Informationssendungen und Regionalmagazine, siehe hierzu Krüger/Zapf-Schramm 2000, Krüger 1997, Krüger 1995.

- „die fehlende pädagogische Betreuung von Bildungsfernseh-Zuschauern in Einrichtungen der Erwachsenenbildung“ (Rüden 1985, S. 129).

Andererseits sind aufgrund der großen Bedeutung der Medien im Alltag Effekte medial vermittelter Inhalte, Meinungen und Wertvorstellungen auf das Wissen und Verhalten der Bürger kaum bestreitbar. Die Effektivität des Lernens vor dem Fernsehbildschirm im heimischen Wohnzimmer gehört jedoch, sicherlich auch aufgrund der wissenschaftsmethodologischen Problematik, zu den am wenigsten erforschten Bereichen innerhalb der Medienwirkungsforschung. In der wissenschaftlichen Diskussion ist die pauschale Frage, ob Fernsehen überhaupt als Bildungsmedium geeignet ist, daher auch durch die Frage ersetzt worden, an welchen Stellen des Bildungsprozesses welche Art von Fernsehangebot geeignet sein kann (vgl. Hasebrink et al. 1993, S. 216) bzw. wo die spezifischen Vorteile dieses Mediums (leichtere Verständlichkeit und Veranschaulichung von Themen durch audiovisuelle Darstellung) besonders wirksam eingesetzt werden können.

4.2.2.3 Die Akzeptanz bei den Fernsehzuschauern und ihre Folgen

Aus Perspektive des Stimulus-Response-Modells ist es in Bezug auf politische Bildung wünschenswert, dass die Medien möglichst viele, ausführliche, vielfältige und vollständige Bildungsangebote haben, die ein möglichst großer Teil der Bevölkerung möglichst oft, lange und aufmerksam nutzt. (Vgl. Hasebrink 1998, S. 363)

Formelle Bildungssendungen standen jedoch von Anfang an vor einem Nutzungsproblem. Der angenommene gesellschaftliche Bedarf an Bildungsprogrammen schlug sich nicht in ihrer tatsächlichen Verwendung nieder. (Vgl. Hasebrink et al. 1993, S. 232) Trotz eines generell hoch eingeschätzten Bildungsinteresses in der Bevölkerung wurden die realisierten Programmangebote des formellen Bildungsfernsehens nicht in annähernd gleichem Maße genutzt, obwohl die Bevölkerungsmehrheit das Fernsehen gegenüber klassischen Weiterbildungsveranstaltungen bevorzugt,⁹⁶ da dies bequem

⁹⁶ Eine Studie ergab, dass lediglich bei weiterbildungsaktiven Personen audiovisuelle Medien keine Konkurrenz für Weiterbildungseinrichtungen zu sein scheinen. Die unterschiedliche Ausstattung mit Bildung spielt in diesem Kontext eine zentrale Rolle: Je höher der Bildungsstatus, desto intensiver die Teilhabe an allen neuen Angeboten für die Verbesserung der persönlichen Situation, auch über Bil-

erreichbar ist und seine visuelle Darstellung das Lernen erleichtert. (Vgl. Baacke/Schäfer 1989, S. 78)

Ab Mitte der 1970er Jahre strahlten die Dritten Programme zunehmend Sendungen aus den Programmbereichen Unterhaltung und Sport aus, um ihr Programm einem größeren Publikum bekannt zu machen, „das bisher wegen des Etiketts des Bildungsfernsehens für sich kein Nutzungsbedürfnis erkannt hatte“ (Nowotny 1988, S. 45). Von dem originären Vorhaben die Dritten Fernsehprogramme als eigenständige Bildungseinrichtungen, als Institutionen der Aus-, Fort- und Weiterbildung in Ergänzung zu den traditionellen Einrichtungen von Bildung und Ausbildung, zu etablieren, rückten die Senderverantwortlichen aufgrund mangelnder Zuschauerzahlen des Bildungsfernsehens immer weiter ab.⁹⁷

Während die formellen Bildungsangebote auf den Dritten Programmen immer weiter abnahmen, nahmen die regionalen Angebote zu.⁹⁸ Die Dritten Programme entwickelten sich zu regionalen Vollprogrammen, d.h. zu Programmen, in denen sowohl Spielfilme, aber auch Unterhaltungsendungen, Nachrichtensendungen, Magazine, Sportsendungen mit Regionalbezug verbreitet werden – heute über Kabel und Satellit sogar bundesweit.

Aufgrund des Sehverhaltens der Mehrheit der Fernsehzuschauer und der zunehmenden Konkurrenz durch die eher unterhaltenden Angebote des Privatfernsehens in der zweiten Hälfte der 1980er Jahre erwies es sich für die öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten als immer schwieriger, ihren Bildungsauftrag durch spezielle Programmange-

dungsprozesse; Menschen mit ohnehin schlechten Startvoraussetzungen hinsichtlich Bildung, Ausbildung und Berufschancen neigen dagegen dazu, die zahlreichen freiwilligen Bildungsangebote nicht zur Verbesserung ihrer Situation und zur Erweiterung ihres Orientierungsradius zu nutzen. (Vgl. Baacke/Schäfer 1989, S. 75) Auf diese Weise kann es zu einer Wissenskluft innerhalb der Bevölkerung kommen. Zur These der wachsenden Wissenskluft im Medienkontext, siehe u.a. Bonfadelli 1987, Saxer 1989, Tichenor/Donohue/Olien 1970.

⁹⁷ Ein weiterer Grund für diese Umorientierung war die Ausweitung und Ausdifferenzierung des Bildungssystems – einschließlich der Erwachsenenbildung. (Vgl. Hasebrink et al. 1993, S. 220)

⁹⁸ Siehe hierzu u.a. Krüger/Zapf-Schramm 1997, Krüger 1995, Brosius/Fahr/Vlasic 1999, S. 11-79. In der regionalen Kompetenz der Dritten Programme liegt für die meisten Zuschauer inzwischen der größte Nutzwert dieser Programme. (Vgl. Krüger/Zapf-Schramm 2000, S. 534)

bote zu erfüllen.⁹⁹ So kündigte z.B. 1988 NDR 3 seinen Vertrag mit den Kultusministerien über das Schulfernsehen, die Sendungen wurden eingestellt, ohne erkennbare Proteste der beteiligten Kultusministerien.¹⁰⁰

Heute strahlen der WDR, der BR, der SWR und der HR noch Schulfernsehprogramme aus, u.a. Sendungen zu den Themenbereichen Politik/Sozialkunde/Gemeinschaftskunde und Medien/Medienkompetenz/Medienerziehung, der Bayerische Rundfunk bietet sogar einen eigenen Bildungskanal (BR-alpha) an, auf dem ebenfalls Sendungen zu politischen Themen und zum Thema ‚Medien‘ gesendet werden.¹⁰¹

Insgesamt enthalten die Dritten Programme nach wie vor mehr Bildungssendungen als die Hauptprogramme von ARD und ZDF, sie machten aber schon im Jahr 1999 in der Form von Telekolleg, Schulfernsehen und Sprachkursen nur noch 2 Prozent am gesamten Programmangebot aus. Die formellen Bildungssendungen profitierten demnach nicht von der Anfang der 1990er Jahre in den Dritten Programmen einsetzenden Programmexpansion.¹⁰² Denn 1989 hatten Kurs- und Lernprogramme an der Gesamtsehzeit noch einen Anteil von 21,5 Prozent und repräsentierten damit den höchsten Anteil unter allen erfassten Einzelprogramm-kategorien der Dritten Programme. (Vgl. Krüger 1992, S. 516, 518)

⁹⁹ Durch die Konkurrenz privater Fernsehsender gelten auch für öffentlich-rechtliche Sender Einschaltquoten zunehmend als Erfolgsindikator; dabei wäre bei einer Bewertung der Einschaltquoten von Bildungssendungen ein Vergleich mit Teilnehmerzahlen klassischer Weiterbildungsveranstaltungen angemessener als ein Vergleich mit Einschaltquoten massenattraktiver Unterhaltungssendungen.

¹⁰⁰ Die Lehrer hatten das Fernsehen zwar als Unterrichtsmittel anerkannt, Sendungen des allgemeinen Fernsehprogramms spielten dabei jedoch eine mindestens ebenso große Rolle wie Schulfernsehprogramme. (Vgl. Kolley/Waldmann/Hasebrink 1989, S. 93)

¹⁰¹ Siehe hierzu <http://www.wdr.de/tv/wdr-schulfernsehen>, <http://www.wissen.swr.de>, <http://www.br-online.de/bildung/databrd/>, <http://www.br-online.de/alpha/>, <http://www.hr-online.de/website/specials/wissen/index.jsp?rubrik=6586>, alle Stand: 22.02.2007. Die Nettoreichweite des Schul-/Bildungsfernsehens lag 2005 bei 1 Prozent. (Vgl. Gerhards/Klingler 2006) Der WDR plant neue Konzepte für ein modernes Schulfernsehen und will Wissenschaftskompetenz stärker in das aktuelle Programm einfließen lassen, siehe hierzu WDR-Programmleitlinien 2006, S. 24-29. Über Initiativen für ein Bildungsfernsehen auf europäischer Ebene Ende der 1980er/Anfang der 1990er Jahre, siehe Hasebrink et al. 1993.

¹⁰² In nahezu allen Dritten Programme wurde das Informationsangebot zwar ausgeweitet, jedoch hauptsächlich zu Gunsten von Alltagsinformationsangeboten, d.h. Ratgebersendungen zu praktischen Lebensfragen wie Wohnen, Reisen und Gesundheit, um Dokumentationen und Reportagen zum Arbeits- und Berufsleben, Umwelt und Natur usw., siehe hierzu Krüger/Zapf-Schramm 2000 und 1997 sowie Tab. 1, S. 98.

Die Frage, welche Themen für welche Zuschauergruppen in welcher Aufbereitung auf Interesse stoßen, wurde auch für die Dritten Programme immer bedeutsamer, so dass man neue Präsentationsformen und populärere Formate schuf:

- Während 1992 Schulfernsehsendungen noch in Programminformationen als solche erkennbar waren, gab es 1994 bei einigen Sendern schon keine besonderen Hinweise mehr auf diese Sendungsform. (Vgl. Krüger 1995, S. 573)
- 1996 wurden darüber hinaus landeskundliche oder zeitgeschichtliche Sendungen, die früher als Bestandteile des Schulfernsehens kenntlich gemacht waren, ohne diese Kennzeichnung im Nachmittags- oder Abendprogramm ausgestrahlt. (Vgl. Krüger/Zapf-Schramm 1997, S. 649)
- Die Dritten Programme verstanden sich immer mehr als Alltagsbegleiter, was sich auch in der Ausweitung des Service-Programmangebots (Ratgebersendungen, Sendungen mit Alltagsinformationen) zeigte. (Vgl. Krüger/Zapf-Schramm 2000, S. 545)

Tab. 1: Prozentuale Verteilung der Informationsangebote der Dritten Programme (1992-1999).

	1992	1994	1999
Bildungsorientierte Sendungen ¹⁰³	22,9 %	17,2 %	11,0 %
Harte informationsorientierte Sendungen ¹⁰⁴	20,6 %	24,0 %	24,0 %
Alltagsinformationsangebote	12,6 %	15,0 %	26,0 %

Quelle: Krüger 1995, Krüger/Zapf-Schramm 2000.

Während 1992 Sendungen, die im weitesten Sinne als bildungsorientiert galten, mit 22,9 Prozent noch den größten Anteil an allen Informationsangeboten der Dritten Programme hatten, fielen sie 1994

hinter die harten informationsorientierten Angebote zurück, (vgl. Krüger 1995, S. 569) 1999 sogar hinter die harten informationsorientierten Sendungen und die Alltagsinformationsangebote, welche 1999 den größten Anteil im Informationsprogramm stellten. (Vgl. Krüger/Zapf-Schramm 2000, S. 537) (Siehe Tab. 1)

¹⁰³ Sendungen zur Zeitgeschichte, Kultur, Wissenschaft und Technik sowie didaktische Bildungsangebote (Schulfernsehen, Telekolleg, fremdsprachliche Sendungen). (Vgl. Krüger 1995, S. 569)

¹⁰⁴ Sendungen, die sich mit aktueller Berichterstattung, mit Politik, Wirtschaft und Gesellschaft in der Gegenwart sowie mit regionaler Berichterstattung zu diesen Themenbereichen beschäftigen. (Vgl. Krüger 1995, S. 569)

Die Ausrichtung der Dritten Programme an den Bedürfnissen breiterer Zuschauerschichten muss rein quantitativ betrachtet als Erfolg bewertet werden, denn die Marktanteile der Dritten Programme stiegen, auch aufgrund ihrer wachsenden technischen Reichweite, in den 1990er Jahren deutlich an.¹⁰⁵ Im Gegensatz zu den 1970er Jahren wurden die Dritten Programme nicht mehr als spezielle Bildungsprogramme – als ‚Volkshochschule der Nation‘ – wahrgenommen, sondern, wie das Fernsehen generell, als Unterhaltungs- und Informationsmedium.

Hinsichtlich der Programmqualität und -vielfalt muss die abnehmende Bedeutung bildungsorientierter Sendungen jedoch als Verlust angesehen werden. Heute werden formelle wie informelle Bildungsangebote hauptsächlich vom öffentlich-rechtlichen Fernsehen ausgestrahlt, formelle Bildungsangebote fast ausschließlich von den Dritten Programmen.¹⁰⁶ Informelle Bildungsangebote stellen für alle öffentlich-rechtlichen Programme eine zentrale Programmleistung dar, während sie für die privaten Fernsehsender nur eine minimale Bedeutung haben.

Die Beibehaltung von formellen wie informellen Bildungsprogrammformaten ist für die Legitimation von öffentlich-rechtlichen Fernsehsendern aufgrund der gesetzlichen Vorgaben – dem Bildungsauftrag – notwendig. Bedingt durch seinen Grundversorgungsauftrag ist der öffentlich-rechtliche Rundfunk verpflichtet, ein vielfältiges Programm anzubieten sowie die Vielfalt an Informationen und Meinungen zu wichtigen gesellschaftlichen Themenbereichen darzustellen.¹⁰⁷

„In den Mediengesetzen der Bundesländer, der einschlägigen Urteile des Bundesverfassungsgerichts und den Programmgrundsätzen der öffentlich-rechtlichen Anstalten spiegelt sich [...] die Auffassung, dass die elektronischen Massenmedien nicht nur die leichter kommerzialisierbaren Unterhaltungs- und Ablenkungsbedürfnisse von Konsumenten befrieden sollen.

Hörer und Zuschauer sind nicht nur Konsumenten, also Marktteilnehmer, sondern zugleich Bürger mit einem Recht auf kulturelle Teilhabe, Beobachtung des politischen Geschehens und Beteiligung an Meinungsbildung. Aufgrund dieses Rechtsanspruches

¹⁰⁵ Siehe hierzu u.a. Brosius/Fahr/Vlasic 1999, S. 33-77, und Grajczyk 1998.

¹⁰⁶ Von allen Fernsehsendern haben die Dritten Programme den höchsten Anteil an Informationsangeboten, den niedrigsten Anteil an Fictionangeboten und keine Werbung. Somit kommen sie dem Idealtyp des öffentlich-rechtlichen Rundfunks am nächsten. (Vgl. Krüger 1995, S. 568)

¹⁰⁷ Da gerade im Bereich der Bildungs- und anderer Minderheitenprogramme die öffentlich-rechtlichen Anbieter gegenüber den privaten Sendern weitgehend konkurrenzlos bleiben können, können Bildungsprogramme eine entscheidende Voraussetzung für die Existenzsicherheit des öffentlich-rechtlichen Rundfunks sein. (Vgl. Rüdén 1985, S. 134)

dürfen die Programme, die eine entsprechende ‚Grundversorgung‘ der Bevölkerung sicherstellen, nicht von ihrer Werbewirksamkeit und der Unterstützung durch Sponsoren abhängig gemacht werden.“ (Habermas 2007)

Die Fernsehzuschauer haben demnach nicht nur einen Anspruch auf massenattraktive Unterhaltungs- und Informationsprogramme, sondern auch auf Minderheiten ansprechende Bildungsprogramme, die nicht dem Diktat der Einschaltquoten unterliegen.

Andererseits muss das Fernsehen – qua Definition ein Massenmedium – Programme entwickeln, die eine massenhafte Nutzung herbeiführen. Es stellt sich für die öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten daher die Frage, wie sie eine möglichst hohe Nutzung von Bildungssendungen herbeiführen können. Zwei Fragen sind in diesem Zusammenhang von großer Bedeutung:

- (1) Die Frage nach den von den Rezipienten akzeptierten Präsentationsformen und Gestaltungsmitteln von Bildungssendungen sowie deren idealem Sendeplatz.¹⁰⁸
- (2) Die Frage nach den individuellen Motiven, Erwartungen und Anlässen, die die Zuwendung unterschiedlicher Bevölkerungsgruppen zu Bildungsprogrammformaten bestimmen. (Vgl. Baacke/Schäfer 1989, S. 74)

Auf beide Fragen gibt es bis heute keine ausreichenden, wissenschaftlich gestützten Antworten. Programmplaner und -macher versuchen zwar, den potentiellen Wünschen der Rezipienten gerecht zu werden,¹⁰⁹ das Wissen über die tatsächlichen Wünsche des Publikums ist aber häufig eher gering.

¹⁰⁸ Die Wahrnehmungsstruktur der Zuschauer ist durch jahrelangen Fernsehkonsum konditioniert, mehr Zuschauer an Bildungsinhalte heranzuführen, könnte heißen, auf diese Konditionierung einzugehen; zu befürchten ist dabei eine Vereinfachung von Bildungsinhalten durch die für das Fernsehen übliche Darstellung. Die generelle Frage, die sich in diesem Zusammenhang stellt, aber nicht beantwortet werden soll: Sollte Fernsehen seinem Rezipienten nur das bieten, was er will, oder nicht auch das, was er braucht? (Vgl. Nowotny 1988, S. 183) Unterhaltungsprogramme wollen lediglich der Entspannung dienen und verlangen vom Zuschauer im Vergleich zu Bildungsprogrammen weniger Anstrengung und Konzentration. Aufgrund dieser Konkurrenz sollten Bildungsprogramme ihre Zuschauer nicht langweilen, wenn sie ihr Ziel ‚Bildung‘ erreichen wollen, sondern bei der Auswahl ihrer Gestaltungsmittel und Präsentationsformen aus dem gesamten Repertoire wählen, (vgl. Rüdén 1985, S. 131-132) denn Bildungssendungen können eine Mehrzahl der Zuschauer nur erreichen, wenn sie im gewissen Sinne auch unterhaltend sind.

¹⁰⁹ Wie die Verantwortlichen politischer Talkshows versuchen den potentiellen Wünschen ihrer Rezipienten gerecht zu werden, siehe Kap. 5.7.

Aufgrund des Mediennutzungsverhaltens, der hohen Einschaltquoten von Sendungen mit Infotainmentcharakter, entsprachen und entsprechen die Sender – zur Steigerung der Einschaltquoten – den scheinbaren Bedürfnissen ihrer Rezipienten, indem sie immer mehr dieser Sendungen anbieten.¹¹⁰ Der Effekt dieser Sendungen auf die Rezipienten ist jedoch schwer zu ermitteln, da die Frage, ob ein Informationseffekt, ein Unterhaltungs- oder ein Bildungseffekt entsteht, zwar nicht vollständig unabhängig vom Programmangebot zu sehen ist, jedoch zu einem wesentlichen Teil durch die individuellen Nutzungsmotive der Zuschauer, ihre Interessen und Bedürfnisse entschieden wird.¹¹¹ Die mit dem Massenkommunikationsprozess verbundenen Rezipientenbedürfnisse¹¹² waren Ende der 1960er/Anfang der 1970er Jahre verstärkt ins Blickfeld der Massenkommunikationsforscher gerückt.

4.3 Der Uses-and-Gratifications-Approach

Während man in der politischen Bildung früher der Überzeugung war, dass das Lernen der Schüler durch die Lehrer plan- und steuerbar ist, überwiegt inzwischen die Vorstellung, dass „gleiche Informationen höchst unterschiedlich wahrgenommen, gedeutet und verarbeitet werden.“ (Sander 2002, S. 42) Diese Vorstellung von der unterschiedlichen Aufnahme und Verarbeitung politischer Bildungsinhalte entspricht der durch den Uses-and-Gratifications-Approach¹¹³ in die Medienwirkungsforschung eingebrachten Vision vom aktiven Rezipienten und seinem Einfluss auf den Massenkommunikationsprozess.

¹¹⁰ Siehe hierzu u.a. Blödorn/Gerhards/Klinger 2000, Gerhards/Klinger 2006, Krüger 2004.

¹¹¹ So sprechen Hasebrink et al. auch von inzidentellen Bildungsangeboten, d.h. primär informierende oder unterhaltend gemeinte Sendungen, die durchaus Bildungseffekte haben können. Denn während auf Seite der Produzenten – hinsichtlich Gestaltung und Intention – klare Unterschiede zwischen Bildungssendungen und anderen Angeboten gemacht werden, (vgl. Hasebrink et al. 1993, S. 223) kann auf Rezipientenseite nicht von einer klaren Differenzierung in eindeutige, lineare Effekte ausgegangen werden, d.h. auch unterhaltend gemeinte Sendungen können bildende Effekte auf bestimmte Rezipienten haben.

¹¹² „Bedürfnisse verweisen immer auf einen Mangel und sind mit dem Bestreben zur Beseitigung des Mangels, der Befriedigung verknüpft. [...] Bedürfnisse motivieren also zu Handlungen, die zur Bedürfnisbefriedigung führen. (Vgl. Mikos 1994, S. 49)

¹¹³ Im Folgenden werden die Begriffe ‚Uses-and-Gratifications-Approach‘, ‚Nutzen- und Belohnungsansatz‘ sowie ‚Nutzenansatz‘ als Synonyme verwendet.

Der Uses-and-Gratifications-Approach beschränkt sich bei der Analyse der Mediennutzung nicht auf die Perspektive der Realisation von Wirkungen, sondern untersucht die Frage, welche Motive und Bedürfnisse zur Nutzung bestimmter Medien(inhalte) führen und welchen subjektiven Nutzen der einzelne aus diesem Kommunikationsverhalten zieht. Für die Mediennutzung sind demnach Interessen und Bedürfnisse des einzelnen Rezipienten von besonderer Relevanz, da er an ihnen sein Nutzungsverhalten orientiert.

War die bisherige Massenkommunikationsforschung kommunikatorzentriert, stellt der Nutzenansatz den Rezipienten, seine Eigenschaften, Bedürfnisse und Verhaltensweisen in den Mittelpunkt.¹¹⁴ Der Nutzenansatz kehrt die zentrale Fragestellung des Stimulus-Response-Ansatzes – Was machen die Medien mit den Menschen? – um und fragt: Was machen die Menschen mit den Medien? Oder konkreter: Wer wählt welche Inhalte aus welchen Medien warum und zu welchem Nutzen? Im Uses-and-Gratifications-Approach wird also nicht mehr gefragt, wie die Rezipienten auf die Medien reagieren, sondern ob und wie sie agieren.¹¹⁵

4.3.1 Medienrezipienten und ihre Bedürfnisse

Der Nutzenansatz ist im Gegensatz zum Stimulus-Response-Modell rezipientenorientiert: Das Publikum wird nicht mehr als passives Objekt, sondern als aktives Subjekt im Massenkommunikationsprozess und Mediennutzung als selbstbewusstes, zielorientiertes Handeln verstanden. Die Verhaltensweisen der Rezipienten werden nicht auf die Intentionen der Kommunikatoren hin bewertet und interpretiert, es geht vielmehr um die Feststellung davon unabhängiger Absichten und Ziele auf Seiten der Rezipienten, die mit Hilfe des Medienangebotes befriedigt werden sollen. (Vgl. Teichert 1975,

¹¹⁴ Bereits in den 1940er Jahren entstanden einige Studien, die sich für die Gratifikationen, die Medien dem Rezipienten bieten, interessierten. Sie stellten jedoch keinen Zusammenhang zwischen den entdeckten Gratifikationen und dem Ursprung der Bedürfnisse her, die auf diese Weise befriedigt werden.

¹¹⁵ Damit orientiert sich der Nutzenansatz an der soziologischen Handlungstheorie, welche Reaktionen auf bestimmte Reize als Resultate komplexer (subjektiver) Interpretationsprozesse versteht. Für die Massenkommunikationsforschung bedeutet dies, dass Mediennutzung nicht mehr als passives Verhalten, sondern als aktives soziales Handeln begriffen wird. Zum Konzept des sozialen Handelns im Rahmen des Nutzenansatzes, siehe u.a. Renckstorff 1989, Renckstorff 1977(a), Teichert 1972, Teichert 1973.

S. 271) Im Sinne des Nutzenansatzes ist – im Gegensatz zum Stimulus-Response Modell – ‘wirksam’, was den Absichten der Rezipienten entspricht, zu ihren Zielen führt. (Vgl. Renckstorf 1973, S.197)

Laut Uses-and-Gratifications-Approach richten sich nicht nur von der Kommunikatorseite, sondern auch von Rezipientenseite Absichten und Erwartungen an den Kommunikationsprozess. Eine besondere Rolle spielt dabei die soziale Situation, aus der sich für viele Menschen Gründe für die Nutzung von Massenmedien ergeben:

- “(1) Social situation produces tensions and conflicts, leading to pressure for their easement via mass media consumption [...].
- (2) Social situation creates an awareness of problems that demand attention, information about which may be sought in the media [...].
- (3) Social situation offers impoverished real-life opportunity to satisfy certain needs, which are then directed to the mass media for complementary, supplementary, or substitute servicing [...].
- (4) Social situation gives rise to certain values, the affirmation and reinforcement of which is facilitated by the consumption of congruent media materials [...].
- (5) Social situation provides a field of expectation of familiarity with certain media materials, which must then be monitored in order to sustain membership of valued social groupings” (Katz/Blumler/Gurevitch 1974, S. 27).

Als Ausgangspunkt der Rezipientenabsichten werden bestimmte Grundbedürfnisse angenommen, die sich mehr oder weniger differenziert systematisieren lassen.¹¹⁶

McQuail stellte 1983 einen sehr differenzierten Bedürfniskatalog zusammen, in dem er vier Bedürfnisarten unterscheidet: (vgl. McQuail 1983, S. 82-83)

- (1) Informationsbedürfnis:
 - Orientierung über relevante Ereignisse in der unmittelbaren Umgebung, in der Gesellschaft und in der Welt
 - Ratsuche zu praktischen Fragen, Meinungen, Entscheidungsalternativen
 - Befriedigung von Neugier und allgemeinem Interesse
 - Lernen, Weiterbildung
 - Streben nach Sicherheit durch Wissen
- (2) Bedürfnis nach persönlicher Identität:
 - Bestärkung persönlicher Werte
 - Suche nach Verhaltensmodellen

¹¹⁶ Zunächst lässt sich unterscheiden zwischen physischen, psychischen und sozialen Bedürfnissen, von denen vor allem die psychischen und sozialen für das Kommunikationsverhalten relevant sind. Weiter lässt sich differenzieren in kognitive, affektive, integrative und interaktive Bedürfnisse: Bedürfnisse kognitiver Art beziehen sich auf Information, Wissen und Verstehen, Bedürfnisse affektiver Art auf emotionale, ästhetische Erfahrungen, Bedürfnisse integrativer Art auf Vertrauen, Stabilität sowie Glaubwürdigkeit und Bedürfnisse interaktiver Art auf den Kontakt zur Umwelt sowie zum eigenen Ich. (Vgl. Teichert 1975, S. 272)

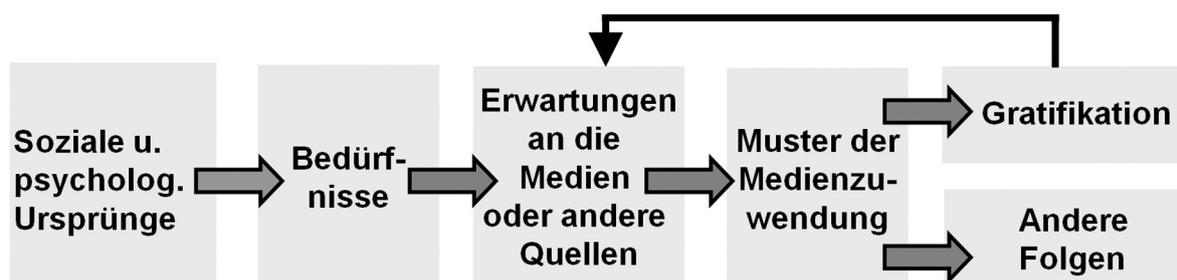
- Identifikation mit anderen („valued others“) (in den Medien)
 - Selbstfindung
- (3) Bedürfnis nach Integration, sozialer Interaktion:
- sich in die Lebensumstände anderer versetzen (soziale Empathie)
 - sich mit anderen identifizieren (Gefühl der Zugehörigkeit)
 - Grundlage für Gespräche und soziale Interaktion erhalten
 - Ersatz für (fehlende) Geselligkeit oder Partnerschaft finden
 - Hilfe bei Annahme/Ausführung sozialer Rollen bekommen
 - Kontakt zur Familie, zu Freunden und zur Gesellschaft finden
- (4) Unterhaltungsbedürfnis:
- Wirklichkeitsflucht, Ablenkung von Problemen
 - Entspannung
 - kulturelle oder ästhetische Erbauung
 - Zeit füllen
 - emotionale Entlastung

Der Uses-and-Gratifications-Approach beschäftigt sich neben den Rezipientenbedürfnissen und ihren Ursprüngen auch mit ihren Folgen im Kommunikationsverhalten.

Studien in seiner Tradition befassen sich mit folgendem Prozess: (siehe Abb. 5)

„(1) the social and psychological origins of (2) needs, which generate (3) expectations of (4) the mass media or other sources, which lead to (5) differential patterns of media exposure (or engagement in other activities), resulting in (6) need gratifications and (7) other consequences, perhaps mostly unintended ones.“ (Blumler/Gurevitch/Katz 1973, S. 510)

Abb. 5: Der Uses-and-Gratifications-Approach.



Quelle: Eigene Darstellung, in Anlehnung an: Schenk 1987, S. 384/385.

Erfüllt das Medium die Erwartungen des Rezipienten, d.h. erhält er seine erwünschten Gratifikationen, erhöht sich die Wahrscheinlichkeit, dass er bei der nächsten Gelegenheit, bei der sich das betreffende Bedürfnis einstellt, wiederum dasselbe Medium auswählt.

4.3.2 Das Konzept des aktiven Publikums

Für den Uses-and-Gratifications-Approach ist das Konzept des aktiven Publikums elementar, welches auf folgenden Kernhypothesen basiert:

- (1) Das Publikum rezipiert nicht passiv, sondern handelt aktiv, zielgerichtet und intentional. Es ist in der Wahl seiner Handlung relativ frei und initiativ:

„Ob, wann und wie mit massenmedial verbreiteten Kommunikationen umgegangen wird, diese im Zusammenhang mit den jeweiligen Zielen und Absichten, Bedürfnissen und Interessen benutzt und verwendet werden, liegt in der Entscheidung des Publikums: das konkrete Umgehen mit den Medien und ihren Botschaften gilt als durch die Menschen und nicht durch die Medien kontrolliert“ (Renckstorf 1977, S. 14).

- (2) Die Zielorientiertheit des Zuschauer-Handelns resultiert aus wahrgenommenen Bedürfnissen, Problemen und Problemlösungsmöglichkeiten. (Vgl. ebd., S. 15)

- (3) Die Mediennutzung stellt nur eine von mehreren (äquivalenten) Handlungsalternativen dar. Die Massenmedien stehen als Möglichkeit der Bedürfnisbefriedigung in unmittelbarer Konkurrenz zu anderen Gratifikationsinstanzen:

„The media compete with other sources of need satisfaction. [...] Consequently, a proper view of the role of the media in need satisfaction should take into account other functional alternatives – including different, more conventional, and ‚older‘ ways of fulfilling needs.“ (Katz/Blumler/Gurevitch 1974, S. 22)

Studien konnten selbst bei so genannten medienbezogenen Bedürfnissen keine Priorität der Medien als Gratifikationsinstanz nachweisen. (Vgl. Teichert 1975, S. 271)

Es hängt darüber hinaus vom Rezipienten ab, inwieweit er sich überhaupt mit den Medienbotschaften beschäftigt. Denn die Rezipientenbedürfnisse wirken sich auf alle Phasen der Kommunikation durch Selektivität aus:

„nicht nur in der eigentlichen Phase der Informationsübertragung [...], sondern auch schon vorher, in der präkommunikativen Phase, wie auch nachher, postkommunikativ. Sie steuern präkommunikativ die Auswahl einer Informationsquelle [...]; während des Kommunikationsprozesses die Dauer und Intensität der Aufmerksamkeit, die Verarbeitung und Interpretation der Mitteilung; und schließlich postkommunikativ Umfang und Inhalt der behaltenen Information und vor allem auch die Art der Reaktion auf die Mitteilung, sei die Reaktion nun kommunikativ oder nicht-kommunikativ, eine offenkundige Handlung oder nur eine Einstellung, Handlungsdisposition, Wertorientierung usw.“ (Noelle-Neumann/Schulz/Wilke 1993, S. 119)

Eine weitere Rolle bei der Wirkung von Medien spielt nach dem Uses-and-Gratifications-Approach die Tatsache, dass die Rezipienten ihre Gratifikationen aus mindestens drei verschiedenen Quellen gewinnen: „media content, exposure to the media per se, and the ‘social context that typifies the situation of exposure to different media“ (Katz/Blumler/Gurevitch 1974, S. 24). Jedes Medium bietet eine einzigartige Kombination von

„(a) characteristic contents [...]; (b) typical attributes (print vs. broadcasting modes of transmission, iconic vs. symbolic representation, reading vs. audio or audio-visual modes of reception); and (c) typical exposure situations (at home vs. out-of-home; alone vs. with others [...])“ (ebd., S. 25).

Studien, die sich mit den medialen Gratifikationsquellen befassten, ergaben, dass Medien, die sich in ihren Merkmalen unterscheiden (oder ähnlich sind), auch verschiedene (oder ähnliche) Bedürfnisse befriedigen, Bedürfnisse, die miteinander in Beziehung stehen, bzw. ähnlich sind, jedoch auch von demselben Medium (oder von einem Medium mit ähnlichen Merkmalen) befriedigt werden können. (Vgl. ebd., S. 25)

Zum Konzept des aktiven Publikums gehört außerdem eine besondere Berücksichtigung der Interpretationsleistung des einzelnen Rezipienten hinsichtlich der massenmedialen Botschaft, denn diese erhält erst im Verlaufe seiner Interpretation die für ihn konkrete Bedeutung. Entsprechend dieser Vorstellung bieten Medien keine Stimuli an, sondern lediglich interpretationsbedürftige Objekte. Der aktive Rezipient interpretiert die genutzten Medieninhalte und formt diese in die für ihn gültige, handlungsrelevante Botschaft, „in zumindest relativer Unabhängigkeit von dem, was der Produzent dieser Botschaft meinte und unabhängig auch von dem, was immer ‘die Botschaft an sich’ sein mag“ (Renckstorff 1973, S. 190). Da die Interpretationshandlungen des Rezipienten ausschließlich seiner eigenen Konstruktion und Kontrolle unterliegen, sich an seinen Werten, Bedürfnissen und Erfahrungen orientieren, ist das Resultat – die empfangene Medienbotschaft – stark abhängig von der Interpretationsleistung des Rezipienten. (Vgl. Noelle-Neumann/Schulz/Wilke 1993, S. 120)

Die Entwicklung des Nutzen-und-Belohnungsansatzes und Studien in seiner Tradition haben dazu geführt, dass keine pauschalen Aussagen über Medienwirkungen mehr getroffen werden können, da individuelle Publikumsbedürfnisse als intervenierende

Variablen berücksichtigt werden müssen: Jeder Medieninhalt kann demnach zur Befriedigung ganz verschiedener Bedürfnisse dienen, ein- und dasselbe Medienangebot zu unterschiedlichen Gratifikationen bei verschiedenen Menschen mit unterschiedlichen Bedürfnissen führen, verschiedene Medienangebote (z.B. Fernsehsendungen) aber auch gleiche Gratifikationen hervorbringen.

Die Kritik am Uses-and-Gratifications-Approach, seinen Konzepten und Ideen war heftig und vielfältig, beschäftigte sich hauptsächlich mit methodologischen Schwächen des Ansatzes, dem Konzept des aktiven, intentional handelnden, nutzenorientierten und seinen Bedürfnissen bewussten Rezipienten¹¹⁷ sowie mit der Frage, ob der Nutzenansatz eine Theorie oder lediglich eine Hypothese darstellt.

Auf die Diskussionen um die einzelnen Kritikpunkte sowie die Weiterentwicklungen des Ansatzes soll hier nicht näher eingegangen werden,¹¹⁸ es wird jedoch darauf verwiesen, dass dem Konzept des aktiven, sich seiner Bedürfnisse bewussten Publikums eine ähnlich realitätsferne Idealvorstellung des Bürgers zugrunde liegt, wie dem von der klassischen politischen Bildung vertretenen Konzept des mündigen Bürgers.

Die moderne Kommunikationswissenschaft beschäftigt sich trotzdem eingehend mit dem Konzept des aktiven Rezipienten – einer Sichtweise, die mit den Interessen der Fernsehsender auch viel eher vereinbar ist als die Postulierung schädlicher Medienwirkungen. Für die Rundfunkanstalten und die von ihnen in Auftrag gegebenen Forschungen standen von Anfang an die Nutzung der medialen Angebote und deren Bewertung durch die Rezipienten im Vordergrund. Neben der Ermittlung der Reichweitendaten werden regelmäßig qualitative Aspekte der Nutzung wie Bedürfnisse, Präfe-

¹¹⁷ Studien zum Nutzenansatz ist eine methodologische Überlegung gemein, die mit dem Konzept des aktiven Publikums korreliert: Sie gehen davon aus, dass sich die Menschen ihrer Zielvorstellungen und Bedürfnisse bewusst und darüber hinaus in der Lage sind, diese – sowie die entsprechenden Gratifikationsinstanzen – auch zu benennen.

¹¹⁸ Zur Diskussion um den Uses-and-Gratifications-Approach siehe u.a. Kunczik 1984, S. 18-102, Merten 1984, Meyen 2001, Mikos 1994, Palmgreen 1984, Renckstorf 1989, Ronge 1984, Schenk 1987, S. 369-420, Schönbach 1984, Teichert 1975, Teichert 1972. Zu Weiterentwicklungen des Ansatzes siehe u.a. Palmgreen 1984 (integratives Gratifikationsmodell), Früh/Schönbach 2005, Früh/Schönbach 1984, Früh/Schönbach 1982 (dynamisch-transaktionales Modell, in dem Aspekte des Stimulus-Resonance-Modells mit Elementen des Nutzenansatzes verknüpft werden), Schönbach 1990.

renzen und Gratifikationen erhoben – z.B. in der ARD/ZDF-Langzeitstudie „Massenkommunikation“, die seit 1964 den Umgang der Menschen mit Medien analysiert.

In der heutigen Welt erscheint der Uses-and-Gratifications-Approach aber auch als der angemessenste, da wahrscheinlich richtigste medientheoretische Ansatz, denn er berücksichtigt zwei Entwicklungen des sozialen Wandels: die Individualisierung und die Ökonomisierung mit der Folge, dass sich die Menschen als Mitglieder der Gesellschaft ebenso verhalten wie als Konsumenten in der Wirtschaft – als Nutzenmaximierer. Die gesellschaftlichen Veränderungsprozesse werden von einer zunehmenden Individualisierung begleitet, die subjektiven Ansprüche an einzelne Medienangebote immer höher, so dass die Vermutung nahe liegt, dass der Wunsch nach gezielter und individueller Bedürfnisbefriedigung auf Seiten der Rezipienten noch steigen wird. (Vgl. Gerhards/Klingler 2006, S. 76) Der Individualisierung entsprechen die Fernsehsender, indem sie ihr Programm ausweiten, immer neue Programmformate entwickeln, um ihre Zielgruppen besser zu erreichen, auch wenn die Frage „What do people do with the media?“ fast 50 Jahre nach ihrer ersten Formulierung durch Elihu Katz immer noch nicht als befriedigend beantwortet gelten kann.

4.4 Die Expansion des Fernsehangebots und ihre Folgen

Bis Mitte der 1980er Jahre konnten die Haushalte in Deutschland terrestrisch drei Fernsehsender empfangen; mit Einführung des Privatfernsehens 1984 kam es zu einer Expansion und Ausdifferenzierung des deutschen Fernsehprogramms. Seit Beginn der 1990er Jahre präsentiert sich das duale Rundfunksystem in Deutschland – mit einem zunächst ungebremsten Wachstum – als der größte Fernsehmarkt Europas. Von 1990 bis 2000 stieg die Zahl der durchschnittlich empfangbaren Programme pro Fernsehhaushalt von 8 auf 38. 2006 konnte der Durchschnitt der Bevölkerung 57 Programme empfangen.¹¹⁹ (Vgl. Beisch/Engel 2006, S. 374)

Der Trend zur Programmausweitung ging Anfang der 1990er Jahre von den Privatsendern aus, nachdem diese durch den 5. Rundfunkstaatsvertrag (1987) eine größere Pla-

¹¹⁹ In Satellitenhaushalten können 72 Sendern empfangen werden, in Kabelhaushalten 45 und via Antenne 24 Sender. (Vgl. Zubayr/Gerhard 2006, S. 187)

nungssicherheit erhalten hatten; ARD und ZDF folgten, zunächst jedoch mit geringerem Angebotszuwachs, ebenso wie – mit zeitlicher Verzögerung – die Dritten Programme.¹²⁰ Zunächst füllten die Sender ihre Tageszeitprogramme auf, dann wurden die Sendelücken in der Nacht geschlossen. Das Fernsehen entwickelte sich zu einem Alltagsmedium, das heute zu allen Tageszeiten zur Verfügung steht.

Die größte Programmexpansion fand bei den Fictionsendungen – und der Werbung – statt, der relative Anteil des Informationsangebots ging dagegen zurück: Das Gesamtangebot „an Information und Bildung nahm zwischen 1989 und 1991 nur unterproportional um knappe 7 Stunden pro Tag zu, das an Fictionprogrammen überproportional um fast 19 Stunden pro Tag“ (Krüger 1992, S. 511).

Den größten absoluten Anteil an dieser Ausweitung des Informations- und Bildungsangebots hatten dabei die öffentlich-rechtlichen Sender, so kam vor allem bei den Dritten Programmen die Ausweitung des Programms den Informationsangeboten zugute, obwohl es in der Binnenstruktur des Informationsangebotes im Laufe der 1990er Jahre zu erheblichen Verschiebungen kam (siehe Kap. 4.2.2.3). Insgesamt strahlten die öffentlich-rechtlichen Sender in den 1990er Jahren einen erheblich größeren Anteil an (harten) Informationsprogrammen – Nachrichtensendungen, politische Magazine etc. – aus als die privaten, deren Schwerpunkt im Informationsbereich auf Sendungen mit Boulevardcharakter lag. Als dominierende Anbieter von Informationssendungen hinsichtlich der Quantität präsentierten die öffentlich-rechtlichen Sender auch eine große-

¹²⁰ Die Ausdifferenzierung des Fernsehsystems, die Entwicklung von Spezial- und Spartenangeboten korrespondiert mit dem Prozess der gesellschaftlichen Differenzierung. Zur Programmexpansion und zu programmstrukturellen Differenzen zwischen öffentlich-rechtlichen und privaten Fernsehsendern, siehe u.a. die jährlichen Programmanalysen von Krüger, die jährliche Publikation „Media Perspektiven Basisdaten – Daten zur Mediensituation in Deutschland“ sowie ALM 2005, Trebbe 2004. Zur Programmausweitung der Dritten Programme siehe u.a. Krüger 1995 und Brosius/Fahr/Vlasic 1999. Aufgrund der unterschiedlichen Möglichkeiten zur Programmausweitung – die privaten Sender starteten im Vergleich zu den öffentlich-rechtlichen Sendern von einem relativ niedrigen Niveau – kam es bei den öffentlich-rechtlichen Sendern zu anhaltenden Zuschauerverlusten, bei den privaten Sendern zu Zuschauergewinnen. Die Tendenz zur Ausdifferenzierung des Fernsehprogramms hält auch heute noch an, da unter den kleineren Sendern der Kampf um einen Platz im so genannten Relevant Set der Zuschauer geführt wird. Eine zunehmende Segmentierung der Fernsehlandschaft und Individualisierung der Nutzung ist die Folge, was zur Prognose eines Teufelskreises verleitet: Die Fragmentierung der Angebote und der Medien werden zu einer weitergehenden Individualisierung der Nutzung führen, der Wunsch nach ganz gezielter und individueller Bedürfnisbefriedigung verstärkt werden und zu einer weiteren Segmentierung der Medienlandschaft führen (siehe hierzu Gerhards/Klingler 2006(a)).

re Vielfalt an informationsorientierten Sendungsformen.¹²¹ Diese Tendenzen setzten sich im neuen Jahrtausend fort.

Auch im speziellen Programmbereich Politik haben die öffentlich-rechtlichen Sender eine Führungsrolle, die quantitativ auf einer höheren Anzahl an täglichen Nachrichtenausgaben und qualitativ auf einem anderen Informationsverständnis beruht. (Vgl. Krüger 2005, S. 202) 2000 fanden 80 % der Politikberichterstattung bei ARD und ZDF statt. (Vgl. Krüger 2002(a), S. 78).

Obwohl es durch Einführung des privaten Rundfunks vor allem zu einer Ausweitung des Unterhaltungsprogramms kam, ist heute mehr politisch relevante Information verfügbar als zu Zeiten des öffentlich-rechtlichen Monopols: Der relative Anteil politisch relevanter Information am gesamten Fernsehprogrammangebot ging zwar zurück, in absoluten Zahlen ist jedoch mehr (politische) Information vorhanden, aus dem die Zuschauer theoretisch wählen können. Dabei waren 53 % des gesamten Politikangebots bei ARD, ZDF, RTL, Sat.1 und ProSieben im Jahr 2000 Nachrichten, 14 % Talk/Diskussion/Gespräch, 12 % politische Inlandsmagazine, 13 % andere Magazine, 8 % Bericht/Dokumentationen. (Vgl. ebd., S. 79).

Die quantitative Expansion der Fernsehprogramme brachte die Chance einer qualitativen Differenzierung mit sich.¹²² Durch die tageszeitliche Programmausweitung vergrößerten sich für die Sender die Möglichkeiten, „ihr Angebot differenzierter zu platzieren und damit erwarteten Zuschauerbedürfnissen [...] und habituellen Nutzungsverhalten besser Rechnung zu tragen.“ (Krüger 1992, S. 522) Die Programme wurden vielfältiger gestaltet, um sie dadurch erfolgreich zu behaupten. So strahlen die öffentlich-rechtlichen Sender seit Anfang der 1990er Jahre infotainmentorientierte Morgen- und Mittagmagazine aus, die privaten Sender übernahmen amerikanische Programm-

¹²¹ Siehe hierzu u.a. Krüger 2007, Krüger 2005, Krüger 2002, Krüger/Zapf-Schramm 2006.

¹²² Mit der Programmexpansion kam es darüber hinaus (1) zu einer erhöhten Programmdynamik, die in der Realität zu beobachtende Verkürzung von Wahrnehmungszeiten widerspiegelt, „sich in Gestalt eines dichter werdenden Rasters aus Sendungsteilen, Trailern und Werbung darstellte, und die zu immer kürzeren Sendungseinheiten geführt hat“ (Krüger/Zapf-Schramm 1994, S. 123); und (2) zu einer zunehmenden Formatisierung, d.h. Gleichförmigkeit der Programme, „um die gestiegene Unübersichtlichkeit zu reduzieren und dem Zuschauer durch Orientierungsregeln die Nutzung zu erleichtern“ (Krüger 1998(a), S. 314).

formate (z.B. Reality-TV, Docu-Soap, Daily-Soap, Sitcom, Gameshow und Talkshow) und adaptierten sie für den deutschen Markt. Es wurden Spartenkanäle eingerichtet (Nachrichten-, Kultur-, Dokumentations-, Musik-, Kinder-, Shoppingsender etc.) und einzelne Programmangebote stärker an bestimmte Zielgruppen ausgerichtet. Die privaten Sender setzten bei ihrer qualitativen Programmoptimierung auf emotionale Wirkungsfaktoren und machten sich psychologische Regeln der Aufmerksamkeitserregung zunutze. (Vgl. Krüger 1993, S. 266)

Unter dem Druck, möglichst hohe Einschaltquoten zu erzielen, kam es zu einer bedeutenden Veränderung der (politischen) Informationsprogramme: Sie wurden um Unterhaltungselemente ergänzt, da Infotainment/Politainment größere Aufmerksamkeit erzielt, breitere Teile der werberelevanten Zielgruppen anspricht und daher größere Marktanteile sichert. Talkshows hatten und haben einen wesentlichen Anteil an diesen Infotainment-Angeboten,¹²³ mit denen es zu einer zunehmenden Boulevardisierung des Informationsangebotes kam – auch bei den öffentlich-rechtlichen Programmen, jedoch mit zeitlicher Verzögerung und in geringerem Ausmaß als bei den privaten Sendern.

Zwischen öffentlich-rechtlichen und privaten Programmen kam es von Einführung des dualen Rundfunksystems an zu einer komplementären Funktionsverteilung, die bis heute gilt: Die öffentlich-rechtlichen Programme repräsentieren eher die Informations- und Bildungsfunktion des Mediums Fernsehen, die privaten Programme seine Unterhaltungsfunktion. Mit der überproportionalen Angebotsausweitung privater Programme mit Unterhaltungsfunktion hat sich das Fernsehen jedoch insgesamt zum Unterhaltungsmedium und Werbeträger verändert. (Vgl. Krüger 1995, S. 566)

4.4.1 Die Ausweitung der Mediennutzung

Die Ausweitung und Veränderung des Fernsehprogramms hatte auch Folgen für das Mediennutzungsverhalten. Mit der Zahl der empfangbaren Angebote stieg die Zahl der pro Tag genutzten Programme, doch nur noch wenige Sender erzielten hohe Tages-

¹²³ Siehe hierzu u.a. Krüger 1998(a), Eimeren/Gerhard 1998.

reichweiten. Im Vergleich zu der enormen Angebotsexpansion kam es nur zu einer vergleichsweise geringen Erweiterung der Fernsehnutzung.

Tab. 2: Sehdauer Erwachsene, in Min. (alte Bundesländer, 1985-1992).

1985	147
1987	154
1989	153
1992	160

Quelle: Darschin/Frank 1990, Darschin/Frank 1993.

Die Sehdauer nahm in den alten Bundesländern von 147 Minuten – bei Erwachsenen – im Jahr 1985 auf 160 Minuten im Jahr 1992 zu. In Gesamtdeutschland stieg die Sehdauer Erwachsener von 168 Minuten (1992) auf 226 Minuten (2005).

Der Vielfalt des Programmangebots steht also eine Konzentration der Programmnutzung gegenüber. Diese Diskrepanz lässt sich erklären mit einer größeren Selektivität bei der Mediennutzung, die geprägt ist von „Resistenz und Spezialisierung“ (Schulz 2000, S. 229). Ein großer Teil der Bevölkerung macht demnach von dem erweiterten Angebot überhaupt keinen Gebrauch; diejenigen, die von den erweiterten Wahlmöglichkeiten Gebrauch machen, beschränken sich meist auf eine ihren spezifischen Interessen entsprechende Auswahl.

Tab. 3: Sehdauer Erwachsene, in Min. (Deutschland gesamt, 1992-2005)

1992	168
1996	195
2000	203
2004	225
2005	226

Quelle: Darschin/Frank 1995, Darschin/Kayser 2000, Darschin/Gerhard 2003, Gerhard/Zubayr 2006.

In Bezug auf ihre Nutzungsmotive sind für die Zuschauer sowohl die Informations-, als auch die Unterhaltungsfunktion des Fernsehens von Bedeutung. Es lässt sich jedoch eine Spezialisierung der Rezipienten auf öffentlich-rechtliche Sender oder private Sender konstatieren, sowie eine Spezialisierung auf Informations- oder Unterhaltungsprogramme, (vgl. ebd., S. 229-230) wobei die große Mehrheit der Fernsehzuschauer als unterhaltungsorientiert gilt. Dabei ist jedoch zu betonen, dass das Interesse an Unterhaltung ein Interesse für Information nicht ausschließt. So belegen die Nutzungsdaten von Nachrichtensendungen, politischen Magazinen und Talkshows das große Interesse der Zuschauer an Informationssendungen.¹²⁴ Ihren Informationsbedarf decken die

¹²⁴ Siehe hierzu u.a. Darschin/Gerhard 2004, Darschin/Gerhard 2003, Darschin/Kayser 2000, Darschin/Frank 1997, Darschin/Frank 1995, Darschin/Frank 1993, Darschin/Frank 1990, Zubayr/Gerhard 2006. Im Jahr 2006 ging das Interesse an politischen Informationssendungen jedoch leicht zurück. (Siehe hierzu Zubayr/Gerhard 2007)

meisten Zuschauer bei den öffentlich-rechtlichen Sendern: 2005 haben sich fast zwei Drittel der Zuschauer bevorzugt in den öffentlich-rechtlichen Programmen über aktuelle Ereignisse aus der Politik informiert (vgl. Reitze/Ridder 2006, S. 99).¹²⁵

4.4.2 Mehr Information gleich mehr Informiertheit? – Politische TV-Angebote und ihr Nutzen für die politische Bildung

Aufgrund seiner technischen Reichweite spricht das Fernsehen mit seinen Informationsangeboten nicht nur mehr – auch politisch weniger interessierte – Bürger an als andere Medien, durch die Expansion des Fernsehprogramms sind auch immer mehr (politische) Informationen in verschiedenen Komplexitätsgraden verfügbar geworden. Doch führte dieses Mehr an Informationen auch zu mehr Informiertheit bei der Bevölkerung und in Folge zu einer höheren politischen Bildung? Grundvoraussetzung dafür ist das politische Interesse.

Stellt man einen Zusammenhang zwischen politischem Interesse und Mediennutzung her, so ist zu konstatieren, dass politisch interessierte Nutzer eher die öffentlich-rechtlichen Programme nutzen, die politisch weniger Interessierten eher die privaten Fernsehsender.¹²⁶ Je stärker das politische Interesse ist, desto größer die Nutzung von öffentlich-rechtlichen Nachrichten, die Zahl der genutzten öffentlich-rechtlichen politischen Talkshows sowie Magazine.¹²⁷ Die Präferenz für Informationen aus öffentlich-rechtlichen Programmen ist also gekoppelt mit einem als hoch eingeschätzten politischen Interesse auf Seiten der Rezipienten: „Gut die Hälfte der Bevölkerung (55 %)

¹²⁵ Dieses Nutzungsverhalten deckt sich mit den Imageprofilen der beiden Fernsehantertypen. Öffentlich-rechtliche Fernsehprogramme werden von ihren Nutzern als sachlicher, glaubwürdiger, kompetenter, anspruchsvoller, informativer, kritischer und aktueller bewertet als Programme der Privatsender, welche wiederum als unterhaltsamer, vielseitiger und moderner empfunden werden, was vor allem beim jüngeren Publikum größere Sympathien hervorruft und das reale Einschaltverhalten bestimmt. (Siehe hierzu Reitze/Ridder 2006, S. 80-97) Unter den Rezipienten, die sich bevorzugt bei den Öffentlich-Rechtlichen informieren, dominieren die ab 50jährigen und die formal hoch Gebildeten. (Vgl. ebd., S. 100) Die Kompetenz des öffentlich-rechtlichen Fernsehens als Informationsvermittler und Meinungsbildungsfaktor sehen jedoch auch die Rezipienten, die das Privatfernsehen bevorzugen. (Siehe hierzu ebd., S.92-93)

¹²⁶ Eine regelrechte Vermeidungshaltung gegenüber politischer Information in audiovisuellen Medien ist auf einen kleinen Teil des Publikums beschränkt: auf das exklusive Stammespublikum von privaten Sendern. (Vgl. Marcinkowski 1998, S. 181)

¹²⁷ Siehe hierzu u.a. Darschin/Gerhard 2002 und Wiedemann 2002.

schätzt sich 2005 als politisch hoch interessiert ein. [...] 27 Prozent bezeichnen sich als etwas interessiert, nur 17 Prozent sagen, dass sie wenig oder gar nicht interessiert sind“ (ebd., S. 100-101). Diese Daten sind vor dem Hintergrund sinkender Wahlbeteiligung und Parteimitgliedschaften etc. jedoch mit Skepsis zu betrachten, und lassen sich vermutlich eher verstehen und erklären als Folgen der Faktoren ‚soziale Erwünschtheit‘ und ‚positives Selbstbild‘ anstatt als reales politisches Interesse. Andererseits nutzten die Zuschauer im Fünf-Jahres-Vergleich 1996 bis 2001 insgesamt immer häufiger Programmangebote aus dem Bereich Information/Infotainment. (Vgl. Gerhards/Klingler 2002, S.552)

In der Langzeitstudie Massenkommunikation wurden für die 2005er Welle erstmalig die Art des Politikinteresses und das Informationsverhalten differenzierter erfasst und zwei unterschiedliche (Politik-)Typen gebildet – die ‚aktiven Informationssucher‘ und die ‚Informationssucher bei Selbstbetroffenheit‘:

„Während sich die aktiven Informationssucher aus eigenem Antrieb regelmäßig über Politik auf dem Laufenden halten, sind die Informationssucher bei Selbstbetroffenheit nur dann an politischen Informationen interessiert, wenn sie von einem Thema persönlich betroffen sind.“ (Reitze/Ridder 2006, S. 101)

Die Studie ergab, dass einerseits die zwei Gruppen innerhalb der Bevölkerung ähnlich groß sind, andererseits die beiden Typen unterschiedliches Mediennutzungsverhalten und Präferenzen für verschiedene Programmanbieter aufweisen:

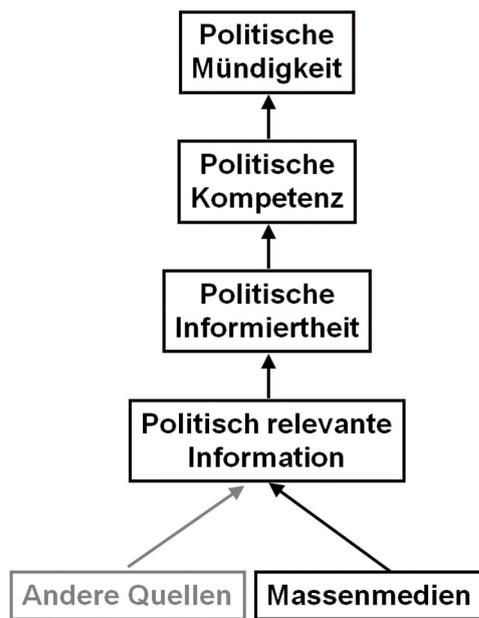
„Aktive Informationssucher machen 52 Prozent der Bevölkerung aus, die politisch Interessierten bei Selbstbetroffenheit 44 Prozent. Unter Menschen mit öffentlich-rechtlichem Lieblingsfernsehprogramm sind überdurchschnittlich viele aktive Informationssucher zu finden. Umgekehrt verhält es sich mit Befragten mit privaten Lieblingsfernsehprogramm: Von ihnen sagen überdurchschnittlich viele, dass sie sich vor allem dann für Politik interessieren, wenn sie selbst betroffen sind“ (ebd., S. 102).

Die aktiven Informationssucher bevorzugen die Tageszeitung zur Information,¹²⁸ die ‚Informationssucher bei Selbstbetroffenheit‘ das Fernsehen. Hinsichtlich der Einstellung zum öffentlich-rechtlichen Rundfunk unterscheiden sich die beiden Typen ebenfalls deutlich:

¹²⁸ Bei einem Vergleich der Nutzungsmotive verschiedener Medien zeigt sich, dass die Zeitung hauptsächlich als Informationsmedium genutzt wird, das Fernsehen dagegen als Medium zur Entspannung und als Spaß-Medium, aber auch als Informationsmedium. (Siehe hierzu Reitze/Ridder 2006, S. 70-75)

- (1) „Aktive Informationssucher bewerten die Leistungen des öffentlich-rechtlichen Rundfunks [...] überdurchschnittlich hoch. Bei den Informationssuchern bei Selbstbetroffenheit ist das Gegenteil der Fall.“ (ebd., S. 103)
- (2) „Informationen über aktuelle Ereignisse aus der Politik und dem öffentlichen Leben suchen die aktiven Informationssucher im Fernsehen und Hörfunk mehr als doppelt so häufig bei den öffentlich-rechtlichen Angeboten wie bei denen der Privaten. Die politisch Interessierten bei Selbstbetroffenheit informieren sich zwar ebenfalls mehrheitlich bei öffentlich-rechtlichen Programmen über politische Themen und Ereignisse, etwa 40 Prozent suchen solche Informationen aber auch bei den privaten Rundfunkangeboten“ (ebd., S. 105).
- (3) „Die Leistung des öffentlich-rechtlichen Rundfunks als Politikvermittler zeigt sich darin, dass die aktiven Informationssucher seltener finden, dass Politik zu kompliziert zum Verstehen sei, und häufiger angeben, dass ihnen die Medien helfen, Politik zu verstehen als der Durchschnitt der Bevölkerung und insbesondere als die, die sich für politische Informationen nur dann interessieren, wenn sie ein Thema persönlich betrifft.“ (ebd., S. 195)

Abb. 6: Von den Massenmedien zur politischen Mündigkeit.



Quelle: Eigene Darstellung.

d.h. er kann politische Prozesse verstehen und ist wohlinformiert. Wichtigste Voraussetzung der Informiertheit ist die Verfügbarkeit von politisch relevanter Information. Wichtigste Quellen für politisch relevante Information sind die Massenmedien.“ (Schulz 2000, S. 227)

Entsprechend den Ergebnissen der Langzeitstudie scheinen politische TV-Angebote – vor allem öffentlich-rechtliche¹²⁹ – auf Interesse bei Informationssuchenden zu stoßen und für ihr politisches Verstehen funktional zu sein. Doch inwieweit ist ein Zusammenhang zwischen der politischen Mündigkeit der Bürger, der politischen Bildung und den Massenmedien herstellbar?

Schulz betont in diesem Zusammenhang: (siehe Abb. 6)

„Wichtigste Eigenschaft des mündigen Bürgers ist die politische Kompetenz,

Dieser scheinbar einfache Prozess ist jedoch empirisch schwer zu belegen, u.a. aufgrund der Vielzahl intervenierender Variablen. Darüber hinaus ist fraglich, inwieweit

¹²⁹ Die durchweg positiven Daten und positive Beurteilung des öffentlich-rechtlichen Programms in der Langzeitstudie lassen sich möglicherweise bis zu einem gewissen Grad auch durch die Tatsache erklären, dass die Daten im Auftrag der öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten erhoben werden.

die reine Verfügbarkeit politisch relevanter Informationen bereits zur Informiertheit führt bzw. ob man von einer größeren Quantität politisch relevanter Informationen direkt auf eine höhere Qualität politischer Informiertheit schließen kann.

Für Deutschland gibt es keine Langzeitdaten zum politischen Wissen der Bevölkerung. Daher lässt sich auch über Medieneinflüsse auf dieses Wissen nur spekulieren. Schulz geht davon aus,

„dass der neuere Medienwandel [...] dem Verhältnis der Bürger zur Politik nicht förderlich war. Die Medienexpansion kann zu Informationsüberlastungen und Desorientierung geführt haben, weil es immer schwieriger geworden ist, in der Fülle der Angebote das wirklich Wichtige und Nützliche zu erkennen. Zudem haben viele Informationsangebote nicht die Qualität, die zur Verbesserung der politischen Informiertheit der Bürger dienlich wäre. Der Medienwandel hat zu einer allgemeinen Boulevardisierung der politischen Information geführt.“ (Vgl. ebd., S. 234)

Schulz fasst diverse Untersuchungsergebnisse plakativ zusammen:

„Viel Zeitunglesen fördert die politische Kompetenz und eine positive Einstellung zur Politik. Aber viel Fernsehen macht kaum mündiger, sondern eher politikverdrossen. Intensive Nutzung von Informationen im Fernsehen kultiviert ein negatives Politikbild, und zwar am ehesten bei politisch kompetenten Bürgern. Auf der anderen Seite scheint sich intensives Zeitunglesen eher positiv auf das Politikbild auszuwirken, und zwar auch bei politisch weniger Kompetenten.“ (ebd., S. 227).

Diesen Thesen entgegen steht das Nutzungsverhalten der Bürger: Während Nutzungshäufigkeit und -dauer beim Fernsehen nahezu konstant bleibt, geht beides beim Zeitunglesen deutlich zurück. (Vgl. Gerhads/Klingler 2006, S. 78) Schulz schränkt ein:

„Auf der anderen Seite kann man dem Fernsehen aber auch nicht jeden Einfluss auf die politische Kompetenz der Bürger absprechen. Es kommt [...] auf die Art der Nutzung des Mediums an. Wenn intensiv die Informationsangebote im Fernsehen und dabei die Vielfalt des Angebots genutzt werden, trägt Fernsehen zur politischen Kompetenz bei, wenn auch gegenüber anderen Medien nur im geringem Maß.“ (Schulz 2000, S. 238)

Auch Habermas (2007) geht davon aus, dass durch die Mediennutzung politischer Programme ein Lernprozess in Gang gebracht werden kann, jedoch ein „Lernprozess mit unbestimmtem Ausgang“ (Habermas 2007).

Zu konstatieren ist, dass die Quantität der Informationsangebote im Fernsehen und ihre Nutzung noch keine Bildungsprozesse garantieren. Zum einen sind Massenmedien in ihrer heutigen Ausprägung nicht von vornherein in der Lage, Wissensunterschiede in den verschiedenen sozialstrukturellen Segmenten der Gesellschaft ausgleichen, (vgl. Bonfadelli 1981, S. 376) zum anderen kann ein einfacher linearer Zusammenhang

zwischen der Nutzung politischer Berichterstattung und politischer Informiertheit, politischen Einstellungen und Verhalten nach heutigem Stand der Wissenschaft nicht hergestellt werden.¹³⁰ Es scheint viel eher ein sehr komplexes Verhältnis zwischen Rundfunknutzung und politischem Verhalten zu bestehen, (vgl. Marcinkowski 1998, S. 182) welches auch bestimmt wird durch eine Reihe medienexterner Faktoren, durch sozialstrukturelle Merkmale wie Alter und Bildungsniveau,¹³¹ aber auch vom politischen Interesse selbst. So scheint es für Effekte auf das politische Wissen und Verhalten darauf anzukommen, wer welche Art von Programmen wie häufig nutzt. Kapitel 5.6 wird sich mit dem Publikum politischer Talkshows und seinen Charakteristika näher beschäftigen, um später analysieren zu können, für welche Rezipienten politische Talkshows Bildungsaufgaben übernehmen können.

Während zu Zeiten des öffentlich-rechtlichen Monopols die Sender noch bis zu einem gewissen Grade bestimmen konnten, was gesehen wurde, sind die Zuschauer durch die enorme Programmausweitung in die Lage versetzt worden, ihre ‚wahren‘ Bedürfnisse relativ ungehindert auszuleben, (vgl. ebd., S. 182) und diese entsprechen nicht zwingend denen eines mündigen, politische Informationen suchenden und nutzenden Bürgers in der Idealvorstellung.

Politische Talkshows haben sich mit der Programmexpansion zu einem beim Publikum – gemessen an Einschaltquoten – erfolgreichen Format entwickelt. Im vorliegenden Forschungszusammenhang ergibt sich aus diesem Erfolg die Frage, welchen (politischen) Rezipientenbedürfnissen und -interessen politische Talkshows entsprechen bzw., da es sich hier nicht um eine Rezipientenstudie handelt, sondern das Programmangebot im Zentrum des Forschungsinteresses steht, welche Auswirkungen Rezipien-

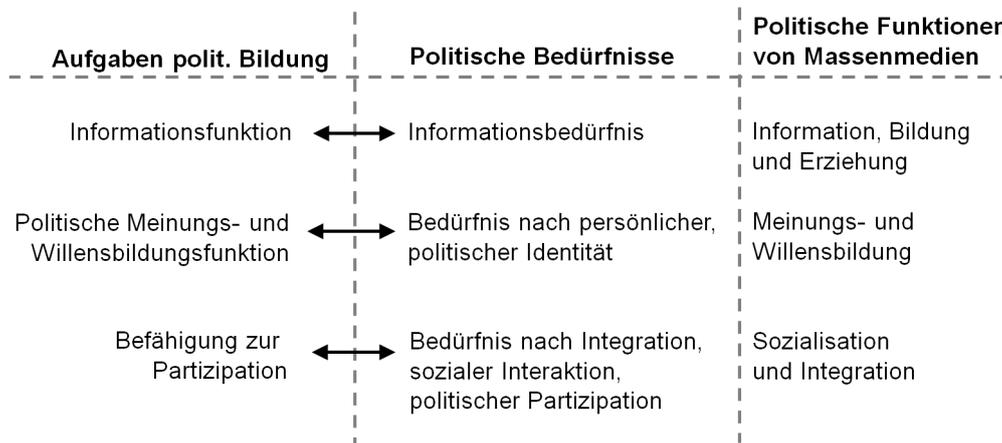
¹³⁰ Aus Wissenschaftsperspektive kann die Rezeption noch als ‚black box‘ gesehen werden, in der „die interaktiven Wirkungsmechanismen zwischen der medialen Präsentation und den kommunikativen Strategien zur Informationsselektion und -organisation der Zuschauer [...] verborgen bleiben“ (Hamm/Koller 1992, S. 224).

¹³¹ Eine höhere Schulbildung ist jedoch nicht zwingende Voraussetzung für die Informationssuche von Rezipienten und einen überdurchschnittlichen Informationsgewinn: „Vielmehr scheinen die Motivationen der Zuschauer bei der Informationssuche und ihre kognitiven Strategien der Informationsverarbeitung dabei eine entscheidende Rolle zu spielen.“ (ebd., S. 234) Außerdem kann das Interesse Bildungsunterschiede ausgleichen, jedoch nur „sofern die formal weniger gebildeten Zuschauer ein stärkeres Interesse an einem Thema entwickeln als die gebildeten Publikumssegmente.“ (ebd., S. 237)

tenbedürfnisse und -interessen, analytisch betrachtet, auf die Konzepte politischer Talkshows haben.

Für die Beantwortung dieser Frage wurden aus McQuails differenziertem, aber allgemein gehaltenem Bedürfniskatalog spezifische politische Bedürfnisse abgeleitet, die sich weniger an idealtypischen Vorstellungen als an der Realität orientieren. (Siehe Anhang, S. 245-248) Sie beziehen sich jedoch sowohl auf die Aufgaben politischer Bildung als auch die politischen Funktionen der Massenmedien, welche sich wiederum aufgrund des ihnen zugrunde liegende Demokratie-Verständnisses entsprechen. (Siehe Abb. 7)

Abb. 7: Aufgaben politischer Bildung, politische Bedürfnisse und politische Funktionen - Analogien.



Quelle: Eigene Darstellung.

Für eine Rezipientenstudie bieten die formulierten, teilweise aufeinander aufbauenden politischen Bedürfnisse vielfältige Aspekte für die Analyse potentieller und tatsächlicher Funktionen politischer Talkshows für ihre Zuschauer. Im vorliegenden Kontext wird der Bedürfniskatalog jedoch dazu dienen, die Orientierung des Genres „politische Talkshow“ am Zuschauer und seinen Interessen näher zu analysieren (siehe Kapitel 5.7), um anschließend zu fragen, welche Auswirkungen diese Orientierung auf politische Talkshows als ein (potentielles) Medium politischer Bildung hat.

Für die vorliegende Studie ergeben sich aus den bisherigen Analysen folgende Forschungsfragen:

- (1) Wie optimieren die Programmverantwortlichen ausgehend von (politischen) Rezipientenbedürfnissen ihre politischen Talkshows in Inhalt und Form, um – gemessen an den Einschaltquoten – erfolgreich zu sein?
- (2) Inwiefern sind politische Talkshows für politische Bildung geeignet, d.h.
 - (a) Welche Funktionen und Aufgaben politischer Bildung greifen politische Talkshows auf und wie setzen sie diese um?
 - (b) Auf welchem Niveau erfüllen politische Talkshows diese Funktionen und Aufgaben politischer Bildung?

Für die Beantwortung dieser Fragen ist im folgenden Kapitel eine Analyse des Genres „politische Talkshows“, seiner Charakteristika und aktueller Sendungskonzepte notwendig; Antworten auf die dritte Frage werden darüber hinaus in Kapitel 6 durch eine Fallanalyse gefunden.

5 Die politische Talkshow – Ein Programmformat und seine Charakteristika

Während die Pioniere der deutschen Talkshowszenen, Dietmar Schönherr, Werner Höfer und Hansjürgen Rosenbauer, sehr skeptisch waren hinsichtlich der Erfolgsaussichten von Talkshows in Deutschland,¹³² entwickelte sich diese Art von Fernsehsendungen vor allem seit Mitte der 1980er Jahre zu einem so attraktiven Programmformat, dass sich 1998 die Zahl der Talkshows in deutschen Fernsehprogrammen auf 65 unterschiedliche Formate belief. (Vgl. Eimeren/Gerhard 1998, S. 602) Dazu gehörten Diskussionen über politische Themen ebenso wie Sendungen, in denen ‚normale‘ Menschen aus ihrem (Intim-)Leben und von ihren Problemen erzählten, oder Formate, in denen Prominente über ihr Leben und ihre Arbeit sprachen.

Mit Blick auf das aktuelle Fernsehprogramm stellt sich die Frage, welche der zahlreichen Gesprächssendungen im deutschen Fernsehen sich als politische Talkshow bezeichnen lassen und welche nicht. Wie groß muss der Anteil politischer Themen an einer Gesprächssendung sein, um aus ihr eine politische zu machen? Ist es bereits eine politische Talkshow, wenn ein Politiker zu Gast ist und mit dem Moderator über seine politischen Positionen spricht? Oder gehört eine Gesprächssendung erst dann zu dem Genre „politische Talkshow“, wenn verschiedene Menschen mit unterschiedlichen Standpunkten über ein politisches Thema reden?

Zum Fernsehgenre „Talkshow“, seinen diversen Subgenres und Merkmalen existieren viele verschiedene Definitionen, die häufig parallel zu den aktuell im Fernsehen laufenden Sendungen entwickelt wurden.¹³³ Auch für die vorliegende Arbeit soll eine möglichst aktuelle Definition des Genres „politische Talkshow“ gefunden werden, die sich an den tatsächlichen, zur Zeit ausgestrahlten Formaten im deutschen Fernsehen orientiert. Für die Operationalisierung der Forschungsfrage ist es nötig, zu eruieren, was überhaupt eine politische Talkshow ist, welche Merkmale sie medienspezifisch charakterisieren und welche politikspezifischen Aspekte das Epitheton „politische“ rechtfertigen, um abschließend beurteilen zu können, ob dieses Fernsehformat – aus-

¹³² Siehe hierzu Barloewen/Brandenberg 1975.

¹³³ Zur internationalen wie nationalen Geschichte des Genres „Talkshow“ siehe u.a. Kalverkämper 1990, Tenscher/Schicha 2002, Schultz 2006, Steinbrecher/Weiske 1992.

gehend von seinen Charakteristika – überhaupt politische Bildungsfunktionen übernehmen kann.

Für Jürgen Habermas ist das öffentliche Raisonement, die öffentliche Kommunikation, maßgeblich für eine politisch fungierende Öffentlichkeit. In diesem Kapitel wird untersucht, wie Kommunikation in politischen Talkshows stattfindet, inwiefern sie sich von Habermas' Idealvorstellung unterscheidet, und welche Konsequenzen das für den politischen Diskurs hat. In diesem Zusammenhang wird die von Tanjev Schultz erstellte Studie „Geschwätz oder Diskurs? Die Rationalität politischer Talkshows im Fernsehen“ (2006) bzw. ihre Kernthesen und empirischen Ergebnisse hinsichtlich ihrer Bedeutung für das Thema der vorliegenden Arbeit analysiert.

Für die notwendige Eingrenzung des Untersuchungsmaterials, die Ermittlung von Kriterien für die Auswahl und Analyse der Fallbeispiele werden die Sendungskonzepte der drei im letzten Jahrzehnt erfolgreichsten politischen Talkshows vorgestellt sowie ihre aktuelle Gäste- und Themenstruktur analysiert. Schließlich werden Ergebnisse empirischer Studien über die Rezipienten politischer Talkshows zusammengefasst sowie Faktoren, welche die Rezeption bestimmen, diskutiert, bevor analytisch betrachtet wird, wie die Programmacher ihre Angebote aufgrund der angenommenen Zuschauerinteressen und -bedürfnisse optimieren.

5.1 Talkshow, Talk-Show oder Talk Show?

1973 ging mit „Je später der Abend“ (West 3) die erste Talkshow im deutschen Fernsehen auf Sendung.¹³⁴ Die Programmacher waren selber unsicher über das neue

¹³⁴ Je nach Definition sind sich Wissenschaftler uneins, welche Sendung als erste Talkshow im deutschen Fernsehen gilt: „Je später der Abend“ (vgl. Eimeren/Gerhard 1998, S. 601) oder der „Internationale Frühschoppen“ (ARD) mit Werner Höfer, der 1953 das erste Mal ausgestrahlt wurde (vgl. Tenschler/Nieland 2002, S. 328). Im vorliegenden Zusammenhang wird „Je später der Abend“ als erste Talkshow im deutschen Fernsehen betrachtet. Der „Internationale Frühschoppen“ kann lediglich als Vorläufer gesehen werden, denn seine Charakteristika entsprechen nicht der zugrunde liegenden Definition des Subgenres „politische Talkshow“ (siehe Kap. 5.2). Die Sendung war jedoch eine politische Diskussionssendung, die eine wichtige Rolle bei der Etablierung politischer Gesprächssendungen im deutschen Fernsehen gespielt hat, denn der „Internationale Frühschoppen“ war eine Institution im deutschen Fernsehen und lief bis 1987 sonntags mittags in der ARD. Als Nachfolge-Sendung wurde der „Presseclub“ konzipiert, der unmittelbar nach Einstellung des „Internationalen Frühschoppens“ zum ersten Mal ausgestrahlt wurde und bis heute gesendet wird.

Format. Moderator Dietmar Schönherr leitete eine nicht ausgestrahlte Probesendung mit den Worten ein: „Wir machen heute eine so genannte Talkshow. Was sie ist, das wissen Sie nicht – und wir auch nicht so genau.“ (zitiert nach Domke 2003)

Die Schwierigkeit auf Seiten der Fernsehmacher zu benennen, was eine Talkshow überhaupt ist – eine Schwierigkeit, die, wie ein Blick in diverse Programmankündigungen zeigt, bis heute besteht –, spiegelte sich im Laufe der Jahrzehnte in Problemen von Wissenschaftlern unterschiedlicher Fachdisziplinen, einheitliche Begriffe, Definitionen und Merkmale für das Format zu finden.¹³⁵ Nahezu jeder Wissenschaftler, der sich mit dem Thema „Talkshow“ beschäftigt, schreibt den Begriff nicht nur anders – es existieren die Schreibweisen „Talkshow“, „Talk-Show“ oder „Talk Show“ –, sondern definiert das Genre auch anders.

In den meisten Definitionen werden jedoch die Merkmale ‚Seriencharakter‘, d.h. die periodische Wiederkehr im Fernsehprogramm, und die ‚besondere Rolle des Moderators‘ als konstitutiv für Talkshows erachtet. Über die möglichen Inhalte einer Talkshow besteht keine Einigkeit. Während laut einer frühen Definition von Barloewen/Brandenburg (1975(b)) die Person im Mittelpunkt steht und nicht bestimmte Themen, betonen die meisten späteren Definitionen, dass in Talkshows über (mehrere) beliebige Themen gesprochen werden kann, die sich auch auf Personen beziehen können. Für die späteren Definitionen sind ebenfalls wichtig: die Teilnehmerzahl, die sowohl beim Moderator als auch bei den Gästen von einem Teilnehmer bis zu mehreren reichen kann, sowie die Anwesenheit eines Studiopublikums.

Für eine allgemeine Definition des Genres „Talkshow“ lässt sich aufgrund der genannten Merkmale am ehesten die relativ weitgefasste Definition von Tenscher/Schicha (2002) heranziehen. Sie schlagen – auch aufgrund der Fülle an unterschiedlichen Subgenres – vor,

„Talkshow am besten zu definieren als eine Gesprächssendung, in der einer oder mehrere Moderatoren sich mit einem oder mehreren Gästen mit oder ohne Studiopublikum über ein beliebiges Thema unterhalten. Konstitutiv und die Kommunikationsmodi der Talkshow prägend ist zudem das prinzipielle Vorhandensein eines sich parasozial am Gespräch beteiligenden Fernsehpublikums.“ (Schicha/Tenscher 2002, S.10)

¹³⁵ Siehe u.a. Barloewen/Brandenburg 1975(b), Höfer 1975, Kalverkämper 1990, Krüger 1998(b), Plake 1999, Schicha/Tenscher 2002, Schultz 2006, Steinbrecher/Weiske 1992.

Das existierende heterogene Verständnis des Genres „Talkshow“ setzt sich fort bei dessen Differenzierung in bestimmte Subgenres.¹³⁶ In den 1980er und 1990er Jahren führte die Dualisierung des Rundfunksystems zu einer Ausdifferenzierung und quantitativen Ausweitung des Sendungsformats „Talkshow“. Auf diese Weise konnten an unterschiedlichen Sendeplätzen mit den vermeintlich verschiedenen Formaten unterschiedliche Zielgruppen erreicht werden.

Bezeichnungen und Definitionen der verschiedenen Subgenres differieren von Sender zu Sender, von Wissenschaftler zu Wissenschaftler. Bei der Klassifizierung der Subgenres werden verschiedene Kategorien zur Hilfe genommen: die Sendeplatzierung, die Schwerpunktsetzung des Gesprächs (d.h. findet ein themen- oder ein personenzentriertes Gespräch statt), der Themenschwerpunkt, die Anzahl der beteiligten Gesprächsteilnehmer und ihre Zuordnung zu einer gesellschaftlichen Gruppe (z.B. Politiker, Journalist, Wissenschaftler), der Anspruch der Sendung (d.h. ist die Sendung unterhaltungs- oder informationsorientiert), die (mediale) Inszenierung der Sendung/des Gesprächs und das Ziel dieser Inszenierung. So gab und gibt es u.a. Late-Night-Talkshows, Prominenten-Talkshows, Sport-Talkshows und politische Talkshows.

Obwohl politische Talkshows von allen Talkshowgattungen die höchsten Einschaltquoten erreichen,¹³⁷ wird in vielen allgemeinen Definitionen und Klassifizierungen des Genres „Talkshow“ das Subgenre „politische Talkshow“ nicht explizit aufgegriffen: Es findet sich höchstens wieder in Bezeichnungen wie „Debattenshow/Forum“ (Plake 1999) und „Politikorientierte Talkshow“ (Krüger 1998(b)). Anhand der Literatur zeigt sich vielmehr, dass politische Gesprächssendungen im Fernsehen, ihre Merkmale und verschiedenen Formate – zu denen auch die politische Talkshow zählt –, ein eigener Forschungsbereich sind.

5.2 Interview, Diskussion oder Talk?

Im Laufe der Jahre haben sich die verschiedensten Formen von politischen Gesprächssendungen im Fernsehen entwickelt. Eine Programmanalyse für das Jahr 1998 (Nie-

¹³⁶ Siehe u.a. Eimeren/Gerhard 1998, Krüger 1998(b), Plake 1999, Steinbrecher/Weiske 1992.

¹³⁷ Siehe hierzu Eimeren/Gerhard 1998, S. 604.

land/Tenscher 2002) ermittelte 1788 politische Gesprächssendungen¹³⁸ (einschließlich Wiederholungen) auf 16 Fernsehsendern.¹³⁹ (Vgl. ebd., S. 332) Die in der Literatur am häufigsten zu findende Unterscheidung bei politischen Gesprächssendungen ist die in politische Interviewsendung, politische Diskussionssendung und politische Talkshow.¹⁴⁰

Bei politischen Diskussionssendungen handelt es sich, „um in der Regel live gesendete, von Moderatoren geleitete, meist auf aktuelle politische Themen begrenzte Gesprächsrunden von Politikern, Journalisten und/oder 'Experten'“ (Tenscher 1998, S. 199). Politische Diskussions- und Interviewsendungen finden in der Regel

„ohne Studiopublikum statt und sind thematisch auf politische Themen begrenzt. Als Moderatoren fungieren gewöhnlicherweise etablierte und prominente Fernsehjournalisten bzw. Politikkorrespondenten. Als Gäste werden ausschließlich Akteure des politischen oder politiknahen Bereiches eingeladen.“ (Tenscher 2002, S. 62)

Der charakteristische Unterschied zwischen Interviewsendungen und politischen Fernsehdiskussionen liegt in der Teilnehmerzahl und der Gesprächsanordnung, denn ein Merkmal politischer Interviewsendungen ist das starre „Frage-Antwort-Ritual zwischen in der Regel jeweils einem journalistischen und einem politischen Kommunikator“ (Tenscher 1998, S. 200).

Für die vorliegende Arbeit wurde die politische Talkshow als relevantes Format ausgewählt, da sie in der Regel höhere Einschaltquoten hat als die beiden anderen Gesprächssendungen, und daher auch für die politische Bildung von besonderer Bedeu-

¹³⁸ Zu politischen Gesprächssendungen zählten in dieser Analyse politische Diskussions- und Interviewsendungen sowie politische Talkshows. (Vgl. Nieland/Tenscher 2002, S. 331) Die zugrundeliegenden Definitionen von Nieland/Tenscher sind teilweise schwierig nachzuvollziehen, da die Begriffe Talkshow und Gesprächssendung synonymisch und als Oberbegriffe gebraucht werden. (Vgl. ebd., S. 322, Fußnote 8) Außerdem benutzen Nieland/Tenscher in verschiedenen Aufsätzen entweder „politische Talkshow“ als Begriff für ein Genre, das dann in verschiedene Subgenres differenziert wird, oder benennen „politische Talkshow“ selbst als Subgenre politischer Gesprächssendungen. (Siehe Tenscher 1999(b), S. 318, oder Nieland/Tenscher 2002, S. 331). Für die vorliegende Arbeit wird der Begriff „politische Gesprächssendung“ als Oberbegriff verwendet.

¹³⁹ 23 Prozent der politischen Gesprächssendungen wurden 1998 allein auf dem Nachrichten- und Informationssender n-tv ausgestrahlt; 71 Prozent von den öffentlich-rechtlichen Sendern angeboten; die dritten Programme hatten daran den größten Anteil. (Vgl. Nieland/Tenscher 2002, S. 331-333).

¹⁴⁰ Schicha (2002(a)) nahm eine Typologisierung von Gesprächssendungen vor, die sich nicht auf die Formatformen, sondern auf die inhaltliche Ausgestaltung der Gesprächsführung bezieht, und differenzierte zwischen dem konfrontativen Gespräch, dem kooperativen Gespräch und dem gemäßigten Streitgespräch.

tung sein könnte. In Abgrenzung von politischen Diskussions- und Interviewsendungen sind „politische Talkshows“ gekennzeichnet

„(1) durch die Vermischung sachlich-rationaler und emotional-unterhaltsamer Auseinandersetzungen über aktuelle politische und gesellschaftliche Themen, (2) eine heterogene Teilnehmerstruktur, die neben politischen und journalistischen Kommunikatoren auch Prominente, ‚Experten‘, ‚Normalbürger‘ und ‚Exoten‘ umfasst, (3) die periodisch wiederkehrende (zumeist wöchentliche) Live-Ausstrahlung von einem als Markenzeichen dienenden Produktionsort, (4) die Anwesenheit eines Saal- bzw. Studiopublikums sowie (5) die Schlüsselposition eines imagegenerierenden, identitätsstiftenden und publikumsbindenden Moderators“ (Tenscher 2002, S. 63).

Die aufgeführten Definitionen und Abgrenzungen der verschiedenen politischen Gesprächssendungsformen verdeutlichen, dass sowohl formale als auch inhaltliche Merkmale bei einer aktuellen Begriffsbestimmung „politische Talkshow“ berücksichtigt werden müssen.

Als formales Merkmal ist die Teilnehmerzahl von Bedeutung, um eine Sendung als Interviewsendung auf der einen oder Diskussionssendung und politische Talkshow auf der anderen Seite zu klassifizieren. Für die Differenzierung zwischen politischer Interview- und Diskussionssendung einerseits und politischer Talkshow andererseits spielen dann die inhaltlichen Merkmale, Teilnehmerstruktur, Bedeutung der vorgebrachten Argumente im Vergleich zu ihrer Inszenierung und die Zielsetzung der Sendung, d.h. Unterhaltung oder Information, eine wichtige Rolle. Dementsprechend lassen sich die drei Formen politischer Gesprächssendungen, wie folgt, differenzieren:¹⁴¹

(1) Unter politischen Interviewsendungen sind Einzelgespräche ohne Studiopublikum zu verstehen, in denen sachorientierte Fragen und sachliche Argumente wichtiger sind als die Inszenierung des Gesprächs und seiner Teilnehmer.¹⁴² Die Betonung in Interviewsendungen liegt auf der Information des Zuschauers. Bei einer von mir vorgenommenen Analyse des Fernsehprogramms im Mai/Juni 2007 mittels der

¹⁴¹ Außeracht gelassen wurden dabei sogenannte Bürgersendungen, d.h. Sendungen, die als Beschwerdeforum/Meinungsforum der Bürger dienen, in denen Bürger im Studio oder am Veranstaltungsort bzw. Fernsehzuschauer am Telefon, per Fax oder E-Mail mit ihren direkten Fragen den Ablauf der Sendung und ihre Inhalte maßgeblich bestimmen. Nach politischen Talkshows macht dieser Sendetyp zurzeit die zweitgrößte Gruppe politischer Gesprächssendungen im deutschen Fernsehen aus. (Siehe Tab. 23, S. 249)

¹⁴² Auch eine Sendung mit zwei Gästen und einem Moderator kann daher unter Umständen als politische Interviewsendung beurteilt werden, solange die Diskussion unter den Gästen hinter die Befragung durch den Moderator zurücktritt. (Vgl. Nieland/Tenscher 2002, S. 347).

Webseiten der Fernsehsender wurden drei Sendereihen diesem Subgenre zugeordnet. (Siehe Anhang, S. 249, Tab. 23)

- (2) Im Gegensatz zu Interviewsendungen sind politische Diskussionssendungen Mehrpersonengespräche, die ausschließlich mit Politikern, Experten und Journalisten stattfinden. Aber wie Interviewsendungen finden auch sie ohne Studiopublikum statt, die ausgetauschten Argumente sind wichtiger als die Inszenierung und die Betonung liegt eher auf der Information, als auf der Unterhaltung der Zuschauer. Im Mai/Juni 2007 konnten vier politische Diskussionssendungen im aktuellen Fernsehprogramm gefunden werden. (Siehe Anhang, S. 249, Tab. 23)
- (3) Wie die politische Diskussionssendung ist auch die politische Talkshow ein Mehrpersonengespräch. Aber anders als in Diskussionssendungen nehmen an politischen Talkshows neben politischen und journalistischen Kommunikatoren sowie Experten auch ‚Normalbürger‘ und/oder Prominente (d.h. bekannte Personen aus dem Showbusiness) teil.¹⁴³ Im Gegensatz zum politischen Interview und wie bei der Diskussionssendung steht die Diskussion zwischen den teilnehmenden Gästen und dem Moderator im Mittelpunkt des Interesses, nicht die Befragung Einzelner durch den Moderator. Eine direkte Konfrontation zwischen Gästen unterschiedlicher Positionen ist erwünscht, komplexe Themen werden auf diese Weise durch Antithesen dargestellt. Im Gegensatz zu politischen Interview- und Diskussionssendungen finden politische Talkshows mit Studiopublikum statt und bei ihnen liegt – so das allgemeine Verständnis – die Betonung stärker auf der Unterhaltung als auf der Information der Zuschauer. (Siehe hierzu Kap. 5.3.2.1) Dementsprechend werden Argumente in politischen Talkshows für weniger wichtig erachtet als deren (unterhaltsame) Inszenierung, d.h. in politischen Talkshows ist die Form – im Vergleich zu Diskussionssendungen und Interviewsendungen – wichtiger als der Inhalt.¹⁴⁴ Der Moderator ist bei politischen Talkshows von besonderer Bedeu-

¹⁴³ In politischen Talkshows kann es vereinzelt aber auch Sendungen ohne Beteiligung von Politikern oder ohne ein explizit politisches Thema geben.

¹⁴⁴ Diese allgemeine Sichtweise von Wissenschaftlern entspricht jedoch nicht unbedingt der Perspektive der ‚Talkshowmacher‘, siehe hierzu Kapitel 5.5.

tung, da dieser mit seiner Person für die Identität der Sendung steht.¹⁴⁵ Inhaltlich behandeln politische Talkshows aktuelle politische Themen meistens aus nationaler oder regionaler Perspektive – je nach Verbreitungsgebiet – und anhand eines konkreten Anlasses. Bei der Programmanalyse für Mai/Juni 2007 wurden 22 Sendereihen dem Genre „politische Talkshow“ zugeordnet. Während politische Interview- und Diskussionssendungen ausschließlich von öffentlich-rechtlichen Sendern ausgestrahlt werden, werden politische Talkshows neben den öffentlich-rechtlichen Sendern – hauptsächlich den Dritten Programmen – auch von den Nachrichtensendern n-tv und N24 gesendet. (Siehe Anhang, S. 249, Tab. 23)

5.3 Politische Relevanz – Relevanz von Politik

Durch ihr Epitheton „politisch“ grenzen sich politische Talkshows von anderen Talkshows ab. Vor dem Hintergrund immer wiederkehrender Kritik an diesem Programmformat,¹⁴⁶ ist jedoch zu diskutieren, inwieweit das Epitheton „politisch“ bei der Genrebezeichnung überhaupt gerechtfertigt ist, d.h. inwieweit Politik, ihre Inhalte, Strukturen und Prozesse Relevanz besitzen für politische Talkshows. Darüber hinaus ist zu fragen, inwieweit politischen TV-Talkshows selbst politische Relevanz zugesprochen werden kann.

Politische Talkshows sind ein wichtiges Forum für die politische Kommunikation, d.h. für die Politikvermittlung politischer Akteure, geworden und somit ein wichtiges Medium für die Begründungspflicht und Legitimation von Politik. Sie sind potentiell jedem Bürger zugänglich, nicht nur als Zuschauer, sondern auch als Teilnehmer (zumindest via Telefonanruf, Fax oder Internet). Andererseits spiegeln politische Talkshows politische Hierarchien wider, indem hauptsächlich Spitzenpolitiker auftreten.¹⁴⁷ Politische Talkshows können die politische Macht der auftretenden politischen Akteure

¹⁴⁵ In diesem Sinne ist auch die Umbenennung der Sendung „Berlin Mitte“ in „Maybrit Illner“ am 15. März 2007 zu werten.

¹⁴⁶ Siehe hierzu Schultz 2006, S. 23-127.

¹⁴⁷ Viele wirklich mächtige Persönlichkeiten tauchen in Talkshows jedoch nicht auf: So sind Einfluss und Macht der Ministerialbürokratie in Deutschland nicht zu unterschätzen; an politischen Talkshows nehmen aber hauptsächlich prominente Spitzenpolitiker teil, so dass ein falscher Eindruck entsteht, wer die Machtelite in Deutschland ist. (Vgl. Plake 1999, S. 65)

stärken¹⁴⁸ sowie selber durch Gästestruktur und Themenauswahl politische Macht in Form von Agenda Setting ausüben.

Politische Relevanz erhalten politische Talkshows auch dadurch, dass die Darstellung von politischen Konflikten, von konträren Positionen politischer Akteure, eines ihrer grundlegenden Strukturmerkmale ist. Sie bringen politische Akteure mit Betroffenen zusammen und/oder konfrontieren politische Akteure mit den Problemen und Meinungen Betroffener. Politische Talkshows stellen somit zu gesellschaftlich relevanten Themen verschiedene Positionen und Meinungen, für gesellschaftlich relevante Probleme verschiedene Lösungen vor und entsprechen auf diese Weise der öffentlichen Aufgabe von Medien, öffentliche Meinung widerzuspiegeln sowie ein öffentliches Forum für konkurrierende Interessen zu sein. Sie können an der demokratischen Willensbildung mitwirken, wenn durch das Zusammenspiel der eigenen Meinung der Zuschauer mit den durch die Talkshow vorgesetzten Meinungen ein Prozess der politischen Urteilsbildung angestoßen wird. (Vgl. Kuhn 2004, S. 141)

Die Relevanz von Politik für politische Talkshows kann ausgehend von den drei Dimensionen der Politik (polity, policy und politics) verdeutlicht werden. Die inhaltliche Dimension von Politik – policy – bestimmt den Inhalt, die Themen von politischen Talkshows (ebenso wie von der institutionalisierten politischen Bildung). Polity als institutionelle Dimension bietet nicht nur einen Handlungsrahmen für Politik, sondern auch für die Medien (Artikel 5 Grundgesetz, Landesrundfunkgesetze etc.). Darüber hinaus liefert polity Themen für politische Talkshows. Wie die institutionalisierte politische Bildung sind politische Talkshows außerdem Teil der prozessualen Dimension politics, da sie politische Interessen- und Zielkonflikte vermitteln,¹⁴⁹ an der politischen

¹⁴⁸ Für Politiker ist Medienpräsenz und vor allem Talkshowpräsenz wichtig für ihre Popularitätsgenerierung. (Vgl. Dörner 2001, S. 146-147) Die Talkshow ist eine Austragungsstätte für den Kampf um Macht und Einfluss und daher „für die Macht- und Einflussreichen ein Ort der Bewährung.“ (Plake 1999, 103).

¹⁴⁹ Für politische Bildung wie politische TV-Talkshows ist der Konflikt ein zentrales Element. Politische Bildung soll deutlich machen, dass politische Konflikte notwendig sind. Das Konzept politischer TV-Talkshows basiert auf der Präsentation von Konflikten, ob dadurch aber beim Rezipienten Verständnis für die Notwendigkeit von Konflikten erreicht werden kann, erscheint fraglich: Das Präsentieren von Konflikten kann auch die Politikverdrossenheit der Bürger erhöhen.

Meinungs- und Willensbildung teilhaben und auf ihre Weise dazu beitragen können, den notwendigen gesellschaftlichen Konsens für politische Aktivitäten zu erreichen.

Kuhn betont jedoch eine begrenzte inhaltliche Berücksichtigung der drei politischen Dimensionen in politischen Talkshows:

„weder die Polity-Dimension noch die Politics-Dimension stehen im Vordergrund, lediglich die Policy, also ein Politikfeld, wird kontrovers diskutiert. Legt man das Modell des Politikzyklus zugrunde, so werden in der Talkshow (unterschiedliche) Problemdefinitionen vorgeführt, ebenso die konflikthafte Auseinandersetzung um ein umstrittenes politisches Problem. Hieran werden Interessen und Lösungsentwürfe sichtbar. Die institutionellen Bedingungen und Machtverhältnisse werden aber ausgeblendet. Der politische Prozess wird auf Standpunkte reduziert, Entscheidungen und politisches Handeln fehlen.“ (ebd., S. 124)

Kuhn geht bei seiner Argumentation nicht darauf ein, dass das Treffen von Entscheidungen und politisches Handeln auch nicht Sinn und Zweck von Medienformaten ist. In politischen Talkshows wird keine Herstellung von Politik betrieben, sondern Darstellung von Politik. In ihnen besteht daher im Gegensatz zur Politik oder zum politischen Prozess auch kein Konsenszwang, d.h. es muss (und kann) keine Entscheidung erfolgen. Schließlich stellt das Programmformat „politische Talkshow“ kein Ersatzparlament dar, auch wenn Kritiker dies immer wieder diskutieren.¹⁵⁰

5.3.1 Die Rolle der Parteien bei der Entwicklung und Etablierung politischer Gesprächssendungen

Als Besonderheit für Deutschland ist die Rolle der Parteien bei der Entwicklung und Etablierung politischer Gesprächssendungen zu konstatieren. Politische Fernsehdiskussionen waren von Anfang an für die Parteien von besonderem Interesse. Die Einführung politischer Fernsehdiskussionen in Deutschland basiert daher unter anderem auf Paragraph 6 des ZDF-Staatsvertrages vom 6. Juni 1961, der den im Bundestag vertretenen Parteien den Anspruch einräumte, ihre Auffassungen auch außerhalb des

¹⁵⁰ Die Beliebtheit politischer Talkshows beim Publikum hat zwar dazu geführt, dass Politiker eine attraktivere Debattenkultur im deutschen Parlament fordern, (siehe hierzu u.a. Sarcinelli 2003) dieser Empfehlung entgegen steht jedoch die Befürchtung, dass das Parlament im Zusammenhang mit der wachsenden Bedeutung der Medien für politische Prozesse einen Bedeutungsverlust erfährt. (Siehe hierzu u.a. Knott-Wolff 2004, Meyer 2003, Meyer 2001, Neudeck 2004, Sarcinelli 2004) Die These vom Funktionsverlust der Parlamente ist jedoch keineswegs neu, sondern beherrscht seit Jahrzehnten die Parlatarismusforschung.

Wahlkampfes zu angemessener Sendezeit zu vertreten. Über die Art, wie diese Gesetzesvorlage umgesetzt werden sollte,

„gingen die Vorstellungen der Parteien und die der Fernsehmacher zunächst auseinander. Während sich die Parteien am liebsten ohne Bearbeitung und Kommentierung von Redakteuren dem Publikum präsentieren wollten, lag den Verantwortlichen des ZDF viel daran, nicht als ‚Politpropaganda-Sender‘ in der Öffentlichkeit wahrgenommen zu werden. Demzufolge lehnten sie ein direktes Verlautbarungsrecht der Parteien ab.“
(Tenscher 1998(b), S. 59)

1963 wurde als Ergebnis eines Kompromisses zwischen den im Bundestag vertretenen Parteien und dem ZDF das erste Mal „Journalisten fragen – Politiker antworten“ ausgestrahlt. Vertreter der vier im Bundestag vertretenen Parteien und des ZDF hatten eine Vereinbarung unterzeichnet, welche die Grundlagen einer Parteiensendung festlegte, obwohl die Sendung offiziell als journalistische Interviewsendung präsentiert wurde.

Der Vertragstext legte den Teilnehmerkreis fest, d.h. Vertreter der im Bundestag vertretenen Parteien und fragende Journalisten, die im Einvernehmen zwischen den Parteien benannt wurden. Darüber hinaus wurde die journalistische Form der Sendung als Fragesendung festgelegt und den Parteien der Gestaltungsanspruch zugesprochen,¹⁵¹ somit war „Journalisten fragen – Politiker antworten“ rechtlich gesehen eine Parteiensendung. (Vgl. Mast 1979, S. 170)

Alle vier Wochen trafen sich unter der Moderation Reinhard Appels, der ebenfalls im Einvernehmen mit den Parteien bestimmt worden war, prominente Politiker der im Bundestag vertretenen Parteien und ausgesuchte Journalisten großer Tageszeitungen. Die Journalisten stellten der Reihe nach Fragen zu aktuellen politischen Entwicklungen an die Politiker. Aufgrund ihrer Konzeption als Interviewsendung kam es in „Journalisten fragen – Politiker antworten“ nur selten zu Diskussionen zwischen den

¹⁵¹ 1968 wechselte der Gestaltungsanspruch für die Sendung offiziell von den Parteien zum ZDF, um zu verhindern, dass die NPD ein Recht auf Teilnahme geltend machen konnte. (Vgl. Mast 1979, S. 170) Trotzdem wollten die Parteien ihren Einfluss nicht aufgeben, sondern versuchten weiterhin, Teilnehmerstruktur, Themenauswahl, Sendeablauf sowie die Rolle der fragenden Journalisten und ihre eigenen Darstellungsmöglichkeiten für sie positiv zu beeinflussen.

Politikern.¹⁵² Das Format entwickelte sich zu einem Dauerbrenner unter den politischen Gesprächssendungen und wurde erst 1991 eingestellt.

Bereits in den 1970er Jahren hatten die politischen Fernsehdiskussionsrunden jedoch ihren Anspruch eines Elitendiskurses verloren, denn neben politischen und journalistischen Kommunikatoren konnten nun auch Bürger die Rolle des Redners sowie des Fragenden übernehmen. (Vgl. Schicha/Tenscher 2002, S. 11) Sendungen dieser Art sind die seit 1971 bis heute ausgestrahlte Diskussionssendung „Jetzt red i“ (BR) sowie die mittlerweile eingestellte ZDF-Sendung „Bürger fragen – Politiker antworten“ (Erstsendung: 1976).¹⁵³

Diese Sendeformen versprachen Bürgernähe statt ‚hoher‘ Politik, persönliche Betroffenheit statt politischer Selbstdarstellung, Spontaneität und eine Öffnung des Gesprächs statt eines eingespielten Gesprächsverlaufs. (Vgl. Holly/Kühn/Püschel 1989(b), S. 8.) Trotzdem blieb die Macht über das Gespräch bei Programmachern und Politikern; für den potentiell aktiven Rezipienten wurden Disziplinierungsmaßnahmen entwickelt,¹⁵⁴ und im Laufe der Zeit bildeten sich „neue Rituale heraus, die es Politikern und Journalisten gestatten, wiederum persönliche Selbstdarstellung und Propaganda als diskursives Gespräch in Szene zu setzen“ (ebd., S. 9).

Im Laufe der 1980er Jahre sank das Interesse an politischen Fernsehdiskussionen, und die Fernsehsender reagierten auf sinkende Einschaltquoten mit der Etablierung neuer Diskussionstypen: Die politische Talkshow bildete sich heraus mit weniger Politik, weniger Politikern, weniger strengen Arrangements und einer größeren Betonung von unterhaltsamen Elementen. Die SAT1-Sendung „Talk im Turm“ war die erste und lange Zeit auch einzige so bezeichnete politische Talkshow im deutschen (Privat-)Fern-

¹⁵² Wichtiger Wiedererkennungswert der Sendung war die stets gleiche Sitzordnung – Politiker links, Journalisten rechts, der Moderator an der Spitze des Keils. So resultierte die Spannung der Sendung auch aus dem „augenfälligen Gegenüber von Herrschaft und Kritik“ (Schneider 1990, S. 443).

¹⁵³ Beide Sendungen können als Vorläufer politischer Talkshows bezeichnet werden: „Schließlich waren bei beiden die formatstypischen Merkmale ‚Live-Charakter‘, ‚Studio- bzw. Saalpublikum‘ sowie die Vermischung von sachlich-themenorientierter und emotional-unterhaltsamer Auseinandersetzung konstitutiver Teil des Sendekonzepts“ (Schicha/Tenscher 2002, S. 11).

¹⁵⁴ Zu Typen, Vorteilen und Nachteilen von Zuschauerbeteiligung in Diskussionssendungen siehe u.a. Burger 1989.

sehen; sie wurde 1990 bis 1998 mit Erich Böhme als Moderator und von 1998 bis 1999 unter der Moderation von Stefan Aust ausgestrahlt.¹⁵⁵

Nachdem die privaten Fernsehsender mit ihren Daily-Talks das Privatleben normaler Bürger bis zum Exzess auf den Bildschirm gebracht hatten, erlangten Talkshows, die sich stattdessen mit ernsten politischen Themen befassten, bei Parteien und Politikern Akzeptanz: „Mitten im Privatfernsehen, das ansonsten durch Confrontainment und Talkshows, die mit Tabu-Themen aus dem Intimen und Privaten Quoten machte, entstand hier eine monothematische Gesprächssendung von politischer Relevanz“ (Knott-Wolf 2004, S. 12-13). „Talk im Turm“ zeichnete sich als

„zeitgerechte, an einem breiteren Publikumsgeschmack orientierte Modifikation der ‚klassischen‘ politischen Fernsehgespräche [...] vor allem durch die Vermischung sachlich-rationaler und emotional-unterhaltsamer Auseinandersetzungen über aktuelle politische und gesellschaftliche Themen sowie durch eine heterogene Teilnehmerstruktur (Politiker, ‚Experten‘, ‚Normalbürger‘) aus“ (Schicha/Tenscher 2002, S. 14).

In die Sendung wurden meist mehrere Vertreter verschiedener Parteien, Verbände und Interessengruppen eingeladen, um divergierende politische Standpunkte auszutauschen. Neben Politikern traten Experten und Wissenschaftler auf, um die Gesprächsrunde mit potentiell zusätzlicher Kompetenz, Neutralität und Objektivität auszustatten. Bei der Auswahl der Gäste achtete man besonders auf Medientauglichkeit, Talkshowerfahrung und Unterhaltungswert. (Vgl. Meyer/Ontrup/Schicha 2000, S. 190)

5.3.2 Vermittlung oder Inszenierung von Politik? – Zum Showcharakter politischer Talkshows

Die Tatsache, dass Politik in politischen Talkshows inszeniert wird, ist für viele Kritiker ein Hauptmakel dieses Programmformats. Dabei gehört Inszenierung seit der Antike zur Politik, auch wenn Politikdefinitionen den inszenatorischen Charakter von Politik meist verschweigen.¹⁵⁶ Der Inszenierungsaspekt trägt der politischen Grundregel Rechnung, dass demokratische Politik zustimmungsabhängig und somit auch in der (medial hergestellten) Öffentlichkeit darstellungs- und begründungspflichtig ist.

¹⁵⁵ Nach dem Ausstieg des Moderators Erich Böhme 1998 lief der SAT1-Sendung das ARD-Format „Sabine Christiansen“ auf demselben Sendeplatz schnell den Rang ab.

¹⁵⁶ Siehe hierzu u.a. Falter 2002, Sarcinelli 2004(b).

Andererseits ist zu konstatieren, dass der inszenatorische Charakter der Politik durch die Expansion der audiovisuellen Medien in den letzten Jahrzehnten stärker geworden ist. Auch sind politische Akteure und Themen „im Rahmen medieninszenierter politisch-unpolitischer Plaudereien auf der Mattscheibe des heimischen Wohnzimmers“ (Sarcinelli 2004(b), S. 423) allgegenwärtiger geworden.

Mit dem Auftritt in einer politischen Talkshow begibt sich der politische Akteur in eine Arena mit eigenen Spielregeln. (Vgl. ebd., S. 423-424) Dass im Fernsehen inszeniert wird, ist eine Tatsache, die Politikern nicht nur bewusst ist, sondern von ihnen – zur Imageverbesserung – auch genutzt wird. Es wird immer wieder betont, dass der Fernsehauftritt von Politikern in politischen Talkshows vor allem darstellerische Fähigkeiten, so genannte ‚Entertainer-Qualitäten‘, erfordert,¹⁵⁷ die in keinem notwendigen Zusammenhang zu ihren politischen Leistungen stehen müssen, aber für den politischen Erfolg entscheidend sein können. (Vgl. Meyer 2003, S. 12) Die Selbstinszenierung politischer Akteure in Talkshows wird zwar oft als Nachteil gesehen für eine sachgemäße Analyse und Diskussion wichtiger Fragestellungen, doch sie ergibt sich zwangsläufig aus der formateigenen Logik, denn in politische Talkshows wird hauptsächlich politische Prominenz eingeladen, die Nachrichtenwert besitzt. Als Folge davon wird dieses TV-Format dann häufig zu einem „Medium der Repräsentation und der Selbstthematization der politischen Klasse“ (Dörner 2001, S. 141).

Im Kontext der Inszenierung von Politikern und Politik in politischen Talkshows stellt sich die Frage, welche Art Politik dieses TV-Format überhaupt darstellt und vermittelt. Politische Talkshows sind unbestreitbar ein ideales Forum für symbolische Politik, doch ermöglichen sie dann überhaupt einen rationalen Zugang zur Politik?

Politik ist in den letzten Jahren und Jahrzehnten immer komplexer geworden, komplizierter zu vermitteln und zu verstehen. Daraus ergibt sich ein schwerwiegendes Problem:

„Wie kann das komplexe Geschehen in der Politik so reduziert, verdichtet und auch symbolisch umgesetzt werden, dass nicht Images, vordergründige Rituale, Sprechblasen, Leerformeln oder nichtssagende Signale gleichsam eine ‚bewußtlose‘ Akklamation erzeugen? Angesichts zunehmender Komplexität in allen mögli-

¹⁵⁷ Siehe hierzu u.a. Dörner 2001, Schicha 2002.

chen Problemlösungsbereichen scheint in der Tat die Kunst zur notwendigen, gleichwohl den Bürger nicht entmündigenden Komplexitätsreduktion zu der zentralen Herausforderung für das gesamte Vermittlungssystem zu werden. Ohne die Nutzung politischer Symbole und ohne die Anwendung symbolischer Politik wird dies nicht gehen.“ (Sarcinelli 1990, S. 68)

Symbolische Politik ist also nicht grundsätzlich negativ zu bewerten, denn sie kann „politische Problemlagen zuspitzen, treffend abbilden, politisch motivieren und mobilisieren und letztlich auch mit Anstößen zu einer reflektierten Auseinandersetzung beitragen“ (ebd., S. 49). Ein Verfall politischer Öffentlichkeit muss nicht die Folge sein, vielmehr kann auch in Zeiten einer großen Relevanz symbolischer Politik eine kritische Öffentlichkeit entstehen. Gegen die Befürchtung einer Banalisierung des politischen Diskurses durch die große Zahl und Reichweite der politischen Talkshows steht die Hoffnung, „dass der an Alltagskommunikation anknüpfende und Anschlusskommunikation ermöglichende ‚Polit-Talk‘ zu einer diskursiven Ausweitung und Revitalisierung politischer Öffentlichkeit führe“ (Tenscher/Nieland 2002, S. 320).

So kann dem so genannten Talkshowisierungstrend¹⁵⁸ der Politik also durchaus etwas Positives abgewonnen werden: „Warum nicht über Politik reden, wenn auf diese Weise ein ansonsten vielleicht politikabstinentes Millionenpublikum erreicht werden kann!“ (Sarcinelli 2004, S. 422). Ob dieses erreichte Millionenpublikum dadurch jedoch auch politisch gebildet werden kann, scheint fraglich und ist zu untersuchen.

5.3.2.1 Unterhaltung oder Information?

Fernsehmacher stehen bei politischen Inhalten vor der Schwierigkeit, anspruchsvolle und gleichzeitig beim Publikum erfolgreiche, d.h. implizit oftmals unterhaltende, Formate zu entwickeln. Wie angemessene politische Kommunikation aussehen soll, ist ein altes Thema wissenschaftlicher wie politischer Reflexion und im Zusammenhang mit politischen Talkshows höchst aktuell. Viele Kritiker stören sich bereits an der Verwendung des Begriffs „Talkshow“; sie ist ein Grund für viele Kritiker, politischen

¹⁵⁸ Siehe hierzu Nieland/Tenscher 2002, Sarcinelli/Tenscher 1998, Tenscher 2002. Nach der These der Talkshowisierung kommt dem Fernsehen mit all seinen gesprächsorientierten Formaten innerhalb des Prozesses der Mediatisierung und Entertainisierung der Politikvermittlung eine besondere Rolle zu. (Vgl. Tenscher 2002, S. 61)

Talkshows eine zu enge Verbindung von Unterhaltung und Politik – zum Schaden der Politik – vorzuwerfen.

In vielen wissenschaftsbasierten wie journalistischen Kritiken zu politischen Talkshows werden darüber hinaus die Funktionen Unterhaltung und Information als Gegensätze behandelt:¹⁵⁹ Unterhaltung wird als etwas Negatives bewertet, Information als etwas Positives. Unterhaltung wird häufig pauschal verurteilt: „Information ist Bürgerpflicht. Unterhaltung, insbesondere Massenunterhaltung, [...] suspekt“ (Klaus 1996, S. 403). Allgemein wird dem Fernsehen oft der Vorwurf gemacht, als Unterhaltungsmedium einen oberflächlichen, flüchtigen und häufig falschen Eindruck der Dinge zu vermitteln: „Weil es die Aufmerksamkeit der Zuschauer auf attraktive, aber wenig aussagekräftige Nebensächlichkeiten lenke und weil es sein Publikum zum ‚Vielsehen‘ und zur Leseabstinenz verleite, mache das Fernsehen im Zweifelsfall ‚dumm‘.“ (Hamm/Koller 1992, S. 223-224)

Auch die dem Format „politische Talkshow“ zugrunde liegende Mischung der beiden Funktionen Information und Unterhaltung gibt immer wieder Anlass für Rückschlüsse auf ihre Effekte beim Publikum. Da politische Talkshows unterhaltend sind, können sie, so ein häufig geäußertes Vorurteil, keine ernsthaften Informationen liefern. Dabei stützt sich diese Kritik auf das Stimulus-Response-Modell, in dem sie davon ausgeht, dass unterhaltende Inhalte Unterhaltung bewirken und informierende Inhalte Information. Das Stimulus-Response-Modell und seine Thesen haben sich jedoch als nicht haltbar erwiesen (siehe Kap. 4.1) und können daher auch in diesem Zusammenhang nicht als Beleg dienen.

Formate, von Programmachern als Unterhaltungssendung konzipiert, müssen nicht

¹⁵⁹ Siehe hierzu u.a. Schicha 2002, Plake 1999. Der Dualismus von Information und Unterhaltung prägt die gesamte Medienwelt. Er bestimmt „das Agieren der Medienschaffenden, beeinflusst die Vorstellungen über das Publikum und über Rezeptionsprozesse und fundiert zahlreiche kommunikationswissenschaftliche Studien. [...] Er spiegelt sich in der Gegenüberstellung von informationsorientierten versus unterhaltungsorientierten Journalismuskonzepten, in der Trennung von Unterhaltungs- und Informationsprogrammen, schließlich auch in der Scheidung in ein informations- und unterhaltungssuchendes Publikum“ (Klaus 1996, S. 402). Dabei scheint – zumindest aus Rezipientenperspektive – der Gegensatz von Unterhaltung nicht Information, sondern Langeweile und der Gegensatz von Information nicht Unterhaltung, sondern Desinformation zu sein. (Siehe hierzu u.a. Klaus 1996, Meyen 2001)

notwendigerweise vom Publikum als solche wahr- und aufgenommen werden. In Anlehnung an den Uses-and-Gratifications-Approach muss Unterhaltung vielmehr als rezipientenorientierte Kategorie verstanden werden, d.h.: „Grundsätzlich können Rezipienten jedes mediale Angebot als Unterhaltung verstehen und nutzen.“ (Diekmannshenke 2002, S. 390)

Informativ ist eine Mitteilung, wenn sie das Wissen ihres Empfängers erweitert, indem sie seine Unkenntnis verringert oder beseitigt. (Vgl. Burkart 2002, S. 402) Diese Definition verweist darauf, dass Information ebenso wie Unterhaltung ein subjektabhängiger Begriff ist. (Vgl. Meyen 2001, S. 101) Was jemand als Information auffasst, hängt von seinem Informations-/Kenntnisstand ab und nicht von der Genrezuordnung, die eine Redaktion für die genutzte Fernsehsendung gewählt hat.¹⁶⁰ Durch ihre Kombination aus informativen und unterhaltsamen Elementen können politische Talkshows darüber hinaus diversen Publikumsbedürfnissen entsprechen. (Siehe Kapitel 5.7)

Einen Hauptunterschied zwischen den frühen und den aktuellen politischen Gesprächssendungen sehen viele Wissenschaftler in ihrem jeweiligen Informationspotenzial. Vor dem Boom der politischen Gesprächssendungen im deutschen Fernsehen waren viele Wissenschaftler, Pädagogen und Politiker der Überzeugung, Ziel politischer Diskussionsrunden sollte die Information der Zuschauer sein, wobei die Informationen den Zuschauern dazu dienen sollten, sich ein Bild von den politischen Vorstellungen der verschiedenen Parteien und ihrer Repräsentanten zu machen, um eine Entscheidungshilfe für die Wahl zu bekommen. (Vgl. Köpf 1989, S. 50) Während die frühen politischen Gesprächssendungen daher noch weitgehend der Ernsthaftigkeit des Informations- und Bildungsfernsehens verpflichtet waren, (vgl. Dörner 2001, S. 137) wird dem Genre Talkshow häufig jeglicher Informations- und Bildungswert abgesprochen, obwohl für die Redaktionen der führenden politischen Talkshows die Vermittlung von Informationen in ihren Diskussionsrunden wichtig ist, auch wenn sie nicht

¹⁶⁰ Außerdem kann Fernsehunterhaltung durchaus eine Informationsfunktion zugerechnet werden, denn auch unterhaltende Sendungen können Anregungen und Themen zum Nachdenken geben, Hilfe bei der eigenen Meinungsbildung bieten, dazu beitragen, Sorgen und Nöte anderer Menschen besser zu verstehen, und auf neue Möglichkeiten der Problemlösung hinweisen. (Vgl. Mikos 1994, S. 51)

abstreiten, gleichzeitig unterhalten zu wollen.¹⁶¹ (Siehe Kapitel 5.5) Politische Gesprächsendungen ohne Unterhaltungscharakter erscheinen heute nicht mehr nur wenig (medien-) realitätsnah,¹⁶² die Kombination von informativen und unterhaltenden Elementen in politischen Talkshows kann auch als positiv für die Politikvermittlung gedeutet werden.

Politische Diskussionsrunden unterhaltender zu machen, wurde von vielen Medienkritikern wie Wissenschaftlern zunächst abgelehnt mit der Begründung, die Politikinteressierten dadurch abzustößen. (Vgl. Klein 1990, S. 30) Inzwischen sind unterhaltend ausgebaute politische Diskussionssendungen jedoch sehr erfolgreich, vor allem bei den Politikinteressierten. (Siehe Kapitel 5.6)

Ein Grund für die Zunahme von Unterhaltungselementen bei politischen Gesprächsendungen liegt auch in den wachsenden Selbstdarstellungsfähigkeiten der mitwirkenden Politiker. (Vgl. Dörner 2001, S. 137) Ein unterhaltsamer Politiker ist für politische Talkshows von Vorteil, und unterhaltsam

„ist er, wenn er einen vitalen Eindruck macht, wenn er die Bereitschaft erkennen lässt, keinem Streit aus dem Weg zu gehen und den einen oder anderen selbst anzuzetteln. Unterhaltsam ist er, wenn es ihm gelingt, eine Portion Polemik ins Spiel zu bringen, ohne die guten Sitten zu verletzen, wenn er in der Lage ist, komplizierte Sachverhalte ganz einfach zu sagen und dies erkennen zu lassen.“ (Schneider 1990, S. 440)

Somit kann politischen Talkshows in diesem Zusammenhang sogar ein Informationspotenzial zugesprochen werden, vor allem wenn es die Moderatoren nicht zulassen, dass sich ihre Gäste übermäßig selbst inszenieren, und sie selbst Widersprüche und Inkonsistenzen in der Argumentation ihrer Gäste aufdecken. (Vgl. Schicha 2002, S. 227)

¹⁶¹ In diesem Zusammenhang ist zu betonen, dass „Sabine Christiansen“ per Vertrag in den ARD-Geschäftsbereich „Unterhaltung“ eingegliedert war, nicht weil sie als reine Unterhaltungssendung konzipiert wurde, sondern weil die Sendung, ihr Thema und ihre Teilnehmer auf diese Weise dem Zugriff der ARD-Chefredakteure und dem Proporz entzogen werden konnte. Diese senderinterne Zuordnung kann daher nicht als Beleg für den Charakter der Sendung herangezogen werden, obwohl dies viele Kritiker taten.

¹⁶² „Eine politische Diskussion mag noch so informativ sein – ist sie nicht unterhaltend, geht ihr der agorale Charakter ab, dann ist sie nicht mediengerecht.“ (Burger 1989, S. 122)

Hinsichtlich der unterhaltsamen Inszenierung von Politik sind zwei konträre Standpunkte zu berücksichtigen:

- (1) Aufgrund der unterhaltsamen Inszenierung werden häufig diejenigen politischen Informationen und Argumente, die zur rationalen Urteilsbildung über ein Thema oder eine Person notwendig wären, vernachlässigt. (Vgl. Meyer 2003, S. 18)
- (2) Auf dem Weg der unterhaltsamen Inszenierung können wichtige Inhalte in die Gesellschaft hinein transportiert werden, „und zwar tiefer als über jede bierernste Darstellung“ (ebd., S. 17).

Es lässt sich resümieren, dass politische Talkshows nicht zu den rein informativen Formen der politischen Kommunikation gehören, sondern als Infotainment-/Politainment-Form bezeichnet werden können – eine Form, der aufgrund der wachsenden Unterhaltungsorientierung der Bürger und ihrem damit zusammenhängenden ‚Politainment‘-Bedürfnis jedoch eine immer größere Bedeutung zukommt (vgl. Dörner 2004, S. 246). Aufgrund der vorangestellten Ausführungen erscheint es darüber hinaus zu einfach, politische Talkshows als reine Unterhaltung zu sehen und ihnen jeglichen Informationswert abzusprechen. Dass eine politische TV-Talkshow von der Inszenierung lebt, liegt in der Natur der Sache. Von einer politischen Talkshow kann aufgrund der ihr eigenen Merkmale nicht der gleiche Informationswert erwartet werden wie von einem Fachzeitschriftenartikel.¹⁶³ Deswegen jedoch von einer eindeutigen (negativen) Wirkung von politischen Talkshows auf den Zuschauer auszugehen oder einen einfachen Kausalzusammenhang herzustellen, der besagt, unterhaltende politische Talkshows können nur Unterhaltung, aber keine Information vermitteln und damit zu keiner Wissenserweiterung oder politischen Bildung auf Seiten der Rezipienten beitragen, muss – aufgrund der Vielzahl an intervenierenden (Publikums-)Variablen (siehe auch Kapitel 5.6.1) – als naiv, weil bisher unbewiesen, bezeichnet und daher als gleichsam unseriös und unwissenschaftlich abgelehnt werden.

¹⁶³ Es ist evident, dass unterschiedliche Medien auch unterschiedliche Vermittlungsleistungen vollbringen und dass Rezipienten verschiedene Medien unterschiedlich verarbeiten. (Siehe hierzu zusammenfassend u.a. Strohmeier 2004, S. 27-61, sowie Wagner/Brandstätter 1980, S. 78)

Politische Kommunikationskultur kann heute – nach Adressaten unterschieden und stark vereinfacht – als geteilte Öffentlichkeit bezeichnet werden, die sich in das so genannte Massenpublikum und in viele Teilpublika differenziert:

„Die Möglichkeit, sich immer besser mit speziellen Informationen zu versorgen, werden nach aller Erfahrung nur von kleinen Minderheiten genutzt werden. Denen gegenüber steht das weithin auf politische Unterhaltungsware ‚trainierte‘ Massenpublikum. Die Folge wird eine weitere Spaltung der ‚politischen‘ Öffentlichkeit in Teilöffentlichkeiten sein.“ (Sarcinelli 1990, S. 70)

Die Frage, die sich in diesem Zusammenhang stellt, ist, ob dem Bürger durch die Teilöffentlichkeit „politische Talkshow“ eine hinreichende Informationsgrundlage zur eigenständigen, rationalen Urteils- und Entscheidungsfindung, und damit auch eine Chance für die bewusste Partizipation am öffentlichen Leben, verschafft werden kann.

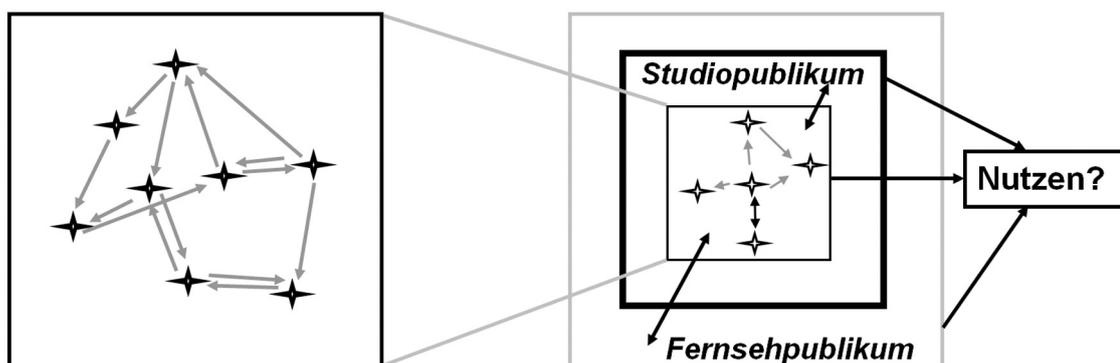
5.4 Politische Talkshows als Forum öffentlicher Kommunikation

Das öffentliche Raisonement – die öffentliche Kommunikation – ist maßgeblich für eine politisch fungierende Öffentlichkeit. In der Mediengesellschaft ist die politische Talkshow ein Forum für diese öffentliche Kommunikation über politische Themen.

Abb. 8: Kommunikationsmodelle „Bürgerliche Öffentlichkeit“ / „Politische Talkshow“.

Bürgerliche Öffentlichkeit
(Idealer politischer Diskurs)

Politische Talkshow
(Mediatisierter politischer Diskurs)



Quelle: Eigene Darstellung.

In der bürgerlichen Öffentlichkeit war das Medium der politischen Auseinandersetzung das öffentliche Raisonement innerhalb des Publikums. (Siehe Abb. 8 und Kapitel 2) Die Kommunikation in Habermas' Idealmodell der bürgerlichen Öffentlichkeit

wird nicht künstlich hergestellt, sie findet direkt zwischen allen Anwesenden statt und ist potentiell für alle Themen und Bürger offen.

Die Kommunikation in politischen Talkshows ist dagegen in einen organisatorischen Rahmen gefasst, zeitlich und räumlich eingegrenzt und unterliegt bestimmten technisch-visuellen Regeln der Vermittlung. (Vgl. Schultz 2006, S. 92) Das öffentliche Rasonnement findet hier unter einer begrenzten Zahl von Teilnehmern und vor einem nahezu unbegrenzten, aber auch nicht einbezogenen Publikum statt.

Während es in der bürgerlichen Öffentlichkeit beim öffentlichen Rasonnement keine festgelegten Rollen von Sprechern und Adressaten gab, jeder Teilnehmer Sprecher und Adressat sein konnte, gibt es in politischen Talkshows klar definierte Rollen von einigen wenigen Kommunikatoren – mit der Sonderrolle ‚Moderator‘ – und einer Masse an Rezipienten, die keine oder nur eine geringe Chance auf eine aktive Teilnahme oder Interaktion haben. Zwischen den Diskutanten findet zwar eine direkte Kommunikation statt; diese wird jedoch moderiert. Darüber hinaus adressieren sich die Interaktionspartner in politischen Talkshows nicht nur gegenseitig, sondern auch und vor allem die Zuschauer.

Das Publikum differenziert sich formal in zwei Teilpublika: das Studiopublikum, d.h. das lokal im Fernsehstudio anwesende Publikum, und das Fernsehpublikum, d.h. das disperse Publikum zuhause vor den Fernsehbildschirmen. Die Zuschauer im Studio sind – ebenso wie die Teilnehmer – jedoch nicht der eigentliche Adressat der Aussagen in politischen Talkshows, sondern vielmehr das zahlenmäßig viel größere Publikum vor den Fernsehbildschirmen.

Jede Äußerung ist folglich dreifach adressiert: an

- (1) den direkten Gesprächspartner,
- (2) das Studiopublikum und
- (3) das Fernsehpublikum.

Dementsprechend bestehen in der politischen Talkshow drei verschiedene Kommunikationsbeziehungen:

- (1) Kommunikationsbeziehung unter den Diskussionsteilnehmern: bestimmt durch Diskussion, gekennzeichnet durch die physische Anwesenheit der Teilnehmer und ihre individuelle Beteiligung; dem Moderator kommt dabei eine Sonderrolle zu, denn er erteilt – in der Regel – das Rederecht und lenkt mit seinen Fragen die Diskussion.
- (2) Kommunikationsbeziehung zwischen Diskussionsteilnehmern und Studiopublikum: gekennzeichnet durch physische Anwesenheit und reduzierte, meist kollektive Beteiligung seitens des Studiopublikums, das Ablehnung/Zustimmung demonstriert (Klatschen, Unmutsbekundungen etc.).
- (3) Kommunikationsbeziehung zwischen Diskussionsteilnehmern und Fernsehpublikum: bestimmt durch Rezeption/Konsumtion und gekennzeichnet durch physische Abwesenheit und weitgehende Nicht-Beteiligung seitens des Publikums.

Politische Talkshows als mediatisierter öffentlicher Diskurs präsentieren also verschiedene Formen und Möglichkeiten der Kommunikation für Teilnehmer, Studiopublikum und Fernsehpublikum und haben dementsprechend differenzierte Nutzen – oder auch keinen Nutzen – für Teilnehmer, Studiopublikum und Fernsehpublikum. Dieser Nutzen wird auch bestimmt durch die Interessen der Diskussionsteilnehmer und die Präsentation der Diskussion durch Kamera, Regie und den Moderator, welche wiederum Einfluss auf die Leistungsfähigkeit politischer Talkshows für die politische Bildung haben.

5.4.1 Die Interessen der Politiker und ihre Effekte auf die Kommunikation

Für politische Talkshows sind Politiker von besonderer Relevanz, was auch ihre quantitative Dominanz unter den Diskussionsteilnehmern belegt. (Siehe auch Tab. 7, S. 161) Politiker wollen mit ihrer Teilnahme an politischen Talkshows (1) ihre politische Position zu einem Thema sowie ihre dafür sprechenden Argumente einem großen Publikum vorstellen und (2) sich selbst präsentieren.¹⁶⁴

¹⁶⁴ Viele Kritiker sehen in der Selbstpräsentation die eigentliche Funktion politischer Talkshows für die teilnehmenden politischen Akteure (siehe hierzu u.a. Schicha 2002). Auch führende Politiker kritisieren immer wieder die Auftritte ihrer Kollegen in politischen Talkshows und fürchten die Beschädi-

Politische Talkshows werden von mehr Bürgern verfolgt als Bundestagssitzungen. In politischen Talkshows können Politiker ihre Position eine bis fünf Millionen Zuschauern auf einmal vermitteln. Dieses große Forum verlangt von den teilnehmenden Politikern jedoch, ihre politischen Positionen verständlich, d.h. rezipientenfreundlich, zu vermitteln.¹⁶⁵

„Der Talk ist, gerade im Wahlkampf, Gegenstand eines strategischen Kalküls, er ist Instrument der Parteien, die mit noch mehr Aufwand für eine rezipientenfreundliche Präsentation ihrer Politik sorgen, die ein lebensweltliches Szenario schaffen, damit ihre Botschaft auch im Alltagscode der potentiellen Wähler ihren Platz hat.“ (Plake 1999, S. 154)

Politische Akteure nutzen die Diskussionen in politischen Talkshows nicht, um zu neuen Erkenntnissen oder gar zu einem Konsens in einer politischen Streitfrage zu gelangen, sondern um positive Reaktionen bei den Rezipienten zu erreichen. Daher bemühen sie sich in politischen Gesprächssendungen, so das Ergebnis empirischer Studien, auch weniger um sachliche und rationale Argumentation, sondern bevorzugen oft einen polarisierenden Diskurs, um die konkurrierenden Gesprächsteilnehmer zu diskreditieren (vgl. Schicha 2002, S. 226).

Während das Publikum eher indirekt und subtil angesprochen wird, bilden die teilnehmenden Politiker in Talkshows „ein personalisiertes Zentrum der Diskussion als zentrale Adressaten der Kritik und Zustimmung der anderen Teilnehmer“ (Schultz 2006, S. 270). Da teilnehmende Politiker zumeist eine ganze Partei repräsentieren, werden sie häufig für Aussagen/Fehler von Parteikollegen kritisiert und aufgefordert, dafür in der Sendung Rechenschaft abzulegen oder Erklärungen abzugeben.

Dieser direkten Konfrontation mit gegensätzlichen Meinungen und Kritik sowie den daraus resultierenden Rechtfertigungszwängen können Politiker nur schwer entkommen. In der Regel versuchen sie jedoch, einer argumentativen Auseinandersetzung auszuweichen, vor allem bei Themen, die ihnen unangenehm sind.¹⁶⁶ Sie kommen

gung des Ansehens und der Glaubwürdigkeit von Politikern. (Siehe hierzu u.a. Barzel/Schmidt 2005 und <http://www.zeit.de/news/artikel/2007/05/23/103708.xml>; Stand: 24.05.2007,)

¹⁶⁵ Zu normativen Anforderungen an ein rezipientenorientiertes Streitgespräch siehe Klein 1990.

¹⁶⁶ Diskussionen mit Politikern bestehen weniger aus den argumentativen Mustern ‚These‘ und ‚Begründung‘, ‚Widerlegungsversuch‘ und ‚Begründung‘, sondern eher aus rhetorischen Mustern wie ‚Forderungen‘, ‚Selbstdarstellungen‘, ‚Eigenlob‘, ‚Angriffen‘ und ‚Beschwichtigungen‘. (Vgl. Holly/Kühn/Püschel 1989(b), S. 3) Bei solch einem Diskussionsverhalten ist es Aufgabe der Moderatoren,

dann – wie empirische Untersuchungen belegen – lieber auf aus ihrer Sicht wichtigere Themen zu sprechen, um sich selber zu profilieren, den Kontrahenten zu schwächen und damit auf subtile Weise Werbung für die eigene Person und Partei betreiben zu können.¹⁶⁷

Politiker, aber auch Journalisten und andere Experten können in politischen Talkshows ihre rhetorischen Fähigkeiten, ihre Verbalisierungs- und Polemisierungskompetenzen vorführen. (Vgl. Plake 1999, S. 43) Bereits seit der Antike weiß man, dass eine gute Rede sowohl den Verstand als auch die Gefühle der Zuschauer ansprechen muss. Die emotionalen Redefunktionen (*delectare, movere*) sind vor allem durch die Wortwahl gekennzeichnet:

„Während Fakten in der Regel abstrakt und häufig schwer zu verstehen sind, geht es bei der Emotionalisierung von Reden darum, den Zuhörern die Bedeutung der Redeinhalte für ihr alltägliches Leben deutlich zu machen. Sie sollen erkennen, dass sie selbst betroffen sind, weil dies ihre Aufmerksamkeit erhöht und es dem Redner erleichtert, sie zu überzeugen“ (Maurer/Reinemann 2003, S. 124).

Für politische Fernsehdebatten sind emotionale Faktoren von besonderer Bedeutung. So hat eine Studie von Maurer/Reinemann (2003) ergeben, dass Teilnehmer von politischen TV-Duellen besser bei Rezipienten ankommen, wenn sie ihre Positionen so vortragen, dass nicht der Verstand, sondern die Gefühle der Zuschauer angesprochen werden. Dieser Befund dürfte auch für politische Talkshows gelten.

Ein Grund, warum die Teilnehmer an TV-Duellen – seien es nun so genannte Kanzlerduelle vor Wahlen oder politische Talkshows – die Zuschauer mit rationalen Fakten kaum überzeugen können, liegt in der Natur einer Fernsehdebatte: Die meisten Zuschauer haben sich bereits vor der Debatte eine Meinung über die Teilnehmer und die diskutierten Themen gebildet. Die Teilnehmer stehen daher vor dem Problem, dass ihnen ein Teil der Zuschauer von Beginn der Debatte bereits negativ gegenübersteht: „Wenn sie Fakten anführen, die für sie selbst und gegen ihren Kontrahenten sprechen, beeindruckt dies die Anhänger der Gegenseite nicht – im Gegenteil: Sie beurteilen den

durch hartnäckiges Nachfragen trotzdem einen informativen und rationalen Diskussionsverlauf zu ermöglichen. In diesem Zusammenhang wird häufig teilnehmenden Wissenschaftlern und Journalisten die Rolle zugewiesen, ein Gegengewicht oder eine dem Diskurs dienliche Ergänzung zu Berufspolitikern und Lobbyisten darzustellen. (Vgl. Schultz 2006, S. 185)

¹⁶⁷ Siehe hierzu u.a. Holly/Kühn/Püschel 1986.

Redner negativ“ (Maurer/Reinemann 2003, S. 128). Denn Informationen, die im Widerspruch zur eigenen Meinung stehen, werden eher als unangenehm empfunden und möglichst vermieden:

„Wenn es aber nicht gelingt, Informationen zu vermeiden, die der eigenen Meinung widersprechen, wird ihre Bedeutung heruntergespielt, z.B. indem die Quelle als unglaubwürdig oder die Information als bedeutungslos betrachtet wird. Nicht mit der eigenen Meinung übereinstimmende Fakten und statistische Informationen werden dabei noch eher abgelehnt als Argumente ohne Fakten und statistische Informationen. [...] Die Wahrscheinlichkeit, Zuschauer einer Fernsehdebatte mit Fakten, die für die eigene oder gegen die konkurrierende Position sprechen, zu überzeugen, ist gering.“ (ebd., S. 127-128)

Infolgedessen kann es für einen Politiker in politischen Talkshows weniger darum gehen, den Zuschauern Informationen zu vermitteln, als vielmehr darum, mit seinen Diskussionsbeiträgen bei den Zuschauern bereits vorhandene Meinungen in seinem Sinne zu aktivieren. (Vgl. ebd., S. 130)

Abschließend stellt sich die Frage, ob in politischen Talkshows – aufgrund der Interessen teilnehmender Politiker und der formateigenen Logik – überhaupt eine Form des politischen Diskurses stattfindet, die noch funktional sein kann für politische Bildung.

5.4.1.1 Zum politischen Diskurs in Talkshows

Für viele Kritiker findet in politischen Talkshows keine angemessene, rationale Diskussion politischer Themen statt. Wissenschaftler haben sich immer wieder mit der Frage auseinandergesetzt, ob politische Talkshows zu Recht für sich in Anspruch nehmen können, „so etwas wie eine massenmediale Agora, ein sachorientiertes Argumentations- und Streitforum zu bieten“ (Dörner 2001, S. 138), oder sie analysierten politische Talkshows unter Anwendung der Habermaschen normativen Postulate an argumentative Diskurse.¹⁶⁸ Dabei stießen die Forscher jedoch häufig an Grenzen hinsichtlich der Vergleichbarkeit normativer Postulate und der Realität; normative Postulate lassen sich selten in der Realität umsetzen. Aufgrund der zugrunde liegenden Medienlogik (begrenzte Sendezeit, Komplexitätsreduktion etc.) erscheint die Erwartungshaltung, im Laufe einer politischen Talkshow zur rationalen Klärung eines Problems

¹⁶⁸ Siehe hierzu u.a. Dörner 2001, Holly/Kühn/Püschel 1989(b), Schicha 2003, Schultz 2006, Tenschler 1999(b).

zu gelangen oder vollständige Informationen über ein Thema vermitteln zu können, auch als unrealistisch.

Der Politikwissenschaftler Tanjev Schultz hat 2006 in seiner Dissertation „Geschwätz oder Diskurs? Die Rationalität politischer Talkshows im Fernsehen“ das TV-Format „Politische Talkshow“ vor Habermas’ Folie des normativen Öffentlichkeitsmodells analysiert; sein Fokus lag dabei auf diskurstheoretischen Aspekten. Schultz’ Studie, ihre Thesen und empirischen Ergebnisse werden – aufgrund ihrer Aktualität und der Größe des zugrunde liegenden Untersuchungssamples – im Folgenden näher betrachtet, um relevante Aspekte für die Analyse der Leistungsfähigkeit politischer Talkshows für die politische Bildung zu eruieren.

Schultz’ Forschungsinteresse lag darin zu untersuchen, welche normativen Ansprüche sinnvollerweise – d.h. realitätsnah – an Diskurse in politischen Talkshows gestellt werden können. Außerdem beschäftigt er sich mit der Frage, welche Funktionen politische Talkshows in modernen Öffentlichkeiten haben können bzw. inwiefern sie sinnlos und dysfunktional sein können. (Vgl. Schultz 2006, S. 16) Die Funktionalität politischer Talkshows für politische Bildung spielt in Schultz’ Studie keine Rolle.¹⁶⁹

Anhand seines Untersuchungsmaterials von 40 Sendungen der Talkshow-Reihen „Sabine Christiansen“ (ARD), „Presseclub“ (ARD), „Berlin Mitte“ (ZDF) und „19:zehn“ (3sat) analysiert Schultz,¹⁷⁰ inwieweit politische Talkshows ihre diskursiven Potenziale ausschöpfen. Er kommt einerseits zu dem pauschalen Ergebnis, dass das diskursive Potenzial verschiedener Sendungen, abhängig von Themenauswahl und Teilnehmerstruktur, divergiert – auch innerhalb einer politischen Talkshow-Reihe; andererseits resümiert er, dass argumentative Sequenzen in allen untersuchten Sendungen eine tragende Rolle spielen, und schließt daraus, dass in politischen Talkshows öffentliche politische Diskurse realisiert werden: „Mögen auch die Güte, Komplexität und Innova-

¹⁶⁹ Schultz schließt außerdem nicht alle Phasen des Kommunikationsprozesses in seine Studie ein; so beschäftigt er sich nur am Rande mit Dimensionen der Rezeption und Wirkung politischer Talkshows (siehe hierzu Schultz 2006, S. 290-298).

¹⁷⁰ Da die Sendungen „Presseclub“ und „19:Zehn“ nach der für die vorliegenden Arbeit gültigen Definition (siehe Kap.3.2) nicht als politische Talkshow angesehen werden, werden sie im Folgenden nicht weiter beachtet.

tivität der argumentativen Leistungen im Einzelnen strittig sein“ (ebd., S. 288).

Schultz gewann hinsichtlich der Entfaltung der Themen in politischen Talkshows den Eindruck einer gewissen Willkür:

„Zwar gibt es in allen Sendungen immer wieder erkennbare Ordnungsbemühungen der Moderatoren, die verschiedenen Themenaspekte zu verschiedenen Zeiten des Gesprächs einzuführen. Die Sendungen arbeiten jedoch nicht mit klar formulierten Untersuchungsaufgaben oder mit Themen, zu denen Argumente möglichst systematisch und geordnet zusammengetragen werden können. Sie bieten eher ein offenes Forum, in dem Positionen im Umkreis des Themas artikuliert und miteinander konfrontiert werden können.“ (ebd., S. 208)

Schultz betont, dass die Gespräche auf einem eher assoziativ anmutenden, von vielfachen Themensprüngen gekennzeichneten Strukturierungsniveau verbleiben, „das trotz seiner Moderation in vielen Fällen den Charakter eines ziellosen Meinungsaustausches hat“ (ebd., S. 208).

Vor allem aufgrund der durchschnittlichen Redezeiten in politischen Talkshows sind argumentative Äußerungen der Diskussionsteilnehmer wenig komplex, so Schultz' Ergebnis; es bleibt kaum Raum für die Vermittlung vieler Informationen oder eine ausholende Analyse und Argumentation: „Die kurzen Redezeiten zwingen die Sprecher dazu, ihre Beiträge stark zu verdichten und argumentationslogisch so weit abzukürzen, dass vor allem die zentrale Schlussfolgerung herausgestrichen und rhetorisch verstärkt wird.“ (ebd., S. 210)

Schultz' Inhaltsanalyse ergab, dass vor allem in Gesprächsrunden, die von Politikern dominiert werden, die argumentativen Anstrengungen, welche die Teilnehmer auf sich nehmen, vergleichsweise gering sind (vgl. ebd., S. 285) und selten das Niveau eines abwägenden, komplexen und differenzierten Diskurses erreichen (vgl. ebd., S. 261). Insgesamt stellte Schultz fest, dass die Teilnehmer an politischen Talkshows eher selten abwägend argumentieren, d.h. verschiedene, divergierende oder sich ausschließende Positionen und Argumentationsrichtungen erörtern, in Beziehung setzen und prüfen.

Diskussionsbeiträge in den von Politikern dominierten Talkshows „Sabine Christiansen“ und „Berlin Mitte“ haben, laut Schultz' Analyse, überwiegend einen propagierenden, attackierenden Charakter, in ihnen wird eher wenig informiert, gedeutet, er-

klärt und analysiert; expressive/narrative Sprechsequenzen spielen kaum eine Rolle.¹⁷¹
(Siehe Tab. 4)

Tab. 4: Dominierender Charakter der Themenentfaltung in politischen Talkshows, Anteile in %.

	Expressiv, narrativ	Informieren, deuten, erklären, analysieren	Propagieren, attackieren	Nicht entscheidbar
Sabine Christiansen	2,8	21,1	71,3	4,8
Berlin Mitte	3,2	22,0	71,7	3,1

Quelle: Schultz 2006, S. 253.

Diese Art der Themenentfaltung ist auch auf die Fragen der Moderatoren zurückzuführen, denn Schultz' Analyse der Fragerichtungen ergab, dass der überwiegende Teil der Fragen in „Sabine Christiansen“ und „Berlin Mitte“ auf Meinungsäußerungen, d.h. auf Bewertungen und Einschätzungen, sowie auf Rechtfertigungen der Befragten und weniger auf Information zielen.¹⁷² (Siehe Tab. 5, S. 148)

Trotz seiner negativen Ergebnisse hinsichtlich der Qualität politischer Diskurse in politischen Talkshows, deduziert Schultz' aus der großen Bedeutung von Meinungs-

¹⁷¹ Als expressiv/narrativ codierte Schultz Sprechsequenzen, „in denen der Sprecher vorrangig erzählerisch oder/und selbstoffenbarend kommuniziert: Anekdoten zum Besten gibt, persönliche Erlebnisse und die eigene Innenwelt schildert, Vorgänge anschaulich nacherzählt, in erster Linie explizit Gefühle ausdrückt“ (Schultz 2006, S. 351). Propagierenden/attackierenden Charakter haben Sequenzen, in denen der Sprecher „vorrangig und klar erkennbar eine bestimmte Position bezieht und offensiv vorträgt oder/und eine von ihm nicht geteilte Position kritisiert bzw. angreift“ (ebd., S. 351). Der Sprecher nimmt dabei eine Teilnehmerperspektive ein, d.h. eine überwiegend selbst involvierte Position gegenüber dem thematisierten Gegenstand. In Sequenzen, in denen für Schultz informiert/erklärt/interpretiert/gedeutet wird, nimmt der Sprecher dagegen eine Beobachterperspektive ein, gibt relativ nüchtern bloße Information, liefert Erklärungen und Analysen: „Meinungsorientierte Einschätzungen und Bewertungen können durchaus vorkommen, prägen die Sequenz aber nicht so weit, dass der Sprecher in erster Linie eine bestimmte Position deutlich und offensiv propagiert oder attackiert. Vielmehr nimmt der Sprecher eine überwiegend distanzierte Position gegenüber dem thematischen Gegenstand ein“ (ebd., S. 351).

¹⁷² Unter Fragen, die auf Expression/Narration gerichtet sind, versteht Schultz Erzählfragen und Aufforderungen zur Selbstoffenbarung: „Fragen nach persönlichen Erlebnissen, Erfahrungen, Eigentümlichkeiten, Ambitionen des Adressaten“ (ebd., S. 332). Fragen, die auf Information zielen, codierte Schultz als tatsachenorientierte Sachverhaltensfragen, reine Informationsfragen, faktizierende Fragen. Unter Fragen, die auf Meinung, Urteile, Positionen, Deutungen etc. zielen, versteht Schultz meinungsorientierte Einschätzungs-, Bewertungs- oder Begründungsfragen, sowie Aufforderungen zur Stellungnahme und Kritik (politischer) Ziele, Programme und Maßnahmen. (Vgl. ebd., S. 333). „Kritische Begründungs- bzw. Rechtfertigungsfragen, Hinterfragen (gegenüber Adressat), Provokationen – zielen auf eine Rechtfertigung des Adressaten, auf eine Verteidigung, Einschränkung oder Zurücknahme seiner Positionen, Behauptungen, Handlungen etc.“ (ebd., S. 333)

Tab. 5: Fragerichtung in politischen Talkshows, Anteile in %.

	Expression	Information	Meinung	Rechtfertigung
Christiansen	6,6	15,8	51,2	26,4
Berlin Mitte	3,3	16,6	41,7	38,5

Quelle: Schultz 2006, S. 227.

und Rechtfertigungsfragen, dass auf elementarer Ebene der Anspruch der Sendungen umgesetzt

wird, „einen Beitrag zur politischen Meinungsbildung und Diskussion zu leisten“ (ebd., S. 227). Denn für die Realisierung politischer Diskurse ist es, so Schultz, entscheidend, „dass die Moderatoren der Polit-Talks Meinungs- und Rechtfertigungsfragen einsetzen, mit denen die Teilnehmer dazu angeregt oder genötigt werden, Position zu beziehen, einen Standpunkt zu begründen und zu verteidigen“ (ebd., S. 227). Dass in politischen Talkshows „Unterhaltungselemente, Muster politischen Werbens und Strategien der Selbstdarstellung eine Rolle spielen, muss ihre meinungsbildende Funktion nicht entwerfen.“ (ebd., S. 320)

Für Schultz sind die diskursiven Anstrengungen in politischen Talkshows verbunden „mit dem Mehrwert einer unmittelbaren öffentlichen Konfrontation konkurrierender Positionen und Argumente [...], wie sie nur in wenigen anderen Settings derart massenwirksam möglich ist.“ (ebd., S. 316) Infolgedessen ist Schultz der Überzeugung, dass politische Talkshows

„durchaus einen vernünftigen Beitrag zur politischen Kommunikation leisten. Indem sie unterschiedliche Akteure mit ihren voneinander abweichenden, teils sich ergänzenden, teils sich widersprechenden Perspektiven und Argumentationen zusammenbringen und eine Zusammenschau organisieren, dienen sie noch unabhängig von etwaigen weiter reichenden Lerneffekten der Orientierung und Information des Publikums.“ (ebd., S. 316-317)

Im günstigen Falle können, so Schultz, vernünftige Abwägungsprozesse im Publikum stimuliert werden. (Vgl. ebd., S. 125)

Für die Analyse der Leistungsfähigkeit politischer Talkshows für politische Bildung ergeben sich aus Schultz' Studie folgende Fragen:

- Welche Bedeutung hat der reduzierte politische Diskurs in politischen Talkshows in Bezug auf die politische Bildung?

- Inwiefern erfüllt die Präsentation von divergierenden, sich ergänzenden und/oder widersprechenden Argumentationen und Perspektiven in politischen Talkshows die Informationsfunktion der politischen Bildung?
- Ist der vorherrschende propagierende/attackierende und weniger informative Charakter der Diskussionsbeiträge funktional oder dysfunktional für die politische Bildung?
- Entsprechen politische Talkshows mit ihren überwiegenden Meinungs- und Rechtfertigungsfragen sowie propagierenden/attackierenden Diskussionsbeiträgen der Meinungs- und Willensbildungsfunktion politischer Bildung?

5.4.2 Zur Bedeutung von Regie, Kamera und Moderator

Für eine Analyse des Beitrags politischer Talkshows für politische Bildung ist noch ein weiterer Aspekt von Bedeutung, denn der Fernsehzuschauer hört und sieht die Kommunikation zwischen den Diskussionsteilnehmern nicht ungefiltert, für ihn wird die stattfindende Kommunikation entsprechend der Medienformatlogik inszeniert.

Politische Talkshows leben von Menschen, die sich aufregen, denn formatbedingt geht es hier um Differenzen, weniger um Gemeinsamkeiten. Um diese Differenzen eine ganze Sendung lang, und damit das Interesse der Zuschauer an der Diskussion, aufrecht zu erhalten, müssen Regie, Kamera und Moderator im Laufe der einzelnen Sendungen für immer neue Höhepunkte sorgen.

Regie und Kamera tragen zur Spannungserhaltung seitens der Rezipienten bei, indem sie die stattfindenden Diskussionen nicht bloß abfilmen, sondern vor allem nonverbale Aktionen und Reaktionen einfangen. Schicha (2002 (a)) fasst drei Strategien der Kameraführung in politischen Talkshows zusammen:

- „1. Der Einsatz von Großaufnahmen der Gesichter und Körperdetailaufnahmen durch das Affektbild soll affektive Reaktionen innerhalb der Debatte sichtbar machen.
2. Dadurch, dass häufig nicht die sprechende Person im Bild gezeigt wird, sondern diejenige, die angesprochen wurde oder von der Widerspruch zu erwarten ist, wird Interaktion visuell inszeniert.
3. Neben diesen dramatisierenden Funktionen der Kameraführung lässt sich eine dritte, kommentierende ausmachen: Von einem Kommentar kann immer dann die Rede sein, wenn bei einer bestimmten Aussage eines Diskussionsteilnehmers diejenige Person im Bild gezeigt wird, von der dieselbe oder eine sinnverwandte Aussage zuvor

gemacht wurde, bzw. die wegen der Meinung der Partei, für die sie einsteht, mit dieser Aussage in Verbindung gebracht werden kann. Die kommentierende Funktion der Kamera besteht also vor allem darin, eine Position mit einer Person zu identifizieren.“ (ebd., S. 217)

Auch der Moderator hat eine wichtige Rolle bei der Präsentation und Inszenierung der Diskussion. Er stellt – gewissermaßen als Ersatz für Habermas’ aktives, rasonierendes Publikum – Fragen an die Diskussionsteilnehmer. Aufgrund der zugrunde liegenden Medien- und Formatlogik muss ein Moderator politischer Talkshows darüber hinaus

- darauf achten, dass die Sendung im zeitlichen und thematischen Rahmen bleibt, Teilnehmer gleichberechtigt zu Wort kommen und kein Teilnehmer die Diskussion dominiert;
- inhaltliche und sachliche Kompetenz besitzen,¹⁷³ um durch seine Beiträge einen höheren Informations- und Transparenzgrad der vermittelten Inhalte für die Zuschauer zu erreichen (vgl. Schultz 2006, S. 219).

Das heißt, ein Moderator politischer Talkshows muss nicht nur versuchen, seinen Gästen Aussagen zu entlocken, die neu sind, sondern durch seine Fragen die Diskussion auch so lenken und gestalten, dass sie für die Zuschauer verständlich, interessant, informativ und unterhaltsam ist, und während der gesamten Sendung bleibt; dazu gehört, dass er eine Diskussion, die nicht mehr angeregt und intensiv genug ist, mit seinen Fragen wieder ‚in Gang‘ bringt. Darüber hinaus sollte er durch seine Fragen ein Thema von möglichst verschiedenen Seiten vorstellen, um auf diese Weise eigenes Nachdenken bei den Zuschauern zu provozieren. (Vgl. Kuhn 2004, S. 122)

Der Moderator ist also für die Diskussionsinhalte und den Diskussionsablauf von entscheidender Bedeutung, Regie und Kamera für die – das Interesse des Publikums erhaltende – Inszenierung der Diskussion und deren visuelle Kommentierung. Die Analyse der Fallbeispiele muss zeigen, wie groß infolgedessen ihre Bedeutung für die Funktionalität politischer Talkshows im Hinblick auf politische Bildung ist.

¹⁷³ Sachliche Kompetenz, d.h. genügend Wissen und Urteilkraft auf den politischen Gebieten, über die sie diskutieren, ist notwendige Voraussetzung für Moderatoren, damit sie „nicht auf oberflächliche Inszenierungen angewiesen sind oder auf diese, wenn sie von Seiten der Politik geliefert werden, ‚herinfallen‘“ (Meyer 2003, S. 19).

5.5 Die drei erfolgreichsten politischen Talkshows (1998-2007)

Trotz leicht rückläufiger Einschaltquoten sind die erfolgreichsten Talkshows im Jahr 2007:¹⁷⁴ „Sabine Christiansen“, „Maybrit Illner“ und „hartaberfair“. Die Bedeutung dieser drei Gesprächssendungen lässt sich aber nicht nur an ihren Einschaltquoten festmachen, sondern auch an den (medien-)öffentlichen Diskussionen um die Nachfolge von „Sabine Christiansen“,¹⁷⁵ die Umbenennung von „Berlin Mitte“ in „Maybrit Illner“ und den Wechsel von „hartaberfair“ aus dem WDR-Fernsehen in „Das Erste“. Im Folgenden werden die Sendungskonzepte der drei Sendungen kurz vorgestellt.

5.5.1 „Sabine Christiansen“

Die erste Sendung von „Sabine Christiansen“ wurde am 4.1.1998 ausgestrahlt als direkte öffentlich-rechtliche Konkurrenz zu der SAT.1-Talkshow „Talk im Turm“ am Sonntagabend nach dem Spielfilm – einem der wichtigsten Sendeplätze im deutschen Fernsehprogramm. Direkt im Anschluss an die quotenstarken ARD-„Tatorte“ diskutierte Sabine Christiansen bis zum Sommer 2007 live mit prominenten Gesprächspartnern aus Politik, Wirtschaft, Gesellschaft und Kultur 60 Minuten lang das aktuelle Thema der Woche.

¹⁷⁴ Reichweiten politischer Informationssendungen steigen im Allgemeinen in Zeiten einer größeren Mobilisierung, d.h. zu Wahlkampf-Zeiten, bei bedrohlichen Ereignissen (z.B. Krieg) oder politischen Skandalen. Die Einschaltquoten politischer Talkshows gingen seit 2005 leicht zurück. (Siehe Tab. 24, Anhang, S. 250) Ein Grund dafür könnte in der Großen Koalition liegen, die dazu führte, dass die großen Parteien ihre Konflikte und Kontroversen nicht mehr in politischen Gesprächssendungen austrugen. Die Redaktionen reagierten darauf, indem sie mehr nicht-politische Akteure, u.a. Prominente aus dem Showbusiness und betroffene Bürger, als Teilnehmer in ihre Sendungen einluden.

¹⁷⁵ In Juni 2006 hatte Sabine Christiansen angekündigt, zum Sommer 2007 ihre Talkshow abzugeben. Diese Nachricht sowie die Diskussion um ihre potentiellen Nachfolger bestimmten 2006 einige Wochen lang die Medienagenda. Die ARD hatte in der Pressemitteilung, mit der sie den Ausstieg Sabine Christiansens bekanntgab, zunächst Günter Jauch als Nachfolger präsentiert. Dieser entschied sich jedoch gegen ein Engagement bei der ARD – eine Entscheidung, die wiederum von vielen Presseartikeln kommentiert wurde. Günter Jauch hatte die Zuständigkeit der ARD-Chefredaktion als einen Grund für seine letztendliche Absage angegeben: „Meine Talkshow sollte in den Bereich Information wechseln. Das hätte bedeutet, dass sich regelmäßig zehn ARD-Chefredakteure über jeden Satz von mir und meinen Gästen gebeugt hätten.“ (Vgl. <http://www.spiegel.de/spiegel/0,1518,459613,00.html>; Stand: 15.02.2007). Im Februar 2007 wurde schließlich Anne Will als Nachfolgerin benannt. Die neue Talksendung (Erstsendung: 16.9.2007), die in die Zuständigkeit der ARD-Chefredaktion fällt, soll aktuelle, gesellschaftspolitische Themen aufgreifen aber auch eigene Themen setzen. (Vgl. <http://www.spiegel.de/kultur/gesellschaft/0,1518,464414,00.html>; Stand: 05.02.2007)

Bei „Sabine Christiansen“ traten nicht nur die bekanntesten nationalen, sondern auch internationale politische Akteure auf. Intention der Redaktion bei der Gästerauswahl war es, den Zuschauern Informationen aus erster Hand zu vermitteln und ihnen Gesprächsteilnehmer zu präsentieren, die sie zu einem bestimmten Thema auch sehen wollten. (Vgl. <http://www.sabine-christiansen.de/>; Stand: 03.05.2007)

Christiansen verstand sich als Stellvertreterin der Zuschauer und wollte in dieser Rolle den Talkgästen „die wirklich wichtigen Fragen stellen“ (<http://daserste.de/christiansen/info.asp>; Stand: 08.05.2003). Die Redaktion wollte in interessanten Gesprächen und kontroversen Diskussionen das aktuelle Thema der Woche in möglichst vielen Facetten beleuchten, (vgl. <http://www.sabine-christiansen.de/>; Stand: 03.05.2007) mit dem Ziel, dass die Zuschauer auch etwas verstehen (vgl. http://www.sabine-christiansen.de/c_standpunkt01.html; Stand: 08.05.2003).

„Sabine Christiansen“ polarisierte. Einerseits gab es heftige wissenschaftliche wie medienöffentliche Kritik an der Sendung und dem zu unkritischen Moderationsstil Christiansens,¹⁷⁶ andererseits propagierten Bezeichnungen wie „wöchentliche Bürgerpflicht“ (STERN 37/02), "Deutschlands wichtigste Talk-Show" (DIE WELT 24.11.2002), „Institution im deutschen Fernsehen“ (FAZ, 23.06.2006) oder die Eigenbeschreibung der Sendung als „das wichtigste und meistgesehene Diskussionsforum im deutschen Fernsehen“ (<http://www.sabine-christiansen.de/>; Stand: 03.05.2007) die große Bedeutung der Sendung innerhalb der politischen Fernsehformate. Erfolg und Bedeutung der Sendung ließen sich aber auch an der erfolgten Anschlusskommunikation ablesen:

"Montag war immer Spiegel-Tag. Das gilt nicht mehr [...] seit es Sabine Christiansen gibt, das heißt: SABINE CHRISTIANSEN. Das Thema, das sie am Sonntagabend vorgibt, wird am Montag weiterdiskutiert in den Büros und auf den Straßen der Republik" (Süddeutsche Zeitung, 13.03.2003, zitiert nach <http://www.sabine-christiansen.de/>; Stand: 03.05.2007).

¹⁷⁶ Siehe hierzu u.a. Schicha, http://www.schicha.net/fileadmin/user_upload/Texte/20050630/talk-bits.pdf; Stand: 11.06.2007, Schultz 2006, Rossum 2004. Christiansen selber stieg mit dem Erfolg ihrer Sendung zu einer der bekanntesten und mächtigsten ‚Fernsehfrauen‘ in Deutschland auf und rechtfertigte ihren Moderationsstil mit dem Argument, sie wolle die Gäste miteinander ins Gespräch bringen: „Ich bin jemand, der zwischen den Gästen sitzt und die Zügel hält. [...] Es ist eine politische Gesprächsrunde und keine Christiansen-Show.“ (http://www.sabine-christiansen.de/c_standpunkt01.html; Stand: 08.05.2003) Im September 2006 erhielt sie den „Deutschen Fachjournalisten-Preis 2006“ im Bereich politischer Journalismus.

Auch in den Medien selber – in Radiosendungen und (Online-)Zeitungen – konnten montags verstärkt Zitate aus der „Sabine Christiansen“-Sendung beobachtet werden. Der Sendung konnte nicht nur eine gewisse Bedeutung innerhalb des Mediensystems, sondern auch des politischen Systems zugesprochen werden, so sagte Friedrich Merz (CDU) in der 250. Sendung am 29.06.2003: „Diese Sendung bestimmt die politische Agenda mittlerweile mehr als der Deutsche Bundestag.“

Vor allem aber für ihre durchschnittlich drei bis fünf Millionen Zuschauer muss die Sendung wichtige Funktionen erfüllt haben, anders sind die hohen Einschaltquoten – trotz großer medienöffentlicher wie wissenschaftlicher Kritik an der Sendung und dem Moderationsstil von Christiansen – nicht zu erklären.

5.5.2 „Maybrit Illner“

Die erste Sendung von "Berlin Mitte" wurde am 14.10.1999 ausgestrahlt mit der Intention zu informieren, zu unterhalten und politische Prozesse verständlich zu machen: „Der Zuschauer muss ‚Berlin Mitte‘ auch ohne Dolmetscher verstehen können.“ (<http://www.zdf.de/ZDFde/inhalt/18/0,1872,2044914,00.html>; Stand: 30.06.2003)

Seit dem 15. März 2007 heißt die Sendung „Maybrit Illner“ – nach ihrer Moderatorin:

"Sie ist Gesicht, Herz und Hirn dieser Sendung. Fast alle Zuschauer kennen und schätzen die Moderatorin Maybrit Illner, nachweisbar weniger können etwas mit dem Namen ‚Berlin Mitte‘ anfangen.“ (<http://www.zdf.de/ZDFde/inhalt/19/0,1872,1021235,00.html>; Stand: 03.05.2007)

Möglicherweise auch aufgrund der zu erwartenden Änderungen bei der ARD-Konkurrenz in Bezug auf die Nachfolgesendung von „Sabine Christiansen“ mit Anne Will und der Übernahme von „hartaberfair“ ins ARD-Hauptprogramm, kam es gleichzeitig mit der Namensänderung zu Konzeptänderungen der politischen Talkshow im ZDF. Die Sendung wurde um eine Viertelstunde auf 60 Minuten verlängert: Zum einem als ein äußeres Zeichen „für die hohe Wertschätzung, die der Polittalk im ZDF genießt“ (ebd.), zum anderen um inhaltliche Änderungen besser unterbringen zu können, denn es „reicht schon seit geraumer Zeit nicht mehr, die Welt im gesetzten Halbrund mit lauter Mandatsträgern zu diskutieren“ (ebd.).

Der durch wissenschaftliche Studien belegte hartnäckige und kritische Moderationsstil¹⁷⁷ von Maybrit Illner sollte durch die Konzeptänderungen stärker betont werden – möglicherweise um Maybrit Illner als neue ‚First Lady‘ des politischen Talks zu etablieren, bevor Anne Will mit ihrer neuen Talksendung begann.

Intention der Redaktion ist es, politische Akteure mit den von ihren Entscheidungen Betroffenen zusammenzubringen. Zu der Konzeptänderung gehört daher eine stärkere Einbeziehung des Publikums sowohl des Studiopublikums als auch des Fernsehpublikums:

„Maybrit Illner wird an verschiedenen Stellen im Studio Interviews führen können; das Publikum auf der neuen Studio-Tribüne kann besser einbezogen werden [...]. Die Zuschauer können sich online beteiligen. [...] Die Sendung lebt davon, Menschen zu Wort kommen zu lassen, die von Politik betroffen sind.“ (ebd.)

5.5.3 „hartaberfair“

„hartaberfair“¹⁷⁸ wird seit dem 31.01.2001 im WDR-Fernsehen ausgestrahlt. Die Redaktion von „hartaberfair“ bezeichnet ihre Sendung aufgrund der gesendeten Einspielfilme und -reportagen – selbst als „Polit-Talkmagazin“ (<http://www.wdr.de/tv/hartaberfair05/sendung.phtml>; Stand: 03.05.2007). Im vorliegenden Kontext wird sie als politische Talkshow betrachtet, die sich jedoch durch einige Elemente von „Christiansen“ und „Illner“ unterscheidet.

90 Minuten¹⁷⁹ lang diskutiert Moderator Frank Plasberg mit seinen meist prominenten Gästen aus Politik, Kultur, Wissenschaft und Wirtschaft – ausgehend von der aktuellen Nachrichtenlage – ein politisches, wirtschaftliches oder gesellschaftspolitisches Reizthema. Die Redaktion will in ihrer Sendung umfassende Informationen zu diesem ‚Reizthema‘ liefern und es für jeden verständlich aufarbeiten. Moderator Frank Plasberg betont, dass Politik zu erklären, nicht nur heißt vorzuführen, wer gegen wen ist.

¹⁷⁷ Siehe hierzu u.a. Schultz 2006, Schultz 2004. Die Anerkennung der Moderatorin Illner innerhalb des Mediensystems wird u.a. deutlich an den ihr verliehenen Auszeichnungen: Illner erhielt u.a. 2000 den Hanns-Joachim Friedrichs-Preis (zusammen mit Gabi Bauer und Sandra Maischberger), 2002 den Deutschen Fernsehpreis "Beste Informationssendung/Beste Moderation Information" für das TV-Duell gemeinsam mit Sabine Christiansen, 2004 den Deutschen Fernsehpreis "Beste Informationssendung/Beste Moderation Information" für "Berlin Mitte".

¹⁷⁸ Zur Entwicklung und Bedeutung des Sendungstitels, siehe FAZ.09.06.2006.

¹⁷⁹ Mit ihrer Ausstrahlung in der ARD (September 2007) wurde die Sendung auf 75 Minuten verkürzt.

(Vgl. Cicero 08/2006) Filme und Reportagen sollen wichtige Hintergründe liefern, die Diskussion mit Fakten bereichern und das Thema aus verschiedenen Blickwinkeln beleuchten. (<http://www.wdr.de/tv/hartaberfair05/sendung.phtml>; Stand: 03.05.2007)

Von großer Bedeutung für das Konzept der Sendung, deren Redaktion sich als „Anwalt der Zuschauer“ (Cicero 08/2006) begreift, ist die Möglichkeit der aktiven, medien-spezifischen Teilhabe des Publikums, denn in

„der 90-minütigen Live-Sendung wird zum Thema gemacht, was die Menschen bewegt und aufregt. [...] Unsere Zuschauer können sich mit ihren Meinungen, Fragen, Ängsten und Sorgen per Telefon, Internet, Fax oder E-Mail an hartaberfair wenden. Während der Live-Sendung greifen die Zuschauer zum einen im Rahmen der fonbox direkt in die Diskussion ein und zum anderen fasst die Bürgertelefon-Reporterin Brigitte Büscher die Reaktionen der Zuschauer zusammen. Sie gibt in der Sendung einen Überblick über das Meinungsspektrum der Zuschauer und konfrontiert die Gäste am Panel mit den Aussagen.“ (ebd.)

Eine Besonderheit des Sendungskonzepts ist darüber hinaus der so genannte Faktencheck, in dem Aussagen der Diskussionsteilnehmer von wissenschaftlichen Experten überprüft werden:

„Der Faktencheck ist so was wie eine Verlängerung unserer Sendung ins Internet. Vieles klingt im Fernsehen plausibel und überzeugend, lässt sich aber in der Live-Situation nicht überprüfen. Das übernimmt der Faktencheck. Das Ergebnis wird am folgenden Tag bei wdr.de veröffentlicht. ‚Stimmt das?‘, ist die Frage, der die Aussagen standhalten müssen.“ (SZ, 09.08.2006)

Der „Faktencheck“ von „hartaberfair“ ist ein Angebot für die Rezipienten, neue Erkenntnisse aus der Sendung zu überprüfen und zu vertiefen; er verlangt allerdings einen aktiven Rezipienten.¹⁸⁰

Der Moderationsstil von Frank Plasberg¹⁸¹ gehört zu den Markenzeichen der Sendung und wird von der Redaktion beschrieben als „Fragen ohne vorzuführen, nachhaken ohne zu verletzen – Talk in Augenhöhe eben. [...] Jeder wird so lange Auskunft geben müssen, bis die Frage wirklich beantwortet ist“ (<http://www.wdr.de/tv/hart-aberfair05/>

¹⁸⁰ Im Frühjahr 2006 wurden die Faktenchecks von jeweils ca. 2000 Nutzern angeklickt. (Vgl. SZ, 09.08.2006) Dem gegenüber steht eine Einschaltquote von knapp 1,5 Mio.

¹⁸¹ Die Anerkennung der Sendung und ihres Moderators im Mediensystem wird deutlich durch die erhaltenen Auszeichnungen: 2006 wurde Frank Plasberg als Politikjournalist des Jahres ausgezeichnet; 2005 erhielt die Sendung den Adolf Grimme-Preis in der Kategorie ‚Information und Kultur‘, und Frank Plasberg gemeinsam mit dem Redaktionsteam erhielten den Hanns-Joachim-Friedrichs-Preis für Fernsehjournalismus; 2003 wurde „hartaberfair“ in der Kategorie "Beste Informationssendung" mit dem Deutschen Fernsehpreis ausgezeichnet.

moderator.phtml, Stand: 22.05.2007). Moderator Plasberg will mit seiner Sendung Erkenntnisgewinne bei den Zuschauern erreichen, sie aber auch unterhalten:

„Wenn ein Zuschauer am Ende sagt: Ich habe etwas interessantes Neues erfahren, einen mir bisher unbekanntem Zusammenhang erkannt, ich habe auch gelacht, ich war auch mit meinen Gefühlen dabei, dann [...] hat das Fernsehen seinen Zuschauern einen Gegenwert für 60 oder 90 Minuten geschenkte Lebenszeit geboten.“ (Cicero 08/2006)

Seit September 2007 wird „hartaberfair“ mittwochs um 21.45 Uhr in der ARD ausgestrahlt. Die ARD will damit ihre Reputation steigern und ihr Informationsprofil verstärken. (Vgl. <http://www.ard.de/-/id=529186/w852tw/index.html>; 06.02.2007) Diese Intention macht deutlich, dass für die ARD die Informationsfunktion bei „hartaberfair“ im Vordergrund steht. Die WDR-Programtleitlinien 2006 halten hinsichtlich der Unterhaltungs- und Informationsfunktion fest:

„Nirgendwo sind journalistischer und unterhaltender Anspruch enger miteinander verwoben als in der Talkshow. Gut informierte Gastgeberinnen und Gastgeber sowie interessante Gäste führen unterhaltsame Gespräche zu den wichtigen Themen der Zeit und tragen damit zur Meinungsbildung und Information der Zuschauer bei. Hart aber fair ist die wöchentliche politische Diskussionssendung im WDR Fernsehen, wo in innovativer Form relevante gesellschaftliche Themen mit großem Gewinn für das Publikum erörtert und eingeordnet werden.“ (WDR 2006, S. 21)

Wie die vorgestellten Sendungskonzepte und ihre charakteristischen Elemente – die Kombination aus informativen und unterhaltenden Elementen, die verständliche Vermittlung, die Präsentation konträrer Positionen, die Integration Betroffener und des Publikums, der kritische Moderationsstil – konkret umgesetzt werden, und was diese hinsichtlich der politischen Bildungsfunktionen leisten, wird in Kapitel 6 eine Analyse von Fallbeispielen klären.

5.5.4 Themen- und Gästestruktur

Um vergleichsweise aktuelle Aussagen über die Inhalte der für die vorliegende Arbeit relevanten politischen Talkshows „Sabine Christiansen“, „Maybrit Illner“ und „hartaberfair“ treffen zu können, wurden jeweils fünf Sendungen der drei Talkshows im Zeitraum von 24.09.2006 bis 01.11.2006 und weitere jeweils sieben Sendungen im Zeitraum von 06.05.2007 bis 24.06.2007 hinsichtlich ihrer Themen- und Gästestruktur

analysiert.¹⁸² (Siehe Anhang, S. 251-259, Tab. 25-27) Diese Untersuchung eruiert charakteristische Merkmale des Sendungssamples als Voraussetzung für die Auswahl exemplarischer Sendungen für die Fallanalyse.

Tab. 6: Themen des Sendungssamples.

Politikbereiche der Titelthemen ¹⁸³	Sabine Christiansen (n=12)	Berlin Mitte/ Maybrit Illner (n=12)	Hartaberfair (n=12)
Gesellschaftszustand allg./Gesellschaftsdiagnose, politisch-weltanschauliche Grundfragen, Werte	4	2	6
Soziales/Sozialpolitik, Generationen, Gesundheitspolitik	1	3	4
Wirtschaftspolitik, Arbeitsmarkt	3	3	
Parteien/politisches Personal (in Deutschland)	1	1	1
Besonderes (G 8 Gipfel in Deutschland)	1	2	1
Umweltpolitik	1		
Bundeswehr	1		
Internationale Beziehungen		1	

Das Sendungssample zeigt, dass sich Sendungen diverser politischer Talkshows in einem gewissen Zeitraum mit gleichen Themen unter ähnlichen Fragestellungen beschäftigen, die sich an der aktuellen Politik- und Medienagenda orientieren.¹⁸⁴ (Siehe Tab. 6)

So beschäftigt sich „Sabine Christiansen“ am 1.10.2006 mit dem Thema „Deutschland und der Islam“ unter der Fragestellung „Einknicken vor dem Islam?“, und „hartaberfair“ fragt in der Sendung vom 27.09.2006, „Sind wir Toleranz-Trottel? Deutschlands Umgang mit Muslimen“. Anfang Juni 2007 beschäftigten sich die Sendungen aller drei Talkshows mit dem G8-Gipfel in Heiligendamm. Die drei beherrschenden Themenbereiche im Sendungssample sind: „Gesellschaftszustand allgemein“, „Soziales/Sozialpolitik, Generationen, Gesundheitspolitik“ und „Wirtschaftspolitik, Arbeitsmarkt“.

¹⁸² Für eine Übersicht zu Themen- und Gästestruktur politischer Talkshows im deutschen Fernsehen 1998 bis 2002, siehe Schultz 2006.

¹⁸³ Die aufgezeichneten Sendungen wurden jeweils nur einem Themenbereich zugeordnet.

¹⁸⁴ Schultz kam bei seiner Analyse der politischen Talkshows „Sabine Christiansen“, „Berlin Mitte“, „19:zehn“ (3Sat) und „Presseclub“ für die Jahre 1998 bis 2002 zu einem ähnlichen Ergebnis; die thematischen Schwerpunkte lagen in diesem langen Zeitraum und aufgrund der damals aktuellen Politik- und Medienagenda jedoch auf anderen Themenbereichen.

Auffallend beim Sendungssample ist, dass „Sabine Christiansen“, „Berlin Mitte/Maybrit Illner“ ein größeres Themenspektrum abdecken, als „hartaberfair“. Während sich „Sabine Christiansen“ und „Berlin Mitte/Maybrit Illner“ in den 12 Sendungen mit sieben bzw. sechs verschiedenen Themenbereichen beschäftigen, werden in „hartaberfair“ lediglich vier Themenbereiche behandelt. Neben dem Themenbereich „Soziales/Sozialpolitik, Generationen, Gesundheitspolitik“, der auch für „Berlin Mitte/Maybrit Illner“ ein maßgeblicher Themenbereich ist, geht es bei „hartaberfair“ in sechs Sendungen um den Themenbereich „Gesellschaftszustand allg./Gesellschaftsdiagnose, politisch-weltanschauliche Grundfragen, Werte“. „hartaberfair“ hinterfragt hier vor allem aktuelle Moral- und Wertvorstellungen in der Gesellschaft:

- „Sind wir Toleranz-Trottel? Deutschlands Umgang mit Muslimen“ (27.09.2006)
- „Siemens: Wut zeigt Wirkung – Entdecken Manager die Moral?“ (04.10.2006)
- „Jung sein bis der Vorhang fällt – Verliert das Alter seine Würde?“ (01.11.2006)
- „Döner ja, Moschee nein – wie tolerant wollen wir wirklich sein?“ (09.05.2007)
- „Alles gesehen, nichts mehr gefühlt – wie schädlich ist die Pornowelle?“ (16.05.2007)
- „Die gedopte Gesellschaft – Wenn der Zweite schon Verlierer ist!“ (30.05.2007)

Für den Themenbereich „Soziales/Sozialpolitik, Generationen, Gesundheitspolitik“ beschäftigten sich „Berlin Mitte/Maybrit Illner“ wie „hartaberfair“ hauptsächlich mit (plakativen) Fragen der potentiellen Auswirkungen der aktuellen Sozialpolitik auf die Bevölkerung:

- „Und morgen bin ich auch unten? Die neue Angst vorm Abstieg“ (12.10.2006, „Berlin Mitte“)
- „Willkommen in der Unterschicht? Wenn Vater Staat dich fallen lässt...“ (18.10.2006, „hartaberfair“)
- „Koalition im Klassenkampf: Macht der Sozialstaat arm?“ (19.10.2006, „Berlin Mitte“)
- „Beipackzettel live – über Risiken und Nebenwirkungen der Gesundheitsreform“ (25.10.2006, „hartaberfair“)
- „Einmal unten, immer unten? – Willkommen in der Zwei-Klassen-Gesellschaft“ (13.06.2007, „hartaberfair“)
- Sozial – neoliberal – total egal: Kein Rezept gegen Altersarmut? (14.06.2007, „Maybrit Illner“)
- „Wenn Pflege arm macht – Wer hilft, wenn Alte Hilfe brauchen?“ (20.06.2007, „hartaberfair“)

Anhand des Sendungssamples ist für „Maybrit/Illner“ und „Sabine Christiansen“ eine besondere Bedeutung des Themenbereichs „Wirtschaftspolitik, Arbeitsmarkt“ festzuhalten:

- „Steuer-Staat Deutschland: Fass ohne Boden?“ (24.09.2006, „Sabine Christiansen“)
- „Manager kassieren – Arbeiter verlieren: Wer schützt unsere Arbeitsplätze?“ (05.10.2006, „Berlin Mitte“)
- „Lebenslüge Vollbeschäftigung: Geht uns die Arbeit aus?“ (26.10.2006, „Berlin Mitte“)
- „Wie sozial ist die globale Wirtschaft?“ (22.10.2006, „Sabine Christiansen“)
- „Viel Arbeit, wenig Lohn – wer hat was vom Aufschwung?“ (06.05.2007, „Sabine Christiansen“)
- „Billig, befristet, bedroht: Sind das die Jobs von morgen?“ (17.05.2007, „Maybrit Illner“)

Die Sendungstitel machen deutlich, dass auch hier die Frage nach den Auswirkungen der Politik auf die Bevölkerung im Mittelpunkt steht.

Hinsichtlich der Sendungstitel ist darüber hinaus zu konstatieren, dass sie von Programmverantwortlichen mit Blick auf das Erregen von Aufmerksamkeit, das Wecken von Interesse seitens der Rezipienten formuliert werden, denn sie drücken in der Regel Dramatik aus und sprechen Emotionen an. Mithilfe der Titelformulierung wird versucht, die Zuschauer als Adressaten direkt einzubinden, indem sie teilweise durch Begriffe wie „ich“, „du“, „wir“, „uns“ direkt angesprochen werden, und damit der Eindruck unmittelbarer Betroffenheit erweckt wird. Aus dem vorliegenden Sendungssample lassen sich folgende Beispiele nennen:

- „Sind wir Toleranz-Trottel?“ (27.09.2006, „hartaberfair“)
- „Willkommen in der Unterschicht? Wenn Vater Staat dich fallen lässt...“ (18.10.2006, „hartaberfair“)
- „Döner ja, Moschee nein – wie tolerant wollen wir wirklich sein?“ (09.05.2007, „hartaberfair“)
- „Manager kassieren – Arbeiter verlieren – Wer schützt unsere Arbeitsplätze?“ (05.10.2006, „Berlin Mitte“)
- „Und morgen bin ich auch unten? – Die neue Angst vorm Abstieg“ (12.10.2006, „Berlin Mitte“)
- „Lebenslüge Vollbeschäftigung: Geht uns die Arbeit aus?“ (26.10.2006, „Berlin Mitte“)

Die Titel sind nicht nur zuspitzend und reißerisch formuliert, sondern meistens auch in Frageform, um dem Zuschauer zu suggerieren, dass das Ziel der jeweiligen Sendung eine Beantwortung der Frage ist. Andererseits deuten die Fragezeichen darauf hin, dass bereits bestehende Vorurteile aufgegriffen werden: (vgl. Schultz 2006, S. 166)

- „Politiker – überbezahlt und unterfordert?“ (15.10.2006, „Sabine Christiansen“)
- „Die Polizei – Prügelknaben der Nation?“ (10.06.2007, „Sabine Christiansen“)
- „Siemens: Wut zeigt Wirkung – Entdecken Manager die Moral?“ (04.10.2006, „hartaberfair“)
- „Jung sein bis der Vorhang fällt – Verliert das Alter seine Würde?“ (01.11.2006, „hartaberfair“)
- „Spritzen für den Sieg: Wird Doping zum Normalfall?“ (10.05.2007, „Maybrit Illner“)

Obwohl die Auswirkungen politischer Entscheidungen auf den ‚normalen‘ Bürger im Mittelpunkt vieler politischer Talkshows stehen, ist dieser kaum aktiv am Sendungsformat beteiligt. Die Möglichkeit normaler Bürger, über politische Talkshows am massenmedialen Diskurs teilzuhaben, ist sehr gering.

Im Untersuchungssample tauchen betroffene Normalbürger am ehesten bei „Sabine Christiansen“ auf, (siehe Tab. 7, S. 161) nehmen jedoch meistens nicht an der ganzen Sendung teil, sondern werden lediglich an einem bestimmten Punkt der jeweiligen Sendung nach ihren Erfahrungen und Meinungen befragt. Bei „hartaberfair“ dagegen nehmen die vier Betroffenen die ganze Sendezeit über an der Diskussionsrunde teil. Als Betroffene in allen Sendungen wichtig sind Prominente.

Neben politischen Akteuren nahmen im Untersuchungssample am häufigsten Prominente der Unterhaltungsbranche als Betroffene, Journalisten/Autoren, Unternehmer/Vertreter von Wirtschaftsverbänden/Manager, Vertreter von Sozialverbänden/sozialen Bewegungen etc., nicht prominente Betroffene sowie wissenschaftliche Experten an den Sendungen teil.¹⁸⁵

¹⁸⁵ Auffällig ist die hohe Zahl von teilnehmenden Journalisten/Publizisten/Autoren bei "hartaberfair" im Untersuchungszeitraum sowie die hohe Anzahl von Vertretern aus der Wirtschaft bei „Sabine Christiansen“. Bereits bei Schultz Analyse zeigte sich eine besondere Bedeutung dieser Berufsgruppe bei „Sabine Christiansen“. (Siehe hierzu Schultz 2006, S. 173-177)

Tab. 7: Gäste des Sendungssamples.

Profession der Gäste ¹⁸⁶	Sabine Christiansen (n=77)	Berlin Mitte/ Maybrit Illner (n=65)	Hartaber- fair (n=67)	Gesamt (n=209)
Politiker	24 (31,2 %)	20 (30,8 %)	16 (23,4 %)	60 (28,7 %)
Unternehmer/ Manager/Vertreter Wirtschaftsverband	11 (14,3 %)	5 (7,7 %)	5 (7,5 %)	21 (10,1 %)
Vertreter Sozialverband/NGO/ soziale Bewegung/Verein etc.	4 (5,2 %)	7 (10,8 %)	6 (9,0 %)	17 (8,1 %)
Gewerkschafter/Betriebsrat	4 (5,2 %)	3 (4,6 %)	2 (3,0 %)	9 (4,3 %)
Wissenschaftler	5 (6,5 %)	7 (10,8 %)	1 (1,5 %)	13 (6,2 %)
Journalist/Publizist/Autor	4 (5,2 %)	6 (9,2 %)	13 (19,4 %)	23 (11,0 %)
anderer Experte („beruflich“)	3 (3,9 %)	1 (1,5 %)	3 (4,5 %)	7 (3,4 %)
Prominenter der Unterhaltungs- branche (Film, Show, Musik, Sport) als Betroffener	8 (10,4 %)	12 (18,5 %)	11 (16,4 %)	31 (14,8 %)
Laie/Betroffener (nicht promi- nent)	9 (11,7 %)	4 (6,2 %)	4 (6,0 %)	17 (8,1 %)
Vertreter Gesundheitssystem (Vertreter Krankenkasse, Medi- ziner, Apotheker etc.)	1 (1,3 %)		3 (4,5 %)	4 (1,9 %)
Vertreter Kirche/Religion	1 (1,3 %)		2 (3,0 %)	3 (1,4 %)
Vertreter der Justiz (Staats-, Rechtsanwalt/Polizei)	1 (1,3 %)		1 (1,5 %)	2 (1,0 %)
Behördenvertreter	1 (1,3 %)			1 (0,5 %)
Vertreter UNO	1 (1,3 %)			1 (0,5 %)

Die hohe Zahl der teilnehmenden Prominenten als Betroffene bei allen drei Talkshows ist sicherlich als ein Mittel zur Steigerung der Einschaltquote zu bewerten, bei Schultz' Analyse hatte diese Berufsgruppe noch eine wesentlich geringere Rolle gespielt.¹⁸⁷

Bei allen drei politischen Talkshows gehörten im Untersuchungszeitraum die meisten Gäste zur Berufsgruppe „Politiker“;¹⁸⁸ die meisten politischen Akteure waren Spitzenpolitiker in Bezug auf Funktion und Bekanntheitsgrad, d.h. hohe Funktionsträger in

¹⁸⁶ Diese Klassifikation orientiert sich für eine bessere Vergleichbarkeit an Schultz 2006 (siehe ebd., S. 175). Für jeden Gast wurde nur seine jeweilige Hauptprofession als Grundlage für die Einteilung zugrunde gelegt. Die zusätzlichen Gäste/Experten wurden ebenfalls nach ihrer eigentlichen Profession eingeordnet.

¹⁸⁷ Siehe hierzu Schultz 2006, S. 175.

¹⁸⁸ Im Vergleich zu Schultz' Analyse ist der Anteil der Politiker an den Gästen politischer Talkshows gesunken (vgl. Schultz 2006, S. 175); in diesem Zusammenhang sind jedoch die unterschiedlichen Grundgesamtheiten der Untersuchungssamples zu berücksichtigen.

den Parteien (z.B. Partei- und/oder Fraktionsvorsitzende, Generalsekretäre oder Vorstandsmitglieder) sowie (Ex-) Regierungsmitglieder. (Siehe Tab. 8)

Tab. 8: Funktionen (Rang) der Politiker im Sendungssample.

Funktion (Rang) des Politikers ¹⁸⁹	Sabine Christiansen (n=24)	Berlin Mitte/ Maybrit Illner (n=20)	Hartaberfair (n=16)
Regierungsmitglied Bund	3	3	1
Regierungsmitglied Land	6	4	3
(stellv.) Partei- und Fraktionsvorsitzen- der, Generalsekretär, Geschäftsführer, Vorstandsmitglied	6	4	7
Ex-Regierungsmitglied, Ex-Vorsitzender, Ex-Ministerpräsident	3	5	2
Andere Mandate/Ämter Bundes-/ Landesebene	5	2	3
Kommunalpolitiker		1	
Europaabgeordneter		1	
Bundespräsident	1		

Kritiker betonen, dass in politischen Talkshows immer wieder die gleichen Politiker auftreten.¹⁹⁰ Die Analyse der Gästestruktur des vorliegenden Sendungssamples zeigt, dass mehrere Politiker zweimal auftraten:

- Günter Beckstein (31.05.2007, „Maybrit Illner“; 10.06.2007, „Sabine Christiansen“)
- Sigmar Gabriel (08.10.2006 und 03.06.2007, „Sabine Christiansen“),
- Gregor Gysi (23.05.2007, „hartaberfair“; 03.06.2007, „Sabine Christiansen“),
- Laurenz Meyer (24.9.2006 und 06.05.2007, „Sabine Christiansen“),
- Renate Schmidt (18.10.2006, „hartaberfair“; 13.05.2007, „Sabine Christiansen“),
- Jörg Schönbohm (27.09.2006, „hartaberfair“; 03.06.2007, „Sabine Christiansen“),
- Uwe Schünemann (01.10.2006, „Sabine Christiansen“; 09.05.2007, „hartaberfair“),

Noch vier weitere Personen treten mehrmals im Untersuchungszeitraum in den politischen Talkshows auf:

- Hans-Olaf Henkel (05.10.2006, „Berlin Mitte“; 15.10.2006, „Sabine Christiansen“),
- Thomas Leif (15.10.2006, „Sabine Christiansen“; 25.10.2006, „hartaberfair“),
- Jürgen Fliege (05.10.2006, „Berlin Mitte“; 01.11.2006, „hartaberfair“; 14.06.2007, „Maybrit Illner“),
- Günter Wallraff (12.10.2006, „Berlin Mitte“; 23.05.2007, „hartaberfair“)

¹⁸⁹ Für jeden Gast wurde nur eine Funktion berücksichtigt.

¹⁹⁰ Schultz (2006) hat bei seiner Analyse von politischen Talkshows jedoch festgestellt, dass trotz einiger Ausnahmen in der Regel große Pluralität besteht. (Vgl. ebd., S. 305)

Dass elf der insgesamt 209 Gäste im Untersuchungszeitraum mindestens zweimal aufgetreten sind, spricht nicht gegen eine in der Regel große Pluralität hinsichtlich der Gästestruktur, solange eine große Zeitspanne zwischen den einzelnen Auftritten liegt. Zwei Auftritte in politischen Talkshows innerhalb kürzester Zeit (wie bei Beckstein, Gysi, Henkel und Leif) müssen jedoch als Problem hinsichtlich der Gäste- und Meinungsp pluralität gewertet werden.

Die Parteizugehörigkeit ein- geladener Politiker schien sich vor allem bei „Sabine Christiansen“ nach der Re- gierungsbeteiligung und dem Proporz zu richten. Die Regierungsparteien CDU

Tab. 9: Parteizugehörigkeit der teilnehmenden Politiker.

Parteizugehörig- keit der Politiker	Sabine Christiansen (n=24)	Berlin Mitte/ Maybrit Illner (n=20)	Hartaber- fair (n=16)
CDU/CSU	9	11	7
SPD	7	6	3
B'90/Die Grünen	3		3
FDP	3	1	2
Die Linke ¹⁹¹	2	2	1

und SPD traten bei Christiansen wie Illner häufig gemeinsam auf. (Siehe Tab. 9)

Tab. 10: Kombination der vertretenen Parteien.

Parteienkombination	Sabine Christiansen (n=12)	Berlin Mitte/ Maybrit Illner (n=12)	Hartaber- fair (n=12)
Keine Partei		2	4
Eine Partei	4	3	2
CDU/CSU – SPD	4	4	1
CDU/CSU – B'90/Die Grünen			2
CDU/CSU – Die Linke		1	
CDU/CSU – FDP			1
FDP – B'90/Die Grünen	1		
CDU/CSU – SPD – FDP		1	1
CDU/CSU – SPD – Die Linke	1	1	1
CDU/CSU – B'90 – FDP	1		
CDU/CSU – SPD – B'90/Die Grünen – Die Linke	1		

Im Untersuchungszeit- raum versuchten die Redaktionen anschei- nend mehrfach ein er- höhtes Konflikt- und Diskussionspotential zu erreichen: (siehe Tab. 10) „hartaberfair“ lud zweimal Vertreter der CDU/CSU gemeinsam mit Vertretern von B'90/Die Grünen ein; „Maybrit Illner“ einmal

¹⁹¹ Hierunter wurden zusammengefasst: Linkspartei, PDS, WASG.

Vertreter der CDU/CSU gemeinsam mit Vertretern von „Die Linke“; alle drei Talkshows hatten jeweils einmal Vertreter der CDU/CSU, der SPD und von „Die Linke“ (Linkspartei, PDS, WASG) gemeinsam zu Gast.

In allen drei Talkshows war zwei- bis viermal nur jeweils eine Partei vertreten.¹⁹² Darüber hinaus fanden im Untersuchungszeitraum vier Sendungen von „hartaberfair“ (25.10.2006, 01.11.2006, 16.05.2007, 30.05.2007) und zwei von „Maybrit Illner“ (10.05.2007, 31.05.2007) ganz ohne Politiker statt.

Die Analyse der Themen- und Gästestruktur hat gezeigt, dass in den Sendungen im Untersuchungszeitraum nicht nur Politiker eine bedeutende Teilnehmergruppe waren, sondern auch (prominente) Betroffene. Darüber hinaus haben die Programmacher häufig Politiker der Regierungsparteien gemeinsam eingeladen, anstatt eines Regierungspolitikers gemeinsam mit einem Oppositionspolitiker. Inwieweit sich dies auf die Präsentation von divergierenden politischen Positionen in den Sendungen auswirkt, muss die Fallanalyse zeigen, die darüber hinaus klären wird, welche Bedeutung die genannten Faktoren für die Funktionalität politischer Talkshows im Hinblick auf politische Bildung haben.

5.6 Rezipienten politischer Talkshows – Merkmale, Interessen, Urteile

Politische Talkshows gehören zu den quotenstärksten politischen Sendungen im deutschen Fernsehen, wobei die Werte je nach Format, Sendereihe und Sendeplatz beträchtlich variieren. Mit politischen Talkshows wird ein Millionenpublikum erreicht, welches durch bestimmte Merkmale charakterisiert wird.

Im vorliegenden Kontext stellt sich die Frage, welchem Rezipientenbild die Zuschauer von politischen Talkshows entsprechen: Sind sie eher die passiven Konsumenten im Sinne medienzentrierter Vorstellungen vom Massenkommunikationsprozess, die primär an ‚sinnlosem‘ Konsum orientiert sind, oder sind sie aktive Rezipienten nach der Vorstellung publikumszentrierter Konzepte wie dem Uses-and-Gratifications-Approach. Ein absichtsvolles, interessenbezogenes Rezipientenhandeln nach den Vor-

¹⁹² In der „Maybrit Illner“ Sendung vom 31.05.2007 traten zwei Politiker (Beckstein, Geißler) der CDU/CSU auf, jedoch keine anderen Parteivertreter.

stellungen des Nutzenansatzes kann nicht bei jedem Rezipienten in gleichem Maße unterstellt werden; die Zielgerichteten, aktiven Nutzer mag es geben, aber ob sie das große Publikum politischer Talkshows bestimmen, ist zu hinterfragen.

Nutzer politischer Talkshows entsprechen in Bezug auf ihre soziodemographische Zusammensetzung und ihr politisches Interesse den ‚typischen‘ Rezipienten politischer Informationsangebote. Rezipienten mit Interesse an politischen Informationssendungen nutzen verschiedene Formate komplementär. So ergab eine Sonderanalyse der GfK-Daten für das Jahr 2001, dass von den 26 Millionen Zuschauern politischer Diskussionsendungen 86 Prozent auch zum Zuschauerkreis der Politikmagazine gehören.¹⁹³ (Vgl. Darschin/Zubayr 2002, S. 211)

Politische Talkshows werden überproportional häufig von Älteren, d.h. über 50-Jährigen, formal höher Gebildeten, d.h. Bürgern mit Abschluss einer weiterführenden Schule oder Abitur/Studium, und an politischen Informationssendungen stark und sehr stark interessierten Rezipienten genutzt.¹⁹⁴ (Vgl. Tenscher 1999(b), S. 321) Eine wichtige Gruppe innerhalb des Publikums politischer Talkshows bilden auch Entscheidungsträger und Eliten aus Politik, Wirtschaft und Medien. (Vgl. Schultz 2006, S. 291)

Dehm/Storll/Beeske (2004) ermittelten bei einer Studie über TV-Erlebnistypen, dass politische Talkshow-Nutzer zur Gruppe der „genießenden Wissensdurstigen“ zählen, zu der rund jeder sechste Fernsehzuschauer gehört. Dieser TV-Erlebnistyp legt großen Wert darauf, vom Fernsehen Anregungen, Informationen und Gesprächsstoff zu erhalten: „Das Fernsehgerät einfach aus Langeweile oder Gewohnheit einzuschalten, liegt diesem Publikumssegment besonders fern. Dabei macht ihnen die beim Fern-

¹⁹³ „Sabine Christiansen“ stieß bei den Zuschauern insgesamt auf größeres Interesse als die klassischen Magazine. (Vgl. Darschin/Zubayr 2002, S. 210)

¹⁹⁴ Siehe hierzu auch van Eimeren/Gerhard 1998. Aufgrund des Durchschnittsalters ist die Zuschauergruppe mit der Bildung „Volksschule mit Lehre“ jedoch ebenfalls relativ hoch. (Siehe hierzu auch ZDF-Medienforschung 2007). Gerhards/Klingler (2002) ermittelten, dass im Jahr 2001 bei „Sabine Christiansen“ das Durchschnittsalter der durchschnittlich 4,71 Millionen Zuschauer bei 62 Jahren lag, und stellten eine überdurchschnittliche Affinität in den zwei Milieubereichen „Gesellschaftliche Leitmilieus“ und „Traditionelle Milieus“ fest. (Vgl. Gerhards/Klingler 2002, S. 309) Sowohl „Sabine Christiansen“ als auch „Maybrit Illner“ werden etwas häufiger von Frauen als von Männern gesehen. (Siehe hierzu Tenscher 1999(b); ZDF-Medienforschung 2007).

sehen gesuchte Orientierung durchaus auch Spaß bzw. dient der Entspannung.“ (ebd., S. 220)

Genießende Wissensdurstige sind eher älter und besser verdienend (Haushaltsnettoeinkommen ab 2000 Euro). Zuschauer dieses Typs schauen überdurchschnittlich gern und häufig die öffentlich-rechtlichen Sender. Sie sehen nicht gerne Unterhaltungssendungen, sondern favorisieren neben politischen Talkshows, Politikmagazinen und -reportagen, Wirtschaftsmagazinen und -reportagen, auch Wissenschafts-/Technikmagazine sowie Dokumentationen. Die genießenden Wissensdurstigen wählen entsprechend ihren Bedürfnissen gezielt die passenden Fernsehsender und Programmangebote aus. Sie sind passionierte Zeitungsleser und lassen sich als kompetente Mediennutzer beschreiben. (Vgl. ebd., S. 220-221)

Ausgehend vom Uses-and-Gratifications-Approach ist die mediale Wirkung „politische Bildung“ – wie auch andere Wirkungen – abhängig von subjektiven Nutzenerwartungen und Bedeutungszuweisungen der Rezipienten. Daher stellt sich die Frage, ob die Rezipienten Fernsehdiskussionen zur politischen Bildung nutzen bzw. sie als solche verstehen.

Politische Talkshows scheinen für politisch interessierte Zuschauer durchaus politische Hintergründe, Zusammenhänge und Prozesse zu vermitteln (vgl. Schicha, http://www.schicha.net/fileadmin/user_upload/Texte/20050630/talkbits.pdf; Stand: 11.06.2007). 2001 wurden Zuschauer nach ihrem Urteil über politische Gesprächssendungen befragt (Darschin/Zubayr 2002). „Sabine Christiansen“ wurde – neben dem „Presseclub“ – als die beste Diskussionssendung des deutschen Fernsehens bewertet, „Berlin Mitte“ belegte den dritten Platz. Allen drei Formaten wurden von ihren Zuschauern beste politische Vermittlungsleistungen zugesprochen. (Vgl. ebd., S. 212) Nach dieser Untersuchung ist zu konstatieren, dass politische Gesprächssendungen bei der großen Mehrheit der Zuschauer als Pflichtprogramm für politisch Interessierte gelten und als Sendungen, die einen wichtigen Beitrag zur politischen Diskussion in Deutschland leisten, wobei „Sabine Christiansen“ wiederum die größte Rolle spielt und der „Presseclub“ – zusammen mit „Berlin Mitte“ – die zweitgrößte. (Siehe Abb. 9, S. 167) Bei allen drei Formaten werden darüber hinaus als sehr positiv gewertet: die Ge-

sprächsteilnehmer, die Aktualität des Themas, die Divergenz der vertretenen Standpunkte und der Informationsgehalt.¹⁹⁵ (Vgl. ebd., S. 213)

Abb. 9: Detailbewertung politischer Diskussionssendungen;
Basis: Zuschauer, die die jeweiligen Sendungen zumindest „selten“ sehen, in %.

	Christiansen	Presseclub	Friedman	halb zwölf	Berlin Mitte	Talk in Berlin
Diese Sendung hat interessante Gesprächspartner	85	60	64	51	66	62
Das Thema der Sendung ist immer hochaktuell	84	68	49	45	65	55
In dieser Sendung sind die wichtigsten Ansichten zu einem Thema vertreten	74	59	37	39	59	46
Gut finde ich, dass die Politiker auf die Argumente der anderen eingehen müssen	73	35	42	36	55	47
Diese Sendung bringt mir das politische Geschehen nahe	71	60	35	41	61	47
Diese Sendung ist informativer als manche Debatte im Bundestag	62	48	37	34	50	39
In dieser Sendung werden nur leere Phrasen gedroschen	12	7	11	8	7	13
Die Diskussionen hier sind eher verwirrend als aufklärend	19	10	17	7	10	13
Diese Sendung nutzen Politiker nur zur Selbstinszenierung	44	18	31	22	32	34
Wer sich für Politik interessiert, sollte diese Sendung sehen	76	68	49	48	65	57
Diese Sendung leistet einen wichtigen Beitrag zur politischen Diskussion in Deutschland	72	61	42	38	56	46

Quelle: Darschin/Zubayr 2002, S. 213.

Die Untersuchung von Darschin/Zubayr (2002) ergab darüber hinaus, dass häufige Nutzer von politischen Gesprächssendungen ein größeres politisches Selbstvertrauen besitzen: „So bekunden drei Viertel (78%) der Zuschauer, die nicht nur eine, sondern mehrere Diskussionssendungen im Fernsehen verfolgen ‚politische Fragen [...] gut verstehen und einschätzen‘ zu können.“ (ebd., S. 217)

Obwohl politische Gesprächssendungen für die meisten Zuschauer als unverzichtbar gelten, üben sie trotzdem punktuelle Kritik an diesem TV-Format. So betonen zahlreiche Rezipienten – bei „Sabine Christiansen“ fast die Hälfte der Zuschauer, bei „Berlin Mitte“ jeder Dritte –, Sendungen dieser Art würden von Politikern „nur zur Selbstinszenierung“ genutzt. Bemerkenswert in diesem Kontext ist, dass die Zuschauer die

¹⁹⁵ Diese Befragungsergebnisse sagen zwar wenig über Hintergründe der Rezeption und ihrer Wirkungen aus, belegen jedoch eine Kluft zwischen Publikumsurteilen, Ergebnissen aus Inhaltsanalysen politischer Talkshows (vgl. Schultz 2006, S. 292) sowie häufig formulierten Pauschalverurteilungen dieses TV-Formats.

Selbstinszenierung zwar kritisieren, dies aber nicht den Sendungen selber anlasten. (Vgl. ebd., S. 212)

Für die Akzeptanz von politischen Gesprächssendungen ist – wie bei allen Informationssendungen – die Glaubwürdigkeit der Fernsehsender und der Personen, die als Informationsvermittler auftreten, von besonderer Bedeutung. Der Erfolg und die positiven Beurteilungen der politischen Talkshows, vor allem der öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten, dürften im engen Zusammenhang stehen mit dem positiven Image der öffentlich-rechtlichen Sender als seriöse Informationsvermittler.¹⁹⁶

Die Moderatoren politischer Talkshows – vor allem Sabine Christiansen – werden von den meisten Zuschauern als glaubwürdig beurteilt. (Vgl. ebd., S. 213) Fast genau so wichtig für die Akzeptanz der Diskussionssendungen bei den Zuschauern ist die Sachkenntnis der Moderatoren: Bei allen Moderatoren sind die Fernsehzuschauer der Überzeugung, dass diese etwas von Politik verstehen; den männlichen Moderatoren wird dabei eine etwas größere politische Sachkenntnis zugetraut als den weiblichen. (Vgl. ebd., S. 214)

Vor dem theoretischen Hintergrund des Uses-and-Gratifications-Approach ist davon auszugehen, dass Zuschauer politische Talkshows nutzen, weil sie eine funktionale Bedeutung für sie haben. Dass politische Talkshows hauptsächlich von älteren, formal besser gebildeten und politisch interessierten Zuschauern genutzt und positiv bewertet werden,¹⁹⁷ kann darauf hindeuten, dass dieses TV-Format durchaus eine ergänzende Rolle für die politische Bildung spielen kann, jedoch möglicherweise nur für politisch vorgebildete und medienkompetente Bürger, die sich von politischen Talkshows einen Nutzen für ihr politisches Wissen und/oder ihre Meinungsbildung erwarten. Für die politische Bildung junger und politisch weniger interessierter Bürger scheinen politi-

¹⁹⁶ Ausgehend von den Variablen Alter, Beruf und politisches Interesse, haben Studien ergeben, dass mit steigendem Alter und – unabhängig davon – mit höherem Interesse am aktuellen politischen Geschehen die Vorliebe für öffentlich-rechtliche Programme wächst ebenso wie mit höherer Stellung im Beruf. (Siehe hierzu u.a. Darschin/Zubayr 2003)

¹⁹⁷ Wobei vor allem die Rezeption von Sabine Christiansen bis zu einem gewissen Grade nicht nur an politisches Interesse gekoppelt, sondern auch habituell bedingt ist, da die Sendung von den hohen Einschaltquoten des „Tatort“ profitiert und viele Rezipienten nach Ende dieser Sendung noch länger bei der ARD bleiben.

sche Talkshows – ausgehend von ihrer Zuschauerstruktur – in ihrer bisherigen Form dagegen kaum geeignet, da diese gar nicht erreicht werden.

5.6.1 Das Fernsehpublikum und seine Rezeption bestimmende Faktoren

Die meisten wissenschaftlichen Auseinandersetzungen mit dem Genre „politische Talkshow“ konzentrieren sich auf die Kommunikationsinhalte wie die Qualität der Diskussion und die Kommunikatoren, d.h. das Verhalten der teilnehmenden Politiker oder die Moderatorenrolle/-leistung in diesem Zusammenhang.¹⁹⁸ Über Effekte politischer Talkshows auf ihre Zuschauer kursieren zwar viele Meinungen und Vorurteile, wissenschaftlich basiertes Wissen liegt bislang jedoch kaum vor; Traditionen der Medienwirkungsforschung sind für die Analyse der Rezeption politischer Talkshows bisher kaum herangezogen worden.¹⁹⁹

Die Frage, wie die Zuschauer politische Talkshows rezipieren, hängt von mehreren Faktoren ab und ist pauschal nicht zu beantworten. Die vorliegende Arbeit ist keine Rezipientenstudie, trotzdem werden im Folgenden einige Faktoren, die in Bezug auf den potentiellen Effekt ‚politische Bildung‘ relevant sein können, diskutiert.

¹⁹⁸ Siehe u.a. Mast 1979, Meyer/Ontrup/Schicha 2000, Nieland/Tenscher 2002, Schicha 2003, Schicha 2002(a), Schultz 2006, Schultz 2004, Tenscher 1998.

¹⁹⁹ Die wenigen rezipientenorientierten Studien aus Deutschland zu politischen Talkshows werten entweder quantitative Befragungen von Rezipienten zu ihrer Beurteilung dieses Sendungsformats aus (siehe Darschin/Zubayr 2002), versuchen mit experimentellen Untersuchungen die Bewertung von politischen Talkshows durch ihre Rezipienten zu analysieren (siehe Diekmannshenke 2002, Schaffar 2002) oder aus psychologischer Perspektive die Bedeutung der Involviertheit seitens der Rezipienten in das Diskussionsthema und die Mediengattung bei der Wahrnehmung und Verarbeitung von politischen Diskussionssendungen zu untersuchen (siehe Mattenklott/Lipps 1989). Eine Studie aus Österreich setzt sich ebenfalls mit psychologischen Aspekten der Verarbeitung von Inhalten politischer Diskussionssendungen auseinander (siehe Wagner/Brandstätter 1980), eine weitere nicht repräsentative Studie mit der Wahrnehmung und Wirkung des TV-Duells zwischen Bruno Kreisky und Alois Mock 1983 (siehe Burkart 1983). Maurer/Reinmann (2003) analysierten die Nutzung, Wahrnehmung und Wirkung von deutschen TV-Duellen mit Hilfe einer Realtime-Response-Messung bei ausgewählten Rezipienten während des Duells 2002 sowie mehrerer Rezipientenbefragungen. Über das TV-Duell 2002, seine Wirkungen auf Wahlbeteiligung und -entscheidung existieren noch weitere Studien, die zumeist auf Experimenten und Befragungen basieren (siehe hierzu zusammenfassend Klein 2005). Wachsmuth (2004) hat sich in Anlehnung an den Uses-and-Gratifications-Approach mit diversen Funktionen von „Sabine Christiansen“ aus Zuschauersicht beschäftigt. Er stützt sich dabei auf eine quantitative Befragung von Rezipienten, die jedoch zu wenig eindeutigen Ergebnissen geführt hat. Mit einer potentiellen Bildungsfunktion politischer Talkshows setzt sich Wachsmuth nicht auseinander. Er resümiert, dass unterhaltende Momente von „Christiansen“ für die Befragten nur eine nebensächliche Rolle spielen; für die meisten seiner Befragten stand die Informationsfunktion der Sendung im Mittelpunkt.

Neben den von Kommunikatoren unmittelbar beeinflussbaren Elementen sind auf Rezipientenseite diverse Faktoren für Art und Intensität der Aufnahme und Verarbeitung politischer Talkshowinhalte verantwortlich. Als relevante Faktoren auf Seiten des Rezipienten sind zu beachten: der allgemeine und politische Bildungsstand, das politische Interesse sowie das allgemeine Interesse am Format „politische Talkshow“, das Vorwissen/der Informationsstand zu dem jeweiligen politischen Thema, die Relevanz des jeweiligen Themas für den Rezipienten, d.h. seine subjektive Betroffenheit, die Häufigkeit seiner Nutzung medialer politischer Informationen und die Nutzungsqualität, seine Medienkompetenz und sein Rezeptionsverhalten (aktives Rezipieren oder passives Konsumieren).

Es ist davon auszugehen, dass das Interesse für Politik bei der Aufnahme und Verarbeitung politischer Informationen eine wesentliche Rolle spielt, denn es bestimmt,

„inwieweit ein Individuum dem politischen Geschehen Aufmerksamkeit entgegenbringt und bereit ist, sich politischer Information zuzuwenden. Politisches Interesse motiviert ferner dazu, über die erhaltenen Informationen nachzudenken und sie in bestehende Einstellungsmuster einzuordnen.“ (Voltmer 1992, S. 259)

Neben dem politischen Interesse sind aber auch der allgemeine, formale Bildungsabschluss und der aktuelle Bildungsstand des Publikums nicht zu vernachlässigende Variablen hinsichtlich der Informationsaufnahme und -verarbeitung.²⁰⁰ Vorwissen motiviert im Allgemeinen zum Erwerb von noch mehr Wissen. (Vgl. Saxer 1989, S. 124) Während sich Personen im Verlauf einer längeren höheren Bildung darüber hinaus daran gewöhnen, „Informationen an sich, unabhängig von einer konkreten Verwertungsmöglichkeit als nützlich anzusehen und darum auch aufzunehmen“ (vgl. ebd., S. 123), halten sich Personen mit niedrigerem Bildungsstatus, so empirische Studien, eher an Informationen, die einen ausdrücklichen und erkennbaren Bezug zu ihrer konkreten Lebenssituation aufweisen. (Vgl. ebd., S. 123)

Die subjektive Betroffenheit, die bei Rezipienten erzeugt (oder auch nicht erzeugt) werden kann, ist eine weitere wesentliche Variable für die Informationsaufnahme und

²⁰⁰ Formale Bildung ist wichtig, um politische Informationen in ein konsistentes Einstellungsmuster zu integrieren: „Vor allem im höheren Sektor des Bildungssystems werden Strategien vermittelt, neue Informationen zu überprüfen und mit bestehendem Wissen zu verknüpfen sowie abstrakte Sachverhalte, wie z.B. institutionelle Strukturen oder politische Ideen, zu erfassen“ (Voltmer 1992, S. 258).

-verarbeitung. Um bei Rezipienten eine tatsächliche Wissenserweiterung zu erreichen, die nicht nur das Aufnehmen, sondern auch das Behalten von Informationen umfasst, ist eine an den Interessen und Bedürfnissen der Rezipienten orientierte Vermittlung ein wesentlicher Aspekt. Gerade Rezipienten ohne weiterführende Bildung wünschen sich – so eine empirische Untersuchung – Beispiele, die ihrem Alltag nahe sind, und die Präsentation von Betroffenen, mit denen sie sich identifizieren können. (Vgl. Hamm/Koller 1992, S. 244) Den Zuschauern fällt die Auseinandersetzung mit medialen Inhalten umso leichter, „je besser sie sich in die gezeigte Situation hineinversetzen können, und dies wiederum gelingt besonders gut, wenn in diesen Situationen Personen agieren, bei denen die Zuschauer soziale und personale Ähnlichkeit feststellen können“ (ebd., S. 243). Von den Rezipienten wird Betroffenen außerdem häufig eine höhere Kompetenz und Glaubwürdigkeit zugesprochen als den vermeintlichen Experten, Politikern, Professoren oder Interessenvertretern:

„Ihren Vertrauensbonus bei den Zuschauern gewinnen Betroffene nicht so sehr, weil sie in irgendeinem Zusammenhang eine mehr oder weniger bittere Erfahrung machen mussten. Betroffene sind für das ‚breite‘ Publikum [...] wichtig und interessant, weil man ihr Handeln verstehen kann.“ (ebd., S. 242-243)

Aus all diesen Gründen ist zu vermuten, dass für Rezipienten politischer Talkshows die Teilnahme von ‚Normalbürgern‘ von besonderer Bedeutung ist. Anhand der Fallbeispiele ist daher zu analysieren, welche Rolle die Betroffenen, ihre Wortbeiträge und Integration in die Diskussionsrunde für die Realisierung politischer Bildungsfunktionen spielen.

Hinsichtlich der Aufnahme und Verarbeitung medialer politischer Informationen bestehen nicht zu vernachlässigende Kommunikationsbarrieren. Diverse Studien²⁰¹ haben gezeigt, dass Informationen aus Nachrichtensendungen aufgrund verschiedener Faktoren (Aufmerksamkeit während der Rezeption, Verständlichkeit der Nachrichten, Verwendung von Fremdwörtern/Fachbegriffen, Kürze der Nachrichten, Text-Bild-Schere etc.) entweder gar nicht erinnert oder schnell wieder vergessen werden. Dass dies bei politischen Talkshows anders ist, ist zu bezweifeln, und wenn davon auszugehen ist, dass die vermittelten Informationen aus diesen Sendungsformaten leicht vergessen

²⁰¹ Siehe u.a. Brosius 1990, Hamm/Koller 1992, Renckstorf/Rohland 1980, Winterhoff-Spurk 1990.

werden, bedeutet dies, dass man von diesen Sendungsformaten keine politischen Bildungseffekte erwarten kann. (Vgl. Merten 1990, S. 36-37) Es sei denn, der Rezipient nutzt eine politische Talkshow bewusst als Medium politischer Bildung, setzt sich daher intensiv mit ihren Inhalten auseinander und ist nach der Rezeption bereit, sich – ausgehend von seinem bisherigen Kenntnisstand – anderweitig detaillierter zu informieren. Somit ist auch das aktive oder passive Verhalten des Rezipienten von Bedeutung für die Informationsverarbeitung und -aufnahme.

Es ist anzunehmen, dass bei einem aktiven Rezipienten größere Lerneffekte zu erreichen sind als bei einem passiven Konsumenten, denn die Fülle und Diversität der vermittelten Informationen erfordert „die Strukturierungs- und Interpretationsleistung des einzelnen, um fragmentarische Information in ein übergreifendes Verständnis von Politik zu integrieren und Ereignissen und Fakten sinnhafte Bedeutung zu verleihen.“ (Voltmer 1992, S. 248)

Um das Fragmentarisierte des tagesaktuellen, medialen Informationsangebots in einen Sinnzusammenhang zu bringen, ist auf Seiten der Rezipienten eine erhebliche Medienkompetenz gefragt. (Vgl. Saxer 1989, S. 124) Vor allem das Medium Fernsehen – und damit auch die politische Talkshow – ist, obwohl es dem Zuschauer einfach zu rezipieren scheint, wegen seiner verschiedenen Symbolsysteme (bewegtes Bild, Sprechtext, Ton, Schrift etc.) ein anspruchsvolles Medium, das zum vollen Verstehen seiner Inhalte zahlreiche, aktive Selektions- und Einordnungsleistungen seiner Rezipienten verlangt.

Geht man davon aus, dass Zuschauer die notwendige Medienkompetenz besitzen und sich gerade auch der speziellen Kommunikationsstruktur politischer Talkshows bewusst sind, ist zu vermuten, dass sie Aussagen und Handlungen der jeweiligen Sprecher angemessen gewichten können. (Vgl. Schultz 2006, S. 111) So haben Untersuchungen gezeigt, dass sich Zuschauer der Doppelbödigkeit der Medienauftritte von Politikern durchaus bewusst sind, daher Sympathiewerte und Kompetenzwerte von Politikern nicht grundsätzlich übereinstimmen. (Vgl. ebd., S. 311) Für medienkompetente Rezipienten, die eine intakte Gesprächsbasis zwischen den Diskutanten einer Fernsehdiskussion anzweifeln, Unwahrheiten, Unrichtigkeiten und rhetorische Tricks

unterstellen, können allerdings auch tiefgreifende Barrieren hinsichtlich der Informationsaufnahme und -verarbeitung entstehen. (Vgl. Burkart 1985, S. 90)

Andererseits haben regelmäßige Talkshownutzer möglicherweise größeren Nutzen von diesem Sendungsformat als seltene Talkshownutzer aufgrund ihrer Gewöhnung an die besondere Logik des Formats und Vorkenntnissen aus früheren Sendungen. Werden in diversen Talkshows oder auch in mehreren Sendungen der gleichen Talkshow ähnliche Themen und gleiche Gäste präsentiert, kann dies für weniger informierte Zuschauer die Wissenserweiterung erleichtern. Ausgehend von der These des fortlaufenden politischen Lernens kann angenommen werden, dass die häufige Rezeption politischer Informationen zu einem konsistenten Politikverständnis beiträgt, denn wer häufig politische Informationen rezipiert, „denkt auch häufig über politische Inhalte nach und kann angemessene Verarbeitungsmechanismen für neu hinzukommende Informationen entwickeln“ (Voltmer 1992, S. 250).

In der Wechselwirkung von Nutzungshäufigkeit politischer Informationssendungen und politischer Wissenserweiterung sind Ursache und Wirkung jedoch schwer zu differenzieren. Politische Informationssendungen erzeugen

„nicht nur Problembewusstsein und damit möglicherweise Partizipation, sondern sie werden auch von denen, die für bestimmte Probleme sensibilisiert und politisch aktiv sind, bewusst und vermehrt genutzt. Die erhaltene Information trägt wiederum zur Wissenserweiterung über politische Themen bei und löst dadurch Beteiligungsbereitschaft aus.“ (Klingemann/Voltmer 1989, S. 233)

Nicht nur die Nutzungshäufigkeit, auch die thematische oder unthematische Nutzung spielt eine wesentliche Rolle im Rezeptionsprozess: Unter thematischer Nutzung ist eine Rezeption zu verstehen, bei der vom Rezipienten das als Gegenstand der Mitteilung betrachtet wird, was auch von Kommunikatorseite als solcher beabsichtigt war; bei einer unthematischen Nutzung beanspruchen dagegen andere Komponenten des Diskussionsgeschehens die Aufmerksamkeit des Nutzers. (Vgl. Burkart 1985, S. 82) Eine Rezeptionssituation, in welcher der Rezipient weniger die behandelten Themen, als vielmehr die unthematischen Aspekte des Diskussionsgeschehens (Auftreten der Diskutanten, Aussehen, Diskussionsstil etc.) beachtet, sich also in oberflächlicher Weise von der Diskussion berieseln lässt und Bezugspunkte zwischen Medienoutput und eigener Realität weder sucht, noch findet, (vgl. ebd., S. 80) kann den politischen

Informations-/Bildungsprozess lähmen. Darüber hinaus können medienspezifische Mittel/Darstellungsformen (Kameraeinstellungen/-bewegungen, Inserts etc.) aufmerksamkeitsfördernd, aber auch -hemmend sein.

Abschließend ist festzuhalten: Auch wenn Kritiker, die in der Regel zu den gut informierten und formal hoch gebildeten Kreisen zählen, es häufig verneinen, können politische Talkshows für viele Zuschauer durchaus sinnvoll sein, denn dort sind sie gezwungen, verschiedene Meinungen und Argumente zu hören, während sie sonst möglicherweise nur mit der eigenen Meinung übereinstimmende Meinungen an sich heranlassen.²⁰² Welche Effekte dies auf die Rezipienten hat, ist jedoch umstritten.

Einige Wissenschaftler argumentieren, dass politisch Andersdenkende häufig nicht offen sind für die Argumente anderer und politische Talkshows demzufolge zwar die Mauer selektiver Wahrnehmung durchbrechen können, dieser Umstand aber durch Mechanismen selektiver Interpretation kompensiert wird, indem politisch Andersdenkenden Unwahrheit unterstellt und ihr Diskussionsverhalten als unangemessen bewertet wird. (Vgl. Burkart 1985, S. 91)

Amerikanische Studien haben dagegen gezeigt, dass Zuschauer politischer Fernsehdiskussionen durch die Rezeption ihr Wissen über politische Themen durchaus erweitern, an Einsichten über politische Zusammenhänge gewinnen,²⁰³ (vgl. Schultz 2006, S. 295) medial ausgetragene Konflikte demnach die Meinungsbildung stimulieren und zur politischen Mobilisierung beitragen können. (Vgl. ebd., S. 76)

Die vorliegende Arbeit ist keine Rezipientenstudie und wird den dargelegten Widersprüchen daher nicht weiter nachgehen. Die Analyse der Fallbeispiele wird zeigen, ob

²⁰² Politische Talkshows können somit verstanden werden als Ort einer gesellschaftlichen Konfliktaustragung unter zumindest mentaler Beteiligung aller Rezipienten. (Vgl. Burkart 1985, S. 90)

²⁰³ Auch Studien über TV-Duelle kommen zu dem Ergebnis, dass diese durchaus Lerneffekte erzielen, denn sie vermitteln den Wählern Kenntnisse über die politischen Positionen der Kandidaten. Dabei ist der Informationsgewinn bei politisch weniger interessierten Zuschauern deutlich größer als bei politisch interessierten. Ein weiterer Lerneffekt besteht in der Veränderung der wahrgenommenen Wichtigkeit von Themen. Eine Ursache für die relativ starken Lerneffekte liegt in der direkten Konfrontation der Kandidaten, wodurch der Wähler die Möglichkeit erhält, beide Kontrahenten und ihre Standpunkte direkt miteinander zu vergleichen. (Vgl. Maurer/Reinemann 2003, S. 30)

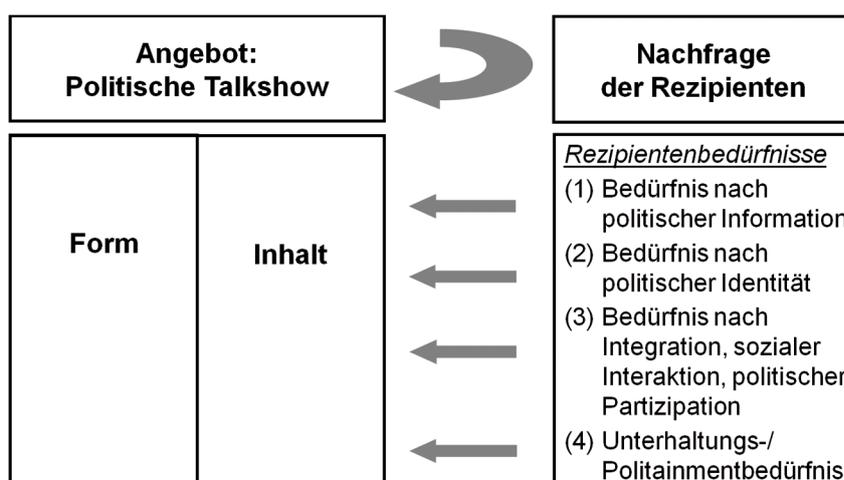
und in welchem Maße politische Talkshows Aufgaben der politischen Bildung realisieren; ob diese Umsetzung schließlich auch zur Wirkung ‚politische Bildung‘ bei den Rezipienten führt, müsste eine sich anschließende Rezipientenstudie unter Berücksichtigung der diskutierten Faktoren ermitteln.

5.7 Politische Talkshows und ihre Orientierung am Zuschauer

Im Gegensatz zu Habermas' Idealmodell der politisch fungierenden Öffentlichkeit spielt das Publikum in politischen Talkshows zu einem überwiegenden Teil die Rolle passiver Konsumenten. Trotzdem sind sie für die Programmacher von besonderer Bedeutung.

Für die Programmverantwortlichen sind mit den Sendungen politischer Talkshows zwei Ziele verbunden: (1) Ihren programmrechtlichen Auftrag – zu informieren, kontroverse Meinungen und politische Standpunkte zu präsentieren – zu erfüllen; (2) Interesse bei den Zuschauern zu wecken und ihren Erwartungen zu entsprechen, um gemessen an den Einschaltquoten erfolgreich zu sein. Um dieses Ziel zu erreichen, optimieren die Programmacher ihr Angebot in Inhalt und Form, indem sie sich an den – die Nachfrage bestimmenden – Erwartungen, Interessen und Bedürfnissen ihrer Rezipienten orientieren.

Abb. 10: Die Orientierung des Angebots an der Nachfrage.



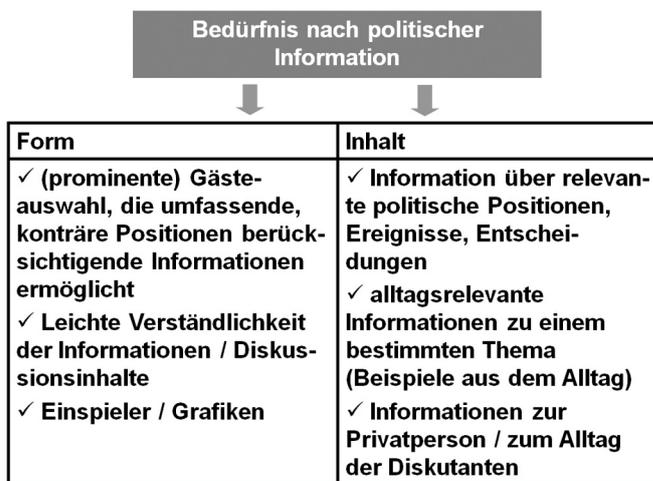
Quelle: Eigene Darstellung.

Aus McQuails differenziertem, aber allgemein gehaltenem Bedürfniskatalog lassen sich potentielle, politische Bedürfnisse der Rezipienten ableiten. (Siehe Anhang, S. 245-248) Ausgehend von diesem

Katalog politischer Rezipientenbedürfnisse und vor dem Hintergrund der bisherigen

Ausführungen über politische Talkshows sind für den Optimierungsprozess – analytisch betrachtet – vier Perspektiven zu differenzieren. Demnach verbessern die Programmverantwortlichen ihre Sendungen mit Blick auf folgende Bedürfnisse ihrer Rezipienten: (1) das politische Informationsbedürfnis, (2) das Bedürfnis nach persönlicher politischer Identität, (3) das Bedürfnis nach Integration, sozialer Interaktion und politischer Partizipation sowie (4) das Politainmentbedürfnis. (Siehe Abb. 10, S. 175)

Abb. 11: Optimierung von Form und Inhalt politischer Talkshows entsprechend dem Informationsbedürfnis.



Quelle: Eigene Darstellung.

Es ist davon auszugehen, dass Rezipienten entsprechend ihrem politischen Informationsbedürfnis durch politische Talkshows einen aktuellen Informationsstand hinsichtlich politischer Positionen, Prozesse und Entscheidungen erlangen, über das politische Meinungsklima sowie über konträre Beurteilungen aktueller politischer Vorgänge innerhalb der Gesellschaft

informiert werden wollen, und Rat suchen in Bezug auf ihre persönliche Wahlentscheidung. Sie streben nach politisch aktuellem Wissen, um verstehen zu können, was in der Politikwelt passiert, aber auch um beurteilen zu können, ob aktuelle politische Problembehandlungen und Entscheidungen ihre eigene Lebenssituation betreffen.

Um diesen Bedürfnissen zu entsprechen, müssen politische Talkshows nicht nur Informationen über aktuell relevante politische Positionen, Ereignisse und Entscheidungen präsentieren, sondern auch praktische, alltagsrelevante Informationen zu einem bestimmten Thema. (Siehe Abb. 11) Mit Beispielen aus dem Alltag kann Nähe zum Rezipienten hergestellt, sein Interesse geweckt und seine Aufmerksamkeit im Laufe einer Sendung erhalten werden.²⁰⁴

²⁰⁴ Informationen zur Privatperson und zum Alltag der Diskutanten können darüber hinaus das potentielle Bedürfnis der Rezipienten befriedigen, zu erfahren, wie politische Eliten ‚wirklich‘ sind.

Das Informationsbedürfnis der Zuschauer wirkt sich auch auf die formale Gestaltung politischer Talkshows aus. Denn um beim Publikum auf Interesse und Aufmerksamkeit zu stoßen, und diese während der Sendung zu erhalten, müssen die Inhalte in ansprechender Form präsentiert werden. Zu diesem Zweck laden die Programmverantwortlichen prominente Diskutanten ein sowie Gäste, die konträre Positionen vertreten. Diese Kontrahenten liefern dann nicht nur unterschiedliche Informationen, sondern garantieren vor allem ein Aufmerksamkeit erhaltendes Konfliktpotential. Darüber hinaus versuchen politische Talkshows Informationen und Diskussionsinhalte für ihre Zuschauer leicht verständlich (d.h. in kurzen Gesprächseinheiten, mit lenkenden sowie nachhakenden Fragen der Moderatoren und allgemein verständlichen Begriffen) zu präsentieren und durch Anschauungsmaterial wie Einspielern und Grafiken zu verdeutlichen.

Abb. 12: Optimierung von Form und Inhalt politischer Talkshows entsprechend dem Zuschauerbedürfnis nach politischer Identität.

Bedürfnis nach politischer Identität	
Form	Inhalt
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Gästeauswahl, die Identifikation, aber auch Abgrenzung ermöglicht ✓ Präsentation von Konflikten / Wortgefechten zur Identifikation und / oder Abgrenzung ✓ Präsentation von betroffenen Normalbürgern (zur leichteren Identifikation und / oder Abgrenzung) 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ konträre Informationen, Meinungen zu einem Thema ✓ Beispiele aus dem alltäglichen Leben

Quelle: Eigene Darstellung.

teuren und Experten geäußerte Beurteilungen aktueller politischer Geschehnisse mit der eigenen Meinung vergleichen und dabei erkennen, dass andere Personen („valued others“) eine gleiche oder auch andere Meinung haben als sie selber.

Kritik der Diskussionsteilnehmer untereinander kann der Zuschauer in diesem Zusammenhang als (vermeintliche) Bestätigung des eigenen Urteils hinsichtlich der

Auch das Zuschauerbedürfnis nach persönlicher politischer Identität hat Einfluss auf Inhalt und Form politischer Talkshows. (Siehe Abb. 12) Bei ihrer Nutzung politischer Talkshows sind Rezipienten auf der Suche nach einer Stärkung bereits vorhandener politischer Werte, indem sie u.a. von politischen Ak-

(Un-)Fähigkeit bestimmter politischer Akteure bewerten. Aus diesem Grund ist seitens der Programmverantwortlichen nicht nur die Einladung von Diskutanten unterschiedlichster Positionen notwendig, sondern auch die Präsentation von Konflikten und Wortgefechten, die durch den Moderator, aber auch durch zusätzliche Informationen in Einspielern oder Grafiken im Laufe einer Sendung immer wieder ‚angeheizt‘ werden.

Rezipienten suchen zum Finden einer eigenen politischen Position nach Verhaltensmodellen innerhalb der Gruppe der politischen Akteure, Experten sowie von aktuellen politischen Entscheidungen Betroffenen und identifizieren sich mit diesen; von anderen Diskutanten, ihren scheinbar falschen Meinungen und/oder ihrem Fehlverhalten möchten sie sich aber auch abgrenzen können. Indem die Programmverantwortlichen ihre Gäste so auswählen, dass sie nicht nur konträre Positionen vertreten und vermitteln, sondern auch verschiedenen Bevölkerungsgruppen angehören und unterschiedliche Rollen in der Gesellschaft spielen, ermöglichen sie es dem einzelnen Zuschauer (als einem Element des heterogenen, dispersen Publikums) ein adäquates Identifikationsobjekt und Verhaltensmodell – abhängig vom eigenen politischen Standpunkt – in der Gruppe der Teilnehmer zu finden bzw. sich von bestimmten Diskutanten abzugrenzen. Teilnehmende Betroffene spielen in diesem Zusammenhang eine besondere Rolle. Sie sind besonders geeignete, da leicht zugängliche Identifikationsobjekte für die ‚normalen‘ Zuschauer.²⁰⁵

Integration, soziale Interaktion und politische Partizipation sind – normativ betrachtet – ebenfalls Zuschauerbedürfnisse, die Einfluss auf die Gestaltung politischer Talkshows haben. (Siehe Abb. 13, S. 179) Dem Bedürfnis nach Integration und sozialer Interaktion kommt entgegen, dass sich Rezipienten während der Nutzung politischer Talkshows nicht nur einem großen Publikum zugehörig fühlen können, sondern sie im Verlaufe der Diskussion auch diverse Möglichkeiten erhalten, sich mit ausgewählten politischen Akteuren und/oder von aktuellen politischen Entscheidungen Betroffenen

²⁰⁵ Die Erzählungen der Betroffenen über ihre persönliche Lebenssituation ermöglichen es den Zuschauern, ihre eigene Lage mit der Lebenssituation anderer zu vergleichen. Die rezipierten Beispiele aus dem alltäglichen Leben können dem Zuschauer – je nach Lebenssituation – außerdem das Gefühl geben, zu Recht (un-)zufrieden zu sein mit dem eigenen Leben und sich dadurch gestärkt fühlen.

zu identifizieren.²⁰⁶ Auf diese Weise können sie ein Zugehörigkeitsgefühl zu einer bestimmten Gruppe politisch Aktiver/Wissender, von aktuellen politischen Entscheidungen Betroffenen sowie Vertretern einer Mehrheits-/Minderheitsmeinung gewinnen und in „parasoziale Interaktion“²⁰⁷ mit diesen Personen treten.

Abb. 13: Optimierung von Form und Inhalt politischer Talkshows entsprechend dem Bedürfnis nach Integration, sozialer Interaktion und politischer Partizipation.

Bedürfnis nach Integration, sozialer Interaktion, politischer Partizipation	
Form	Inhalt
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Betroffene als Stellvertreter ✓ Studiopublikum als Stellvertreter ✓ Möglichkeiten zur Interaktion / Simulation von Teilhabe 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ praktische, alltags- und handlungsrelevante Informationen ✓ Tipps für das Verhalten u. weitere Informationssuche ✓ Beispiel aktiver Bürger ✓ einfache Informationen und Argumente für Eigengebrauch am „Stammtisch“ ✓ Aufruf zur Interaktion ✓ Zuschauerstatements/-fragen

Quelle: Eigene Darstellung.

Betroffenen in politischen Talkshows kommt auch in diesem Kontext eine besondere Bedeutung zu. Da für Rezipienten alltags- und handlungsrelevante Informationen von besonderem Interesse sind, ist auch ihr Interesse an der Betroffenenperspektive besonders ausgeprägt. Beispiele aktiv handelnder Bürger in politischen Talkshows können Rezipienten dazu bewegen, es diesen gleich zu tun.

Indem Rezipienten meinen, sich durch die Nutzung politischer Talkshows Wissen über aktuelles politisches Geschehen, aktuelle politische Entscheidungen, vermeintliche Fehler/Defizite/falsche Entscheidungen der Politik sowie über die vorhandenen politischen Meinungen angeeignet zu haben, können sie im Rahmen der Teilnahme an Dis-

Für die Befriedigung des Bedürfnisses nach politischer Partizipation ist ein Angebot notwendig, dass praktische, alltags- und handlungsrelevante Informationen, Tipps für das Verhalten und für die weitere Informationssuche zu dem in der jeweiligen Sendung diskutierten Thema vermittelt.

Der Beteiligung von Be-

²⁰⁶ Die Zuschauer erhalten die Möglichkeit, Empathie zu empfinden mit politischen Akteuren und/oder mit von aktuellen politischen Entscheidungen Betroffenen, indem sie an den Erfahrungen anderer teilhaben und/oder Informationen über deren Lebensumstände erhalten.

²⁰⁷ D.h. es kommt zu einer medienvermittelten Kommunikation ohne (gleichzeitige physische) Anwesenheit der Kommunikationspartner.

kussionen (im privaten Kreis) sozialen Kontakt zu Gleichdenkenden (Zugehörigkeit), aber auch zu Andersdenkenden (Konflikt) finden. Rezipierte Meinungen und Argumente können Zuschauer in die Lage versetzen, selbst politische Informationen, aber vor allem Meinungen und Kritik, im privaten Kreis weiterzugeben sowie selber Rat hinsichtlich politischer Meinungs- und Willensbildung zu erteilen. Dafür ist es jedoch von Bedeutung, dass die Informationen und Argumente in reduzierter Komplexität und verständlich vermittelt werden, damit sie von den Zuschauern auch behalten und anschließend in eigenen Diskussionen genutzt werden können.

Nicht nur die teilnehmenden Betroffenen spielen als Stellvertreter des Fernsehpublikums – des ‚normalen‘ Volkes – eine Rolle. Auch das genretypisch in politischen Talkshows anwesende Studiopublikum nimmt eine Stellvertreterrolle für das Fernsehpublikum ein: Es zeigt Gemütsregungen (Lachen, Klatschen, Missfallen, konzentriertes Zuhören u.a.) und kann damit – in eingeschränkter Form – Einfluss nehmen auf die Diskussion der Teilnehmer.²⁰⁸

Um bei den Rezipienten am Fernsehbildschirm das Gefühl hervorzurufen, an aktuellen Geschehnissen teilzunehmen, politisch aktive, partizipierende Bürger zu sein, die an der Kontrolle politischer Akteure und ihrer Entscheidungen beteiligt sind, wird das Publikum in den Sendungen zur Interaktion (via Internetforen, E-Mail, Telefonanrufen etc.) aufgerufen. Außerdem werden Zuschauerstatements und -fragen in die Sendungen eingebaut.

Ausgehend von einem Unterhaltungs- oder (besser) Politainmentbedürfnis ihrer Rezipienten, optimieren die Programmverantwortlichen ihre Sendungen, indem sie auf inhaltlicher wie formaler Ebene zur gewünschten Ablenkung, Entspannung und emotionalen Entlastung ihres Publikums beitragen. (Siehe Abb. 14) Sie tun dies, indem sie in ihren Sendungen humorvolle, ironische, aber auch emotionale Gesprächssequenzen präsentieren, politische Inhalte/Prozesse/Werte in reduzierter Komplexität vermitteln,

²⁰⁸ Das Studiopublikum fungiert nicht nur als eine Art Stimmungsbarometer, es hat auch eine „Regulatorfunktion“ (Barloewen/Brandenberg 1975(c), S. 98), indem es die stattfindende Diskussion durch seine Anwesenheit und Reaktionen reguliert.

sich um Einfachheit und Alltagsnähe der vermittelten Informationen und Argumente bemühen sowie diese durch Einspieler anschaulich und lebendig präsentieren.

Abb. 14: Optimierung von Form und Inhalt politischer Talkshows entsprechend dem Politainmentbedürfnis.

Politainmentbedürfnis	
↓	↓
Form	Inhalt
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Gästeauswahl garantiert Konfliktpotential ✓ Immer neue Höhepunkte durch Regie, Kamera, Moderator ✓ anschauliche, abwechslungsreiche, lebendige Vermittlung / Präsentation: Einspieler / Grafiken ✓ Einfachheit / Alltagsnähe 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Humor ✓ Emotionen ✓ Konflikte / Wortgefechte ✓ Negativbeispiele

Quelle: Eigene Darstellung.

Auch Regie, Kamera und Moderator müssen im Laufe der einzelnen Sendungen – im Rahmen ihrer Möglichkeiten – für immer neue Höhepunkte zur Spannungserhaltung auf Seiten des Publikums sorgen.

Emotionale Entlastung erfährt das Publikum nicht nur durch die Präsentation von Beispielfällen, in denen deutlich wird, dass es anderen Bürgern (noch) schlechter geht als den Rezipienten selber, sondern auch, indem ihnen die Möglichkeit geboten wird, sich über anwesende Politiker, ihre Statements, Argumente und Positionen aufzuregen. Emotionale Debatten, Reaktionen und Verhaltensweisen der Diskutanten in politischen Talkshows, die nicht nur von den Akteuren selber ausgehen, sondern vor allem durch Fragen der Moderatoren provoziert und durch Regie und Kamera verdeutlicht werden, bieten dem Zuschauer im Verlaufe einer Sendung diverse Möglichkeiten für seine emotionale Entlastung.

5.8 Politische Bildung und ihre Relevanz für politische Talkshows

Politische Talkshows sind nicht nur eine wichtige Plattform für die Darstellung von Politik, sondern auch für die Wahrnehmung von Politik geworden. Anhand der existie-

Das Publikum wird unterhalten durch konfliktgeladene Diskussionen: Mit ihrer Auswahl von Gästen, die konträre Positionen vertreten, und damit ein Aufmerksamkeit erhaltendes Konfliktpotential für den Verlauf einer Sendung garantieren, kommen die Programmverantwortlichen diesem Interesse entgegen.

renden Literatur zum Thema „politische Talkshow“ und der Selbstverständnisse der drei vorgestellten politischen Talkshows ist zu resümieren, dass diese diverse Aufgaben der institutionalisierten politischen Bildung aufgreifen.

Politische Talkshows wollen – wie klassische politische Bildungsveranstaltungen – Interesse an Politik wecken, politische Information bieten, politische Prozesse und verschiedene Lösungen für politische Probleme deutlich machen, um das Verständnis für politische Sachverhalte zu fördern und die politischen Kenntnisse der Bürger erweitern. Damit verfolgen politische Talkshows Ziele, welche die Informationsfunktion der institutionalisierten politischen Bildung – normativ betrachtet – widerspiegeln. Die Analyse der Fallbeispiele wird zeigen, inwieweit es aktuellen politischen Talkshows gelingt, die Anforderungen der Informationsfunktion in der Realität umzusetzen.

Medienrechtliche und selbstgestellte Aufgabe politischer Talkshows ist es, zur politischen Meinungs- und Willensbildung der Rezipienten beizutragen. Politische Talkshows versuchen, diese Aufgabe durch Präsentation und Diskussion unterschiedlicher Informationen und Meinungen zu erfüllen, an denen sich die Rezipienten dann bei ihrer Meinungsbildung orientieren können. Anhand der Fallbeispiele wird in Kapitel 6 analysiert, wie aktuelle politische Talkshows diese Aufgabe konkret umsetzen, und ob sie auf diese Weise der Meinungs- und Willensbildungsfunktion politischer Bildung ausreichend gerecht werden.

Die institutionalisierte politische Bildung versteht ihre Meinungs- und Willensbildungsfunktion auch als Ausbildung und Förderung demokratischer Kompetenzen und Fähigkeiten ihrer Adressaten unter Einbeziehung didaktischer Methoden, die deren aktive Mitarbeit voraussetzen und fördern, d.h. unter anderem durch das Einüben einer demokratischen Streitkultur. Politische Talkshows können dies – entsprechend ihrer Formatlogik – nur in begrenztem Umfang tun; sie versuchen jedoch, im Rahmen des Formatmöglichen ihre Rezipienten interaktiv am Meinungs- und Willensbildungsprozess zu beteiligen:

- „Sabine Christiansen“ bot im Anschluss an einzelne Sendungen jeweils die Möglichkeit zum Chat mit einem Gast der Sendung; darüber hinaus gab es einen In-

ternet-Blog (<http://blog.sabinechristiansen.de/>, Stand: 06.01.2008), in dem die Zuschauer ihre Meinung zu den Teilnehmern der Sendung und ihren Positionen darlegen konnten.

- Bei „Maybrit Illner“ können die Zuschauer der Redaktion eine Videobotschaft mit ihrer Frage an Sendungsteilnehmer und ihre Meinungen zu dem jeweiligen Thema via Internet zusenden sowie in einem Internet-Forum mit anderen Zuschauern das jeweilige Sendungsthema diskutieren (<http://www.zdf.de/ZDFforum/foren/sendungen/MaybritIllner/>, Stand: 05.02.2008). Darüber hinaus bietet die Talkshow ihren Zuschauern im Anschluss an jede Sendung die Möglichkeit, einem Gast in einem moderierten Internet-Chat (<http://maybritillner.zdf.de/ZDFde/inhalt/28/0,1872,7002620,00.html>, Stand: 21.01.2008) für ca. 20 Minuten Fragen zu stellen.
- „hartaberfair“ bietet ein Gästebuch an, in dem diskutiert werden kann (<http://www.wdr.de/tv/hartaberfair/gaestebuch/index.php5?buch=360>, Stand: 21.01.2008); außerdem können sich die Zuschauer mit einem Statement per E-Mail, Fax oder ‚FonBox‘ an der Sendung beteiligen.

Die Befähigung zur politischen Partizipation gilt als Hauptaufgabe der klassischen politischen Bildung, stellt sie jedoch in der Realität vor große Probleme. Auch politische Talkshows können der Funktion „Befähigung zur Partizipation“ dienen, ihr sind dabei jedoch – aufgrund ihres Medienformats und seiner Charakteristika – enge Grenzen gesetzt. Die Ausbildung und Stärkung von konkreten Handlungs- und Gestaltungskompetenzen, die zur Nutzung von Partizipationschancen notwendig sind, können politische Talkshows nicht leisten. Sie wollen aber das Interesse der Bürger an einer Beteiligung am demokratischen Prozess und ihre Bereitschaft dazu wecken, indem sie alltags- und handlungsrelevante Informationen vermitteln sowie das Publikum und betroffene Bürger in ihre Sendungen integrieren. Mit Hilfe der Fallbeispiele wird untersucht, wie diese Aspekte konkret realisiert werden, um abschließend beurteilen zu können, auf welchem Niveau politische Talkshows die politische Bildungsfunktion „Befähigung zur Partizipation“ erfüllen.

Aufgrund der ihr zugrunde liegenden Medien- und Formatlogik scheinen politische Talkshows am ehesten geeignet, Leistungen für die Informations- und Meinungs-/Willensbildungsfunktion politischer Bildung zu erbringen. Die Fallanalyse wird klären, inwiefern politische Talkshows die politischen Bildungsfunktionen erfüllen, und für die politische Bildung welcher Rezipientengruppe sie damit nützlich sein können.

6 Funktionen politischer Bildung und ihre Umsetzung in politischen Talkshows – Eine exemplarische Fallanalyse

Die bisherigen Ausführungen haben gezeigt, dass politische Bildung – normativ betrachtet – eine große Bedeutung für das (öffentlich-rechtliche) Fernsehen und damit auch für das Format „politische Talkshow“ hat. Um beurteilen zu können, ob aktuelle politische Talkshows aber – empirisch betrachtet – tatsächlich nützlich sind für die politische Bildung, soll eine empirische Fallanalyse klären, welche Aufgaben politischer Bildung in politischen Talkshows wie umgesetzt werden. Ziel der Fallanalyse ist es, zu eruieren, ob politische Talkshows als ein Medium politischer Bildung bezeichnet werden können.

Die Auseinandersetzung mit der wissenschaftlichen Literatur zum Thema, mit Sendungskonzepten der drei erfolgreichsten politischen Talkshows 1998 bis 2007 und Ergebnissen von Rezipientenstudien hat notwendige Untersuchungsvariablen für die Fallanalyse geliefert, die zunächst – entsprechend den politischen Bildungsfunktionen – systematisiert werden. Anschließend wird anhand dieser Variablen die Realisierung von Aufgaben politischer Bildung in den Fallbeispielen analysiert.

Aufgrund fehlender vergleichbarer Studien zum Thema wurde der empirische Teil der vorliegenden Arbeit als explorative Studie konzipiert. Es erschien sinnvoller, eine qualitative Inhaltsanalyse von zwei Fallbeispielen durchzuführen als eine quantitative Erhebung zahlreicher Beispielsendungen. Ergebnisse der exemplarischen Analyse wurden mit weiteren Sendungen des Untersuchungssamples sowie mit quantitativen Ergebnissen aus Schultz' Studie verglichen, um zu prüfen, inwieweit diese generalisierbar sind.²⁰⁹ Für eine leichtere Nachvollziehbarkeit wurden die Sendungen transkribiert. (Siehe Anhang, S. 260-341)

²⁰⁹ Um eine Vergleichbarkeit mit Schultz' Ergebnissen zu erreichen, habe ich mich bei quantitativen Analyseaspekten an den von Schultz entwickelten Codierungsmerkmalen orientiert.

6.1 Das Untersuchungsmaterial

Als Fallbeispiele wurden eine Sendung von „Maybrit Illner“ sowie eine von „hartaberfair“ ausgewählt.²¹⁰ Bei der Auswahl der Fallbeispiele habe ich mich bewusst dagegen entschieden, mehrere Sendungen verschiedener Talkshows zu dem gleichen Thema heranzuziehen, da es nicht um den Vergleich und die Bewertung einzelner politischer Talkshow-Reihen hinsichtlich der Vermittlung konkreter Themen gehen sollte, sondern um die Analyse politischer Bildungsfunktionen. Für die Auswahl der Fallbeispiele wurden die bei der Analyse der Gäste- und Themenstruktur ermittelten charakteristischen Merkmale des Sendungssamples (Themenbereiche „Soziales/Sozialpolitik, Generationen, Gesundheitspolitik“ und „Wirtschaftspolitik, Arbeitsmarkt“,²¹¹ Darstellung der Auswirkung von Politik auf die Bevölkerung, Dominanz hochrangiger Politiker, besondere Relevanz von (prominenten) Betroffenen) als Auswahlkriterien zugrunde gelegt.

Für die exemplarische Inhaltsanalyse wurde die Sendung „Billig, befristet, bedroht: Sind das die Jobs von morgen?“ (17.05.2007) der Talkshow „Maybrit Illner“ ausgewählt, da sie ein originär politisches Thema behandelt, der Themenbereich „Wirtschaftspolitik, Arbeitsmarkt“ ein aktuell viel beachteter ist und die Frage nach den Auswirkungen von Politik auf die Bevölkerung im Mittelpunkt steht.²¹² Die Sendung beschäftigt sich mit drei zum Sendezeitpunkt aktuellen Aspekten des Themas: der aktuellen Lage der Telekom und ihrer Beschäftigten, dem Mindestlohn und der Zeitarbeit.

Die Teilnehmerstruktur der Sendung ist geprägt durch zwei hochrangige Politiker der Regierungsparteien sowie zwei betroffene Normalbürger. Anhand dieser Teilnehmerstruktur kann die Bedeutung, die betroffene Bürger als Diskutanten in Bezug auf die politische Bildung haben, genauer analysiert werden.

²¹⁰ Aufgrund der Einstellung von „Sabine Christiansen“ im Sommer 2007 wurde aus dieser Sendereihe kein Fallbeispiel ausgewählt.

²¹¹ Der Themenbereich „Gesellschaftszustand allg./Gesellschaftsdiagnose, politisch-weltanschauliche Grundfragen, Werte“ wurde in diesem Zusammenhang nicht berücksichtigt, da hier häufig nicht originär politische Themen behandelt wurden.

²¹² Darüber hinaus wurde die Sendung nach der Konzept- und Namensänderung der Talkshowreihe ausgestrahlt.

Insgesamt diskutieren fünf Teilnehmer mit Maybrit Illner: Günther H. Oettinger, CDU, Ministerpräsident Baden-Württemberg; Wolfgang Clement, SPD, Vorsitzender des "Adecco Institute" zur Erforschung der Arbeit, ehemaliger Bundesminister für Wirtschaft und Arbeit sowie ehemaliger Ministerpräsident NRW; Frank Bsirske, Vorsitzender der Gewerkschaft Ver.di; Susanne Neumann, Gebäudereinigerin im Niedriglohnbereich, und Prof. Wolfgang Gerke, Wirtschaftsexperte, Präsident des Bayerischen Finanzzentrum e. V. und Forschungsprofessor am Zentrum für europäische Wirtschaftsforschung (ZEW) in Mannheim. Eberhard Hädrich, ein über eine Zeitarbeitsfirma bei BMW Leipzig Beschäftigter, wird später allein von Illner zu seinen Erfahrungen befragt.

Als zweites Beispiel wurde die „hartaberfair“-Sendung „Einmal unten, immer unten? – Willkommen in der Zwei-Klassen-Gesellschaft“ (13.06.2007) ausgewählt, da hier ein weiteres wichtiges Thema der politischen Talkshows (Themengebiet „Soziales, Sozialpolitik“) im Unterzeichnungszeitraum behandelt wurde. Auch diese Sendung beschäftigt sich mit drei Aspekten des Themas: der Gesundheitspolitik, der Frage der Herkunft und ihrer Bedeutung für den Lebenslauf eines Menschen sowie der Bildungspolitik.

Die Gästestruktur dieser Sendung ist geprägt von drei Politikern und einem Prominenten als Betroffenen. Insgesamt diskutieren fünf Teilnehmer mit Moderator Frank Plasberg: Horst Seehofer, CSU, stellv. Parteivorsitzender, Bundesminister für Verbraucherschutz; Cornelia Pieper, FDP, stellv. Parteibundesvorsitzende; Karl Lauterbach, SPD, MdB, Buchautor "Der Zweiklassenstaat"; Gertrud Höhler, Publizistin und Beraterin für Wirtschaft und Politik und der "Star"-Friseur Udo Walz. Als zusätzlicher Experte und gleichzeitig Betroffener wird später in der Sendung Bernd Siggelkow, evangelischer Pfarrer, Gründer und Leiter des Berliner Kinder- und Jugendwerks "Die Arche", von Plasberg allein zu seinen privaten und beruflichen Erfahrungen zum Thema befragt.

6.2 Funktionen und ihre Variablen

Für die Operationalisierung der Forschungsfrage nach den Leistungen politischer Talkshows für die politische Bildung sind vor dem Hintergrund der bisherigen Ausführungen vier Funktionen zu unterscheiden: Die drei Funktionen politischer Bildung (Informationsfunktion, Meinungs- und Willensbildungsfunktion, Funktion „Befähigung zur Partizipation“) sowie – aufgrund des angenommenen Zuschauerbedürfnisses nach Politainment – die Unterhaltungsfunktion. Die Fallanalyse soll klären, inwieweit die Politainmentfunktion die drei Funktionen der politischen Bildung überlagert bzw. beeinträchtigt.

Für die Analyse der Umsetzung der genannten Funktionen wurde ein Untersuchungs-raster entwickelt, anhand dessen die beiden Beispielsendungen exemplarisch analysiert wurden. Das Untersuchungs-raster enthält für jede Funktion diverse zu analysierende Variablen.

6.2.1 Variablen der Informationsfunktion

Der Informationsfunktion politischer Bildung entsprechen politische Talkshows, wenn sie die politischen Kenntnisse ihrer Rezipienten erweitern, indem sie politische Entscheidungen transparent machen, verschiedene Positionen zu einem Thema widerspiegeln, über politische Institutionen und Akteure, ihre Aktivitäten und Positionen informieren und auf Hintergründe und Zusammenhänge aufmerksam machen.²¹³

Ausgehend von der Informationsfunktion ist zu hinterfragen, ob politische Talkshows der Gewinnung, Analyse und Interpretation von Daten, politischen Aussagen und Zusammenhängen dienen. Demzufolge ist zu analysieren, ob und wie viele konkrete Informationen, d.h. Daten und Fakten genannt werden, und von wem diese Informationen präsentiert werden. Denn für eine möglichst umfassende, ausgewogene Information der Zuschauer ist relevant, dass sie ihre Informationen aus verschiedenen Quellen

²¹³ Im Zusammenhang mit Nachrichtensendungen wird schon seit Jahrzehnten betont, dass sie ihre politische Bildungsfunktion erst dann erfüllen können, wenn sie durch mehr Hintergrundwissen, mehr Erklärungen und mehr Kontext verständlich für die Rezipienten werden. (Vgl. Merten 1990, S. 34) Entsprechend ihren Sendungsphilosophien wollen auch politische Talkshows diese idealtypischen Vorgaben erfüllen.

erhalten. Dementsprechend ist zu analysieren, welche Diskutanten, wie häufig und wie lange zu Wort kommen. Darüber hinaus ist zu untersuchen, ob und wie deutlich gemacht wird, wenn Aussagen von Diskutanten tendenziös und widersprüchlich sind.

Politische Talkshows müssen – wie Lehrer im Politikunterricht – die zur Vermittlung ausgewählten Themen adressatengerecht aufbereiten, sie verständlich und nachvollziehbar präsentieren. Ein weiterer wichtiger Aspekt der Analyse ist daher die Klarheit und Verständlichkeit der vermittelten Inhalte: Werden einprägsame und verständliche Begriffe gebraucht anstatt Fremd- oder Fachwörter, und werden verwendete Fremd- oder Fachwörter erläutert?

Aufgabe politischer Bildung wie politischer Talkshows ist es darüber hinaus, politisches Interesse bei ihren Adressaten zu wecken und zu vermitteln, warum sich Bürger an Politik beteiligen sollten. Neben den Titeln/Themen der Sendungen politischer Talkshows wird das Interesse bei den Zuschauern durch die (prominente) Gästerauswahl geweckt, aber auch durch die Erzählungen Betroffener im Laufe einer Sendung, die den Zuschauern die Bedeutung der Themen für den Normalbürger, die Auswirkungen politischer Entscheidungen auf Betroffene vor Augen führen können.²¹⁴ Demzufolge sind die Aussagen der Betroffenen hinsichtlich ihres Informationsgehaltes zu analysieren sowie die möglicherweise enthaltene Generalisierung der konkreten Situation auf einen größeren Kreis an Betroffenen.

6.2.2 Variablen der Meinungs- und Willensbildungsfunktion

Politische Meinungsbildung ist ein dynamischer Prozess, in dem neue Ereignisse und Argumente, die der Bürger durch die Massenmedien oder in persönlichen Gesprächen erfährt, zu einer Umorientierung bei ihm führen können. Der Meinungsbildung dienen sowohl Informationen als auch die Diskussion verschiedener Meinungen, mit deren Hilfe die Tragfähigkeit von Argumenten geprüft werden kann (vgl. Plake 1999, S. 36).

²¹⁴ Indem sich politische Talkshows stark fokussiert mit problematischen, kontroversen Einzelaspekten eines Themas – unter Einbeziehung beispielhaft Betroffener – beschäftigen, entsprechen sie den didaktischen Leitprinzipien ‚Problemorientierung‘, ‚Exemplarisches Lernen‘ und ‚Adressatenorientierung‘.

Politische Talkshows bringen unterschiedliche Meinungen und Positionen nicht nur durch die Teilnahme von Vertretern verschiedener Parteien und Organisationen zusammen, sondern auch indem sie politische Akteure mit Betroffenen oder zumindest mit deren Problemen und Meinungen konfrontieren. Die Gäste politischer Talkshows sind gezwungen, sich in einer direkten Konfrontation mit den Positionen der Kontrahenten auseinander zusetzen; als Konsequenz erhält der Zuschauer die Möglichkeit, die verschiedenen Positionen und Argumente zu einem Thema direkt miteinander zu vergleichen und sich daraufhin eine eigene Meinung zu bilden.

In diesem Zusammenhang ist zu analysieren, wie die Gegensätzlichkeit der Positionen in politischen Talkshows verdeutlicht wird: Zum einen ist hierfür die Teilnehmerstruktur relevant, zum anderen die Einführung der Gäste zu Beginn der Sendung sowie ein möglicherweise abwechselndes Befragen der ‚Gegner‘ durch den Moderator. Des Weiteren ist festzustellen, wie direkte Konflikte in einer politischen Talkshow ausgetragen werden: Findet eine direkte Ansprache unter den Kontrahenten statt, unterbrechen sie sich gegenseitig und nehmen sie direkten Bezug zu den Aussagen des Kontrahenten? Können politische Talkshows, die teilnehmenden politischen Akteure und ihr Verhalten als Anschauungsmaterial für die Ausbildung der Konflikt- und Kompromissfähigkeit seitens der Rezipienten dienen?

Politische Talkshows entsprechen der Meinungs- und Willensbildungsfunktion politischer Bildung, wenn sie demokratisches Bewusstsein fördern, indem sie demokratische Wertvorstellungen und Verhaltensweisen vermitteln, und deutlich machen, dass die Bürger sich aktiv an der Gestaltung des gesellschaftlichen Systems beteiligen können.

Zu der Förderung demokratischer Kompetenzen gehören die Erziehung zur Konflikt- und Kompromiss-/Konsensfähigkeit, die Förderung der Fähigkeit, in politischen Alternativen zu denken, und das Einüben einer demokratischen Streitkultur. Politische Talkshows sind jedoch kein Ort für das Einüben eines aktiv-handelnden Umgangs mit politischen Gegenständen. Politische Talkshows können ihren Rezipienten nicht die Möglichkeit geben, selber aktiv über politische Entscheidungen zu diskutieren, sie bieten ihnen jedoch einen Schauplatz für die Teilhabe an der Diskussion politischer Ak-

teure über Politik. Politische Talkshows können also zur Meinungs- und Willensbildung beitragen, indem ihre Gäste den Rezipienten als Vorbilder dienen, indem sie in sachlicher Form auf die Argumente der Andersdenkenden eingehen, eigene Kenntnislücken und Präferenzen deutlich machen und möglicherweise ihre Meinung im Laufe der Diskussion ändern bzw. relativieren.

Anhand der Diskussionsbeiträge ist infolgedessen zu analysieren, ob die Diskutanten sachlich auf andere Argumente eingehen, ihre eigene subjektive Sicht der Dinge deutlich machen oder diese als einzig richtige bewerten und inwieweit Relativierungen/Veränderungen von Meinungen im Diskussionsablauf feststellbar sind. In diesem Zusammenhang sind auch non-verbale Zeichen der Einsicht oder des Verständnisses für eine andere Position festzuhalten.

Obwohl die normative Aufgabe der Medien darin besteht, Informationen, Meinungen und Bewertungen in möglichst objektiver, umfassender und unverzerrter Weise zu präsentieren, ist für die politische Meinungsbildung via Medien nicht nur die rationale, sondern vor allem auch die emotionale Komponente zu beachten. Geht man davon aus, dass in Talkshows vor allem Images von Politikern vermittelt werden und weniger ihre sachlichen Argumente zu einem Thema, geschieht die Meinungsbildung durch politische Talkshows weniger argumentativ und auf analytische Weise, sondern über Sympathie-Werte und emotionale Zustimmung, die die Politiker für ihre Positionen bekommen können. (Vgl. Knott-Wolff 2004, S. 13) In diesem Kontext ist zu analysieren, inwieweit die Diskutanten emotional beladene Begriffe benutzen, das Publikum direkt und emotional ansprechen und/oder Mitgefühl für Betroffene zeigen.

Durch Analysen und Meinungen von (wissenschaftlichen) Experten sollen in politischen Talkshows Aussagen und Meinungen der vertretenen politischen Akteure sowie Betroffener um potentiell neutrale, wissenschaftlich begründete Aussagen ergänzt und/oder konterkariert werden. Daher ist es für die vorliegende Fallanalyse notwendig, die Wortbeiträge der Experten genauer zu untersuchen hinsichtlich ihrer Analyse und Bewertung von Aussagen politischer Akteure und/oder Betroffener.

Tab. 11: Variablen der Inhaltsanalyse im Überblick.

	Variable
Informationsfunktion	<ul style="list-style-type: none"> • Vermittlung konkreter Information (Daten, Fakten) • Ausgewogenheit der Informationen: Informationsquellen (Häufigkeit, Länge der Wortbeiträge, ‚Wahrheitsgehalt‘) • Informationsbeiträge Betroffener (eigene Situation, Möglichkeiten der Generalisierung) • Klarheit/Verständlichkeit der Aussagen (Verwendung von Fach-/Fremdwörtern)
Politische Meinungs- und Willensbildungsfunktion	<ul style="list-style-type: none"> • Austragen direkter Konflikte (direkte Ansprache des Kontrahenten, Unterbrechen des Kontrahenten, direkter Bezug zu Aussagen des Kontrahenten, sachliches oder emotionales Eingehen auf Aussagen von Kontrahenten, Subjektivität der Aussagen, Veränderung von Argumenten, non-verbale Zeichen der Einsicht/des Verständnisses für andere Position) • Emotionale Aspekte (emotionale Ansprache des Publikums, Demonstration von Mitgefühl für Betroffene) • Wortbeiträge der Experten (Bezug zu Wortbeiträgen politischer Akteure und Betroffener)
Funktion ‚Befähigung zur Partizipation‘	<ul style="list-style-type: none"> • Interaktionsmöglichkeiten des Publikums (Aufrufe zur Interaktion, Integration von Publikumsbeteiligung (Häufigkeit, Form, Länge), Reaktionen) • Präsentation/Integration von Betroffenen (Häufigkeit, Form, Länge, Reaktionen)
Unterhaltungsfunktion	<ul style="list-style-type: none"> • Unterhaltende Äußerungen (Provokation/Polemik/Ironie und Reaktionen) • Präsentation non-verbaler Kommunikation (Mimik und Gestik) • Einspielfilme/Inserts

6.2.3 Variablen der Funktion ‚Befähigung zur Partizipation‘

Politische Bildungsveranstaltungen wollen Bürger zur aktiven Beteiligung am demokratischen Prozess befähigen, indem sie bei den Bürgern die dazu erforderlichen Handlungs- und Gestaltungskompetenzen ausbilden und trainieren. Aufgrund der Medien- und Formatlogik können diese Fertigkeiten in politischen Talkshows jedoch nur in äußerst begrenztem Rahmen eingeübt werden, und zwar indem die Talkshows ihren Zuschauern – durch diverse Interaktionsmöglichkeiten – eine eingeschränkte aktive Beteiligung an ihren Sendungen anbieten. Politische Talkshows schaffen direkte dialogische Situationen zwischen politischen Akteuren und Bürgern, indem betroffene

Bürger als Gäste auftreten und Bürgerfragen und -meinungen als Telefonanrufe, E-Mails, Videobotschaften in die Sendungen eingebaut werden.²¹⁵

In diesem Zusammenhang ist zu analysieren, ob und wie Aufrufe zur Interaktion präsentiert und wie Beteiligungen von Zuschauern in den Sendungen realisiert werden (Häufigkeit, Länge, Form, Reaktionen der anwesenden Gäste). Außerdem ist zu untersuchen, wie die teilnehmenden Betroffenen und ihre Aussagen in die politische Talkshow integriert werden (Häufigkeit, Länge der Wortbeiträge, Form der Beteiligung (in der Diskussionsrunde, im Studiopublikum²¹⁶), Reaktionen der anderen Diskussions Teilnehmer auf ihre Wortbeiträge).

6.2.4 Variablen der Unterhaltungsfunktion

Hinsichtlich der Unterhaltungsfunktion politischer Talkshows ist festzuhalten, dass sowohl die Diskussionsteilnehmer und ihre Beiträge als auch der Diskussionsverlauf unterhaltend sein können. Es ist davon auszugehen, dass humoristische, provokante, polemische und ironische Kommentare sowie die Reaktionen darauf den Unterhaltungseffekt politischer Talkshows erhöhen. Auch Kameraeinstellungen und die damit eingefangene non-verbale Kommunikation (Mimik und Gestik) sind bedeutsam für den Unterhaltungswert.²¹⁷ Unterhaltend ist eine politische Talkshow aber auch dann, wenn sie komplizierte Sachverhalte ganz einfach, d.h. leicht verständlich, präsentiert. Mittel dafür sind nicht nur Aussagen der Gäste und der Moderatoren, sondern auch Einspielfilme und Inserts (mit Namen, Funktionen und Zitaten des jeweiligen Gastes).

Bei der Analyse der genannten unterhaltenden Aspekte wird der Fokus auf der Frage liegen, inwieweit die Realisierung der Unterhaltungsfunktion in politischen Talkshows

²¹⁵ Im Großen und Ganzen findet in politischen Talkshows – wie auch in unterrichtlicher politischer Bildung – nur ein indirekter Dialog zwischen Politikern und Bürgern statt, Moderatoren und andere Diskutanten können jedoch als Sprachrohr der Bevölkerung auftreten.

²¹⁶ Bei „Maybrit Illner“ werden Betroffene häufig im Studiopublikum – in der ersten Reihe – platziert und zu einem Zeitpunkt der Sendung von der Moderatorin befragt. Durch diese Positionierung wird die Stellung des Betroffenen als einem Teil von „uns“ – dem Publikum – unterstrichen. Bei „hartaber-fair“ wird ein zusätzlicher Experte hinter einem Stehtisch vor dem Studiopublikum zu einem bestimmten Zeitpunkt der Sendung nach seinem Expertenwissen gefragt.

²¹⁷ Für einen zusammenfassenden Artikel über non-verbale Kommunikation in politischen Talkshows, siehe Girth/Michel 2007.

ihre politischen Bildungsfunktionen unterstützt bzw. konterkariert.

6.3 Zur Umsetzung der Informationsfunktion

Für die Informationsfunktion der politischen Bildung gilt der Anspruch, aus politisch nicht oder wenig informierten Bürgern politisch informierte Bürger zu machen. Die Quantität und Qualität der Vermittlung von politischen Inhalten in politischen Talkshows können diesem Anspruch aus mehreren Gründen kaum gerecht werden.

6.3.1 Die Vermittlung konkreter Informationen

Für die Informationsfunktion politischer Bildung sind politische Talkshows nur eingeschränkt funktional, denn sie vermitteln kaum konkrete Informationen über politische Institutionen, Prozesse, Entscheidungen, Hintergründe oder Zusammenhänge. Sie präsentieren hauptsächlich Meinungen, informieren also über in der Gesellschaft existierende Meinungen zu einem bestimmten politischen Thema.

Tab. 12: Fragerichtung in „Maybrit Illner“ (17.05.2007).

	Expression	Information	Meinung	Rechtfertigung
Diskussionsrunde	12	4	20	6
Interview Hädrich	4	3		

Tab. 13: Fragerichtung in „hartaberfair“ (13.06.2007)²¹⁸.

	Expression	Information	Meinung	Rechtfertigung
Diskussionsrunde	26 ²¹⁹	3	18	6
Interview Siggelkow	9	5	2	

Die Moderatoren können mit ihren Fragen Informationen von den Diskutanten einfordern. Eine quantitative Analyse der Fragerichtung der Moderatoren in den

Beispielsendungen zeigt jedoch, dass sie mit ihren Fragen eher den Meinungsaustausch als die Vermittlung von Informationen fördern.²²⁰ (Siehe Tab. 12 und 13)

²¹⁸ Die Fragen Plasbergs an seine Kollegin Büscher wurden hier nicht berücksichtigt.

²¹⁹ Die Schlussfrage Plasbergs zielt auf die Selbstoffenbarung aller Gäste und wurde daher nur einmal gezählt.

²²⁰ Ein Ergebnis, dass durch Schultz' Analyse einer wesentlich höheren Fallzahl politischer Talkshows bestätigt wird.

Tab. 14: Dominierender Charakter der Themenentfaltung in „Maybrit Illner“ (17.05.2007).

	Expressiv, narrativ	Informieren, deuten, erklären, analysieren	Propagieren, attackieren
Clement	3	7	15
Oettinger	2	3	6
Neumann	5	2	5
Bsirske		3	7
Gerke		4	4
Gesamt	10	19	36

Tab. 15: Dominierender Charakter der Themenentfaltung in „hartaberfair“ (13.06.2007).

	Expressiv, narrativ	Informieren, deuten, erklären, analysieren	Propagieren, attackieren
Lauterbach	4	12	13
Seehofer	9	2	6
Walz	16		2
Pieper	4	2	6
Höhler	11		7
Gesamt	44	16	34

Den dominierenden Frage- richtungen entsprechend ha- ben die Diskussionsbeiträge der Teilnehmer überwiegend propagierenden/attackieren- den und expressiven/narra- tiven Charakter. (Siehe Tab. 14 und 15) Informiert, er- klärt und analysiert wird nur in wenigen Wortbeiträgen.²²¹

Auffällig ist bei beiden Sen- dungen, dass die Politiker jeweils den größten Anteil an informierenden/deuten- den/erklärenden/analysieren-

den Diskussionsbeiträgen haben. Lauterbach versucht z.B. in der „hartaberfair“- Sendung, Ergebnisse wissenschaftlicher Studien zu vermitteln und auf diese Weise seine Aussagen zu belegen:

- „Diese Benachteiligungen sind heute, wenn man das wissenschaftlich untersucht, das Übliche. Beispielsweise ist es so, dass nur 9 % der Kinder aus Arbeiterfamili- en überhaupt noch studieren. In Schweden sind es 40 %.“ (Diskussionsbeitrag (D) 110)
- „Wir wissen aus Studien, dass Lehrer bei gleicher Begabung Kinder aus sozial besseren Schichten systematisch für das Gymnasium eher vorschlagen.“ (D 157)

Trotz der Ergebnisse der quantitativen Analyse ist festzuhalten, dass die Zuschauer im Verlaufe der analysierten Sendungen diverse Informationen zu den Gästen, ihrer Ein- stellung zum Thema sowie Daten und Fakten erhalten. Zum Anfang beider Sendungen wird der Zuschauer bei der Vorstellung der Gäste sehr kurz über deren Beruf und ihre

²²¹ Bei den beiden Fallbeispielen zeigt sich jedoch ein gravierender Unterschied hinsichtlich des in- formativen Charakters. So haben in der Illner-Sendung Diskussionsbeiträge, die informieren/deuten/ erklären/analysieren, im Verhältnis zur Gesamtheit der Diskussionsbeiträge und der Sendungslänge einen höheren Stellenwert als in der „hartaberfair“-Sendung.

Einstellung zum Thema informiert. Während der anschließenden Diskussion bekommt der Zuschauer weitere Informationen über die teilweise konträren Positionen der Diskutanten.

Am Beispiel der Diskussion bei „Maybrit Illner“ über die drohende Auslagerung von 50.000 Mitarbeitern bei der Telekom und dem damit zusammenhängenden Streik der Beschäftigten zeigt sich, dass der Zuschauer durch die Wortbeiträge der verschiedenen Diskussionsteilnehmer diverse, aber meist auf plakative Zahlen oder Statements reduzierte Hintergrundinformationen zum Thema erhält: (z.B.)

- 600.000 Kunden gehen dem Unternehmen pro Quartal verloren (Illner, D 5);
- DAX-Unternehmen machen Gewinne von 20 %, auf der anderen Seite gibt es Reallohnverluste (Illner, D 9);
- Telekom hat Fehler gemacht, u.a. den Markt falsch eingeschätzt, zu lange am Festnetz festgehalten (Oettinger, D 10);
- als ehemaliges Staatsunternehmen trägt die Telekom Altlasten (Gerke, D 14);
- Beamteneigenschaft vieler Telekom-Mitarbeiter ist ein Problem (Clement, D 24);
- die Politik hat dafür gesorgt, dass sich 2002 eine so genannte Heuschrecke, d.h. das Unternehmen Blackstone, in die Telekom einkaufen konnte (Illner, D 29);
- Blackstone besitzt nur einen Aktienanteil von 4 Prozent (Oettinger, D 30);
- in den letzten Jahren haben 16 Umorganisationen stattgefunden (Bsirske, D 32);
- die Telekom hat an die Aktionäre eine Dividende von 3,1 Milliarden Euro ausgeschüttet, andererseits sollen die Löhne der Beschäftigten um 22 Prozent gesenkt werden, Neueingestellte sollen 40 % weniger Lohn erhalten (Bsirske, D 32).

Die Diskussionsbeiträge der Teilnehmer zum Themenaspekt „Telekom“ machen auf bestimmte Probleme und Zusammenhänge aufmerksam, spiegeln jedoch auch die verschiedenen Perspektiven auf das Thema wider.²²²

So räumen Clement und Oettinger zwar Fehler seitens der Unternehmensführung der Telekom ein, betonen jedoch gleichzeitig die Unschuld der Politik daran und wie wichtig Zugeständnisse der Beschäftigten sind (siehe Anhang, z.B. S. 261-262, D 4, 10); Gewerkschaftsvertreter Bsirske dagegen ist erwartungsgemäß gegen solche Zugeständnisse, zählt Fehler der Unternehmensführung auf und stellt die sich daraus folgendenden Nachteile für die Beschäftigten in den Vordergrund (siehe Anhang, z.B. S. 266-267, D 32).

Um objektiv informiert zu sein, müssten die Zuschauer die diversen Perspektiven in Beziehung setzen zu den vermittelten Inhalten. Diese Analyse- und Interpretationslei-

²²² Im Folgenden wird die Beschreibung von Beispielen aus den analysierten Sendungen durch ein kleineres Schriftbild – ähnlich dem der direkten Zitate – gekennzeichnet.

stung ist jedoch vom durchschnittlichen Zuschauer, während er noch mit der Rezeption des weiteren Diskussionsablaufes beschäftigt ist, kaum zu erwarten.

Tab. 16: Diskussionsbeiträge und ihre Länge (Maybrit Illner, 17.05.2007).

Sprecher	Diskussionsbeiträge	Gesamtlänge (in sec.)	Durchschnittliche Länge (in sec.)
Illner	53	784	15
Clement	25	960	38
Oettinger	11	333	30
Neumann	12	378	32
Bsirske	10	653	65
Gerke	8	317	40
			37

Tab. 17: Diskussionsbeiträge und ihre Länge (hartaberfair, 13.06.2007).

Sprecher	Diskussionsbeiträge	Gesamtlänge (in sec.)	Durchschnittliche Länge (in sec.)
Plasberg	88	1180	13
Lauterbach	29	708	24
Seehofer	17	702	41
Walz	18	426	24
Pieper	12	457	38
Höhler	18	736	41
			30

Dass in politischen Talkshows hauptsächlich reduzierte Informationen formuliert werden, hat auch mit der Kürze der Redezeiten zu tun. Eine quantitative Analyse der Länge der Diskussionsbeiträge ergab für die Fallbeispiele, dass hier die Wortbeiträge im Durchschnitt zwischen 30 und 40 Sekunden lang sind.²²³ (Siehe Tab. 16 und 17) Diese durchschnittliche Redezeit verdeutlicht,

dass den Diskussionsteilnehmern enge Grenzen gesetzt sind für die Vermittlung von Informationen, eine detaillierte Analyse oder ausholende Argumentation.²²⁴

Würden sich die Informationen der einzelnen Diskutanten ergänzen oder für den Zuschauer zu einer Gesamtinformation zusammenfügen, wäre die Kürze der einzelnen Redezeiten nicht als allzu großes Problem hinsichtlich der Qualität der Informationsvermittlung in politischen Talkshows zu beurteilen. Eine wichtige Rolle in diesem Zusammenhang spielen ergänzende Informationen durch die Moderatoren sowie durch

²²³ Die Dauer der Beiträge variiert jedoch stark: Sie reichen bei „Maybrit Illner“ von 1 Sekunde (Nachfrage der Moderatorin) bis zu 157 Sekunden bei einem Wortbeitrag von Bsirske. Bei der analysierten „hartaberfair“ Sendung ergibt sich eine Spanne von 1 Sekunde bis zu 173 Sekunden bei einem Beitrag von Pieper. (Siehe Anhang, S. 342-343, Tab. 28 und 29)

²²⁴ Andererseits haben die Gäste dieses TV-Formats, da sie mehr als einmal zu Wort kommen, größere Möglichkeiten, ihre Informationen und Meinungen zu vermitteln als in Nachrichten oder in kurzen Statements in Magazin-Beiträgen.

redaktionelle Beiträge. Um ihre Informationsfunktion zu erfüllen, ist es Aufgabe der Redaktionen und Moderatoren, selber Informationen, Daten und Fakten zu vermitteln.

In „Maybrit Illner“ wie „hartaberfair“ wird versucht, Informationen u.a. durch Einspieler zu vermitteln. Im Vergleich zu „hartaberfair“ gibt es in der analysierten „Maybrit Illner“-Sendung wenige und kurze Einspieler, (siehe Tab. 18) die ausschließlich Daten anhand von Beispielen

vermitteln. Dabei werden die Daten jedoch sehr plakativ präsentiert.

Tab. 19: Einspieler in „hartaberfair“ (13.06.2007).

	Thema	Länge (in sec.)
10	Lebenslauf Udo Walz	53
28	Selbstversuch I: Kassenpatient/Privatpatient	137
62	Selbstversuch II: Konkreter Termin für Hüft-OP	72
77	Wie Ärzte über Patienten lästern	78
92	Fiktiver Lebenslauf Zweiter Klasse ²²⁶	128
114	Buch Lauterbach	60
132	Gemeinsamkeiten der ‚Outlaws‘ Seehofer und Lauterbach	88
151	Fiktiver Lebenslauf rückwärts	79
175	Vorstellung Arche	44
211	Experiment Plastikbank/Edelholzbank	144
		883 (Gesamt)

Tab. 18: Einspieler in „Maybrit Illner“ (17.05.2007).

	Thema	Länge (in sec.)
31	Grafik „Brutto-Verdienst, Call-Center-Agenten mit Berufserfahrung“	23 ²²⁵
60	Niedriglöhne in Deutschland	20
85	Anteile der Zeitarbeitskräfte in div. Unternehmen	55

So werden im Einspieler „Niedriglöhne in Deutschland“ zu verschiedenen Berufen Stundenlöhne eingeblendet, die von der off-Stimme gleich relativiert werden, indem diese betont, dass in den bestimmten Berufsgruppen Stundenlöhne „ab“ der genannten Summe verdient werden. Der Zuschauer dürfte aber eher die eingeblendete niedrigste Summe (3 Euro) erinnern, vor allem weil diese in der Diskussion öfter genannt wird. (Siehe Anhang, S. 272-289, (D) 51, 62, 63, 121).

Die zehn Einspieler aus „hartaberfair“ sind überwiegend unterhaltende bis fiktive Umsetzungen einzelner Themenaspekte, die vor allem auf Meinungen und Emotionen der Zuschauer gerichtet sind, weniger auf deren konkrete Information. (Siehe Tab. 19)

Der Zuschauer erhält zwar einige einfache Informationen, z.B. über den Lebenslauf des „Star-Friseurs“ Walz oder über Ge-

²²⁵ Hier wurde die Zeit genommen, die Illner braucht, um die Daten vorzulesen.

²²⁶ Plasberg selbst betont in seiner Moderation den fiktiven Charakter dieses Einspielers („was als Karikatur der Verhältnisse gemeint war“, „So was nennt man Verfremdungseffekt“). Auch in den anderen „hartaberfair“-Sendungen des Untersuchungssamples konnte mehrmals eine fiktive und/oder satirische Umsetzung einzelner Themenaspekte beobachtet werden.

meinsamkeiten der Politiker Seehofer (CSU) und Lauterbach (SPD), bei den Einspielern steht jedoch eindeutig der Unterhaltungsaspekt im Vordergrund.

So werden bei der Präsentation von Walz' Lebenslauf seine prominenten Kundinnen besonders hervorgehoben, und der Einspieler über die Gemeinsamkeiten von Seehofer und Lauterbach endet humorvoll/ironisch: „Beide Gäste könnten noch etwas gemeinsam haben; bei beiden könnte auf der Visitenkarte stehen: Soziales Feigenblatt der Partei.“ Auch die Einspieler mit den – nicht repräsentativen – Selbstversuchen und dem ‚Experiment‘ enthalten Informationen (z.B., dass ein Privatpatient einen früheren Termin beim Arzt bekommt als ein Kassenpatient), bedienen damit jedoch eher in der Bevölkerung existierende Vorurteile, als dass sie neu gewonnene Erkenntnisse sachlich und objektiv vermitteln.

Über die in Einspielern vermittelten Daten und Aussagen wird im Verlaufe politischer Talkshows, wie auch in den Beispielsendungen, meistens noch diskutiert; diese Diskussionen sind jedoch eher geprägt von emotionalen Reaktionen diverser Teilnehmer (siehe Anhang, z.B. S. 274-275, D 62-65 („Illner“), S. 318-319, D 116-124 („hartaberfair“)) als von einer sachlichen Auseinandersetzung.

Für die Realisierung der Informationsfunktion politischer Bildung in Talkshows sind auch die Moderatoren und ihre Wortbeiträge von Bedeutung. Eine qualitative Analyse zeigt, dass Plasberg in seinen Hinleitungen zu konkreten Fragen an die Diskutanten zwar Informationen vermittelt, viele davon jedoch nicht allgemein relevante Daten und Fakten enthalten, sondern sich auf konkrete Lebensumstände, Erfahrungen und Erlebnisse seiner Gäste beziehen. Illner dagegen versucht in diversen Fragen und Kommentaren, allgemeine Hintergrundinformationen zum Thema zu vermitteln (siehe Anhang, S. 261-273, z.B. D 9, 21, 29, 59).

Abschließend ist festzuhalten, dass Wortbeiträge von Moderatoren wie Diskussteilnehmern zwar einige Fakten und Daten enthalten, doch um den Zuschauer zu informieren, müssten diese die vermittelten Daten und Fakten noch angemessen aufnehmen und verarbeiten.

So erhalten die Zuschauer in der analysierten Sendung von „Maybrit Illner“ zu den Themenaspekten Mindestlohn und Zeitarbeit durch die Wortbeiträge der Diskutanten diverse Fakten und Daten. Es erscheint jedoch fraglich, ob die Zuschauer die genannten Prozentzahlen, Höhe der Löhne, Beispielfirmen etc., die vor allem vom ver.di Vorsitzenden Frank Bsirske in kürzester Zeit vorgebracht werden, (siehe Anhang, S. 266-287, D 32, 66, 71, 111) später erinnern können - es sei denn, sie sind ihnen bereits bekannt. Darüber hinaus kann die propagierende, attackierende ‚Gewerkschaftsrhetorik‘ von Bsirske (siehe Anhang, S. 266-267, D 32) zwar bewirken, dass seine Botschaft „überall höhere Löhne als bei der Telekom“ erinnert wird, ob der Zuschauer die Voraussetzungen, unter denen diese Aussage stimmt, später jedoch noch benennen können, ist zu bezweifeln.

6.3.2 Die Ausgewogenheit der Informationen

Für eine möglichst umfassende und ausgewogene Information ist es wichtig, Informationen aus verschiedenen Quellen zu erhalten. Um Aussagen darüber machen zu können, ob dies in politischen Talkshows umgesetzt wird, wurde untersucht, welche Diskutanten wie häufig und wie lange zu Wort kommen.

Bei der analysierten „hartaberfair“-Sendung konnte eine ungefähre Gleichverteilung der Beiträge von Lauterbach, Seehofer und Höhler sowie der Beiträge von Walz und Pieper hinsichtlich ihrer Gesamtlänge festgestellt werden. Die analysierte Sendung von Maybrit Illner wurde dagegen von Wolfgang Clement dominiert.²²⁷ (Siehe Tab. 16, S. 197) Die Gesamtlänge von Clements Diskussionsbeiträgen übersteigt sogar die der Moderatorin, und Clement hat nach der Moderatorin auch die meisten Diskussionsbeiträge. Demgegenüber hat sein Kontrahent Bsirske zwar die längsten Diskussionsbeiträge, doch zusammen mit den Diskussionsbeiträgen von Neumann, die seine Aussagen unterstützen, erreichen die Beiträge von Bsirske nur eine Gesamtlänge von 17'11 min., während die Beiträge von Clement und Oettinger, deren Argumentationen aufgrund der aktuellen Regierungskoalition zahlreiche Gemeinsamkeiten aufweisen, eine Gesamtlänge von 21'33 min. ergeben.²²⁸

Diese rein quantitative Analyse muss um eine qualitative ergänzt werden, um Gründe dieser Dominanz Clements und seiner Positionen aufzuzeigen sowie mögliche Folgen für eine ausgewogene Information der Zuschauer zu analysieren. Aufgrund der formateigenen Logik liegt es nahe, dass Politiker wie Clement in politischen Talkshows eine besonders aktive Rolle wahrnehmen und ein „personalisiertes Zentrum der Diskussion als zentrale Adressaten von Kritik und Zustimmung der anderen Teilnehmer“ (Schultz 2006, S. 270) bieten.

²²⁷ Schultz' Analyse ergab, dass es in den meisten der von ihm analysierten Sendungen eine ungefähre Gleichverteilung in den Redeanteilen gab, und der Autor resümierte: „Es wirken offenbar hemmende Faktoren, die verhindern, dass einzelne Sprecher wesentlich mehr Zeit als andere beanspruchen. Sowohl die Moderatoren als auch die anderen Teilnehmer wehren sich gegen die Dominanz eines bestimmten Sprechers“ (Schultz 2006, S. 211).

²²⁸ Laut der Analyse von Schultz bilden sich in den Diskussionsrunden politischer Talkshows häufig zwei oder drei Lager, „in denen mehrere Teilnehmer sich und ihre Positionen überwiegend unterstützen und ergänzen“ (ebd., S. 273) Die zu erwartende ‚Lagerbildung‘ wird dem Zuschauer häufig schon durch die Sitzordnung verdeutlicht.

Durch die umfassende Kritik an Clements Aussagen von verschiedenen Seiten werden die Zuschauer über die diversen Perspektiven auf das Thema und ihre inhaltlichen Differenzen informiert. Bereits in der Vorstellung der Person („In seiner Amtszeit als Superminister führte er Minijobs, Ich-AGs und 1 Euro-Jobs ein“) wird die Bedeutung Clements und seine potentielle Verantwortung für die aktuelle Situation in den Focus gerückt. Anschließend wird er von Illner mehrfach zu dieser Verantwortung befragt. Insgesamt wird Clement von Illner 15mal befragt, während die anderen Diskussionsteilnehmer nur sechs oder sieben Mal direkt von ihr angesprochen werden.²³¹ (Siehe Tab. 20) Auch von den ‚gegnerischen‘ Diskussionspartnern Bsirske und Neumann wird Clement direkt angesprochen und muss sich rechtfertigen, was seine hohe Anzahl an Wortbeiträgen erklärt.

Tab. 20: Direkte Frage/Redeaufforderung Illners an:²²⁹

Clement	15
Oettinger	6
Neumann	7
Bsirske	6
Gerke	6
Kommentare ²³⁰	11

Für eine umfassende objektive Information der Zuschauer ist auch der vermittelte Wahrheitsgehalt der Informationen von Bedeutung. In der analysierten Illner-Sendung fällt jedoch auf, dass nur selten Korrekturen vermittelter Informationen vorgenommen werden. Zwar behaupten verschiedene Sprecher, die Aussagen anderer wären falsch, und versuchen diesen in eigenen Diskussionsbeiträgen zu widersprechen, es kommt aber nie zu einer eindeutigen Klärung, welche Information die objektiv richtige ist (siehe Anhang, z.B. S. 261-262, D 6, 7, 8). In diesem Zusammenhang ist außerdem festzuhalten, dass sowohl Clement als auch Illner in ihren Wortbeiträgen formulieren, dass sie möglicherweise Informationen nicht korrekt übermitteln:

²²⁹ Darunter zu verstehen sind das direkte Ansprechen einer Person mit Namen und Fragen, die eindeutig auf eine Person gerichtet sind. Es kann sich auch um (ironische) Kommentare handeln, die eindeutig auf einen Teilnehmer zielen. Zwei Fragen, die Illner mit Blickrichtung Oettinger gestellt hat, die aber von Clement beantwortet wurden, wurden nicht mitgezählt. Für Ergebnisse der quantitativen Analyse von Plasbergs direkten Redeaufforderungen, siehe Anhang, S. 344, Tab. 30.

²³⁰ Hierunter werden Wortbeiträge der Moderatorin zusammengefasst, die nicht auf eine konkrete Frage hinauslaufen, sondern lediglich Kommentare zu Diskussionsbeiträgen oder zum Ablauf der Diskussion beinhalten sowie zur Anmoderation der Einspieler dienen.

²³¹ Schultz resümierte eine besonders strikte Redevergabe durch Illner im Vergleich zu anderen Talkshow-Moderatoren. (Vgl. Schultz 2006, S. 214) Generell ist festzuhalten, dass die Anzahl der Wortbeiträge und ihre potentielle Gleichverteilung mit der Steuerung des Gesprächs durch die Moderatoren zusammenhängen. (Siehe hierzu ebd., S. 209-240)

- „Wenn ich richtig orientiert bin, hat dieses Unternehmen immer noch einige Hundert Produkte. Kein Mensch kann einige Hundert Produkte verkaufen; noch so gute Servicekräfte können keine Übersicht haben.“ (Clement, D 16)
- „Insgesamt kann man, ich werde sie mit der Zahl hoffentlich korrekt zitieren, [...] dass sowohl Hr. Steinbrück als auch die KfW jeweils 400 bzw. 500 Millionen Rendite im letzten Jahr ausgezahlt bekommen hat.“ (Illner, D 21)

Zu einer für den Zuschauer eindeutigen Bestätigung dieser Informationen kommt es im Verlaufe der Sendung nicht. Andererseits macht Illner in einem Beitrag auf die Ambivalenz von Bsirskes Angriffen auf Clement aufmerksam:

„Hr. Bsirske, das sind alles tarifliche Löhne, die die Gewerkschaft mit ausverhandelt hat, und jetzt setzen Sie sich hier hin (Clement: Und machen mich zur Sau) und erklären diese Löhne für ausbeuterisch, für erpresserisch und bekämpfenswert, warum haben Sie nicht dagegen gekämpft?“ (D 65)

Auch bei „hartaberfair“ kommt es zu keiner Klärung kontroverser Informationen und Argumente; es wird dem Zuschauer überlassen, für diese notwendige Klärung selber aktiv zu werden. Im Fallbeispiel greift Plasberg nur selten klärend in die Diskussion ein, entweder indem er eine konkrete Nachfrage stellt (z.B. „Sie unterstützen also seine These vom Zweiklassenstaat?“, „Sie haben also einen Meisterbrief?“, „Müssten Sie nicht sagen, Sie wüssten sich, dass sie eine Chance haben?“), den eigentlichen Gegenstand der Diskussion klarstellt (z.B. „Notfall ist nicht das Thema.“) oder deutlich macht, wenn eine Frage nicht beantwortet wurde (z.B. „Darf ich auf meine Frage zurückkommen?“, „Meine Vermittlerfrage haben Sie nicht beantwortet, deswegen gebe ich sie an Hr. Seehofer weiter“, „Erinnern Sie sich noch an meine Frage?“). Am Ende der Sendung weist Plasberg schließlich auf den Faktencheck hin: „Wie immer: Viele Fakten werden hier behauptet, Sie können das morgen im Internet in unserem Faktencheck nachlesen, die Kernthesen überprüfen wir noch mal.“²³²

6.3.3 Die Informationsbeiträge Betroffener

Im Sendungskonzept von „hartaberfair“ spielten betroffene ‚Normalbürger‘ immer schon eine besondere Rolle; bei „Maybrit Illner“ wurde deren Rolle mit der Neukon-

²³² Im Faktencheck beurteilen der Soziologie-Professor Holger Lengfeld sowie der Pädagogik-Professor Jürgen Mansel Seehofers These über die Ungleichheit bei der Vermögensbildung, Walz' Vergleich über Aufstiegschancen früher und heute, Höhlers These von der Zunahme der Perspektivlosigkeit, Lauterbachs These über geringere Studierchancen für Kinder aus Arbeiterfamilien und seine These über Schulempfehlungen. Die Experten beurteilen die meisten Thesen als zumindest teilweise richtig, lediglich Lauterbachs These über die Studierchancen von Arbeiterkindern bewertet Lengfeld als falsch. (Vgl. http://www.wdr.de/themen/politik/1/hart_aber_fair/fakten-check_070613/index.jhtml; Stand: 14.06.2007)

zeption ausgeweitet. Für die alltagsrelevante Information der Zuschauer sind die Wortbeiträge Betroffener von besonderer Bedeutung. Durch die Erzählungen der so genannten Betroffenen werden dem Zuschauer keine allgemeinen Informationen zum Thema vermittelt, sondern die Bedeutung der Themen für den Alltag der Normalbürger und die Auswirkungen politischer Entscheidungen auf Betroffene vor Augen geführt. Auf diese Weise können Talkshows politische Zusammenhänge und Hintergründe – gemäß der Informationsfunktion politischer Bildung – auf einfachem, alltagsnahem Niveau vermitteln, dabei spielt die Präsentation von Emotionen jedoch eine größere Rolle als objektive Fakten, wie jedenfalls die Fallbeispiele zeigen.

Die Fragen Illners an die Gebäudereinigerin Susanne Neumann sind geprägt von einer expressiven/narrativen Fragerichtung (z.B. „Haben Sie Verständnis dafür?“, „Sind Sie froh darüber?“, „Sind aber trotzdem unzufrieden?“).²³³ Entsprechend den an sie gerichteten Fragen erzählt Neumann in expressiver/narrativer Weise und mit überwiegend umgangssprachlichen Formulierungen zahlreiche Beispiele der Auswirkungen der aktuellen Arbeitsmarktpolitik auf ihr alltägliches Leben, aber auch auf das ihrer Kollegen und verallgemeinert auf diese Weise ihre persönliche Situation: (z.B.)

„Es ist doch so: Es ist Monatsende, ich habe den ganzen Monat gearbeitet, ich muss davon leben, meine Kolleginnen müssen davon leben. Die Mütter, die bei mir im BR-Büro sitzen und die nicht wissen, wie sollen sie die Schulbücher bezahlen, diese Shit-Zahnsparangebung, und o Gott mein Kind hat noch eine Kommunion. All das ist nicht mehr finanzierbar. Ob die woanders noch weniger verdienen, das ist mir im Moment shitegal. Ich muss meine Kinder, meine Kollegin, die müssen wirklich von diesem Geld in irgendeiner Form leben. Ich spreche von 7,87 Euro. Es werden Löhne gezahlt von 4 und 3 Euro. Ist es denn vernünftig, ist es denn normal in Deutschland, dass man einen ganzen Monat arbeitet und kann seinen Strom, seine Heizung nicht andrehen?“ (D 51)

Zeitarbeiter Hädrich wird von Illner ebenfalls nach konkreten Informationen über seine persönliche berufliche Situation befragt, aber auch nach den Auswirkungen, die seine Anstellung als Zeitarbeiter auf ihn persönlich sowie auf seinen Arbeitsalltag hat, und nach den Folgen, die Zeitarbeit für die Arbeitnehmer und ihre Motivation hat: (z.B.)

„Was ist das für ein Klima zwischen Ihnen? Ich kann mir vorstellen, dass das atmosphärisch auch nicht besonders einfach ist, wenn man weiß, da steht einer neben mir, der macht die identische Arbeit und bringt 500 Euro netto mehr mit nach Hause.“ (D 94)

²³³ Auch Plasbergs Fragen an den prominenten Betroffenen Walz sind von dieser Fragerichtung geprägt: „Wie wichtig war das denn, dass Ihnen privilegierte Menschen die Hand gereicht haben?“, „Können Sie davon berichten, Sie haben ja Kontakt zu vielen Ärzten?“, „Haben Sie Spuren von einer Zweiklassenmedizin im Krankenhaus gesehen?“.

Die Wortbeiträge der Betroffenen Walz und Siggelkow in „hartaberfair“ sind ebenfalls durch persönliche, emotional geprägte Erlebnis- und Erfahrungsberichte gekennzeichnet und verdeutlichen die Auswirkungen aktueller Politik, politischer Entscheidungen, aber auch der allgemeinen gesellschaftlichen Situation auf das Leben der ‚normalen‘ Menschen.

Siggelkow vergleicht seine persönliche Geschichte mit den Kindern, die er heute betreut, und macht so deutlich, dass seine persönlichen Erlebnisse verallgemeinerbar sind: „Es gab keine Situation in meinem Leben, wo ich auf dem Schoß von irgendwelchen Eltern gesessen habe. Und das hat mir sehr gefehlt. Wie es vielen Kindern heute fehlt.“ (D 171)

6.3.4 Die Verständlichkeit der Informationen

Um Aussagen darüber treffen zu können, wie allgemeinverständlich die Informationen und Argumente in politischen Talkshows präsentiert werden – eine Grundvoraussetzung für die Informationsfunktion –, wurde analysiert, ob in den Beispielsendungen viele Fach- und Fremdwörter benutzt werden.

Illner selber benutzt Fremd- und Fachwörter sowie Abkürzungen in ihren Formulierungen, ohne sie näher zu erklären (Bsp.: DAX-Unternehmen, KfW, Rendite, Dividende, Blackstone, Erster Arbeitsmarkt, Klebeeffekt). Darüber hinaus ist auffällig, dass im Laufe der Sendung von diversen Diskutanten Fremd- und Fachwörter benutzt werden, ohne dass sich eine Erklärung für potentiell unwissende Zuschauer anschließt.²³⁴

Daraus lässt sich zum einen schließen, dass die Moderatorin und ihre Gäste davon ausgehen, Zuschauer zu haben, die bereits über ein bestimmtes Vorwissen zum Thema verfügen,²³⁵ zum anderen ist zu vermuten, dass sich bei Zuschauern, die dieses Vorwissen nicht haben, Probleme bei der Verfolgung und Nachvollziehbarkeit der Informationen und Argumentationen ergeben. Zwar lassen sich einige benutzte Fachwörter

²³⁴ Der einzige Begriff für den Illner eine Erklärung gibt, ist der von Clement benutzte Begriff „equal pay“ (siehe Anhang, S. 290, D 126). Plasberg erklärt „sprechende Medizin“ (siehe Anhang, S. 304, D 58). Die Benutzung von Fach- und Fremdwörtern ohne Begriffserläuterung konnte bei mehreren Illner-Sendungen im Untersuchungssample beobachtet werden.

²³⁵ Eine Einschätzung, die dem Zuschauerprofil entspricht. (Siehe Kap. 5.6)

im thematischen Zusammenhang einfach erschließen (z.B. Reallohnseinbußen, soziale Schutzrechte, Arbeitnehmerüberlassungsgesetz), die Frage, inwieweit dies jedoch beim Zuschauer im Laufe der Sendung aufgrund der Schnelligkeit der Debatte tatsächlich erfolgt, muss offen bleiben.

Auch in der „hartaberfair“-Sendung werden Fachbegriffe verwendet (z.B.: „Budgetierung mit sinkendem Fallwert“, „Kostendämpfungsgesetze“, „Tarif mit Selbstbehalt“), die nicht explizit erklärt werden. Andere Begriffen werden dagegen von Diskutanten auf einfachem Niveau erläutert:

- „Ich habe in der untersten Stufe begonnen: A 1. Wer sich im öffentlichen Dienst auskennt, weiß, das ist also ganz unten“ (Seehofer, D 96)
- „An der Universität beispielsweise meine Kollegen, die so genannten C4-Professuren, also die höchste Professoren-Stufe: das sind fast ausschließlich Kinder aus bürgerlichen oder großbürgerlichen Verhältnissen.“ (Lauterbach, D 110)

Für die allgemeine Verständlichkeit und Nachvollziehbarkeit der Diskussion ist aber nicht nur die Erklärung einzelner Begriffe wichtig, sondern auch ob Moderatoren oder Diskutanten bereits getroffene Aussagen und formulierte Argumente näher erklären oder verdeutlichen. Illner versucht an einigen Stellen der Diskussion Aussagen und Argumente der Diskutanten für die Zuschauer zu verdeutlichen. So konkretisiert sie zweimal Diskussionsbeiträge von Neumann und Gerke:

- „Und ist ständig in diesen ständig wiederkehrenden befristeten Beschäftigungsverhältnissen (Neumann: Richtig). Alles Klar.“ (D 76)
- „Das heißt, wenn ich Sie da richtig verstehe, unser Problem ist eigentlich, dass wir diesen sehr heftigen Kündigungsschutz haben in Deutschland. (Gerke: Natürlich).“ (D 116)

Plasberg fasst in seinen Anmoderationen der Einspielfilme häufig bis dahin in der Sendung geäußerte oder in der Gesellschaft existierende Thesen zusammen und bringt sie so dem Zuschauer nochmals ins Gedächtnis:

- „Politiker sagen immer, Gesundheitspolitiker, das ist alles halb so wild, das niveliert sich, stimmt auch gar nicht so, dass man viel zu lange warten muss als Kasenpatient. Wir haben einfach mal den Selbstversuch gemacht.“ (D 27)
- „Zweiklassenmedizin ist ja nur ein Aspekt zu unserem Thema „Zweiklassenstaat“. Und den haben wir, das ist die These von Karl Lauterbach. Eins greift da ins andere. Fragen wir uns, wenn das stimmt, und auch Seehofer hat gesagt, die Chancen, die Sie hatten als Arbeiterkinder, die gibt es heute in dieser Form nicht mehr so leicht. [...] Der Lauterbach hat dieses Buch ja nicht nur geschrieben für den Sektor Medizin. Sondern seine These ist ja, das geht in das Rentensystem rein, das

geht in die Bildung rein und es gibt Karrieren, die werden ganz früh festgelegt. Wir haben da mal das Leben eines fiktiven Jungen nachgezeichnet.“ (D 91)

- „Wie Sie beide da so sitzen, haben Sie ja vieles gemeinsam in ihrem Blick auf diesen Staat, und wir haben uns noch weitere Gedanken gemacht, was Sie beide gemeinsam haben.“ (D 131)

Die Verständlichkeit von Informationen kann sich für Zuschauer auch durch Bezüge zur Normalität, zum Alltag von Normalbürgern erhöhen. So werden vor allem durch die Erzählungen Betroffener Hintergründe und Zusammenhänge aktueller Politik und ihrer Auswirkungen auf niedrigem, allgemein verständlichem Niveau vermittelt. Aus diesem Grund führen vermutlich auch andere Diskussionsteilnehmer in ihren Wortbeiträgen konkrete Beispiele an.

Während Bsirske, Oettinger und Clement jedoch lediglich anhand konkreter Unternehmen (Post AG, Airbus und BMW) und deren Umgang mit Beschäftigten versuchen, ihre Standpunkte zu untermauern, verdeutlichen Diskussionsteilnehmer aus „hartaberfair“ ihre Standpunkte teilweise durch das Erzählen konkreter Beispiele ‚aus dem Leben‘ – entweder eigener Erlebnisse und Erfahrungen oder erzählter Erfahrungen anderer: (z.B.)

„Mir hat ein Arzt, darf ich das mal als Beispiel erzählen (Plasberg: Ja gerne), mir hat ein Arzt geschrieben, dass er angeboten hat seinem Patienten einen Herz-Kreislaufcheck, was ja was Wichtiges ist. Da hat eine gesetzliche Krankenkasse ihm gesagt, wir machen diesen Herz-Kreislaufcheck nur noch mit einem einzigen Arzt in der Stadt, das war in Hamburg, ein Exklusivvertrag. Die andere gesetzliche Krankenkasse hat ihm gesagt, wir finanzieren das gar nicht, und die andere gesetzliche Krankenkasse finanziert aber Reisen, Aerobic-Kurse, Nordic-Walking und Ernährungsberatung und wesentlich höher, als er für einen Patienten im Quartal kriegt.“ (Pieper, D 79)

Obwohl die Gäste in der „hartaberfair“-Sendung versuchen, ihre Thesen anhand einfacher Erzählungen und Beispiele aus ihrem Leben deutlich zu machen („Ich mache es ganz simpel“ (Lauterbach)), erklärt Walz, dass er der Diskussion nicht folgen kann – eine Meinung, die andere Zuschauer möglicherweise teilen:

- „Für Laien wie mich ist das ganz schwierig. [...] Also ich verstehe das gar nicht.“ (D 85)
- „Aber ich habe eine Frage, ich als Laie [...], jetzt reden wir schon wieder fremde, wirre Sachen für mich.“ (D 126)

In diesem Zusammenhang wird die Bedeutung ‚normaler‘ Bürger als Stellvertreter des Publikums in den Diskussionen deutlich. Wenn diese Diskutanten eine aktive Rolle einnehmen, kann die Diskussion für bestimmte Bevölkerungsgruppen verständlicher

und nachvollziehbarer werden,²³⁶ aber nur, wenn ihre Einwürfe ernst genommen und umgesetzt werden. Ein Umstand, der momentan in politischen Talkshows jedoch trotz aller Betroffenenorientierung noch nicht realisiert wird. So geht Plasberg im Fallbeispiel zwar – sicherlich aufgrund der Prominenz von Walz – auf seine Einwürfe ein, jedoch nicht um ihm notwendige Informationen zu vermitteln, sondern lediglich um seine Einwürfe als Ausgangspunkt für weitere Fragen zu nehmen (siehe Anhang, z.B. S. 311-320, D 85, 127).

6.3.5 Politische Talkshows als Medium der Informationsfunktion

Hinsichtlich der Informationsfunktion politischer Bildung und ihrer Erfüllung durch die Sendungsinhalte politischer Talkshows ist zu resümieren: Umfassende Informationen (Daten, Fakten etc.) zu bestimmten Themen werden nicht präsentiert; Hintergrundinformationen lediglich im begrenzten Umfang vermittelt. Politische Talkshows informieren jedoch über konträre Beurteilungen aktueller politischer Vorgänge innerhalb der Gesellschaft, indem sie Vertretern der wichtigsten existierenden Positionen ein medienöffentliches Diskussionsforum bieten.

Durch die Diskussion und die Erzählungen Betroffener wird über Probleme informiert, die sich für die in das Thema involvierten Bürger ergeben. Die Probleme, die für die Bürger aus politischen Entscheidungen resultieren, werden jedoch weniger durch objektive Fakten als durch emotional geprägte Erzählungen und Diskussionen vermittelt.

Informationen und Meinungen werden, wie auch in den analysierten Beispielsendungen, von diversen Quellen präsentiert, so dass von einer Ausgewogenheit der Informationen gesprochen werden kann. Es werden jedoch kaum Versuche unternommen, widersprüchliche Informationen und Argumente im Verlaufe einer Sendung aufzuklären. Die Sendungen vermeiden es auf diese Weise, für eine Seite Partei zu ergreifen, und wahren somit ihren Objektivitätsanspruch. Für den mündigen Bürger mag dies eine richtige Strategie sein, ob sie für den politisch weniger gebildeten Zuschauer jedoch

²³⁶ Andere Bevölkerungsgruppen könnten dann aber möglicherweise aufgrund des scheinbar niedrigen Niveaus auf Distanz gehen.

ein guter Weg zur Erweiterung seiner politischen Kenntnisse und Fähigkeiten ist, wird bezweifelt.

Insgesamt muss mit Blick auf die Rezipienten die Möglichkeit zur politischen (Weiter-)Bildung, zum Erhöhen des politischen Informationsstandes und der Wissensvertiefung – vor allem für politisch wenig Gebildete – durch politische Talkshows als gering eingeschätzt werden, da reine politische Informationen, Fakten und Daten einerseits nur in geringer Quantität und quasi nebenbei vermittelt werden, andererseits jedoch oft mit Hilfe von Fachbegriffen, die den politisch gering Gebildeten bereits überfordern können. Außerdem tendieren Diskutanten dazu, ihr eigenes (Spezial-)Wissen zum Thema zu präsentieren und zu inszenieren, indem sie zahlreiche Daten nennen, jedoch innerhalb so kurzer Redezeit, dass sie vom Zuschauer kaum aufgenommen und behalten werden können.

Die Behandlung der einzelnen Themenaspekte ist viel zu kurz und oberflächlich, als dass der politisch wenig gebildete Zuschauer durch die Rezeption einer politischen Talkshow hinreichend in die Lage versetzt würde, sich politisch aktuelles Wissen anzueignen. Aufgrund der Kürze der Sendungen und der Diskussionsbeiträge dürfte es dem Zuschauer schwer fallen, am Ende einer Sendung zu verstehen, was in der Politikwelt zu einem bestimmten Thema passiert, und zu erkennen, was die Mehrheits-/Minderheitsmeinung in der Gesellschaft zu diesem Thema ist.

Auch für politisch vorgebildete und zu dem jeweiligen Thema bereits mit Vorwissen ausgestattete Rezipienten ist eine Wissensvertiefung aufgrund der geringen Quantität und Qualität an Informationen als eher gering zu beurteilen. Zuschauer können zwar theoretisch Fakten und Daten zu aktuellen Themen aus politischen Talkshows erhalten, da sie sich jedoch diese Informationen kaum direkt notieren werden, ist es fraglich, ob die in kürzester Zeit vermittelten Daten und Fakten in einer Rezeptionssituation, die von Interesse, aber auch von passivem Konsum gekennzeichnet ist, wirklich für eine spätere aktive Verarbeitung aufgenommen werden (können). Darüber hinaus müssen die Zuschauer die vermittelten Fakten häufig noch von der subjektiven Perspektive der vermittelnden Quelle trennen, um objektive Informationen zu erhalten.

Zuschauer können sich während der Rezeption politischer Talkshows zwar über vermeintlich gute oder schlechte Entscheidungen politischer Akteure und über ihre (Un-)Fähigkeiten informieren und orientieren, sie müssen sich dabei jedoch entweder auf deren rhetorische Fähigkeiten beschränken oder auf die Urteile anderer Diskutanten verlassen (Bsp. aus „hartaberfair“: „Zunächst einmal, ich bin ehrlich gesagt überrascht, wie wenig Sie die jetzt beschlossene Reform zu kennen scheinen“ (Lauterbach über Pieper, D 82)).

Es ist zu resümieren, dass die Informationsfunktion politischer Bildung nicht vom TV-Format politische Talkshow allein erfüllt werden kann, sondern vielmehr einen aktiven Rezipienten erfordert, der sich nicht mit purem Konsum zufrieden gibt, sondern die Sendungsinhalte zum Anlass nimmt, sich im Anschluss an die Rezeption durch die Nutzung weiterer Informationsquellen detaillierter zu informieren und mit dem Thema näher auseinander zusetzen.

6.4 Zur Umsetzung der Meinungs- und Willensbildungsfunktion

Um zu untersuchen, inwieweit politische Talkshows die Meinungs- und Willensbildungsfunktion politischer Bildung realisieren, wurden die Präsentation konträrer Positionen, die Bedeutung von Emotionen sowie die Expertenbeiträge analysiert. Es zeigt sich, dass politische Talkshows für eine rationale Meinungsbildung kaum nützlich sind.

6.4.1 Die Präsentation konträrer Positionen

Für die Meinungs- und Willensbildung ist das Informieren über bereits existierende konträre Positionen zu einem politischen Thema, aber auch über neue Argumente eine entscheidende Voraussetzung. In politischen Talkshows werden den Zuschauern in einem begrenzten Zeitrahmen konträre Meinungen zu einem Thema präsentiert, welche sie dann – auch mit der eigenen Position – vergleichen und sich auf diesem Wege ein eigenes Urteil bilden können. In diesem Zusammenhang ist zunächst relevant, welchen Raum politische Talkshows ihren Diskutanten gewähren, um ihre Meinungen zu artikulieren.

Meinungen und deren Diskussion sind von großer Bedeutung für politische Talkshows, so auch das Ergebnis der Fallanalyse. Anhand der Moderatorenfragen in den Fallbeispielen ist zu konstatieren, dass Meinungsfragen eine besonders große Bedeutung haben. (Siehe Tab. 12 und 13, S. 194) Analog zu Schultz' Ergebnissen konnte darüber hinaus in den Fallbeispielen – entsprechend den Fragerichtungen der Moderatoren – eine besondere Bedeutung des Propagierens und Attackierens in den Antworten der Gäste festgestellt werden: (siehe Tab. 14 und 15, S. 195) eine Redeform, mit der hauptsächlich Meinungen kommuniziert werden.

Rechtfertigungsfragen haben in den analysierten Sendungen ebenfalls eine größere Bedeutung als Fragen, die auf Information zielen; sie zeigen, dass es nicht nur zur Darstellung einer politischen Position, sondern auch zu ihrem kritischen Hinterfragen durch den Moderator oder andere Gesprächsteilnehmer kommt.²³⁷

Zur Förderung der Reflexions- und Urteilsfähigkeit der Bürger ist es nötig, ihnen zu verdeutlichen, wo Meinungs- und Entscheidungsalternativen bei politischen Problemen liegen. Dass in politischen Talkshows Konflikte thematisiert werden, zu deren Lösungen es unterschiedliche Auffassungen gibt, machen nicht nur das Moderatorenverhalten und die Moderatorenbeiträge deutlich (durch das abwechselnde Befragen der gegensätzlichen Positionen und Hinweise auf die gegensätzlichen Positionen), sondern auch das Teilnehmerverhalten und die Teilnehmerbeiträge (durch direkte Ansprache sowie Diskussion der Kontrahenten untereinander).

Für die analysierte „Maybrit Illner“-Sendung ist festzustellen, dass Illner bereits in der Einführungsrunde die potentiell gegensätzlichen Positionen im Wechsel abfragt: So fragt sie zunächst Clement, dann Bsirske, daraufhin Oettinger, dann Neumann und zum Schluss den Experten Gerke. Auch die weitere Reihenfolge der Gesprächspartner Illners ist durch einen Wechsel der Positionen, d.h. durch abwechselnde Befragungen von Clement/Oettinger und Bsirske/Neumann geprägt. Plasberg beteiligt die gegensätzlichen Positionen ebenfalls im Wechsel am Gespräch, indem er nach Wortbeiträgen von Lauterbach und Seehofer, Höhler oder Pieper fragt und umgekehrt. Den Betroffenen Walz ruft er dazwischen als Vermittler auf.

Um die existierenden gegensätzlichen Positionen einerseits zu verdeutlichen und andererseits den inhaltlichen Zusammenhang in der Diskussion zu stärken, ist es Aufgabe

²³⁷ In beiden Sendungen richten sich die Rechtfertigungsfragen überwiegend an die vertretenen Politiker, bei Illner jedoch auch an Bsirske (siehe Anhang, S. 266, D 31, S. 275, D 65). Die Bedeutung der Rechtfertigungsfragen kann als ein Beleg für das Rollenverständnis Illners und Plasbergs als kritische Journalisten verstanden werden.

des Moderators, die Teilnehmer aufzufordern, auf die Äußerungen eines anderen Teilnehmers einzugehen, oder selber Bezüge zwischen den Beiträgen verschiedener Gäste herzustellen und Anschlussfragen zu stellen. (Vgl. Schultz 2006, S. 268) Auf diese Weise wird die Meinungs- und Willensbildungsfunktion insofern gestärkt, als dass nicht nur die konträren Positionen, sondern auch die Subjektivität einzelner Aussagen und Urteile verdeutlicht werden.

Für die vorliegenden zwei Sendungen konnten nur wenige direkte, d.h. für den Zuschauer auffällige Bezüge zu Beiträgen anderer Diskutanten in den Fragen der Moderatoren festgestellt werden.

So formuliert Illner eine Frage an Bsirske, „Stichwort Zeitarbeit. Sind diese Arbeitsplätze [...] tatsächlich dazu da, die Menschen vorzubereiten und zu qualifizieren für den ersten Arbeitsmarkt, wie Hr. Clement sagt?“ (D 110) und eine Frage an Oettinger, „Gegenargument, Hr. Oettinger? Hat sie [Neumann] Recht?“ (D 120).

Andererseits weist Illner ab und zu eindrücklich auf die Existenz konträrer Positionen hin, indem sie z.B. betont:

„Interessant, hier gibt es dann also doch diese kleine unterschiedliche Einschätzung, je nach dem um wen man sich gerade mehr kümmern soll, um den Eigner, den Vorstandsvorsitzenden oder die Aktionäre [...] oder die Kunden.“ (D 31)

Auch Plasberg betont die bestehenden konträren Positionen, indem er z.B. Pieper auffordert, „Sie dürfen sich aussuchen, wer von der großen Koalition antworten soll. Suchen Sie einen aus“ (D 80), oder nach einem Diskussionsbeitrag von Höhler an Seehofer die Frage stellt: „Ist das ein Eindruck, den Sie teilen, Hr. Seehofer?“ (D 95).

Einzelne Diskutanten nehmen in beiden Sendungen dagegen häufiger direkten und für den Zuschauer leicht erkennbaren Bezug auf die Äußerungen anderer, vor allem um dadurch auf die aus ihrer Sicht falsche Perspektive der anderen Diskussionsteilnehmer hinzuweisen. Bei diesen Bezügen geht es meistens darum, den Aussagen des Kontrahenten zu widersprechen und die eigenen Argumente als die richtigen und relevanten zu behaupten.

In „Maybrit Illner“ ist dies vor allem Bsirske, der seine Kontrahenten Clement und Oettinger direkt mit Namen anspricht (siehe Anhang, S. 266-278, D 32, 38, 66, 71), ihre Meinungen und Entscheidungen negativ kommentiert. Clement nimmt Bezug zu den Äußerungen von Bsirske und Neumann, indem er betont: „Ich würde gerne der Reihe nach antworten.“ (D 77) Darüber hinaus bezieht er sich des Öfteren auf Bsirskes Äußerungen, allerdings eher indirekt (z.B. „Hr. Bsirske kann das so nicht sehen“ (D 18), „Wenn man die Aktionäre so behandeln würde, wie Frank Bsirske sagt, würde man Desaster am Aktienmarkt erleben“ (D 34), „Und weil Hr. Bsirske mich da auch noch angegriffen hat: die Zeitarbeitsreform gehörte mit zu den wichtigsten, die in meiner Arbeitszeit gemacht worden sind“ (D 79)). Auch Gerke weist dreimal auf die falsche Herangehensweise der Gewerkschaften hin, indem er den neben ihm sitzenden Bsirske direkt anspricht (siehe Anhang, S. 269-288, D 40, 71, 113). In der analysierten „hartaberfair“-Sendung beziehen sich vor allem Lauterbach und Höhler sowie Lauterbach und Pieper mehrfach auf Aussagen des anderen und sprechen diesen auch konkret an.

Die Konfrontation der Anhänger konträrer Positionen wird in politischen Talkshows häufig noch visuell verstärkt durch die Sitzordnung, aber auch durch die Kameraeinstellungen.²³⁸

So sitzen in der analysierten „Maybrit Illner“-Sendung die Koalitionspartner Clement und Oettinger auf einer Seite und Gewerkschaftsvorsitzender Bsirske, Niedriglöhnerin Neumann sowie Experte Gerke auf der anderen Seite. Auch bei „hartaberfair“ sitzen die Koalitionspartner Lauterbach und Seehofer nebeneinander links außen, in der Mitte sitzt der prominente Betroffene Walz, rechts außen sitzen FDP-Politikerin Pieper sowie Expertin Höhler.

Kommt es zu direkten Diskussionen einzelner Teilnehmer, versucht die Kamera zumeist beide Kontrahenten in Naheinstellung gemeinsam im Bild zu zeigen. Konträre Positionen verdeutlicht die Regie auch, indem sie während der Wortbeiträge die Mimik der Vertreter der anderen Position zeigt.

So ist zum Beispiel sehr häufig die skeptische, brummige oder amüsierte Miene von Wolfgang Clement im Bild, während Bsirske spricht, und während Clement spricht, wird des Öfteren ein (ironisch-) amüsiertes Bsirske gezeigt.

Um zu ermitteln, ob politische Talkshows zur Meinungs- und Willensbildung beitragen, indem ihre Gäste den Rezipienten als Vorbilder einer rationalen Urteilsbildung dienen können, wurde anhand der Fallbeispiele analysiert, ob die Diskutanten in sachlicher Form auf die Argumente der Andersdenkenden eingehen, eigene Kenntnislücken und Präferenzen deutlich machen sowie ihre Meinung im Laufe der Diskussion ändern bzw. relativieren.

Die meisten Diskutanten betonen durch Formulierungen wie „ich glaube“, „ich finde“ u.ä. zwar die Subjektivität ihrer Äußerungen, in beiden analysierten Sendungen kommen Verständnis für andere Positionen sowie ernstzunehmende Zugeständnisse an andere Positionen jedoch kaum vor.

So zeigt Clement einmal Verständnis für Bsirskes Argumentation (siehe Anhang, S. 267-268, D 34), aber auch nur, da es in diesem Zusammenhang weniger um die Politik, als um die Unternehmensführung von Telekom geht, die Clement vorher bereits selbst kritisiert hatte. Auch Bsirske macht an einer Stelle ein Zugeständnis an Clement, indem er betont, dass man Zeitarbeit nicht verteufeln sollte, schränkt aber ein: „Ich glaube, dass Zeitarbeit eine Funktion haben kann in dieser Gesellschaft, und dass es darauf ankommt, unter welchen Bedingungen sie ausgeführt wird.“ (D 111) Alles in allem dürfte daher beim Zuschauer zum Schluss der Sendung der Eindruck entstanden sein, dass Bsirske und Clement konträre Positionen einnehmen, die sie auch vehement verteidigen.

²³⁸ Aufgrund der Tatsache, dass Moderator Plasberg in den Sendungen von „hartaberfair“ an einem Ende der Diskussionsrunde steht, ist für den Zuschauer – im Gegensatz zu „Maybrit Illner“ – deutlich zu erkennen, wenn sich die Diskutanten nicht an den Moderator, sondern sehr häufig mit Blick und Körperhaltung an ihre anderen Gesprächspartner richten.

Oettinger hingegen versucht im Zusammenhang mit dem Themenaspekt Telekom, zwischen den zwei konträren Positionen der Gewerkschaft und der Telekom-Unternehmensführung zu vermitteln, indem er an beide Seiten appelliert, wieder zu verhandeln (siehe Anhang, S. 268-269, D 36). Da jedoch kein Vertreter des Telekom-Managements an der Sendung teilnimmt, kann dieser Appell Oettingers nur als Imagewerbung für die eigene Person verstanden werden. Auch Clements geäußertes Verständnis für die Situation von Neumann (siehe Anhang, S. 280, D 80) sowie Oettingers geäußerte Bewunderung für deren Alltagsbewältigung (siehe Anhang, S. 289, D 121) müssen vor dem Hintergrund ihrer sonstigen Diskussionsbeiträge als Mittel zur positiven Selbstpräsentation verstanden werden. In diesem Sinne ist bei „hartaberfair“ auch Höhlers geäußerte Betroffenheit nach Siggelkows Erzählungen zu bewerten:

„Ja, ich muss Ihnen sagen, ich finde das so dramatisch, dass in einer so reichen Gesellschaft eigentlich das, was Gesellschaften zusammenhält, am meisten fehlt. Und das ist Liebe. Man kann das ja auch mal so ausdrücken. Was er geschildert hat, was seine Kinder haben, im Unterschied zu anderen, ist ja Interesse, Zuwendung, Liebe.“ (D 199)

Ansonsten kommt es auch in der „hartaberfair“-Sendung kaum zu wirklicher Übereinstimmung zwischen den Diskutanten.

Diese beziehen sich in ihren Äußerungen zwar häufig aufeinander, die Kontrahenten Lauterbach/Höhler und Lauterbach/Pieper zeigen jedoch kein Verständnis für die jeweils andere Position. Lediglich Seehofer steht zwischen den Positionen Pieper/Höhler und Lauterbach, was auch in seinen Diskussionsbeiträgen deutlich wird: (z.B.)

„Also, das Beispiel ist mit Sicherheit eine Ausnahme, Fr. Höhler. Überwiegend ist es so, wie es im Film gezeigt worden ist. [...] Das heißt, wir haben eine Budgetierung mit einem sinkenden Fallwert (Pieper *nickt*: Richtig), und jetzt sollten wir nicht so tun, als seien das keine Menschen. Wenn ich mehr arbeite und pro Fall weniger bekomme, darf ich mich nicht wundern, dass es dann manche Missstände gibt. Deswegen hat ja die Koalition, da müsstest du (*zu Lauterbach*) jetzt wieder zustimmen, ja beschlossen, dass das Honorierungssystem für Ärzte verändert werden muss.“ (D 58)

Neben den wenigen deutlichen, sprachlich formulierten Zugeständnissen an andere Positionen signalisieren die Diskutanten teilweise auch Verständnis für die Äußerungen anderer Teilnehmer durch Nicken (siehe Anhang, „hartaberfair“, z. B. S. 302-344, D 47, 65, 84, 129, 130, 138; „Maybrit Illner“, z. B. S. 275-290, D 66, 80, 111, 123) oder affirmative Einwürfe. Die meisten Urheber dieser non-verbalen wie verbalen Einwürfe drücken aber eher Unterstützung für die Äußerung eines Diskutanten aus ihrem eigenen ‚Lager‘ aus, als Verständnis für eine tatsächlich konträre Position. Beim Zuschauer dürf-

ten diese Einwürfe²³⁹ daher den allgemeinen Eindruck vehement vertretener gegensätzlicher Positionen nicht verändern.

Tab. 21: Anzahl Einwürfe²⁴⁰ in „Maybrit Illner“ (17.05.2007).

	Einwürfe durch:						
Diskussionsbeitrag von:	Illner	Oettinger	Clement	Neumann	Bsirske	Gerke	Gesamt
Illner			7	1	2	2	12
Oettinger	4		2	3	1	1	11
Clement	14	1		5	3		23
Neumann		1	2				3
Bsirske	3	2	2			1	8
Gerke	3	1	1		2		7
Gesamt	24	5	14	9	8	4	64

Tab. 22: Anzahl Einwürfe in „hartaberfair“ (13.06.2007).

	Einwürfe durch:						
Diskussionsbeitrag von:	Plasberg	Lauterbach	Seehofer	Walz	Pieper	Höhler	Gesamt
Plasberg		6	6	7	5	7	31
Lauterbach	6		2		5	4	17
Seehofer	6	1		1	2	5	15
Walz	7	1				1	9
Pieper	8	2	2				12
Höhler	6	6	1	1			14
Gesamt	33	16	11	9	12	17	98

Insgesamt zeigt sich an Anzahl, Inhalt und Umgang mit Einwürfen in die laufende Diskussion, wie temperamentvoll in politischen Talkshows konträre Positionen vertreten werden. Den Zuschauern wird durch die Diskutanten und ihr Verhalten die Notwendigkeit

der Konfliktfähigkeit im Meinungsbildungsprozess vermittelt. Während die Diskussionsrunden in den Fallbeispielen zu Beginn fast ohne Einwürfe auskommen, kommt es im Verlaufe zu teilweise erregten Debatten und damit auch zu zahlreichen Einwürfen.

Bei „Illner“ werden am häufigsten die Wortbeiträge von Clement unterbrochen, entweder von der Moderatorin, die kritische Nachfragen stellt, oder von Neumann und Bsirske, die versuchen, Clement direkt zu widersprechen. (Siehe Tab. 21) Auffällig ist, dass nach der Moderatorin und Clement, der im Laufe seiner Zweier-Diskussion mit Illner hauptsächlich deren Beiträge unterbricht, die in der Rolle der Betroffenen auftretende Neumann am häufigsten andere Diskussionsteilnehmer unterbricht, vor allem Clement.

Oettinger und Clement unterbrechen sich dagegen wechselseitig affirmativ, ebenso wie ihre Einwürfe bei Aussagen Gerkes als affirmativ zu werten sind.

²³⁹ „Einwürfe bestehen aus kurzen Kommentaren, Fragen, Provokationen u. dgl., die sich auf die Äußerungen des Sprechers beziehen, ohne dass sie auf einen weitergehenden eigenständigen Beitrag hinauslaufen, der die Sequenz des Sprechers ablöst.“ (Schultz 2006, S. 324)

²⁴⁰ Gezählt werden alle möglichen Formen des Einwurfs (affirmative wie kritische) und Unterbrechungen von Diskussionsbeiträgen, in denen die Redehoheit jedoch beim jeweiligen Sprecher verbleibt. Für jeden Diskussionsbeitrag wird nur jeweils ein Einwurf einer anderen Person gezählt.

Aufgrund der 30 Minuten längeren Sendezeit kommt es in der analysierten „hartaberfair“-Sendung zu mehr Einwüfen als bei „Maybrit Illner“. Nach Moderator Plasberg macht Höhler die meisten Einwüfe, was auf ihren leidenschaftlichen, engagierten Diskussionsstil und ihre zahlreichen Kommentare zu anderen Diskussionsbeiträgen zurückzuführen ist. Pieper versucht durch ihre Einwüfe während Lauterbachs Diskussionsbeiträgen, ihre gegensätzliche Position zum politischen Kontrahenten deutlich zu machen (z.B. „Da muss ich aber gleich widersprechen“, „Aber doch nicht in Gänze“). Die Einwüfe Lauterbachs bei Diskussionsbeiträgen von Höhler sind ebenfalls auf ihre konträren Positionen zurückzuführen (z.B. „Darf ich dazu was sagen?“; „Alles falsch, was Sie sagen“).

Auch die Einwüfe der Moderatoren sind vor dem Hintergrund der Umsetzung der politischen Meinungs- und Willensbildungsfunktion von besonderer Bedeutung, denn durch sie können nicht nur die konträren Positionen verdeutlicht und kritisch hinterfragt werden, sondern sie erfüllen mit dem Ziel der Gesprächslenkung auch eine wichtige Strukturierungsfunktion für die Zuschauer. Die Moderatoren politischer Talkshows lassen daher in ihren Sendungen keine ausführlichen Diskussionen einzelner Argumente zu, sondern versuchen, verbale Konflikte zu begrenzen.

In den Fallbeispielen stammen die meisten Einwüfe von den Moderatoren und sind Nachfragen, Zwischenfragen, Versuche, aktuell Sprechende zu unterbrechen, um andere Diskutanten zu Wort kommen zu lassen, oder Versuche, Disziplin in die Diskussion zu bringen.²⁴¹ Insgesamt ist auffällig, dass beide Moderatoren ihren Gästen wenig Raum für eigeninitiierte Diskussionen untereinander lassen.

Zweimal ist es in „Maybrit Illner“ die Betroffene Neumann, die versucht – ohne Anregung Illners – mit anderen Gästen zu diskutieren: Sie versucht zunächst, eine Diskussion mit Oettinger (siehe Anhang, S. 272-273, D 51-58) zu führen, in die sich schließlich Bsirske unterstützend einbringt; später spricht Neumann Clement direkt an und versucht, mit ihm zu diskutieren (siehe Anhang, S. 280-281, D 80-83), bevor wiederum Gerke in die Diskussion eingreift. Beide von Neumann initiierten Diskussionen werden jedoch schließlich von Illner mit dem Hinweis auf einen Spielfilm abgebrochen. Auch eine kurze, hitzige Debatte zwischen Bsirske und Clement (siehe Anhang, S. 274-275, D 62-65) unterbricht Illner, indem sie auf humorvolle Weise („Hr. Clement, das Argument ist angekommen, einfach mal ganz kurz die Luft anhalten, damit er was sagen kann“) die Lenkung des Gesprächs wieder an sich zieht.

Bei „hartaberfair“ kommt es zu selbstinitiierten Diskussionen zwischen Lauterbach und Höhler (siehe Anhang, S. 301-307, D 45-52, D 65-69), die Plasberg jedoch unterbricht und Walz als Vermittler auf-

²⁴¹ In diesem Zusammenhang ist zu bedenken, dass Fragen der Moderatoren auf den Zuschauer wie ein dazwischen geschaltetes Störsignal wirken können, das die Diskussion zwischen zwei Teilnehmern behindert. (Vgl. Schultz 2006, S. 268) Eine Behinderung, die es dem Zuschauer erschweren kann, der Diskussion und den Argumenten zu folgen, da Fragen der Moderatoren nicht den Fragen entsprechen müssen, die der Zuschauer zum gleichen Zeitpunkt gestellt hätte. So unterbricht Illner z.B. eine sich anbahnende Diskussion zwischen Bsirske und Clement über den gesetzlichen Mindestlohn in anderen europäischen Ländern, indem sie zunächst einmal Neumann nach ihrer persönlichen Unzufriedenheit mit dem gesetzlichen Mindestlohn fragt (siehe Anhang, S. 278, D 72).

ruft bzw. Höhler klar macht, wer der Moderator der Sendung ist („Darf ich mal?“),²⁴² Pieper und Lauterbach geraten ebenfalls in eine kurze Diskussion, die Plasberg mit dem Verweis auf einen späteren Bundestagswahlkampf beendet. (Siehe Anhang, S. 311, D 85)

6.4.2 Die Bedeutung von Emotionen

Die typische Art der Diskussion – auch in den analysierten Sendungen – macht deutlich, dass politische Talkshows keineswegs durch sachliche Gespräche und Argumente geprägt sind. Da für die politische Meinungsbildung via Medien nicht nur rationale, sondern auch emotionale Komponenten eine Rolle spielen, ist zu analysieren, inwieweit die Diskutanten emotional beladene Begriffe benutzen, das Publikum direkt und emotional ansprechen, Mitgefühl für andere Positionen und vor allem für Betroffene zeigen. Während für die Meinungs- und Willensbildungsfunktion der institutionalisierten politischen Bildung die Rationalität von großer Bedeutung ist, zeigen die Fallbeispiele eine besondere Relevanz der Emotionalität.

In politischen Talkshows sind propagierende und attackierende Redebeiträge, die eher von Emotionalität als von Sachlichkeit geprägt sind, in der Überzahl (siehe Tab. 14 und 15, S. 195). Für die exemplarisch analysierten Sendungen von „Maybrit Illner“ und „hartaberfair“ spielen außerdem expressive Diskussionsbeiträge eine wichtige Rolle, vor allem bei den betroffenen ‚Normalbürgern‘ Neumann, Hädrich, Walz und Siggelkow. Aber auch viele Beiträge der anderen Diskussionsteilnehmer – vor allem in „hartaberfair“ – sind durch einen expressiven/narrativen Stil gekennzeichnet.

Bei den Diskussionsbeiträgen Seehofers und Höhlers überwiegt dieser Stil, was bei Seehofer vor allem darauf zurückzuführen ist, dass Plasberg ihn explizit nach persönlichen Eindrücken und Erfahrungen befragt. Höhler bringt dagegen von sich aus persönliche Erlebnisse in ihre Antworten mit ein (siehe Anhang, S. 302-306, D 47, 51, 66). Darüber hinaus scheint es zu ihrem Sprachstil zu gehören, ausschweifend und leidenschaftlich zu erzählen (siehe Anhang, S. 313-339, D 94, 163, 215).

Sowohl beim propagierenden/attackierenden als auch beim expressiv/narrativen Kommunikationstyp ist die Verwendung von emotionsgeladenen Begriffen von besonderer Bedeutung, d.h. von Begriffen, die Gefühle ausdrücken oder auch aufgrund der Formulierung deutlicher Bewertungen die Auslösung von Gefühlen beim Rezipienten intendieren: (z.B.) Desaster, dramatisch, Hungerlohn, Lebensgefahr, faule Säcke, Barrika-

²⁴² Auch gegenüber Lauterbach macht Plasberg deutlich, dass er der Moderator der Sendung ist: „Lassen Sie sie doch gleich mal widersprechen. Wenn wir so viele am Tisch haben, dann neigt man schon mal zu Referaten.“ (D 33)

den aufbauen, Kampf Spitz auf Knopf, Hungerkünstler, Wahnsinns-Aufgabe, wie ein Höllenhund, Absurdität, heuchlerisch, das ist irre („Maybrit Illner“); durchbeißen, verdammt viel Glück, Märchen von unbegrenzten Aufstiegschancen, völliger Quatsch, Glück der Tüchtigen, überspitzt, ungerecht („hartaberfair“).

In beiden analysierten Sendungen spielen darüber hinaus Appelle eine große Rolle: (z.B.)

- „Es ist eine Situation, wo der Tisch zum Verhandeln eigentlich der einzige Ort ist, wo man miteinander streiten darf.“ (Gerke, D 14)
- „Und deswegen: Rasch zusammensetzen und nicht wochenlang die Barrikaden aufbauen, damit Telekom wieder arbeiten kann.“ (Oettinger, D 36)
- „Der Wettbewerb wird immer stärker werden, der Außendruck wird immer stärker werden, deswegen müssen wir rechtzeitig alles tun, dass wir von den Kinderkrippen über die Kindergärten, Schulen, Hochschulen, Wissenschaft und Forschung alles da hinein investieren. Unsere ganze Kraft da hinein investieren.“ (Clement, D 49)
- „Wir müssen den Leuten quasi einen Gutschein geben für Arbeit, den müssen sie aber einlösen.“ (Gerke, D 69)
- „Die persönliche Zuwendung, das Gespräch, das Zeitnehmen für den Patienten muss wieder besser honoriert werden als der Einsatz von Apparaten und Medikamenten.“ (Seehofer, D 58)
- „Da haben die Versicherten freie Wahl, was die Versicherung angeht. So sollte man das auch machen bei der Gesundheitsvorsorge [...]. Das wäre besser für das System, als das, was wir jetzt haben.“ (Pieper, D 79)
- „Wenn es so ist, dann muss es doch jemand geben in Deutschland, der sagt, wir wollen keine Zwei-Klassen-Gesellschaft. Wir sind alle Brüder und Schwestern.“ (Walz, D 126)
- „Und Deutschland hat da die Weichen noch längst nicht richtig gestellt. Da müssen wir mehr investieren“ (Pieper, D 53)

Diese Appelle richten sich nicht direkt an politische Akteure, sondern sollen vor allem die Zuschauer auf emotionaler Ebene ansprechen. Neumann stellt sich in ihren Wortbeiträgen sogar als Stellvertreterin der Niedriglöhner dar, spricht von „wir“, „unsere Arbeit“ (siehe Anhang, S. 271, D 47) und adressiert damit viele Arbeitnehmer, während Clement sich von den Niedriglöhnern abgrenzt.

Emotional angesprochen werden die Zuschauer auch durch die Selbstoffenbarungen der Teilnehmer. Für die zwei im vorliegenden Zusammenhang analysierten Sendungen muss festgehalten werden, dass die Fragen, die eine Selbstoffenbarung/Expression intendierten, und damit auch auf die Offenbarung von Emotionen, eine größere Rolle

spielen, (siehe Tab. 12 und 13, S. 194) als es Schultz noch für sein Untersuchungssample festgestellt hat.²⁴³

So stellt Illner insgesamt 12 Fragen, wie „Sind Sie froh darüber?“, „Sind aber trotzdem unzufrieden?“, „Können Sie gegebenenfalls damit leben, ...?“. Diese große Rolle der Fragen, die auf Selbstoffenbarung zielen, kann mit der Neukonzeption der Sendung „Maybrit Illner“ zusammenzuhängen.

In der analysierten „hartaberfair“-Sendung spielen Fragen nach Selbstoffenbarung und Erlebnissen aus dem eigenen Leben eine noch größere Rolle: Bei der quantitativen Analyse wurden 26 Fragen Plasbergs der Fragerichtung Expression zugeordnet (z.B. „Wie wichtig war das denn, dass Ihnen privilegierte Menschen die Hand gereicht haben?“, „Hr. Lauterbach, wie fühlt man sich denn als Feigenblatt?, „Was ist für Sie wichtiger, der politische Erfolg oder der private Friede?“).

Mit den Fragen nach Selbstoffenbarung wird den Diskutanten auch die Möglichkeit gegeben, durch Erzählungen aus ihrem eigenen Leben zu vermitteln, dass sie Verständnis und Mitgefühl für die Betroffenen haben:

„Ich habe das bei mir so erlebt, ich hatte, wie gesagt, die familiäre Situation zuhause: kinderreich, Vater Arbeiter, auch arbeitslos, Schwierigkeit, jeden Freitag die Lohntüte geholt (Plasberg: Wie viele Kinder waren die Seehofers?). 4 Kinder. Und die Lohntüte musste jeden Freitag noch nach Hause geholt werden, damit sie nicht in der Gaststube landet, sondern zuhause. Also das waren schon schwierige Zeiten. Und ich habe dann selbst gemerkt, das war finanziell nicht möglich zu der Zeit auf eine höhere Schule zu gehen, aber irgendwo habe ich dann bemerkt, meine Mutter hat immer den Grundsatz vertreten, der soll es mal besser haben als wir, da waren der Krieg und Kriegsereignisse noch dabei, und ihre Vorstellung war öffentlicher Dienst. Sie hat mich dann zu einem Landrat geschleppt und den Landrat bedrängt, dass er mich einstellt.“ (Seehofer; „hartaberfair“, D 96)

6.4.3 Die Expertenbeiträge

Nicht nur durch die direkte Konfrontation unterschiedlicher Meinungen sollen die Zuschauer politischer Talkshows in die Lage versetzt werden, verschiedene Positionen und Argumente zu einem Thema miteinander vergleichen zu können; durch Analysen und Argumente von (wissenschaftlichen) Experten sollen Aussagen und Meinungen der vertretenen politischen Akteure sowie der Betroffenen um potentiell neutrale, wissenschaftlich begründete Aussagen ergänzt und/oder konterkariert werden.²⁴⁴ Die Experten in den beiden Fallbeispielen können diesen Anforderungen jedoch nicht gerecht werden; ihre Diskussionsbeiträge können kaum als Unterstützung für eine rationale Urteils- und Willensbildung auf Seiten der Rezipienten gewertet werden.

²⁴³ Siehe hierzu Schultz 2006, S. 227-228.

²⁴⁴ So kam Schultz in seiner Studie zu dem Ergebnis, dass Wissenschaftler mehr als alle anderen Teilnehmer politischer Talkshows dem Kommunikationstyp „informieren/deuten/erklären/analysieren“ entsprechen. (Siehe Schultz 2006, S. 254)

Die Aussagen des wissenschaftlichen Experten Gerke in Illners Talkshow teilen sich auf in den Kommunikationstyp „propagieren/attackieren“ und „informieren/deuten/erklären/analysieren“. (Siehe Tab. 14 und 15, S. 195) Gerke setzt in seinen Beiträgen die Position der Unternehmen mit denen der Gewerkschaft und der Beschäftigten in Beziehung. Zunächst versucht er, die verschiedenen Perspektiven auf neutraler Ebene zu analysieren; im Laufe der Diskussion wird in seinen Beiträgen jedoch eine kritische Haltung gegenüber den Gewerkschaften, die sich auch in seinen Auseinandersetzungen mit Bsirske zeigt, immer deutlicher.

In der analysierten „hartaberfair“-Sendung scheint Höhler die Rolle als Expertin zugeteilt worden zu sein. Es ist jedoch zu resümieren, dass sie die idealtypischen Anforderungen, die an diese Rolle gestellt werden, in keiner Weise erfüllt. So favorisiert sie den expressiven, narrativen Kommunikationstyp oder propagiert/attackiert mit ihren Diskussionsbeiträgen. Keiner ihrer Beiträge konnte als informierend/deutend/erklärend/analysierend gewertet werden. Ihre Äußerungen sind viel eher geprägt von leidenschaftlichen Appellen, Diagnosen der Gegenwartsgesellschaft und Beurteilungen der anderen Diskussionsteilnehmer in einem überwiegend lockeren und emotionalen Redestil:

- „Also bei Lauterbach, ich bin ganz sicher, so wie der Bursche so gemacht ist, der hätte schon was anderes rausgeholt aus dem Leben.“ (D 94)
- „Und wenn er nicht so ein harter Brocken wäre, dem das nicht wichtig ist, ob die Funktionäre ihn verstehen, dann würde er sich die ganze Zeit ganz anders verhalten haben.“ (über Seehofer, D 215)
- „Wir haben immer mehr Verlierer, die so abgestempelt sind, dass sie auch, wenn sie eine Bewegung in Richtung Arbeit machen (*amüsiert*), nur Nachteile kriegen. D.h. diese Loosertruppe, die wächst und wächst und wächst. Und wenn ich dann irgendwann, wenn das Thema Unterschicht aufkommt, plötzlich höre, dass Hr. Beck sagt, Unterschicht gab es immer, dann finde ich das zynisch. Was eigentlich soll Politik wollen, wenn sie das nicht mehr will, dass die Menschen alle ein Schritt, zwei Schritt, drei Schritt über das hinauskommen, wo sie als Kinder gesessen haben, oder wo sie heute aufgrund von, ich sag das mal, verfehlter Politik sitzen. Also das ist für mich der Kern des Übels.“ (D 94)

6.4.4 Politische Talkshows als Medium der Meinungs- und Willensbildungsfunktion

Die Meinungs- und Willensbildungsfunktion politischer Bildung hat zum Ziel, aus politisch informierten Bürgern politisch reflektierende Zuschauer zu machen. Da es

nicht realitätsgerecht ist anzunehmen, dass einzelne Sendungen politischer Talkshows die vielfältigen Aufgaben erfüllen können, die der Meinungs- und Willensbildungsfunktion der politischen Bildung entsprechen, kann die Rezeption von politischen Talkshows – im Rahmen von politischer Bildung als lebenslangem Lernprozess – nur eine ergänzende Rolle neben der institutionalisierten politischen Bildung spielen, vor allem da die Leistungen aktueller politischer Talkshows in diesem Zusammenhang als gering zu bewerten sind.

Politische Talkshows präsentieren wichtige Aspekte des aktuellen Meinungsklimas zu einem Thema. Indem sie den Zuschauer über die diversen, in der Gesellschaft vorhandenen Beurteilungen aktueller politischer Geschehnisse informieren, ermöglichen sie es diesem, seine eigene Meinung mit der anderer (politischer Akteure/Experten) zu vergleichen und schließlich ein Urteil zu bilden.²⁴⁵ Auf diese Weise können politische Talkshows die Reflexions- und Urteilsfähigkeit der Rezipienten zu einem bestimmten Thema fördern; die eher emotional geprägte Präsentation der Argumente und Meinungen entspricht jedoch nicht der Idealvorstellung der Meinungs- und Willensbildungsfunktion politischer Bildung.

Aufgrund der großen Bedeutung von propagierenden/attackierenden sowie expressiven Wortbeiträgen erhalten die Zuschauer kaum die Möglichkeit, sich eine fundierte Meinung unter Abwägung der maßgeblichen Fakten und Argumente über ein politisches Thema zu bilden. Die Meinungs- und Willensbildung des Fernsehpublikums durch politische Talkshows kann aufgrund des Diskussionsverlaufes, des Verhaltens der Diskutanten und ihrer Wortbeiträge weniger auf rationaler, als viel eher auf emotionaler Ebene erfolgen.

Politische Talkshows bieten formatbedingt einen Schauplatz für die Teilhabe an der Diskussion politischer Akteure über Politik.²⁴⁶ Die aktiven Teilnehmer an den Diskus-

²⁴⁵ Ein Erschwernis dürfte dabei jedoch sein, dass politische Talkshows eher ein offenes Forum für den willkürlichen Austausch von Argumenten und Meinungen bieten, auch wenn die Moderatoren versuchen, den Diskussionsablauf zu ordnen. Für den Zuschauer dürfte es in der Regel schwierig sein, diesem willkürlichen, ziellosen Meinungs austausch zu folgen.

²⁴⁶ Lediglich für die Gäste einer politischen Talkshows spielt die erweiterte Meinungs- und Willensbildungsfunktion, d.h. das Ausbilden einer Konflikt- und Kompromissfähigkeit durch das Einüben einer demokratischen Streitkultur, eine Rolle, da sie durch ihre aktive Beteiligung diese Fähigkeit

sionen können den Rezipienten jedoch kaum als Vorbilder hinsichtlich rationaler Meinungs- und Willensbildung dienen, denn es kommt nur in geringem Ausmaß zu einem sachlichen Austausch von Argumenten und zu einer Verständigung zwischen den verschiedenen Positionen, wie auch die analysierten Fallbeispiele gezeigt haben.

Die politische Talkshow präsentiert ihren Zuschauern exemplarisch die Reflexions-, Konsens- und Problemlösungs(un)fähigkeit ihrer Diskutanten. Es ist jedoch davon auszugehen, dass nur aktive Rezipienten Positives aus diesem ‚Anschauungsmaterial‘ lernen können, indem sie idealerweise (1) aufgrund der vermittelten Informationen ihre eigenen Kenntnislücken erkennen, diese (2) im Anschluss an die Sendung durch die eigene Suche nach weiterer Information schließen, (3) aufgrund der vorgebrachten Argumente über eigene Meinungen, Vorurteile, aber auch Wertmaßstäbe nachdenken, um sich (4) von diesen zu lösen.

6.5 Zur Umsetzung der Funktion ‚Befähigung zur Partizipation‘

Für die politische Bildung ist die Funktion ‚Befähigung zur politischen Partizipation‘ von entscheidender Bedeutung. Im vorliegenden Zusammenhang ist zu analysieren, ob politische Talkshows mit ihren – medial bedingt – eingeschränkten Möglichkeiten, ihren Zuschauern Kompetenzen vermitteln, die diese zur politischen Partizipation befähigen.

6.5.1 Interaktionsmöglichkeiten und die Integration des Publikums

„Maybrit Illner“ wie „hartaberfair“ bieten dem Zuschauer zwar Möglichkeiten der Beteiligung an der Diskussion zu einem politisch aktuellen Thema, jedoch nur im begrenzten Umfang zur Beteiligung an der in der Live-Sendung stattfindenden Auseinandersetzung. So besteht bei Illner die Beteiligungsmöglichkeit für die Fernsehzuschauer darin, in einem Internet-Forum zum Thema mit anderen Zuschauern Meinungen über das Thema und/oder über die Teilnehmer der Sendung und ihre Aussagen

praktisch erlernen könnten; der überwiegende Teil der Gäste besitzt diese Fähigkeiten jedoch bereits, was auch ein Grund für ihre Teilnahme an der Sendung ist.

auszutauschen.²⁴⁷ Eine Kommunikation mit den Teilnehmern oder der Moderatorin ermöglicht dieses Internetforum nicht, auch wenn im Laufe der Sendung zweimal einblendete Inserts auffordern: „Diskutieren Sie mit im Internet“; die Zuschauer können jedoch im Anschluss an jede Sendung einem Gast in einem moderierten Internet-Chat für ca. 20 Minuten Fragen stellen

Für das Fernsehpublikum ist das Studiopublikum ein wichtiger Stellvertreter: Die Möglichkeit, sich direkt an der Sendung zu beteiligen, hat lediglich das Studiopublikum, wenn auch nur durch Reaktionen wie Klatschen, Lachen etc. In den Fallbeispielen reagieren Diskussionsteilnehmer jedoch auf das Verhalten des Studiopublikums und vermitteln diesem so das Gefühl, in die Diskussion eingebunden zu sein. Clement kontert an zwei Stellen auf Reaktionen des Studiopublikums:

- „Na, müssen sie ja nicht und tun sie ja auch nicht, sondern sie bekommen ja (*Hohngelächter Publikum und Neumann*), ich wiederhole es trotzdem, sie tun es nicht und sie müssen es nicht“ (D 62).
- „Ich lebe, Entschuldigung bitte, das ist wirklich jetzt ein bisschen eine Zumutung, was Sie jetzt sagen. (Illner: Oh) Ja, das ist eine Zumutung. Ich lebe nicht davon. Ich habe genug, wovon ich leben kann. Sie glauben gar nicht, was ich alles haben, machen könnte. (*Aufruhr im Studiopublikum*) Ja, es tut mir leid, ich habe ein berufliches Leben, das ist keineswegs nur politisch, ich könnte mit Ihnen gerne darüber diskutieren.“ (D 105)

In „hartaberfair“ reagiert Walz auf einen Zuruf aus dem Studiopublikum: „Beim Frisör wird gar nichts mehr geredet. (Aus Publikum: *nicht zu verstehen*) Nee, nee, da haben Sie den falschen“. (D 54)

In politischen Talkshows werden Fernsehzuschauer nicht an der Diskussion beteiligt, wie auch die Fallbeispiele gezeigt haben. Die Präsentation von Zuschauerstatements in diesem Kontext ist weniger ein Mittel für die konkrete Zuschauerbeteiligung an den Sendungen, als vielmehr ein Mittel, das den Zuschauern suggeriert, ihre Meinungen würden ernstgenommen.

Beiträge des Fernsehpublikums werden – in den zwei analysierten Beispielsendungen – lediglich in „hartaberfair“ in den Ablauf der Sendung und der Diskussion integriert. Obwohl es zum neuen Konzept von „Maybrit Illner“ gehört, verstärkt das Publikum einzubinden, wird in der Beispielsendung keine Videobotschaft eines Zuschauers prä-

²⁴⁷ Siehe hierzu: <http://www.zdf.de/ZDFforum/ZDFde/inhalt/10/0,1872,5241482,00/sendungen/MaybritIllner/F4252/>; Stand: 25.07.2007. Auch zum Fallbeispiel der „hartaberfair“-Sendung wurde eine Internet-Forum freigeschaltet, siehe hierzu: <http://www.wdr.de/tv/hartaberfair05/20070613/index.phtml>; Stand: 25.07.2007.

sentiert. Auch bei „hartaberfair“ gehört die Integration von Zuschauerbeiträgen zum Konzept der Sendung, anhand des Fallbeispiels und der exemplarischen Ansicht anderer Sendungen des Untersuchungssamples ist jedoch festzustellen, dass Zuschauerbeiträge überwiegend separate Teile der Sendungen sind, die kaum Effekte auf die im Studio stattfindenden Diskussionen haben.

Im analysierten Fallbeispiel werden Statements von Zuschauern vom Moderator und der Studioredakteurin Brigitte Büscher verlesen. Bei der Vorstellung von Star-Friseur Udo Walz konfrontiert Plasberg diesen mit der Kritik eines Zuschauers (siehe Anhang, S. 296, D 17). Walz erhält die Möglichkeit, auf diese Kritik zu antworten:

„Was der Mann sagt, ist ja völliger Quatsch. Ich meine, wenn ich nicht prominent wäre, weiß ich auch gar nicht, wie es ist, prominent zu sein. Also wenn ich jetzt nicht Politikerinnen die Haare machen würde, würde ich Fr. Meier oder Hr. Müller oder Hr. Walz die Haare schneiden. Das ist doch wurscht, oder?“ (D 18)

Mit einem abschließenden kurzen Kommentar wendet sich Plasberg daraufhin der nächsten Diskutantin zu: „Ja, kann man sagen, Fr. Höhler, nun kann man ja auch sagen, [...]“ (D 19).

Im späteren Verlauf der Sendung konfrontiert Plasberg Walz noch mal indirekt mit E-Mails von Zuschauern („Sie haben also einen Meisterbrief? Wir haben nämlich auch heute wieder Mails bekommen: der hat gar keinen Meisterbrief.“ (D 103)) Walz reagiert darauf mit den Worten: „Ja, aber die Leute sind ja immer gehässig.“ (D 104) Ebenfalls eine Bemerkung, die ohne weitere Diskussion stehen gelassen wird.

Nach 64 Minuten Sendezeit lässt Plasberg schließlich „unsere Zuschauer zu Wort kommen“ (D 45), indem Redakteurin Brigitte Büscher für 3 ½ Minuten Statements von Fernsehzuschauern vorliest, die vor und während der Sendung per E-Mail oder Telefon bei der Redaktion eingegangen sind.

Insgesamt fasst Büscher Beiträge von sieben Zuschauern zusammen, in denen diese ihre Meinung zum Sendungsthema wiedergeben. (Siehe Anhang, D 146/148 S. 324-326). Die Beiträge werden anschließend jedoch nicht in Beziehung gesetzt zu bisher geäußerten Argumenten und Thesen der anwesenden Diskussionsteilnehmer; Plasberg unterbricht Büscher lediglich bei der Präsentation eines Statements, um zu fragen „Hr. Walz, das ist ihr Ding, ne, das Glück ist mit den Tüchtigen?“.

Den Abschluss dieser Sequenz „Publikumsbeteiligung“ bildet ein Anrufer aus der so genannten ‚FonBox‘, d.h. in die Sendung wird der aufgezeichnete Anruf eines Fernsehzuschauers eingespielt. Die Diskussionsteilnehmer hören, wie auch bei der Präsentation der anderen Zuschauerstatements, anscheinend aufmerksam zu, doch auch der Anruf wird von Plasberg nicht näher in den Diskussionsablauf einbezogen, er leitet

vielmehr direkt über zum nächsten Einspielfilm.²⁴⁸ (Siehe Anhang, S. 326, D 150)

Eine andere Möglichkeit, um den Fernsehzuschauern zumindest das Gefühl der Partizipation zu vermitteln, ist die direkte Ansprache. Auf diese Weise können dem Zuschauer jedoch lediglich seine Chancen der Partizipation an der Sendung sowie das Gefühl der Integration seiner Interessen in dieser vermittelt werden; zu einer konkreten (Befähigung zur) politischen Partizipation führt dies nicht.

Bei „hartaberfair“ und in der „Maybrit Illner“-Sendung wird das Fernsehpublikum mehrmals direkt angesprochen und von den Moderatoren auch direkt angesehen: zu meist vor der Präsentation der Einspielfilme. Außerdem rufen Inserts während der Sendung zur Beteiligung der Zuschauer via Internet, Telefon etc. auf.

Ein weiterer direkter Aufruf an die Zuschauer, aktiv zu werden, ist in Plasbergs Abmoderation der Sendung zu finden, in der er die Zuschauer auffordert, sich am nächsten Tag im Internet („Faktencheck“), über die Richtigkeit der formulierten Thesen und Argumente zu informieren. Weitere direkte Ansprachen konnten nicht festgestellt werden.²⁴⁹ Es ist jedoch davon auszugehen, dass sich die Zuschauer vor allem von den Einspielern ‚Selbstversuch I‘ und ‚II‘ sowie ‚Experiment‘ besonders angesprochen fühlen. In diesen Einspielern übernehmen Redakteure die Rolle Betroffener bei dem Versuch, einen Termin bei einem Spezialisten (Mediziner) zu bekommen – eine Situation, die möglicherweise viele Zuschauer nachempfinden können.

Die Berücksichtigung von Interessen der Bevölkerung kann in politischen Talkshows außerdem suggeriert werden, indem Moderatoren, aber auch Diskutanten als Sprachrohr der Bevölkerung, ihrer Interessen, Fragen und Meinungen, auftreten bzw. als bürgernah präsentiert werden. Anhand der Fallbeispiele lässt sich diese These hinsichtlich der Moderatoren jedoch nicht eindeutig belegen, da diese in ihren Beiträgen kaum direkte Bezüge zu Bürgern und ihren Interessen herstellen, es sei denn, sie sprechen mit den eingeladenen, betroffenen Bürgern. Andererseits ist davon auszugehen, dass die

²⁴⁸ Auch in dem Einspieler ‚Experiment‘ werden Leute auf der Straße nach ihrer Meinung befragt, jedoch ohne dass die Statements in der folgenden Diskussion im Studio länger besprochen werden. Lediglich Lauterbach geht in seinem folgenden Wortbeitrag kurz auf den Einspieler ein (siehe Anhang, S. 338, D 213). In den anderen „hartaberfair“-Sendungen des Untersuchungssamples konnte ebenfalls keine nennenswerte Integration der Zuschauerstatements in die Diskussionen beobachtet werden.

²⁴⁹ Mit der Präsentation Siggelkows („hartaberfair“) und seiner Erzählungen sollen die Zuschauer möglicherweise angestoßen werden, in Form von Spenden selbst aktiv zu werden („Was erwarten Sie denn von den Sonnenseitenbewohnern der Gesellschaft, ich sag mal, außer Spenden für Sie?“ (D 194)).

Moderatoren Fragen stellen und die Diskussion so leiten und lenken, wie es – ihrer Meinung nach – den Interessen des Publikums entspricht.

Aufgrund seiner Funktion kann Gewerkschaftsvertreter Bsirske als Sprachrohr zumindest eines Teils der Bevölkerung gesehen werden. Andere Diskutanten versuchen, wie bereits festgehalten, durch das Erzählen von Beispielen aus ihrem Leben bzw. von Beispielen, die ihnen von Bürgern erzählt wurden, zu verdeutlichen, dass sie mit dem Alltag ‚normaler Bürger‘ vertraut sind. Plasberg betont darüber hinaus bei seinen jeweils ersten Fragen an die Politiker Lauterbach und Seehofer, aber auch an Walz, ihre Herkunft und stellt somit einen Bezug zwischen seinen Gästen und ‚normalen‘ Bürgern her:

- „Hr. Prof. Dr. Dr. Lauterbach, Ihr Vater war Facharbeiter, Ihre Mutter war Hausfrau. Sind Sie der Richtige, um ein Buch über einen Zweiklassenstaat, über mangelnde Aufstiegschancen zu schreiben?“ (D 3)
- „Hr. Bundesminister Seehofer, Ihr Vater war Bauarbeiter und Lastwagenfahrer. Wie groß ist der Anteil unseres Staates, der Gesellschaft an dem, was aus Ihnen geworden ist, so wie Sie da heute sitzen?“ (D 5)

6.5.2 Die Integration Betroffener

In den Fallbeispielen gehören betroffene Bürger – entsprechend den zugrunde liegenden Sendungskonzepten – zur ständigen Diskussionsrunde. Darüber hinaus wurde in jeder Sendung noch ein Betroffener in einem Extra-Interview mit dem Moderator – jeweils an einem Stehtisch vor dem Studiopublikum positioniert – präsentiert. Die qualitativen Analysen zeigen jedoch – im Vergleich zu den anderen Diskutanten und ihren Wortbeiträgen – keine gleichberechtigte Integration der Betroffenen und ihrer Beiträge in die Diskussion.

Bei „Maybrit Illner“ ist Niedriglöhnerin Neumann während der ganzen Sendezeit Teil der Diskussionsrunde; Zeitarbeiter Hädrich wird nach 43 Minuten für 3 Minuten 10 Sekunden von Illner interviewt. Neumann ist mit insgesamt 12 Diskussionsbeiträgen häufiger an Gesprächen beteiligt als Oettinger, Bsirske und Gerke.²⁵⁰ Sie spricht insgesamt länger als der Politiker Oettinger und der wissenschaftliche Experte Gerke. Neumann zeigt sich darüber hinaus als aktive Diskussionsteilnehmerin: So macht sie nach

²⁵⁰ Ihre Beiträge haben zu gleichen Teilen expressiven/narrativen und propagierenden/attackierenden Charakter, zwei ihrer Diskussionsbeiträge wurden als informierend/deutend gewertet. (Siehe Tab. 14, S. 195)

Illner und Clement die meisten Einwürfe bei anderen Diskussionsbeiträgen. (Siehe Tab. 21, S. 214)

Trotz ihrer aktiven und regen Beteiligung am Diskussionsgeschehen ist Neumanns Position jedoch nicht als voll in die Diskussionsrunde integriert zu bezeichnen; aus Sicht der anderen Teilnehmer und der Moderatorin scheint sie eher eine Sonder-/Außenseiterrolle einzunehmen. Als betroffene Normalbürgerin hat Neumann einen anderen Sprachstil als die anderen Teilnehmer; ihre persönlichen Erfahrungen stoßen zwar auf Verständnis bei den anderen Diskutanten, ihre Argumente und Diskussionsweise scheinen aber nicht wirklich ernst genommen zu werden.

So fordern Oettinger und Clement sie auf, konkrete Belege für ihre Aussagen zu geben („Wo meinen Sie konkret?“ (D 57)), obwohl davon auszugehen ist, dass Neumann in ihrer Rolle als betroffene Bürgerin kaum die gleichen Hintergrundinformationen, konkreten Daten und Fakten präsentieren kann wie Politiker oder andere Funktionsträger. Gerke kommentiert Neumanns emotionale Verteidigung ihrer persönlichen Situation (siehe Anhang, S. 281, D 82): „Bevor wir uns hier so aufregen, müssen wir doch über die Alternative nachdenken.“ (D 83)

Auch Zeitarbeiter Hädrich ist nicht in die Diskussionsrunde integriert, was bereits durch seine visuelle Präsentation deutlich wird. Aber nicht nur durch seine Positionierung im Studiopublikum, sondern auch durch das Verhalten der Moderatorin wird Hädrich von der aktiven Diskussion ausgeschlossen.

In einem kurzen, sieben Fragen und Antworten umfassenden Interview wird er von Illner zu seiner persönlichen Situation als Zeitarbeiter befragt. Hädrich greift während dieses Interviews in zwei Antworten Äußerungen von Clement auf:

- „Ich bin nicht geringer qualifiziert. Ich habe auch meinen Facharbeiter, und da muss ich Hr. Clement gleich mal widersprechen, wir sind alles eigentlich hoch qualifizierte Leute, auch Zeitarbeiter.“ (D 91)
- „Man muss aber auch dazu sagen, BMW ist nun mal der größte Arbeitgeber in unserer Region, und die Zeitarbeiter, die ich kenne und die dort arbeiten, sind auch froh, dass sie Arbeit haben. Das ist auch normal. Wie Hr. Clement sagt, das ist schon richtig. Aber man soll das doch gerecht vergüten.“ (D 97)

Obwohl Hädrich versucht, aktiv in die bis dahin geführte Diskussion der Sendung einzugreifen, lässt es die Moderatorin nicht zu einem direkten Dialog zwischen Hädrich und Clement kommen. Sie abstrahiert vielmehr Hädrichs Äußerungen zu einer Redeaufforderung an Clement:

„Da sind qualifizierte Arbeitnehmer (*zeigt auf Hädrich*), die mit großen Firmen, und nicht irgendwelchen kleinen Firmen, die sich am Markt bewerben müssen, sondern großen Firmen solche Erfahrungen machen. Die qualifiziert sind, die besonders motiviert sind, wie man sieht, die dieses Unternehmen auch nicht verlassen möchten. Und die seit 11 Jahren keinen ordentlichen Arbeitsvertrag angeboten bekommen.“ (D 100)

Clement geht zwar kurz auf Hädrich ein

(„Also wir reden jetzt über BMW. (Illner: Ich rede über dieses eine Beispiel) Also zunächst: ich habe nie gesagt, dass Zeitarbeitnehmer generell gering qualifiziert sind,

(*Clement sieht in Hädrichs Richtung*) ich habe über zu viele gering Qualifizierte in Deutschland gesprochen. Wir haben hoch qualifizierte Zeitarbeitnehmer und wir haben immer bessere, und dazu gehören offensichtlich auch Sie.“ (D 101)),

danach sind die Äußerungen Hädrichs für die weitere Diskussion aber nicht mehr relevant.

An der Beispielsendung von „hartaberfair“ wird ebenfalls die Außenseiterrolle deutlich, die Betroffene in Diskussionen politischer Talkshows einnehmen.

Auch in dieser Sendung lassen sich die zwei Arten der Integration Betroffener in die Sendung beobachten: An der Diskussionsrunde nimmt Star-Friseur Udo Walz als prominenter Betroffener teil, nach 76 Minuten interviewt Plasberg schließlich den betroffenen ‚Normalbürger‘ und gleichzeitigen Experten Bernd Siggelkow, Pfarrer sowie Gründer und Leiter des Kinder- und Jugendwerks "Die Arche", für 8 Minuten 34 Sekunden. Damit erhält Siggelkow – für eine Fernsehsendung – relativ viel Zeit, um von seinen Erfahrungen zu berichten; insgesamt erhält er jedoch weniger Zeit als die teilnehmenden Politiker Lauterbach, Seehofer und die Expertin Höhler.

Siggelkow schildert in 16 kurzen Wortbeiträgen seine eigene Erfahrung mit Armut, seine Arbeit mit Kindern und die alltäglichen Erfahrungen, die er mit armen Kindern macht. Der Zuschauer erhält auf diese Weise nicht nur Einblicke in das Projekt „Arche“, sondern durch die anschaulich geschilderten Erfahrungen Siggelkows (siehe Anhang, z.B. S. 331-333, D 173, 179, 185) werden auch seine Gefühle, seine potentielle Betroffenheit angesprochen. Eine Betroffenheit, die Höhler anschließend auch äußert, trotzdem spielen Siggelkows Aussagen für die weitere Diskussion keine nennenswerte Rolle mehr.

Der prominente Betroffene Walz hat zwar nach Plasberg und Lauterbach die meisten Diskussionsbeiträge in der Sendung, ausgehend von der Gesamtlänge seiner Beiträge nimmt er jedoch am wenigsten an der Sendung teil, was auch die geringe Zahl seiner Einwürfe bei anderen Beiträgen belegt. (Siehe Tab. 22, S. 214) So kommt Walz – sicherlich vor allem aufgrund seiner Prominenz – häufig zu Wort, seine Beiträge entsprechen jedoch nicht dem Sprach- und Diskussionsstil der anderen Teilnehmer (siehe Anhang, z.B. S. 295-296, D 14, 16, 18). Darüber hinaus gehen zwar Moderator wie Diskutanten auf Äußerungen von Walz ein, jedoch drücken sie damit eher ihr Amüsement aus, als dass sie sich tatsächlich argumentativ mit ihm auseinandersetzen (siehe z.B. Anhang, S. 296-297, D 19-22).

6.5.3 Politische Talkshows als Medium der Funktion ‚Befähigung zur Partizipation‘

Die Funktion „Befähigung zur Partizipation“ der politischen Bildung impliziert das Ziel, aus einem politisch reflektierenden Bürger einen interventionsfähigen, aktiven Bürger zu machen – ein Ziel, das durch politische Talkshows nicht erreicht werden kann. So hat auch die Fallanalyse gezeigt, dass politische Talkshows wie „Maybrit Illner“ und „hartaberfair“ trotz ihrer rezipientenorientierten Sendungskonzepte ihre Zuschauer – im Sinne der institutionalisierten politischen Bildung – kaum zur politischen Partizipation befähigen.

Politische Talkshows schaffen zwar Möglichkeiten zum Meinungs Austausch zwischen politischen Akteuren und Bürgern, indem betroffene Bürger als Gäste auftreten und Bürgerfragen, -meinungen als Telefonanrufe, E-Mails, Videobotschaften in die Sen-

dungen eingebaut werden; von einem beidseitig aktiven Austausch von Informationen, Meinungen und Argumenten kann jedoch nicht gesprochen werden.

Betroffene werden – wie auch die Fallbeispiele zeigen – im Vergleich zu den anderen Diskutanten nicht gleichberechtigt in die Diskussion einbezogen. Sie werden vielmehr als Außenseiter präsentiert, die entweder extra interviewt werden und sich nicht aktiv an der auf der Bühne stattfindenden Diskussion beteiligen können, oder die als Teilnehmer an der Diskussionsrunde nicht gleichwertig mit Politikern oder Experten in den Meinungs-austausch integriert werden. Die Betroffenenperspektive wird eher von anderen Gesprächsteilnehmern aufgegriffen, die durch das Erzählen von Beispielen ‚aus dem Leben‘ als Vermittler oder Verstärker der Betroffeneninteressen/-perspektive auftreten.

Auch die Fallbeispiele haben gezeigt, dass politische TV-Talkshows kein Medium darstellen, mit dem Rezipienten konkrete Handlungskompetenzen einüben können, die im politischen Partizipationsprozess wichtig sind; sie können aber an politischen Talkshows emotional partizipieren, ihre eigenen Meinungen bestärkt sehen, daraufhin diese Meinungen in privaten Diskussionen vertreten und auf diese Weise aktiv werden.

6.6 Unterhaltende Elemente und ihre Effekte auf die politischen Bildungsfunktionen

Politische Bildung hat keine Unterhaltungsfunktion; politischen Talkshows wird jedoch immer wieder eine große Unterhaltungsfunktion attestiert. Im vorliegenden Zusammenhang ist zu untersuchen, ob ihre unterhaltsame Vermittlung von Inhalten die Leistungen politischer Talkshows für die politische Bildung eventuell konterkariert.

In politischen Talkshows können sowohl die Diskussionsteilnehmer und ihre Beiträge, als auch der Diskussionsverlauf für die Rezipienten unterhaltend sein. Es ist davon auszugehen, dass provokante, polemische und ironische Kommentare von Diskutanten sowie Reaktionen darauf, den Unterhaltungseffekt politischer Talkshows erhöhen; andererseits können diese Kommentare dazu dienen, konträre Positionen zu verdeutlichen, zu neuen Auseinandersetzungen über diese führen und damit der Meinungs- und Willensbildung dienen.

Illner setzt in ihren Wortbeiträgen ironische Kommentare als humoristische Elemente ein, die die Gesprächspartner herausfordern, und damit unterhaltsam sind für die Zuschauer:

- „Die Politik hat [...] hat interessanterweise dafür gesorgt, dass sogar eine Heuschrecke hinein durfte. Im Jahr 2002 wurde Blackstone mit hineingekauft. Große Koalition, der ist das zu danken. Können Sie erklären, warum Sie glauben, dass das gute, sozialverträgliche Politik ist, ausgerechnet in dieses Unternehmen eine so genannte Heuschrecke hineinzuholen?“ (D 29)
- „Franz Münterfering, der jetzige Arbeitsminister, macht gerade genau das Gegenteil, er kämpft wie ein Berserker, wie ein Höllenhund, wie ein Zerberus, möchte man fast sagen, für den Mindestlohn. Haben Sie da nicht die richtige Amtsübergabe gemacht, oder versteht er Sie nicht?“ (D 43)

Plasbergs Moderation weist ebenfalls humoristische, ironische Elemente auf, die jedoch weniger zur Diskussion herausfordern:

- Moment, Sie gucken da so rüber. Aufstieg geht entweder als Friseur oder als Bundesminister, ja?“ (D 111)
- „Hr. Walz, müssen Sie mal austreten, oder was ist?“ (D 125)
- „Wissen Sie, was mich tröstet mit meinen Geheimratsecken, dass Sie auch kein Rezept gegen Haarausfall haben. Das freut mich sehr.“ (D 226)

In politischen Talkshows versuchen Moderatoren mit humoristischen/ironischen Kommentaren engagierte Diskussionen zu disziplinieren.²⁵¹ Diese Verhaltensweise zeigt sich auch in den Fallbeispielen:

- „Hr. Clement, [...] einfach mal ganz kurz die Luft anhalten, damit er was sagen kann.“ (Illner, D 65)
- „Nicht im Chor, das ist Grundschule. Nicht im Chor, hallo.“ (Plasberg, D 165)

Nicht nur die Moderatoren, auch Diskutanten – in den Fallbeispielen im besonderen Maße Wolfgang Clement – machen ihre Wortbeiträge mit humoristischen, polemischen und ironischen Bemerkungen unterhaltsamer für die Zuschauer.²⁵² (z.B.)

- „Ich habe keine Amtsübergabe gemacht, ich habe ja zwei Nachfolger, ich wusste ja nicht, zu wem ich gehen sollte.“ (Clement, D 43)

²⁵¹ In einer von Schultz analysierten Sendung hat Illner durch einen plötzlichen Jodler nicht nur Freude beim Studiopublikum ausgelöst, was dieses durch Szenenapplaus honorierte, sondern auch die Redehoheit zurückgewonnen und die Disziplin im Gespräch wiederhergestellt. (Vgl. Schultz 2006, S. 277)

²⁵² Während Schultz eine eher geringe Bedeutung von unterhaltenden Elementen in politischen Talkshows feststellte, (vgl. ebd., S. 262) ist deren Bedeutung in den Fallbeispielen größer. Vor allem in der „hartaberfair“-Sendung kommt es – wie in weiteren Sendungen des Untersuchungssamples – zu zahlreichen von Humor und Spaß geprägten Sequenzen (siehe Anhang, z.B. S. 296-319, D 21, 41, 47, 81, 91, 111, 122).

- „Wenn ich 100 bin, wird bestimmt gesagt werden, es war richtig, was dort gemacht worden ist.“ (Clement, D 77)
- „Wir müssen Aktionäre finden, wir müssen an der Börse eine objektiv gute Nachfrage nach Telekom-Aktien besorgen. Dies geht nicht allein mit Schauspielern.“ (Oettinger, D 30)
- „Im Steinbruch sind wir alle in Bayern gelandet.“ (Seehofer, D 107)
- „Strauß sagte immer, wir sind in der Leberkäs-Etage zuhause, also nicht in der Schicki-Micki, sondern in der Leberkäs-Etage. Und das drückt viel aus.“ (Seehofer, D 138)
- „Hartz IV heißt immer noch so. D.h., gut, wenn es denn das System eines Knastis ist, dann könnten wir sagen, es versagt deshalb. Das wäre noch eine Idee dabei.“ (Höhler, D 217)
- „Als meine Mutter mich gegen meinen erbitterten Widerstand in einen guten Kindergarten geschleppt hat.“ (Lauterbach, D 228)

Die teilweise hitzigen, emotional ausgetragenen Diskussionssequenzen und die propagierenden/attackierenden Wortbeiträge sind unterhaltsam, weil der Zuschauer die Möglichkeit erhält, emotionsgeladene Aktionen und Reaktionen der Teilnehmer zu beobachten, was wiederum seine Meinungsbildung – auf emotionaler Ebene – beeinflussen dürfte.

In diese Richtung sind auch das abschließende Interview Illners mit Oettinger sowie die Wortgefechte zwischen der Moderatorin und Clement (siehe Anhang, S. 270-286, D 43-46, 76-79, 100-110) zu bewerten.

Ebenso für eine emotionale statt rationale Meinungsbildung nützlich ist die Verwendung zahlreicher dramatisierender, emotionalisierender Formulierungen und Bilder in politischen Talkshows; aus den analysierten Sendungen lassen sich folgende Beispiele heranziehen:

- Hungerlohn, Hungerkünstler, Desaster, Lebensgefahr, große Schlachten („Maybrit Illner“)
- Zweiklassenstaat, Lebensglück, Glück der Tüchtigen, Loosertruppe, aus dem Lot geraten, schwer erkrankt, das Dramatischste („hartaberfair“)

Unterhaltend ist eine politische Talkshow darüber hinaus, wenn sie komplizierte Sachverhalte ganz einfach, d.h. leicht verständlich präsentiert. In diesem Zusammenhang kann Unterhaltung durchaus eine Rolle für die politische Bildung spielen. Mittel für die leicht verständliche Präsentation sind nicht nur Aussagen der Gäste und der Moderatoren, sondern auch Einspielfilme und Inserts.

Vor allem die Einspielfilme bei „hartaberfair“ sind aufgrund ihrer Themen und Inhalte (siehe Tab. 19, S. 198) sowie ihrer zum Teil fiktiven Grundlage unterhaltsam für die Zuschauer. Dass der Informationsgehalt der Einspielfilme jedoch eher als gering einzuschätzen ist, und damit auch ihre Funktionalität für die politische Bildung, wurde bereits erläutert.

Expressive/narrative Wortbeiträge tragen aufgrund ihrer zumeist einfachen Nachvollziehbarkeit zur Unterhaltung der Zuschauer bei. In den analysierten Sendungen, jedoch vor allem bei „hartaberfair“, werden außerdem im Zusammenhang mit der Kritik anderer Positionen des Öfteren von verschiedenen Teilnehmern umgangssprachliche Redewendungen benutzt, die Meinungen auf einfachem sprachlichem Niveau verdeutlichen:

- „Also mich persönlich beeindruckt das Null.“ (Lauterbach, D 52)
- „Ich wundere mich auch, dass Hr. Lauterbach immer groß tönt.“ (Pieper, D 75)
- „Ich bin gegen Gleichmacherei.“ (Seehofer, D 130)

Auch Kameraeinstellungen und damit eingefangene non-verbale Kommunikation, die Mimik und Gestik der Diskutanten, sind von Bedeutung für den Unterhaltungswert. Mit Blick auf die politischen Bildungsfunktionen ist jedoch zu vermuten, dass abwechslungsreiche Bildinhalte die Konzentration der Zuschauer stört und ihre Aufmerksamkeit von den Sprachinhalten auf die Bildinhalte lenkt.

In beiden Fallbeispielen werden – wie für politische Talkshows typisch – häufig Gesten der Redenden gezeigt, nicht nur um den Zuschauern den Diskussionsstil der Teilnehmer zu vermitteln, sondern auch um abwechslungsreiche Bildinhalte zu bieten. Für die ‚visuelle‘ Abwechslung der Zuschauer sorgen außerdem häufige Schnitte, mit denen während des Wortbeitrages eines Diskutanten zwischen Bildern, die den Sprecher zeigen, und Bildern, die Reaktionen anderer Diskussionsteilnehmer einfangen, gewechselt wird.

Vor allem bei „hartaberfair“ sind die visuellen Eindrücke durch eine extrem bewegliche Kamera bestimmt: Während der Diskussionen gibt es immer wieder Kamerafahrten entlang der Diskussionsrunde, aber auch Schwenks und Zooms. Durch Kameraeinstellungen, die zwischen nahen und halbnahen Einstellungen wechseln, wird zusätzlich

Spannung aufgebaut: Während der Diskussion zwischen zwei Kontrahenten werden beide im Bild gezeigt, meistens indem über die Schulter des einen Kontrahenten der gerade Sprechende gezeigt wird.

Auch durch die in politischen Talkshows häufig eingesetzten Inserts, die lediglich Namen und Funktionen wiedergeben, werden die vermittelten Bildinhalte abwechslungsreich gestaltet; durch sie wird dem Zuschauer darüber hinaus ins Gedächtnis gerufen, aus welcher politischen Perspektive oder aufgrund welcher persönlichen Situation die Diskutanten ihre Aussagen treffen.

Ein wichtiger Aspekt für die Unterhaltung der Zuschauer ist außerdem die mimische Darstellung der verschiedenen Diskussionsteilnehmer, welcher auf emotionaler Ebene eine gewisse Bedeutung für die Meinungsbildung beim Publikum zugesprochen werden kann. Vor allem in der analysierten „Maybrit Illner“-Sendung sind die Gesichtsausdrücke von Clement (brummig, skeptisch), aber auch von Illner (hochgezogene Stirn, Schmolle Mund etc.) als gleichsam unterhaltend und kommentierend zu bewerten.

Resümierend ist festzuhalten, dass unterhaltende Elemente in politischen Talkshows für die politische Bildung eine wichtige Rolle spielen, denn sie erhalten die Aufmerksamkeit der Zuschauer im Verlaufe einer Sendung. Sie hindern die Zuschauer am Abschalten oder Umschalten auf eine Unterhaltungssendung, die keine politischen Inhalte thematisiert. Somit ist der Unterhaltungswert einer politischen Talkshow wichtig für ihre politische Bildungswirksamkeit, denn er eröffnet einer politischen Talkshow überhaupt die Möglichkeit, wirksam im Sinne politischer Bildung zu sein. Andererseits führt die von den Programmverantwortlichen intendierte Unterhaltung der Zuschauer dazu, dass Leistungen politischer Talkshows für die politische Bildung eingeschränkt werden, indem u.a. durch die Fragerichtung der Moderatoren unterhaltsamere, d.h. expressive/narrative und attackierende/propagierende Wortbeiträge größere Relevanz erhalten als informierende Beiträge, da emotionale Auseinandersetzungen für die meisten Zuschauer unterhaltsamer sind als ‚trockene‘ Daten und Fakten oder rationale Diskurse.

7 Resümee: Die politische Talkshow als Medium politischer Bildung

Vor dem Hintergrund von Habermas' normativem Öffentlichkeits- und Demokratieverständnis beschäftigte sich die vorliegende Arbeit mit der Frage, was Massenkommunikation in Form politischer Talkshows für die politische Bildung leistet: Kann das TV-Format „politische Talkshow“ ein Medium politischer Bildung sein?

Zielsetzung der Untersuchung war es dabei nicht, sich ihrem Forschungsgegenstand „politische Talkshow“ aus diskurstheoretischer Perspektive zu nähern, da nicht der politische Meinungs- und Willensbildungsprozess und der darauf bezogene rationale Diskurs im Zentrum des Interesses stand, sondern die politische Bildung, ihre Bedeutung für die politische Öffentlichkeit sowie ihre Probleme, Herausforderungen und Möglichkeiten in einer von Massenmedien geprägten Öffentlichkeit.

Dass politische Talkshows keine politische Bildung im klassischen Sinne, d.h. nach ihrer Idealvorstellung, bewirken können, ist evident. Aufgrund der ihnen zugrunde liegenden Medien- und Formatlogik können an politische Talkshows nicht die gleichen Anforderungen gestellt werden wie an schulische und außerschulische Bildungsveranstaltungen. Darüber hinaus stellte sich das Leitbild der klassischen politischen Bildung – der mündige Bürger – immer mehr als normative Überforderung für die institutionalisierte politische Bildung dar; längst nicht für alle Angebote politischer Bildung erweist es sich als realistisch, vom Ideal des mündigen Bürgers als Adressaten oder Zielvorstellung auszugehen. Daher sind die Ergebnisse einer Analyse des Beitrags politischer Talkshows zur politischen Bildung auch nicht an dieser Maxime zu messen.

Im Laufe der Jahrzehnte entwickelte sich ein moderneres, angepasstes Verständnis politischer Bildung. Zwar bekennen sich Theoretiker wie Praktiker der politischen Bildung immer wieder zu den traditionellen Idealen der politischen Bildung, andererseits entwickelten sie neue Bürgerleitbilder. Aufgrund dieser neuen Leitbilder schuf sich die politische Bildung differenziertere Zielgruppen und richtete ihre Bildungsangebote verstärkt an den Interessen und Bedürfnissen der Bürger – ihren unterschiedli-

chen (politischen) Vorkenntnissen und Fähigkeiten – aus, um sie überhaupt noch zu erreichen.

Als Konsequenz aus der geringen Nachfrage hat vor allem die politische Erwachsenenbildung neue Methoden entwickelt, um ihre Zielgruppen direkter anzusprechen; aber auch die schulische politische Bildung hat innovative Methoden in ihr Repertoire aufgenommen: So ist die politische Talkshow eine, wenn auch bisher wenig verbreitete, Methode der politischen Bildung im Schulunterricht geworden.

Außerhalb der Schule werden Veranstaltungen der politischen Bildung von den Bürgern kaum besucht. Der Anteil politischer Bildung in der außerschulischen Bildung ist sehr gering, was vor allem an der mangelnden Nachfrage liegt. Die organisierte außerschulische politische Bildung erreicht jährlich nur ein bis maximal fünf Prozent der Bürger, d.h. ca. 820.000 bis 4,1 Mio. Bürger im Jahr. Im Vergleich zu traditionellen politischen Bildungsveranstaltungen bieten die Medien für ihre Rezipienten attraktivere Formen der politischen Information: Allein politische Talkshows erreichen eine bis fünf Millionen Zuschauer pro Sendung.

Die vorliegende Arbeit war nicht als Rezipientenstudie konzipiert und analysierte daher nicht, welche potentiellen und tatsächlichen Funktionen politische Talkshows für ihre Rezipienten erfüllen. Forschungsschwerpunkt war es vielmehr zu untersuchen, welche Funktionen politischer Bildung politische Talkshows auf Angebotsseite, d.h. auf inhaltlicher Ebene, übernehmen. Dafür wurden die politischen Bildungsfunktionen (Informationsfunktion, Meinungs- und Willensbildungsfunktion und die Funktion ‚Befähigung zur Partizipation‘) in Beziehung gesetzt zu den Inhalten – und ihrer Vermittlung – in aktuellen politischen Talkshows.

Aus normativer Perspektive sind politische Talkshows aus verschiedenen Gründen für politische Bildung geeignet:

- (1) Präsentation politischer Inhalte: Damit sind politische Talkshows nützlicher für politische Bildung als andere (unterhaltende) Fernsehinhalte. Politische TV-Talkshows lenken das Interesse der Bürger auf politische Themen, bieten politi-

sche Informationen an und vermitteln verschiedene Lösungen für politische Probleme.

- (2) Präsentation und Diskussion unterschiedlicher, kontroverser Informationen und Meinungen zu einem politischen Thema, durch deren Rezeption sich der Bürger vor dem Fernseher eine eigene (kritische) Meinung bilden kann.
- (3) Beteiligungschancen der Rezipienten am Meinungs- und Willensbildungsprozess durch das Einrichten von Internet-Foren und die Präsentation von Videobotschaften, Telefonanrufen, E-Mails der Zuschauer in den Sendungen.
- (4) Präsentation alltags- und politisch handlungsrelevanter Informationen, durch die das Interesse der Bürger an einer Beteiligung am demokratischen Prozess und ihre Bereitschaft dazu geweckt werden kann.
- (5) Durch ihre unterhaltsame Vermittlung politischer Informationen, Meinungen und Argumente kann die politische Talkshow Bürger dazu motivieren, sich mit politischen Themen auseinanderzusetzen, d.h. das Interesse an der Nutzung politischer Inhalte wecken sowie die Aufmerksamkeit ihrer Zuschauer im Verlaufe einer Sendung erhalten bzw. sie davon abhalten, auf Sendungen mit nicht politischen Inhalten umzuschalten. Somit ist der Unterhaltungswert einer politischen Talkshow wichtig für ihre politische Bildungswirksamkeit, denn er eröffnet einer politischen Talkshow erst die Möglichkeit, wirksam im Sinne politischer Bildung zu sein.
- (6) Analogie zu didaktischen Leitprinzipien politischer Bildung; alle drei Leitprinzipien des Beutelsbacher Konsenses sind auf politische Talkshows anwendbar:
 - Politische Talkshows sind der Meinungsfreiheit verpflichtet und erfüllen somit das Überwältigungsverbot politischer Bildung;
 - sie vermitteln kontroverse Standpunkte zu politischen Themen, was dem didaktischen Prinzip der Ausgewogenheit/Kontroversität entspricht;
 - durch die Integration von ‚Normalbürgern‘ versetzen politische Talkshows ihre Rezipienten in die Lage, eine politische Situation aus Bürgerperspektive zu analysieren, und setzen somit das Prinzip ‚Schülerorientierung/Adressatenorientierung‘ dem Medienformat entsprechend um.

Darüber hinaus richten politische Talkshows ihren Fokus auf problematische, kontroverse Einzelaspekte eines Themas und entsprechen auf diese Weise den didaktischen Leitprinzipien ‚Problemorientierung‘ und ‚Exemplarisches Lernen‘. Auch das Prinzip ‚Wissenschaftsorientierung‘ ist für politische Talkshows von Bedeutung, denn Analysen und Meinungen von wissenschaftlichen Experten gehören zum Konzept dieses Programmformats.

Politikdidaktik und politische Talkshows verbindet außerdem eine aufklärerische, bildende Intention, mit der sie auf politisch wichtige Themen hinweisen, ihre Themen zielgruppenorientiert auswählen und adressatengerecht vermitteln.

Aufgrund der genannten Faktoren können politische Talkshows – normativ betrachtet – die politischen Kenntnisse ihrer Rezipienten erweitern, ihnen zur Orientierung im sowie zur Beteiligung am politischen Meinungs- und Willensbildungsprozess dienen, und entsprechen folglich den politischen Bildungsfunktionen. Die Funktion ‚Befähigung zur Partizipation‘ können politische Talkshows jedoch nur eingeschränkt erfüllen, da sie – bedingt durch die Logik der Massenmedien – keine konkreten Handlungs- und Gestaltungskompetenzen einüben und/oder stärken können, die den Bürgern helfen, ihre Partizipationschancen aktiv zu nutzen. Aufgrund ihrer dialogischen Struktur können politische Talkshows hauptsächlich Beiträge zur Informations- sowie zur Meinungs- und Willensbildungsfunktion der politischen Bildung erbringen.

Nach der durchgeführten empirischen Untersuchung ist jedoch festzuhalten, dass politische Talkshows Aufgaben politischer Bildung nur auf niedrigem Niveau realisieren. Bezogen auf die Umsetzung der einzelnen politischen Bildungsfunktionen werden die Leistungen aktueller politischer Talkshows durch diverse Faktoren eingeschränkt:

(1) Informationsfunktion politischer Bildung:

- Es werden keine umfassenden Informationen (Daten, Fakten etc.) präsentiert, Hintergrundinformationen werden lediglich in begrenztem Umfang und einfacher Qualität vermittelt sowie einzelne Themenaspekte zu kurz und oberflächlich behandelt.

- Aufgrund der geringen Bedeutung von informierenden Wortbeiträgen und der großen Relevanz von attackierenden Beiträgen kommt es im Zusammenspiel mit der Kürze der Diskussionsbeiträge zu einer flüchtigen Vermittlung von rudimentären Informationen: Fakten und Daten werden von den Diskutanten quasi ‚nebenbei‘ angesprochen, um eigene Argumente und Rechtfertigungen oder das berechtigte Attackieren von Kontrahenten und ihrer Diskussionsbeiträge zu belegen; darüber hinaus versuchen sich Diskutanten durch die Präsentation ihres Spezialwissens in Szene zu setzen, indem sie zahlreiche Daten nennen und Fachbegriffe aufgreifen, jedoch – aus Rezipientenperspektive – innerhalb zu kurzer Redezeit und ohne ausreichende Erklärungen.
- Daten und Fakten werden häufig aus einer subjektiven Perspektive vermittelt, widersprüchliche Informationen und Argumente im Verlaufe einer Sendung selten aufgeklärt.²⁵³
- Durch die Teilnahme Betroffener und ihrer Wortbeiträge werden Alltagsprobleme verdeutlicht, die sich für betroffene Bürger ergeben, diese werden jedoch weniger durch objektive Fakten als durch emotional geprägte Erzählungen und Diskussionen vermittelt.

(2) Meinungs- und Willensbildungsfunktion politischer Bildung:

- Das Konzept politischer TV-Talkshows basiert auf der Präsentation von Konflikten und einer agonalen Vermittlung von Pro- und Contra-Argumenten. Dadurch kommt es zu einer besonderen Relevanz von propagierenden/attackierenden sowie expressiven Wortbeiträgen mit der Konsequenz, dass sich die Zuschauer kaum eine fundierte Meinung – unter Abwägung objektiver Fakten und sachlicher Argumente – über ein politisches Thema bilden können.

²⁵³ In „hartaberfair“ wird auf den Faktencheck im Internet verwiesen; ob der Zuschauer diesen am nächsten Tag jedoch nutzt, liegt in seiner Verantwortung.

In politischen Talkshows überwiegen nicht die sachliche Darstellung und Diskussion von Fakten und Argumenten, sondern die emotionale Präsentation von Meinungen sowie die emotionale Ansprache der Rezipienten. Die Gesprächssituation in politischen Talkshows tendiert zur Emotionalisierung von Konflikten, welche häufig – auch aufgrund der Selbstinszenierung politischer Interessenvertreter – die inhaltliche Auseinandersetzung überlagert. Es kommt nur in geringem Maße zu einem sachlichen Austausch von Argumenten und einer Verständigung zwischen den verschiedenen Positionen (Kompromissbildung).

Die Meinungs- und Willensbildung des Fernsehpublikums kann daher – aufgrund des Diskussionsverlaufes, des Verhaltens der Diskutanten und ihrer Wortbeiträge – eher auf emotionaler, denn auf rationaler Ebene erfolgen, mit der Konsequenz, dass sie sich in ihrer bereits vorhandenen Meinung bestärkt sehen, anstatt sich erst ein Urteil aufgrund neuer, rationaler Fakten und Argumente zu bilden.

- Während die institutionalisierte politische Bildung ihre Meinungs- und Willensbildungsfunktion auch als praktische Ausbildung und Förderung demokratischer Kompetenzen versteht, fördern politische Talkshows eine aktive Mitarbeit ihrer Rezipienten nur in begrenztem Umfang. Die meisten Zuschauer nehmen nur passiv an der Diskussion politischer Akteure teil: Es werden zwar Bürgerfragen und -meinungen in Form von Telefonanrufen, E-Mails etc. sowie einzelne ‚Normalbürger‘ als Betroffene bestimmter politischer Entscheidungen in die Sendungen integriert, es findet aber kein umfassender direkter Informations- und Meinungsaustausch zwischen Politikern und Bürgern statt. (Siehe auch unter (3))

(3) Funktion ‚Befähigung zur Partizipation‘ politischer Bildung:

- Da sie auf massenmedialer Kommunikation basieren, können politische Talkshows ihre Zuschauer – im Sinne der institutionalisierten politischen Bildung – kaum zur aktiven politischen Partizipation befähigen, d.h. interventionsfähige, aktive Bürger hervorbringen. Denn sie enthalten keine di-

- daktische Methode, mit der Rezipienten konkrete Handlungs- und Gestaltungskompetenzen (z.B. organisatorische, gestalterische, rhetorische Fähigkeiten), die im Partizipationsprozess wichtig sind, erlernen können.
- Während der Rezeption politischer Talkshows partizipieren die meisten Bürger nicht aktiv handelnd, sondern lediglich kognitiv und emotional an Diskussionen über politische Themen; sie können jedoch durch die Rezeption ihre eigenen Meinungen bestärkt sehen und daraufhin diese Meinungen in späteren Diskussionen im privaten Umfeld aktiv(er) vertreten.
 - Obwohl politische Talkshows betroffene Bürger als Diskussionsteilnehmer einladen und Bürgerfragen und -meinungen als Telefonanrufe, E-Mails, Videobotschaften in ihre Diskussionen integrieren, erfolgt kein nennenswerter aktiver Austausch von Informationen, Meinungen und Argumenten zwischen politischen Akteuren und Bürgern: Betroffene Bürger, die an Sendungen teilnehmen, sind nicht gleichberechtigt in die Diskussion integriert, sie werden vielmehr als Außenseiter präsentiert, die entweder separat interviewt werden oder als Gäste der Diskussionsrunde nicht gleichwertig mit Politikern oder Experten am Meinungsaustausch teilhaben.

Als weiteres einschränkendes Moment für die politische Bildungswirksamkeit sind unterhaltende Elemente in politischen Talkshows zu nennen. Zwar wecken und erhalten sie einerseits das Interesse und die Aufmerksamkeit der Zuschauer an einer Sendung und ihrem politischen Inhalt, andererseits ist jedoch in der Dominanz der Unterhaltungsfunktion ein Grund für die eingeschränkte Umsetzung der politischen Bildungsfunktionen zu sehen: Das Bewusstsein der Teilnehmer, in einem unterhaltenden TV-Format aufzutreten, fördert – in Kombination mit der vorherrschenden Fragerichtung (Expression, Meinung, Rechtfertigung) der Moderatoren – die Artikulation expressiver und attackierender/propagierender anstatt informierender Wortbeiträge. Darüber hinaus unterstützen emotional ausgetragene – humoristische wie hitzige – Diskussionssequenzen, wechselnde Kameraeinstellungen sowie die Präsentation von Mimik und Gestik der Diskutanten einerseits die Unterhaltung des Zuschauers, andererseits können sie ihn auch vom Kern der Information oder des Arguments ablenken.

Trotz ihrer eingeschränkten Leistungen für die politische Bildung kann politischen Talkshows eine größere politische Bildungswirksamkeit zugesprochen werden als traditionellen Veranstaltungen der außerschulischen politischen Bildung. Denn entsprechend dem normativen Öffentlichkeitsverständnis, welches auf der Beteiligung aller beruht, will politische Bildung Breitenwirkung erzielen, d.h. einen Großteil der Bevölkerung mit politischer Bildung versorgen. Politische Talkshows bieten aufgrund ihrer hohen Einschaltquoten die Möglichkeit dieser Breitenwirkung, da sie größere Bevölkerungsteile erreichen als außerschulische Bildungsveranstaltungen.

In diesem Zusammenhang stellt sich jedoch die Frage, für welche Rezipienten politische Talkshows hinsichtlich ihrer politischen Bildung funktional sein können. Um Aussagen über den Nutzen politischer Talkshows für ihre Rezipienten treffen zu können, sind diverse Faktoren zu berücksichtigen:

- zwischen Fernsehnutzung, politischer Bildungswirksamkeit sowie politischem Verhalten besteht ein sehr komplexes Verhältnis, welches bestimmt wird durch eine Reihe medienexterner Faktoren, d.h. Publikumsvariablen (Alter, (politisches) Bildungsniveau, politisches Interesse, subjektive Betroffenheit von einem politischen Thema etc.);
- Rezeptionssituation und -verhalten sind wichtig für einen möglichen Erfolg, d.h. die Wirkung ‚Erweiterung der politischen Bildung‘ bei einzelnen Rezipienten; relevante Faktoren in diesem Kontext sind u.a. die Medienkompetenz des Rezipienten, seine Nutzungshäufigkeit medialer politischer Informationen und deren Qualität sowie aktives Rezipieren, d.h. konzentriertes und aufmerksames Zuhören, oder passives Konsumieren;
- eine fundierte Bildungserweiterung via Fernsehen erfordert Eigeninitiative und -leistung des Rezipienten: Er muss zur untypischen Nutzung bereit sein (sich z.B. Informationen, Daten und Argumente notieren) sowie zur eigenen weiteren Informationssuche nach Ende der Sendung, u.a. durch Nutzung der Internetseiten der jeweiligen Sendung, die weitere Informationen zu Themenaspekten und Teilnehmern der Sendung bereit halten (eine Aktivität, zu der ihn die Sendung

gen durch das Einblenden von Inserts zwar aufrufen, deren tatsächliche Nutzung sie jedoch nicht beeinflussen können).

Ausgehend von diesen Faktoren ist festzuhalten, dass politische Talkshows – in ihrer aktuellen Form – schon deshalb ungeeignet für die politische Bildung junger sowie politisch wenig interessierter und informierter Bürger sind, weil diese, wie eine Sekundäranalyse rezipientenorientierter Studien gezeigt hat, das Programmformat kaum nutzen. Bei einer kontrafaktischen Nutzung würde die politische Bildungswirksamkeit bei diesen Rezipienten jedoch erschwert durch

- vorausgesetztes Wissen: Politische Akteure demonstrieren in ihren Diskussionsbeiträgen ihr Expertenwissen durch die Nutzung von Fachwörtern und zahlreichen Daten, die für den politisch wenig informierten Bürger wahrscheinlich nicht nur neu, sondern aufgrund des Sprechtempos der Diskutanten, des schnellen Wechsels der Diskutanten und ihrer Diskussionsbeiträge auch schwer zu verstehen und zu behalten sind;
- die TV-Nutzung bestimmende Rezeptionssituation, d.h. das passive Zusehen und Zuhören von Diskussionen: Gerade politisch wenig interessierte und informierte Bürger benötigen für eine Optimierung ihrer politischen Bildung nicht nur eine professionelle Unterstützung des Lernprozesses, welche politische Talkshows nicht leisten (können), sondern auch Informationen und Argumente aus ergänzenden Quellen (Homepages der Sendungen, Literatur, klassische politische Bildungsveranstaltungen), welche sie nur durch eigenes aktives Handeln erhalten könn(t)en.

Politische Talkshows werden, so das Ergebnis der Auswertung von Rezipientenstudien, hauptsächlich von älteren, formal besser gebildeten und politisch interessierten Zuschauern genutzt und dann positiv bewertet. Diese Rezipientengruppe nutzt politische Talkshows, nach eigenen Angaben, zielorientiert für ihre Information – ein Motiv, welches zur Wirkung ‚politische Bildung‘ führen kann. Vor dem Hintergrund der empirischen Fallanalysen ist jedoch davon auszugehen, dass auch für diese Rezipientengruppe eine politische Wissenserweiterung oder -vertiefung aufgrund der geringen

Quantität und Qualität an Informationen in politischen Talkshows eher als gering einzuschätzen ist. Politisch interessierte Zuschauer können zwar Fakten und Daten zu aktuellen Themen aus politischen Talkshows erhalten, da jedoch auszuschließen ist, dass die Zuschauer sich diese Daten und Fakten auch direkt notieren, erscheint es fraglich, ob die Informationen – vermittelt in kürzester Zeit – für die Zuschauer in einer Rezeptionssituation, die zwar von Interesse, aber trotzdem von passivem Konsum anstatt aktiver Aufnahme und Verarbeitung der vermittelten Informationen geprägt ist, hinsichtlich ihrer politischen Bildung nützlich sein können. Für eine politische Weiterbildung dieser Zuschauergruppe ist ebenfalls Eigeninitiative gefragt, d.h. das Suchen nach Informationen und Belegen für in der Sendung geäußerte Thesen und Argumente. Es ist evident, dass unterschiedliche Bildungsformate ihre Bildungsfunktion für verschiedene Bürger in unterschiedlicher Qualität erfüllen. Das realistische Maximalziel politischer Bildung via politischer TV-Talkshow kann nur der reflektierte Zuschauer sein, d.h. ein Bürger, der von politischen Abläufen Kenntnis nimmt, sich an Wahlen beteiligt und im persönlichen Umfeld von Zeit zu Zeit über Politik redet. Die politische Bildung bildet diesen Bürgertyp durch die Erfüllung ihrer Informations- sowie Meinungs- und Willensbildungsfunktion heran. Um ihre Leistungen für diese politischen Bildungsfunktionen zu optimieren, sollten politische Talkshows u.a.

- der Vermittlung sachlicher Informationen im Verhältnis zu Meinungen mehr Sendezeit einräumen;
- stärker auf die Formulierung sachlicher Argumente als auf expressive und attackierende Diskussionsbeiträge drängen;
- verhindern, dass inhaltliche Auseinandersetzungen überlagert werden von emotionalen Debatten aufgrund der Selbstinszenierung politischer Interessenvertreter;
- weniger Themenbereiche ansprechen, um zu wichtigen Aspekten mehr Hintergrundinformationen liefern und diese umfassender diskutieren zu können;

- widersprüchliche Informationen noch im Laufe einer Sendung aufklären, da nicht davon auszugehen ist, dass sich die Mehrzahl der Zuschauer im Anschluss an die Rezeption selbst um Klärung bemüht;
- die dargestellten Schicksale und Alltagsprobleme einzelner Betroffener mehr mit Informationen (Fakten/Daten) koppeln, die ihre Relevanz in der und für die Gesamtbevölkerung verdeutlichen;
- die eingeladenen betroffenen Bürger besser – d.h. als gleichberechtigte und -wertige Diskutanten – in den Austausch von Meinungen und Informationen integrieren;
- die Interaktionsmöglichkeiten des Studio- wie des Fernsehpublikums verbessern: Eine aktive Diskussion mit den politischen Akteuren fördern bzw. via Internet, Telefon oder Video übermittelte Bürgermeinungen intensiver im Fernsehstudio diskutieren.

Politische Talkshows erreichen sehr viel mehr Bürger als außerschulische politische Bildungsveranstaltungen und sollten sich daher bemühen, politische Bildungsfunktionen zielgerichteter umzusetzen, um bei den Zuschauern eine Verbesserung ihrer politischen Kenntnisse und Urteilsfähigkeit erreichen zu können. Schulische wie außerschulische politische Bildung muss sich andererseits den Herausforderungen einer Mediengesellschaft stellen und sollte deshalb politische Fernsehformate als ein Medium politischer Bildung – wenn auch von geringerer Qualität als ihre traditionellen Bildungsveranstaltungen – anerkennen. Was für sie bedeutet, Medienkompetenz noch intensiver – d.h. konkreter auf einzelne Medienformate bezogen – zu vermitteln, denn ein medienkompetenter – oder besser: talkshowkompetenter – Bürger kann die durch politische Talkshows vermittelten Informationen, Meinungen und Argumente besser für eine Optimierung seiner politischen Bildung nutzen. Auf diese Weise und begleitet durch Forschungen diverser Wissenschaften (Politologie, Soziologie, Medienwissenschaft, Pädagogik und Psychologie) könnte der Nutzen von Massenkommunikation für die in einer Demokratie essentielle politische Bildung verbessert werden.

8 Anhang

I	Politischer Rezipientenbedürfniskatalog	245
II	Tab. 23: Politische Gesprächssendungen im deutschen Fernsehen (Stand Mai 2007).....	249
III	Tab. 24: Durchschnittliche Reichweiten und Marktanteile politischer Gesprächssendungen nach der Größe ihres Publikums (1999-2006) (Zuschauer ab 3 Jahre).....	250
IV	Tab. 25: Themen- und Gästestruktur „Sabine Christiansen“ (Untersuchungssample).....	251
V	Tab. 26: Themen- und Gästestruktur „Berlin Mitte/Maybrit Illner“ (Untersuchungssample)	254
VI	Tab. 27: Themen- und Gästestruktur „hartaberfair“ (Untersuchungssample).....	257
VII	Transkription Fallbeispiel „Maybrit Illner: Billig, befristet, bedroht: Sind das die Jobs von morgen?“ (17.05.2007).....	260
VIII	Transkription Fallbeispiel „Hartaberfair: Einmal unten, immer unten? - Willkommen in der Zwei-Klassen-Gesellschaft“ (13.06.2007)	293
IX	Tab. 28: Diskussionsbeiträge, Fallbeispiel, „Maybrit Illner“ (17.05.2007): Häufigkeiten, Längen.	342
X	Tab. 29: Diskussionsbeiträge, Fallbeispiel, „hartaberfair“ (13.06.2007): Häufigkeiten, Längen.	343
XI	Tab. 30: Direkte Frage/Redeaufforderung Plasbergs.....	344

I Politischer Rezipientenbedürfniskatalog

Bedürfnisse (nach McQuail)	Politische Bedürfnisse ²⁵⁴
Informationsbedürfnis	Bedürfnis nach politischer Information ²⁵⁵
Orientierung über relevante Ereignisse in der unmittelbaren Umgebung, in der Gesellschaft und in der Welt	Orientierung über relevante politische Ereignisse auf lokaler, regionaler, nationaler und internationaler Ebene; Erlangung eines aktuellen Informationsstandes hinsichtlich politischer Vorgänge, Entscheidungen, Positionen, Prozesse; Erhalt von Hintergrundwissen zu aktuellen politischen Themen; Erhalt von praktischen, relevanten Informationen für das tägliche Leben; Wissen/Orientierung über gute/schlechte Entscheidungen politischer Akteure (insb. der Landes- sowie Bundesregierung); Wissen/Orientierung über (Un-)Fähigkeiten politischer Akteure.
Ratsuche zu praktischen Fragen, Meinungen, Entscheidungsalternativen	Orientierung über das politische Meinungsklima, über konträre Beurteilungen aktueller politischer Vorgänge innerhalb der Gesellschaft; Ratsuche hinsichtlich der persönlichen Wahlentscheidung: <ul style="list-style-type: none"> – Orientierung über konträre Positionen, Eigenschaften und Verhaltensweisen bestimmter politischer Akteure; – Ratsuche, ob sich Wählen überhaupt „lohnt“; – Ratsuche, um Bürgerpflicht des Wählens angemessen erfüllen zu können; – Informationen darüber erhalten, was eine Partei im Falle eines Wahlsieges tun/ändern würde; – Kenntnisse erwerben, um die Versprechen einer Partei vor der Wahl mit ihren Taten nach der Wahl vergleichen zu können.
Befriedigung von Neugier und allgemeinem Interesse	Befriedigung von Interesse an politischen Themen, Vorgängen, Entscheidungen, Positionen; Befriedigung von Neugier, wie politische Eliten ‚wirklich‘ sind und sich verhalten;

²⁵⁴ Bedürfnisse, die mit Mediennutzung verbunden sind, richten sich unter anderem danach, inwieweit diese ritualisiert oder instrumentalisiert erfolgt: Ritualisierte Mediennutzung führt zu habituellem Medienkonsum, instrumentelle Mediennutzung ist dagegen mit der Suche nach bestimmten Medieninhalten verknüpft. (vgl. Rubin 2000, S. 142) Bei der Ableitung der politischen Bedürfnisse wurden beide Mediennutzungsformen berücksichtigt.

²⁵⁵ Die Formulierung der politischen Bedürfnisse stützt sich auf Studien über Mediennutzung, insbesondere das Informationsverhalten der deutschen Bürger (Blödorn/Gerhards 2004, Blödorn/Gerhards/Klingler 2006, Blödorn/Gerhards/Klingler 2005, Engel/Windgasse 2005, Meyen 2001, Reitze/Ridder 2006, Ridder/Engel 2005, Weiß 1978), über Mediennutzung, politisches Interesse und Politikverdrossenheit (Holtz-Bacha 1990, Statistik zu politischem Interesse und Mediennutzung 2001, Wiedemann 2002, Wolling 1999), die Rezeption von Politik im Fernsehen (Blumler/McQuail 1968, Darschin/Zubayr 2004, Darschin/Zubayr 2001, Dörner 2001, Katz/Gurevitch/Haas 1973, Zubayr/Gerhard 2002) und die Rezeption von (politischen) Gesprächssendungen (Burkart 1983, Darschin/Zubayr 2002, Davis/Mares 1998, Dehm 2002, Diekmannshenke 2002, Eimeren/Gerhard 1998, Gleich 1998, Grimm 1999, Wachsmuth 2004).

	<p>Intellektuelle Befriedigung durch das Erkennen der Fähigkeit politische Argumente und Positionen verstehen zu können; Befriedigung von unpolitischer Neugier (hinsichtlich der Privatperson eines Politikers o.ä.).</p>
Lernen, Weiterbildung	<p>Politische (Weiter-)Bildung: Erhöhen des politischen Informationsstandes, Wissensvertiefung; Weiterentwicklung der eigenen Fähigkeiten und Kenntnisse hinsichtlich politischer Meinungs- und Willensbildung sowie Partizipation; Praktische Hilfe beim Zurechtfinden im Alltag (Behördengänge etc.).</p>
Streben nach Sicherheit durch Wissen	<p>Streben nach Sicherheit durch politisch aktuelles Wissen, um</p> <ul style="list-style-type: none"> – beurteilen zu können, ob aktuelle politische Problembehandlungen und Entscheidungen eigene Lebenssituation betreffen; – beurteilen zu können, welche Partei die Wahl wahrscheinlich gewinnt; – zu verstehen, was in der Politikwelt passiert; – zu erkennen, was Mehrheits-/Minderheitsmeinung ist; – zu erkennen, dass eigene Politik(er)verdrossenheit (scheinbar) gerechtfertigt ist; – Meinung darüber bilden zu können, was aktuell wichtig ist (sich trotz tatsächlichen politischen Desinteresses und weitreichender Unkenntnis (ausreichend) informiert fühlen, um Meinung bilden, Diskussion führen und beurteilen zu können, was das politisch Richtige ist).
Bedürfnis nach persönlicher Identität	Bedürfnis nach persönlicher, politischer Identität
Bestärkung persönlicher Werte	<p>Bestärkung der persönlichen, politischen Werte durch</p> <ul style="list-style-type: none"> – Orientierung über das aktuelle Meinungsklima; – Orientierung über vorhandene Beurteilungen aktueller politischer Geschehnisse, um eigene Meinung mit der anderer (politischer Experten, politisch Aktive/Wissender) vergleichen zu können; – Erinnerung an die starken Argumente der favorisierten Partei; – (vermeintliche) Bestätigung der Unfähigkeit/Verdorbenheit politischer Akteure; – Gefühl, zu Recht (un-)zufrieden zu sein mit dem eigenen Leben.
Suche nach Verhaltensmodellen	<p>Suche nach Verhaltensmodellen innerhalb der Gruppe der politischen Akteure/Experten, politisch Wissenden; Abgrenzung von politischen Akteuren/Experten, politisch Wissenden und ihrem scheinbaren Fehlverhalten.</p>
Identifikation mit anderen (,valued others')	<p>Identifikation mit oder auch bewusste Abgrenzung von politischen Akteuren/ Experten, politisch Aktiven/Wissenden; Erkennen, dass andere Personen in besserer/ähnlicher/schlechterer Position sind;</p>

	Erkennen, dass andere Personen (,valued others') gleiche/andere Meinung haben.
Selbstfindung	Eigene politische Position finden durch <ul style="list-style-type: none"> – das Erkennen und Beurteilen der möglicher Auswirkungen politischer Entscheidungen für die eigene Person/auf das eigene Leben.
Bedürfnis nach Integration und sozialer Interaktion	Bedürfnis nach Integration, sozialer Interaktion und politischer Partizipation
In Lebensumstände anderer versetzen (soziale Empathie)	Empathie mit politischen Akteuren und/oder mit von aktuellen politischen Entscheidungen Betroffenen durch die Teilhabe an den Erfahrungen anderer und/oder Informationen über deren Lebensumstände. Verständnis für Andersdenkende entwickeln: Erkennen, dass man nicht immer recht hat/haben kann.
sich mit anderen identifizieren, Zugehörigkeitsgefühl gewinnen	Sich mit politischen Akteuren und/oder von aktuellen politischen Entscheidungen Betroffenen sowie Vertretern einer Mehrheits-/Minderheitsmeinung identifizieren; Zugehörigkeitsgefühl zu einer bestimmten Gruppe politisch Aktiver/Wissender, von aktuellen politischen Entscheidungen Betroffenen sowie Vertretern einer Mehrheits-/Minderheitsmeinung gewinnen; Zugehörigkeitsgefühl zu einem großen Publikum mit gleichem Interesse/Wissensstand trotz potentiell unterschiedlichen Bildungshintergrunds gewinnen; Vertrauen in den Staat/in die Gesellschaft/in politische Akteure/in eine bestimmte Gruppe politisch Aktiver gewinnen.
Grundlage für Gespräche und soziale Interaktion erhalten	Bild von allgemein wichtigen und interessierenden Fragen, Vorgängen und Ereignissen in Staat und Gesellschaft erhalten als Voraussetzung für die Teilnahme an Diskussionen im privaten Kreis und um politisch zu partizipieren (Wahlbeteiligung bis hin zur aktiven Mitarbeit in Parteien, Bürgerinitiativen etc.); Eigene Weitergabe von politischen Informationen, aber auch Meinungen und Kritik sowie das eigene Erteilen von Rat hinsichtlich politischer Fragen; Parasoziale Interaktion mit politischen Akteuren/Experten, politisch Wissenden; Gefühl an aktuellen Geschehnissen (zumindest passiv) teilzunehmen; Gefühl ein politisch aktiver, partizipierender Bürger zu sein durch Rezeption medialer Politikinhalte und/oder Teilnahme an Angeboten der Interaktion (Chat, Umfragen etc.).
Geselligkeits-/Partnerersatz finden	Ersatz für politische Informationen und Diskussionen (im privaten Kreis) finden.
Hilfe bei der Annahme/Ausführung sozialer Rollen bekommen	Hilfe bei der Annahme/Ausführung der Rolle als verantwortungsbewusster Bürger (z. B. zur bewussten Wahrnehmung des Wahlrechts); Erkennen, wie man ,aus der Rolle fallen' kann, d.h. normativen Erwartungen an einen politische mündigen, verantwortungsbewussten Bürger nicht entsprechen kann;

	Gefühl, an der Kontrolle politischer Akteure und deren Entscheidungen beteiligt zu sein.
Kontakt zur Familie, zu Freunden und zur Gesellschaft finden	Durch Wissen über aktuelles politisches Geschehen, aktuelle politische Entscheidungen, vermeintliche Fehler/Defizite/falsche Entscheidungen der Politik sowie über die vorhandenen politischen Meinungen Kontakt finden im Rahmen der Teilnahme an Diskussionen (im privaten Kreis).
Unterhaltungsbedürfnis	Politainmentbedürfnis
Wirklichkeitsflucht, Ablenkung von Problemen	Ablenkung von privaten Problemen, Vergessen der Alltagsprobleme; Erkennen, dass es anderen noch schlechter geht; Erkennen, dass es durch politische Entscheidungen besser/schlechter werden kann.
Entspannung	Entspannung durch <ul style="list-style-type: none"> – Die Präsentation von politischen Inhalten/Prozessen/Werten in unterhaltsamer Weise, in reduzierter Komplexität, alltagsnah und orientierungsfreundlich; – Die Veranschaulichung und Verlebendigung der politischen Welt; – Die scheinbare Hilfe bei der Ausübung sozialer Rollen im entspannt-angenehmen Modus der Unterhaltung; – Die Wahrnehmung einer positiven Grundstimmung hinsichtlich politischer Vorgänge: Wahrnehmung und Gefühl, dass die Welt veränderbar ist; Genießen <ul style="list-style-type: none"> – des politischen Diskussionsverlaufs; – der Aufregungen des Wahlkampfes/Parteienwettstreites; – des Gefühls der vermeintlichen Überlegenheit über politische Akteure (sehen, wie dumm diese sind oder sich verhalten; Löcher in deren Argumentationskette finden).
kulturelle und ästhetische Erbauung	Art des politischen Diskursverlaufs genießen.
Zeitfüller	Zeit mit scheinbar sinnvoller, da informationsorientierter, scheinbar gesellschaftlich relevanter Mediennutzung füllen.
emotionale Entlastung	Emotionale Entlastung durch u.a. das <ul style="list-style-type: none"> – Erkennen, dass es anderen noch schlechter geht; – Erkennen, dass es durch politische Entscheidungen besser werden kann; – Aufregen über Politiker, ihre Statements, Argumente, Positionen.

**II Tab. 23: Politische Gesprächssendungen im deutschen Fernsehen
(Stand Mai 2007).**

Politische Interviewsendung	Politische Diskussionssendung	Politische Talkshow	Bürger- gesprächssendung
<ul style="list-style-type: none"> – Was nun ...? (ZDF) – Farbe bekennen (ARD) – Im Dialog (Phoenix) 	<ul style="list-style-type: none"> – Presseclub (ARD) – Münchner Runde (BR) – Phoenix Runde (Phoenix) – Internationaler Frühschoppen (Phoenix) 	<ul style="list-style-type: none"> – Sabine Christiansen (ARD) – Maybrit Illner (ZDF) – Hart aber fair (WDR) – Dresdner Gespräch / Erfurter Gespräch / Magdeburger Gespräch (mdr) – Fakt ist ...! (mdr) – KLIPP und KLAR (RBB) – Quergefragt (SWR) – Unter den Linden (Phoenix) – Das Duell bei n-tv (n-tv) – 2+4 – Der n-tv Talk (n-tv) – europa@n-tv (n-tv) – busch@n-tv (n-tv) – Heiner Bremer, Unter den Linden 1 (n-tv) – Miriam Meckel- Standpunkte (n-tv) – Späth am Abend (n-tv) – Was erlauben Strunz? (N24) – Bärbel Schäfer, Talk ohne Show (N24) – Studio Friedmann (N24) – Links-Rechts (N24) – Cohn-Bendit trifft ... (terranova) 	<ul style="list-style-type: none"> – Ich stelle mich (ARD) – Stadtgespräch (HR) – BürgerForum (BR) – Jetzt red i (BR) – Jetzt red i, Europa (BR)

III Tab. 24: Durchschnittliche Reichweiten und Marktanteile politischer Gesprächssendungen nach der Größe ihres Publikums (1999-2006) (Zuschauer ab 3 Jahre).

	1999		2000		2001		2002	
	Zuschauer in Mio.	MA in %						
Sabine Christiansen	3,77 (D-West)	19,2	3,8 (D-West)	18,5	4,71	17,8	4,93	18,5
	0,64 (D-Ost)	12,4	0,63 (D-Ost)	12,0				
Berlin Mitte	1,98 (D-West)	12,8	1,88 (D-West)	12,0	2,53	12,8	2,67	14,3
	0,34 (D-Ost)	8,5	0,33 (D-Ost)	8,5				
hartaberfair	-	-	-	-	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.

	2003		2004 ²⁵⁶		2005		2006	
	Zuschauer in Mio.	MA in %	Zuschauer in Mio.	MA in %	Zuschauer in Mio.	MA in %	Zuschauer in Mio.	MA in %
Sabine Christiansen	4,76	18,0	4,18	14,8	4,36	15,5	3,68	13,0
Berlin Mitte	2,77	13,9	2,43	12,0	2,62	13,1	2,30	11,9
hartaberfair	1,04	3,5	1,23	4,2	1,52	4,8	1,48	4,6

Quellen: Zubayr/Gerhard 2007, Zubayr/Gerhard 2006, Zubayr/Gerhard 2005, Darschin/Gerhard 2004, Darschin/Gerhard 2003, Darschin/Gerhard 2002, Darschin/Kayser 2001, Darschin/Kayser 2000.

²⁵⁶ Hier weisen Zubayr/Gerhard 2006, S. 133, und Zubayr/Gerhard 2005, S. 102, leicht unterschiedliche Daten auf. Es wurden die Zahlen von Zubayr/Gerhard 2006 übernommen.

IV Tab. 25: Themen- und Gästestruktur „Sabine Christiansen“ (Untersuchungssample).

Datum ²⁵⁷	Thema	Gäste ²⁵⁸
24.09.2006	Steuer-Staat Deutschland: Fass ohne Boden?	<ul style="list-style-type: none"> – Laurenz Meyer, CDU, Wirtschaftspolitischer Sprecher, CDU/CSU-Bundestagsfraktion – Klaus Wowereit, SPD, Regierender Bürgermeister Berlin – Prof. Dr. Paul Kirchhof, ‚Steuer-Reformer‘, Finanz- und Steuerrechtler – Carsten Maschmeyer, Chef Finanzdienstleister AWD – Im Studiopublikum: <ul style="list-style-type: none"> • Steven Beltjes, niederländischer Angestellter • Wolfgang Apel, Steuerberater
01.10.2006	Einknicken vor dem Islam?	<ul style="list-style-type: none"> – Uwe Schünemann, CDU, Innenminister Niedersachsen – Herta Däubler-Gmelin, SPD, MdB und ehemalige Bundesjustizministerin – Aiman Mazyek, Generalsekretär Zentralrat der Muslime in Deutschland – Baha Güngör, Journalist und Autor – Prof. Dr. Hans-Ulrich Wehler, Historiker – Jürgen Becker, Kabarettist – Im Studiopublikum: <ul style="list-style-type: none"> • Daniel John Nicolai, Intendant des English Theatre Frankfurt a. M.
08.10.2006	Werden Strom und Heizung zum Luxus?	<ul style="list-style-type: none"> – Roland Koch, CDU, Ministerpräsident Hessen – Sigmar Gabriel, SPD, Bundesumweltminister – Roger Kohlmann, stellv. Hauptgeschäftsführer des Verbandes der Elektrizitätswirtschaft – Edda Müller, Vorstand des Bundesverbandes der Verbraucherzentralen – Im Studiopublikum: <ul style="list-style-type: none"> • Hermann Albers, Vizepräsident des Bundesverbandes WindEnergie e.V. • Wolfgang Büser, Fachjournalist und Rechtsexperte
15.10.2006	Politiker - überbezahlt und unterfordert?	<ul style="list-style-type: none"> – Hans-Joachim Otto, FDP, Bundestagsabgeordneter und Rechtsanwalt – Hans-Christian Ströbele, B'90/Grüne, Stellv. Fraktionsvorsitzender – Hans-Hermann Tiedje, Medienmanager – Dieter Wedel, Regisseur und Drehbuchautor – Thomas Leif, Autor und Chefreporter Fernsehen SWR in Mainz – Hans-Olaf Henkel, ehemaliger BDI-Präsident

²⁵⁷ Aufgrund der Pfingstfeiertage gab es am 27.05.2007 keine Sendung.

²⁵⁸ Die Aufzählung der Gäste, Namen und Berufe basieren auf den Homepages der drei Talkshows: Sabine Christiansen (<http://www.sabine-christiansen.de/>), „Maybrit Illner“, (<http://www.zdf.de/ZDFde/inhalt/19/0,1872,1021235,00.html>), „hartaberfair“ (<http://www.wdr.de/tv/hartaberfair05/aktuell/>); Stand: 25.06.2007.

22.10.2006	Wie sozial ist die globale Wirtschaft?	<ul style="list-style-type: none"> – Jürgen Rüttgers, CDU, Ministerpräsident NRW – Jeffrey R. Immelt, Vorstandsvorsitzender General Electric – Ron Sommer, Globaler Manager und Aufsichtsrat, Ex-Telekom-Boss – Hubert Burda, Vorstandsvorsitzender Hubert Burda Media – Uwe Hück, Konzernbetriebsratsvorsitzender Porsche
06.05.2007	Viel Arbeit, wenig Lohn - wer hat was vom Aufschwung?	<ul style="list-style-type: none"> – Laurenz Meyer, CDU, Wirtschaftspolitischer Sprecher, CDU/CSU-Bundestagsfraktion – Michael Naumann, SPD, Spitzenkandidat Hamburg – Peter Dussmann, Unternehmer – Jürgen Peters, IG-Metall-Chef – Prof. Dr. Wolfgang Franz, Wirtschaftsweiser – Im Studiopublikum: <ul style="list-style-type: none"> • Nick Reß, Arbeitsloser • Sybille Hain, Friseurmeisterin • Barbara Fink, 53, Arbeitnehmerin
13.05.2007	Ist die Pflege ein Pflegefall?	<ul style="list-style-type: none"> – Renate Schmidt, SPD, Bundestagsabgeordnete, ehemalige Bundesministerin für Familie und Senioren – Ingo Kailuweit, Vorstandsvors. KKH-Krankenkasse – Helmut Wallrafen-Dreisow, Geschäftsführer, Sozial-Holding der Stadt Mönchengladbach – Ilja Richter, Schauspieler und Fernsehmoderator – Carola Ferstl, TV-Moderatorin – Detlef Rüsing, Ex Altenpfleger – Im Studiopublikum: <ul style="list-style-type: none"> • Marita Halfen, Bonner Initiative gegen Gewalt im Alter e.V. • Hajo Hoffmann, Vorsitzender Zukunftsbeirat Pro Senioren
20.05.2007	Tod am Hindukusch - Bundeswehr raus aus Afghanistan?	<ul style="list-style-type: none"> – Franz Josef Jung, CDU, Bundesverteidigungsminister – Niels Annen, SPD, Auswärtiger Ausschuss – Jürgen Trittin, B'90/Die Grünen, Stellv. Fraktionsvorsitzender – Oskar Lafontaine, Die Linke, Fraktionsvorsitzender – Peter Scholl-Latour, Publizist – Prof. Dr. Wilfried von Bredow, Militärexperte, Politikwissenschaftler
03.06.2007	Gipfelstürmer und Zaungäste - alles nur Theater?	<ul style="list-style-type: none"> – Jörg Schönbohm, CDU, Innenminister Brandenburg – Sigmar Gabriel, SPD, Bundesumweltminister – Gregor Gysi, DIE LINKE, Fraktionsvorsitzender – Prof. Dr. Klaus Töpfer, ehem. Direktor UN-Umweltprogramm, ehem. Bundesumweltminister (CDU)²⁵⁹ – Prof. Muhammad Yunus, Unternehmer, Ökonomiepro-

²⁵⁹ Töpfer wurde bei Auswertung nicht zu den Politikern gezählt, sondern als ehem. Direktor UN-Umweltprogramm als Vertreter UNO.

		<p>fessor, Friedensnobelpreisträger 2006</p> <ul style="list-style-type: none"> – Karl-Heinz Grasser, Manager, ehem. Finanzminister Österreich – Bono (zugeschaltet), Sänger der Popgruppe U2, G8-Kritiker – Im Studiopublikum: <ul style="list-style-type: none"> • Birgit Koch, Einwohnerin Heiligendamm • Christoph Kleine, Mitglied der Interventionistischen Linken
10.06.2007	Die Polizei - Prügelknaben der Nation?	<ul style="list-style-type: none"> – Günther Beckstein, CSU, Bayerischer Innenminister – Claudia Roth, B'90/Die Grünen, Bundesvorsitzende – Gerhart Baum, FDP, ehemaliger Bundesinnenminister – Rainer Wendt, stellv. Vorsitzender Deutsche Polizeigewerkschaft – Prof. Dr. Thomas Feltes, Polizeiwissenschaftler – Karen Ullmann, Rechtsanwältin – Im Studiopublikum: <ul style="list-style-type: none"> • Heike Lieschied, Polizisten-Witwe
17.06.2007	Deutschland - Land der (un-)begrenzten Möglichkeiten?	<ul style="list-style-type: none"> – Antje Hermenau, B'90/Die Grünen, Fraktionsvorsitzende, Sachsen – Uwe Hück, Betriebsratsvorsitzender Porsche – Inga Krüger, Pflegehelferin – Matthias Dünkel, Geschäftsführer "Backparadies Dünkel" – Bärbel Schäfer, Moderatorin, Autorin, Unternehmerin – Pablo Thiam, Fußballprofi – Ronny Ziesmer, ehemaliger Turner – Patrick Kilkowski, Schüler der Heinz-Brandt-Oberschule
24.06.2007	Zeitwende – Ein Jahrzehnt Deutschland	<ul style="list-style-type: none"> – Bundespräsident Horst Köhler

V Tab. 26: Themen- und Gästestruktur „Berlin Mitte/Maybrit Illner“ (Untersuchungssample).

Datum	Thema	Gäste
28.09.2006	Wie gut regieren Sie das Land, Frau Merkel? Die Kanzlerin im Exklusiv-Interview bei Maybrit Illner	– Bundeskanzlerin Angela Merkel
05.10.2006	Manager kassieren - Arbeiter verlieren: Wer schützt unsere Arbeitsplätze?	– Erwin Huber, CSU, Bayerischer Wirtschaftsminister – Hans-Olaf Henkel, ehemaliger BDI-Präsident – Berthold Huber, Vizechef der IG Metall – Gabor Steingart, Autor "Weltkrieg um Wohlstand - Wie Macht und Reichtum neu verteilt werden" – Jürgen Fliege, evangelischer Pfarrer, TV- und Radiomoderator
12.10.2006	Und morgen bin ich auch unten? Die neue Angst vorm Abstieg	– Ursula von der Leyen, CDU, Bundesministerin für Familie, Senioren, Frauen und Jugend – Christian Ude, SPD, Präsident des Deutschen Städtetages, OB München – Randolph Rodenstock, Vorsitzender des Aufsichtsrats der Rodenstock GmbH, Initiative Neue Soziale Marktwirtschaft – Günter Wallraff, Journalist und Autor ("Ganz unten") – Katharina Saalfrank, Pädagogin, "Super Nanny"
19.10.2006	Koalition im Klassenkampf: Macht der Sozialstaat arm?	– Volker Kauder, CDU, Vorsitzender der Unions-Bundestagsfraktion – Peter Struck, SPD, Vorsitzender der SPD-Bundestagsfraktion – Carola Vollmar, arbeitslose Lageristin – Götz Werner, Gründer und geschäftsführender Gesellschafter von "dm-drogerie markt" – Prof. Paul Nolte, Historiker
26.10.2006	Lebenslüge Vollbeschäftigung: Geht uns die Arbeit aus?	– Christian Wulff, CDU, Ministerpräsident Niedersachsen – Egon Bahr, SPD, Bundesminister a. D. – Heinrich von Pierer, Aufsichtsratsvorsitzender der Siemens AG – Sieghard Bender, IG Metall Geschäftsführer Esslingen – Elisabeth Niejahr, Publizistin
10.05.2007	Spritzen für den Sieg: Wird Doping zum Normalfall?	– Prof. Dr. Werner Franke, Anti-Dopingexperte und Molekularbiologe – Peter Becker, von 1987 bis 2002 Trainer von Jan Ullrich – Christian Schenk, Zehnkampf-Olympiasieger in Seoul 1988 – Christa Thiel, Präsidentin des Deutschen Schwimmverbandes (DSV) – Wolf-Dieter Poschmann, ZDF-Sportmoderator – Arnd Krüger, Sportwissenschaftler

		<ul style="list-style-type: none"> – An Stehtisch vor Studiopublikum: <ul style="list-style-type: none"> • Danilo Hondo, Deutscher Radrennprofi, wegen Doping-Vorwürfen zur Zeit gesperrt
17.05.2007	Billig, befristet, bedroht: Sind das die Jobs von morgen?	<ul style="list-style-type: none"> – Günther H. Oettinger, CDU, Ministerpräsident Baden-Württemberg – Wolfgang Clement, SPD, Vorsitzender des "Adecco Institute" zur Erforschung der Arbeit, ehem. Bundesminister für Wirtschaft und Arbeit – Frank Bsirske, Vorsitzender der Gewerkschaft Ver.di – Susanne Neumann, Gebäudereinigerin im Niedriglohnbereich – Prof. Wolfgang Gerke, Wirtschaftsexperte, Präsident Bayerisches Finanzzentrum e. V., Forschungsprofessor am Zentrum für europäische Wirtschaftsforschung (ZEW) – An Stehtisch vor Studiopublikum: <ul style="list-style-type: none"> • Eberhard Hädrich, gelernter Werkzeugmacher ist über Zeitarbeitsfirma bei BMW Leipzig beschäftigt
24.05.2007	Doping-Beichten – Kommt jetzt die ganze Wahrheit raus?	<ul style="list-style-type: none"> – Rolf Aldag, Sportdirektor Team T-Mobile, ehemaliger Radprofi aus dem Team Telekom – Michael Vesper, Generaldirektor des Deutschen Olympischen Sportbundes (DOSB) – Prof. Wilhelm Schänzer, Leiter des Instituts für Biochemie an der Sporthochschule Köln, Untersuchungskommission Uni-Klinik Freiburg – Prof. Dr. Britta Bannenberg, Rechtsprofessorin – Frank Busemann, ehemaliger Spitzen-Sportler und Anti-Doping-Vertrauensmann des DOSB – Dieter Gruschwitz, ZDF-Sportchef
31.05.2007	Razzien und Randalen – Wie weit dürfen Staat und Demonstranten gehen?	<ul style="list-style-type: none"> – Günther Beckstein, CSU, Bayerischer Innenminister – Heiner Geißler, CDU, Attac-Mitglied, ehem. Generalsekretär der CDU (1977-1989), ehem. Bundesminister für Jugend, Familie und Gesundheit (1982-1985) – Konrad Freiberg, Vorsitzende der Polizeigewerkschaft GdP – Gerald Häfner, "Mehr Demokratie e.V." – Campino, Sänger der "Toten Hosen", G8-Kritiker – Im Studiopublikum: <ul style="list-style-type: none"> • Frauke Banse, Sprecherin Kampagne „Block G 8“
07.06.2007	Armut, Klima, Sicherheit: Was kann der Gipfel bewegen?	<ul style="list-style-type: none"> – Norbert Röttgen, CDU, Erster Parlamentarischer Geschäftsführer der CDU/CSU-Bundestagsfraktion – Sahra Wagenknecht, Linkspartei.PDS, Europaabgeordnete – Bob Geldof, Musiker, "Deine Stimme gegen Armut" – Eberhard von Koerber, Unternehmer – Eric Staal, Chef der deutschen Sektion "Republicans Abroad" – Jan Josef Liefers, Schauspieler

14.06.2007	Sozial – neoliberal – total egal: Kein Rezept gegen Altersarmut?	<ul style="list-style-type: none"> – Lothar Späth, CDU, ehem. Ministerpräsident Baden-Württemberg, Unternehmer – Rainer Wend, SPD, wirtschaftspolitischer Sprecher Bundestagsfraktion – Klaus Ernst, WASG, Vorstand WASG, IG Metall – Birgit Zenker, Bundesvorsitzende Katholische Arbeitnehmer-Bewegung (KAB) – Bernd W. Klöckner, Autor, Experte für Altersvorsorge und Vermögensaufbau – Jürgen Fliege, evangelischer Pfarrer, TV- und Radiomoderator – Im Studiopublikum: <ul style="list-style-type: none"> • Ursula Brose, Rentnerin und Tagesmutter
21.06.2007	Polen, schwierig' Nachbarland?	<ul style="list-style-type: none"> – Wolfgang Schäuble, CDU, Bundesinnenminister – Gesine Schwan, SPD, Regierungsbeauftragte für die deutsch-polnischen Beziehungen – Hans-Dietrich Genscher, FDP, ehemaliger Bundesaußenminister – Zdzislaw Krasnodebski, polnischer Soziologe, lehrt seit 1995 an der Universität Bremen – Klaus Bednarz, Osteuropa-Experte, Autor und Journalist – Steffen Möller, deutscher Kabarettist, lebt und arbeitet in Polen

**VI Tab. 27: Themen- und Gästestruktur „hartaberfair“
(Untersuchungssample).**

Datum ²⁶⁰	Thema	Gäste
27.09.2006	Sind wir Toleranz-Trottel? Deutschlands Umgang mit Muslimen	<ul style="list-style-type: none"> – Jörg Schönbohm, CDU Innenminister des Landes Brandenburg, Präsidiumsmitglied der CDU Deutschlands – Krista Sager, B'90/Grüne, Stellv. Fraktionsvorsitzende – Henryk M. Broder, SPIEGEL-Autor, Buchautor "Hurra, wir kapitulieren" – Marcel Pott, Ehem. ARD-Nahost-Korrespondent, Buchautor (u.a. "Allahs falsche Propheten") – Bekir Alboga, Dialogbeauftragter der Türkisch-Islamischen Union DITIB, ehem. Imam der Yavuz-Sultan-Selim-Moschee Mannheim
04.10.2006	Siemens: Wut zeigt Wirkung – Entdecken Manager die Moral?	<ul style="list-style-type: none"> – Christa Thoben, CDU, NRW-Wirtschaftsministerin – Ulrich Stockheim, Unternehmensberater – Helmut Laakmann, ehem. Betriebsleiter Krupp-Walzwerk Duisburg-Rheinhausen – Annelie Buntenbach, Mitglied im DGB Bundesvorstand – Sky du Mont, Schauspieler – Zusätzlicher Experte: <ul style="list-style-type: none"> • Anselm Bilgri, Priester und Unternehmensberater
18.10.2006	Willkommen in der Unterschicht? Wenn Vater Staat dich fallen lässt...	<ul style="list-style-type: none"> – Ronald Pofalla, CDU, Generalsekretär – Renate Schmidt, SPD, Bundestagsabgeordnete, ehemalige Bundesministerin für Familie und Senioren – Pastor Kai-Uwe Lindloff, Vorsitzender des Kinder- und Jugendhilfeprojektes "Arche" – Walter Wüllenweber, Journalist, STERN-Autor – Gunter Gabriel, Sänger und Songschreiber – Zusätzlicher Experte: <ul style="list-style-type: none"> • Heinz Hilgers, Präsident Deutscher Kinderschutzbund, Bürgermeister der Stadt Dormagen
25.10.2006	Beipackzettel live – über Risiken und Nebenwirkungen der Gesundheitsreform	<ul style="list-style-type: none"> – Bernd Schwedhelm, Medizin-Ressort "Bild am Sonntag" – Diana Wolf, HNO-Ärztin – Sibylle Herbert, Kassenpatientin, Journalistin, Autorin – Doris Pfeiffer, Vorstandsvorsitzende des Verbandes der Angestellten-Krankenkassen e.V. (VdAK) – Bernd Eberwein, Geschäftsführer des Bundesverbandes der Arzneimittel-Hersteller – Otto Späth, Präsident Bundesverband deutscher Apotheker, Inhaber einer Apotheke in Hofheim am Taunus – Zusätzlicher Experte: <ul style="list-style-type: none"> • Thomas Leif, SWR-Chefreporter, Buchautor "Die 5. Gewalt - Lobbyismus in Deutschland"

²⁶⁰ Am 11.10.2006 gab es aufgrund der Herbstferien in NRW keine Sendung.

01.11.2006	Jung sein bis der Vorhang fällt – Verliert das Alter seine Würde?	<ul style="list-style-type: none"> – Uschi Glas, Schauspielerin – Jürgen Fliege, Pfarrer und TV-Moderator – Ingrid Zundel, hat im Alter von 75 Jahren den Dokortitel in Altersforschung gemacht – Titus Dittmann, 57jähriger Skater und Unternehmer aus Münster – Jörg Tremmel, "Stiftung für die Rechte zukünftiger Generationen"
09.05.2007	Döner ja, Moschee nein – wie tolerant wollen wir wirklich sein?	<ul style="list-style-type: none"> – Uwe Schünemann, CDU, Innenminister Niedersachsen – Ekin Deligöz, B'90/Grüne, Bundestagsabgeordnete – Michel Friedman, Publizist, Fernseh-Moderator – Ayten Kilicarlan, Muslimin – Thomas Schirmmacher, Religionswissenschaftler, Theologe, Direktor des Instituts für Religionsfreiheit der Ev. Allianz – Zusätzlicher Experte: <ul style="list-style-type: none"> • Vera Junker, Oberstaatsanwältin Berlin, Vorsitzende Vereinigung Berliner Staatsanwälte
16.05.2007	Alles gesehen, nichts mehr gefühlt – wie schädlich ist die Pornowelle?	<ul style="list-style-type: none"> – Ingo Appelt, Comedian, Vater von drei Kindern – Nova Meierhenrich, Schauspielerin und Moderatorin; Jury-Mitglied Viva- Casting- Show "Are U hot?" – Walter Wüllenweber, "Stern"-Autor – Regine Schwarzhoff, Vorsitzende des Elternvereins NRW, Mutter von drei Kindern – Axel Schaffrath, Sprecher und Marketingleiter der Erotik-Messe "Venus"
23.05.2007	Gedränge auf der linken Spur – Wer steht für Frieden und soziale Gerechtigkeit?	<ul style="list-style-type: none"> – Friedbert Pflüger, CDU, Fraktionsvorsitzender Berlin, Präsidiumsmitglied – Andrea Nahles, SPD, zukünftige Stellv. Parteivorsitzende, Mitglied in Parteivorstand und Präsidium – Gregor Gysi, DIE LINKE, Fraktionsvorsitzender – Günter Wallraff, Journalist und Autor – Margaret Heckel, Politikchefin der Welt/Welt am Sonntag
30.05.2007	Die gedopte Gesellschaft – Wenn der Zweite schon Verlierer ist!	<ul style="list-style-type: none"> – Daniela Kühne, ehem. Leistungssportlerin – Werner Böhm, Musiker und Sänger – Marijke Amado, TV-Moderatorin – Klaus Kocks, Kommunikationsberater, ehem. VW-Vorstand – Bruder Paulus, Kapuzinermönch, Leiter des Kapuzinerklosters Dieburg, Moderator ("Um Gottes Willen - N24 Ethik")
06.06.2007	Teure Show, arme Welt – Wer kann sich diesen Gipfel leisten?	<ul style="list-style-type: none"> – Uschi Eid, B'90/Grüne, Bundestagsabgeordnete und Beraterin des UN-Generalsekretärs zu Wasser und sanitärer Versorgung, Mitglied im Auswärtigen Ausschuss, ehem. G8-Afrika-Beauftragte der Regierung Schröder – Daniel Goeudevert, Autor und Philosoph, ehem. Manager VW und Ford

		<ul style="list-style-type: none"> – Pedram Shahyar, Sprecher und Mitglied im Koordinierungskreis von "attac" – Anton F. Börner, Unternehmer, Präsident des Deutschen Groß- und Außenhandelsverbandes – Cornelia von Wülfig, Unternehmerin, setzt sich für Entwicklungshilfe-Projekte in Ghana ein; Königin von Alavanyo/Ghana – Zusätzlicher Experte: <ul style="list-style-type: none"> • Francisco Mari, Autor "Das globale Huhn - Hühnerbrust und Chicken Wings - wer isst den Rest?"; Projektkoordinator und Berater für den Evangelischen Entwicklungsdienst EED
13.06.2007	Einmal unten, immer unten? – Willkommen in der Zwei-Klassen-Gesellschaft	<ul style="list-style-type: none"> – Horst Seehofer, CSU, stellv. Parteivorsitzender, Bundesminister für Verbraucherschutz, Sozialexperte – Cornelia Pieper, FDP, stellv. Parteibundvorsitzende – Karl Lauterbach, SPD, MdB, Buchautor "Der Zweiklassenstaat", Sozialexperte, Gesundheitsökonom – Gertrud Höhler, Publizistin und Beraterin für Wirtschaft und Politik – Udo Walz, "Star"-Friseur; "Ich komme aus armen Verhältnissen und habe es trotzdem geschafft, erfolgreich zu sein" – Zusätzlicher Experte: <ul style="list-style-type: none"> • Bernd Siggelkow, evangelischer Pfarrer, Gründer und Leiter des Berliner Kinder- und Jugendwerks "Die Arche"
20.06.2007	Wenn Pflege arm macht – Wer hilft, wenn Alte Hilfe brauchen?	<ul style="list-style-type: none"> – Norbert Blüm, CDU, ehem. Bundesminister für Arbeit und Sozialordnung – Daniel Bahr, FDP, Gesundheitspolitischer Sprecher der Bundestagsfraktion; Mitglied im Bundesvorstand – Christine Scholl, pflegte ihre Mutter zu Hause – Mariella Ahrens, Schauspielerin, Gründerin des Vereins "Lebensherbst" zur Unterstützung pflegebedürftiger, älterer Menschen – Martin Bollinger, Azubi Altenpfleger; betreut Demenzkranke

VII Transkription Fallbeispiel „Maybrit Illner: Billig, befristet, bedroht: Sind das die Jobs von morgen?“ (17.05.2007)

	Quelle/ Sprecher	Länge ²⁶¹ in sec.	Inhalt ²⁶²	Im Bild ²⁶³
1	Illner	39	Begrüßung; Früher sprach man von Hungerlöhnen – ein Wort, das nicht mehr so richtig in unsere Zeit passt. Wer hungert schon bei uns, vor allem wenn er Arbeit hat. Aber trotz all der wirklich erfreulichen Nachrichten vom Arbeitsmarkt, die Zahl der Beschäftigten, die nicht mehr leben können von dem, was sie verdienen, steigt von Jahr zu Jahr. Sie ackern in Minijobs oder drehen jahrelang bei Zeitarbeitsfirmen die Runden. Ist das also die notwendige Flexibilität, die wir immer schon gebraucht haben hier in Deutschland oder einfach nur Lohndumping. Sind diese billigen, befristeten und bedrohten Jobs quasi die von morgen? Darüber möchten wir heute diskutieren mit unseren Gästen. Ich begrüße:	<ul style="list-style-type: none"> • Schwenk über Diskussionsrunde/Schnitt auf Illner • Illner (in Kamera)
2	Männerstimme aus Off	35	<p>Wolfgang Clement: In seiner Amtszeit als Superminister führte er Minijobs, Ich-AGs und 1 Euro-Jobs ein. Heute arbeitet er für eine Zeitarbeitsfirma.</p> <p>Ministerpräsident Günter Oettinger will auf den Kündigungsschutz verzichten.</p> <p>Ver.di-Chef Frank Bsirske fordert einen Mindestlohn von 7,50 Euro. Arbeit darf nicht arm machen, sagt er.</p> <p>Der Wirtschaftsprofessor Wolfgang Gerke glaubt, die Arbeit des Menschen muss wieder einen höhe-</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Jeweiliger Gast (blickt in Kamera; Neumann unsicher) • Vogelperspektive auf Diskussionsrunde/Kameras

²⁶¹ Hier wurde die Länge jeweils eindeutig identifizierbarer Wortbeiträge der einzelnen Diskutanten gemessen. Die Länge der Beiträge wurde so lange gemessen, bis ein Sprecher seinen Beitrag abgeschlossen hatte bzw. er so unterbrochen wurde, dass ein anderer Diskutant deutlich die Redehoheit gewann. Ein Wortbeitrag endet im Sinne dieser Messung also erst, „sobald ein Sprecher die Redehoheit endgültig verloren hat und die Äußerungen anderer Sprecher nicht mehr sinnvoll als Einwürfe oder scheiternde Übernahmeversuche aufgefasst werden können.“ (Schultz 2006, S. 324) Kurze Nachfragen der Moderatoren, Redezuteilungen und Ermahnungen wurden als einzelne Diskussionsbeiträge gewertet, sobald der Moderator eindeutig die Redehoheit besaß oder er durch die Kameraeinstellung für den Zuschauer in den Fokus rückte. Die Länge von Wortbeiträgen wurde auch dann weiter gemessen, wenn der jeweilige Sprecher nicht im Bild war. Phasen, in denen es zu simultanen Äußerungen kam, wurden dem vorher identifizierten Diskussionsbeitrag zugerechnet, erst wenn ein anderer Sprecher eindeutig die Redehoheit übernahm, wurde ein neuer Diskussionsbeitrag registriert. Reaktionen der Zuschauer (Klatschen, Lachen etc.) wurden jeweils dem gerade laufenden Diskussionsbeitrag zugerechnet, da die Sprecher häufig während dieser Reaktionen weitersprachen.

²⁶² Aus forschungspraktischen Gründen wurde auf eine sprachgenaue Wiedergabe der Inhalte/Äußerungen verzichtet.

²⁶³ Auf eine (Sekunden)genaue Bildwiedergabe, die Beschreibung von Kameraeinstellungen etc. wurde verzichtet und jeweils nur unterschiedliche Bildinhalte aufgegriffen. D.h. war ein Sprecher oder Gast mehrmals im Verlaufe eines Wortbeitrages im Bild, wird er nur einmal erfasst.

			ren Preis bekommen. Gebäudereinigerin Susanne Neumann beklagt, wir Niedriglöhner lassen uns erpressen, wer aufmuckt, der fliegt.	
3	Illner	35	Hr. Clement, fangen wir mit dem gewesenen Superminister an. Sie arbeiten jetzt für eine Zeitarbeitsfirma und kennen sich aus mit dem globalen Wettbewerb. Stichwort Telekom ist diese Woche in aller Munde. 50.000 Mitarbeiter sollen ausgelagert werden und weniger verdienen. Ist das normal oder eine Zumutung?	<ul style="list-style-type: none"> • Illner • Clement • Illner/Clement
4	Clement	51	Das ist ein unternehmerisches Desaster. Die Telekom ist offensichtlich so geführt worden über die Zeit, dass sie heute in einer außerordentlich schwierigen Lage ist. Dies ist ohnedies nicht einfach aus einem öffentlichen Unternehmen umzubauen und in den privaten Wettbewerb zu gehen, in den Wettbewerb mit Privaten als Privater. Und das führt dann natürlich zu gravierenden Veränderungen, und wenn man diesen Prozess nicht auf die Reihe bekommt, was zugegeben außerordentlich schwierig ist, dann kann das zu solchen Dingen führen. Das hat aber nichts mit der allgemeinen Entwicklung zu tun, wie ich insgesamt finde, dass es ja schon eine Kunst ist, also der Arbeitsmarkt verbessert sich zur Zeit, es sind ungefähr 1 Millionen offene Stellen in Deutschland, die Tarifparteien verhandeln über höhere Löhne, zum ersten Mal wieder richtig, wie man bei der Metall beispielsweise gesehen hat, (Illner: Und sie wundern sich ...) und wir reden jetzt über Hungerlöhne; ein bisschen Deutsch ist das, ehrlich gesagt.	<ul style="list-style-type: none"> • Clement • Illner (interessiert guckend mit hochgezogenen Augenbrauen) • Insert: Wolfgang Clement, Vorsitzender „adeco-Institut“ • Clement (amüsiert) • Bsirske (amüsiert)
5	Illner	30	... wie wir darüber diskutieren können, das habe ich mir gedacht. Aber Sie sind jetzt auch nicht böse, wenn ich die Beantwortung dieser Frage ein bisschen nach hinten schiebe, weil wir tatsächlich mit der Telekom anfangen wollen, und dem, Hr. Bsirske, was selbst heute an einem Feiertag die Kollegen tun. Auch heute streiken sie, wenn auch ein bisschen auf Sparflamme. Dass gespart werden muss, wenn auf der anderen Seite 600.000 Kunden pro Quartal verloren gehen bei der Telekom, ist was, was Ihnen auch nicht in Ansätzen aus der Sicht des jetzigen Vorstandsvorsitzenden ein Verständnis abringt?	<ul style="list-style-type: none"> • Illner (dreht sich zur anderen Seite) • Bsirske/Neumann • Diskussionshalbrunde (Gerke/Bsirske/Neumann) • Illner/Neumann/Bsirske
6	Bsirske	50	Ich finde zunächst einmal gut, dass Hr. Obermann feststellt, die Hauptaufgabe des Managements ist die Verbesserung der Servicequalität; da hat er recht. Das ist die Kernaufgabe, die gelöst werden muss. Aber ich glaube, sie lösen sie nicht, indem man den Beschäftigten sagt, Rendite rauf, Löhne	<ul style="list-style-type: none"> • Bsirske: amüsiert, gut gelaunt • Insert: Frank Bsirske, Vorsitzender Ver.di

			<p>runter, Arbeitsplätze weg. Wie passt das zusammen? Dass man den Aktionären beruhigend versichert, macht euch keine Sorgen, wir halten die Dividende auf dem Rekordniveau des Vorjahres, 3,1 Milliarden werden ausgeschüttet, und gleichzeitig sagt man den Beschäftigten, wir wollen eure Löhne um 22 % absenken und für Neueingestellte gibt es 40 % weniger Lohn, dafür aber 4 Stunden mehr Wochenarbeitszeit. Ich finde, das passt nicht zusammen. Und deswegen wird er sich mit dieser Art und Weise auch nicht durchsetzen, der Herr Obermann.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Clement: amüsiert, skeptisch • Zuhörer: Clement/Oettinger (andere Diskussionshalbrunde)
7	Illner	12	<p>Korrigiere gleich, da gibt es logischerweise aus Sicht des Konzerns andere Zahlen. Da ist von 11 % die Rede, 40 % stimmen, wenn es um Neueinstellung geht. Ich sage es einfach nur, weil es anscheinend verschiedene Rechenmodelle gibt.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Illner
8	Bsirske	4	<p>Wenn man da zuzählt, was versteckt ist, dann liegt man bei 22. (<i>akkustisch schwer verständlich, da Illner lauter redet</i>)</p>	<ul style="list-style-type: none"> • gesamte Diskussionsrunde • Bsirske (amüsiert)
9	Illner	27	<p>Nächste Frage geht an Hr. Oettinger, und die lautet, dass sich die Wirtschaftszahlen wirklich gut lesen, dass Gewinne, die nicht nur DAX-Unternehmen machen in Deutschland, im Falle der DAX-Unternehmen sogar 20 %, und wir auf der anderen Seite aber Reallohneinbußen zu verzeichnen haben. Die Frage wäre also, kann die Politik Interesse daran haben, dass es sinkende Löhne gibt, wie im Falle der Telekom?</p>	<ul style="list-style-type: none"> • gesamte Diskussionsrunde; Fahrt/Zoom auf • Illner/Clement/Oettinger • Illner • Oettinger
10	Oettinger	78	<p>Die Telekom hat mit Sicherheit in den letzten 10 Jahren zuallererst Management-Fehler gemacht. Da wurde der Markt falsch eingeschätzt, da hat man zulange am Festnetz festgehalten. Man hat daher jetzt, glaube ich, eine Lage, die zum Teil durch die Führung selbst verschuldet ist. Ansonsten baue ich darauf, dass alle Beteiligten vernünftig sind. Ein wochenlanger Streik, ein Kampf, der die Dienstleistungen weiter verschlechtert, würde die Telekom in Lebensgefahr bringen. Und wir müssen wollen, dass im Kommunikationsmarkt der deutsche Marktführer mit Vodafone, mit den Franzosen, mit anderen im globalen Wettbewerb lebensfähig bleibt. Deswegen rate ich allen Beteiligten große Schlachten nicht öffentlich zu führen, sondern sich rasch zu treffen. Es sind Kompromisse machbar, damit Arbeitnehmer dort einen fairen Lohn bekommen, und trotzdem die Dienstleistungen, die Kosten besser werden. Trotz der Dividende (<i>zeigt auf Bsirske</i>) ist der Aktienkurs miserabel; mit 10 oder 11 Euro ist die Telekom tendenziell</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Oettinger • Insert: Günter Oettinger, CDU, Ministerpräsident Baden-Württemberg • Bsirske • Clement • Illner (Augenbrauen-/Stirnrunzeln) • Bsirske/Gerke

			ein Übernahmefall. Sie muss wachsen. Die muss mit guten Gewinnen, guter Dividende am Börsenkurs nach oben gehen, damit sie nicht übernommen wird, sondern in Amerika, Asien, Europa vorne mithalten kann.	
11	Illner	19	Konkurrenzfähig bleibt. Auch über die besondere Struktur der Telekom werden wir noch reden. Freuen uns ganz besonders, dass wir Susanne Neumann zu Gast haben. Fr. Neumann, Sie arbeiten seit 26 Jahren im so genannten Gebäudereinigungsgewerbe und haben Verständnis dafür, dass die Kollegen von der Telekom, von der Post jetzt auf die Straße gehen?	<ul style="list-style-type: none"> • Diskussionsrunde; Fahrt/Zoom auf: Illner/Neumann • Neumann
12	Neumann	31	(zögert) Also wenn ich könnte und wenn ich Zeit habe, stelle ich mich gerne dazu. Denn eins ist doch Fakt und wird immer wieder praktiziert: Es werden oben Fehler gemacht, die Leute werden ausgelagert; dann heißt es, ihr müsst auf Lohn verzichten, ihr müsst auf Weihnachtsgeld verzichten, ihr müsst mehr arbeiten, ihr wart vorher faule Säcke. Und das zieht sich ja in jeder Branche, egal wo man ist, fort. Aber datt man damit die Arbeitsmoral steigert, datt kannett nich sein.	<ul style="list-style-type: none"> • Neumann • Insert: Susanne Neumann, Niedriglöhnerin • Clement (brummig) • Bsirske (amüsiert)
13	Illner	20	Prof. Gerke, wir sind genauso dankbar, Sie hier zu haben. Der Mann kennt sich aus in der Finanzwelt, ist Experte für alles, was Kapitalanlagen und Investment anbelangt. Und Sie sagen, im ganz konkreten Fall der Telekom hat der jetzige Vorstandsvorsitzende eine Alternative? Kann er eingehen auf die Forderungen der Gewerkschaft, oder hat er die eigentlich nicht?	<ul style="list-style-type: none"> • Illner • Gerke
14	Gerke	68	Nein, die hat er nicht. Er trägt eine ungeheure Altlast mit sich herum, das ist eben ein Staatsunternehmen gewesen mit all den Problemen, die Staatsunternehmen mit sich herumtragen. Was bei Telekom passiert ist, ist ja schon dramatisch gewesen. Wenn man sich anschaut, wie viele Mitarbeiter bereits ihren Job dort verloren haben, welches Geld die Aktionäre der Telekom verloren haben. Also es gibt bei der Telekom ja hauptsächlich Verlierer, und auch die Kunden sind offensichtlich nicht zufrieden, denn es rennen viele Kunden weg. Nur man muss nach vorne schauen. Dann gibt es fast nur Verliererpositionen, wenn man jetzt einen harten Arbeitskampf beginnt. Das Management muss alles dafür tun, dass dieser Arbeitskampf, so schnell es geht, beendet wird. Und ich habe die Hoffnung, dass der Hr. Eick, das ist ein ganz guter Diplomat, sich mit Hr. Schröder irgendwann vielleicht mal heimlich, und dann auch wieder offiziell, an den Tisch findet. Denn der Kauf kann	<ul style="list-style-type: none"> • Gerke • Insert: Wolfgang Gerke, Wirtschafts- und Börsenfachmann • Clement • Bsirske • Neumann • Gerke (amüsiert über eigene Ausführungen) • Fahrt Diskussionshalbrunde • Insert: „Billig, befristet, bedroht – Sind das die Jobs von morgen?“

			passieren, wenn das so weitergeht. Kunden rennen erst recht weg, wenn Preise nicht stimmen, wenn die Leistung nicht stimmt. Und dann gibt es plötzlich nichts mehr zu verteilen. Es ist eine Situation, wo der Tisch zum Verhandeln eigentlich der einzige Ort ist, wo man miteinander streiten darf.	
15	Illner	20	Gut, und dann gucken wir doch trotzdem noch mal zurück. Und sagen, Hr. Clement, dass die Telekom ein Staatsunternehmen war, und dass immer noch der Bund und zwar in zweifacher Form, einmal über die KfW und einmal direkt, beteiligt ist an der Telekom. Und damit ist eigentlich, beispielsweise auch der gewesene Wirtschaftsminister, wie sehr auch daran Schuld, dass die Telekom in der jetzigen Situation ist?	<ul style="list-style-type: none"> • Diskussionsrunde (Schwenk von Gerkes Seite auf Clements Seite) • Illner
16	Clement	54	Der gewesene Wirtschaftsminister kaun, aber ich bin gerne bereit in meinem heutigen Alter, Vieles auf mich zu nehmen. Das ist nicht mehr so wichtig. Natürlich hat die Politik Mitverantwortung. Es zeigt sich bei diesen Unternehmen wie bei allen anderen, die Politik gehört nicht in Unternehmensführung. Politik muss meines Erachtens da raus, das ist eines der Probleme. Politik wird immer raten zu Lösungen, zu Lösungswegen, die nicht immer nur sachlich sind in betriebswirtschaftlichem Interesse des Unternehmens. Das spielt eine Rolle. Dieses Unternehmen war immer zu stark auf Politik orientiert. Hat eigentlich immer nur diskutiert die Frage, wie werden wir reguliert, aber es hat eben (<i>Fingerzeig auf Bsirske</i>) nicht rechtzeitig ausreichend diskutiert und Konsequenzen gezogen, was tun wir eigentlich am Markt. Wenn ich richtig orientiert bin, hat dieses Unternehmen immer noch einige hundert Produkte. Kein Mensch kann einige Hundert Produkte verkaufen; noch so gute Servicekräfte können keine Übersicht haben.	<ul style="list-style-type: none"> • Clement (amüsiert) • Bsirske (amüsiert)/Gerke • Insert: Wolfgang Clement, Minister für Wirtschaft und Arbeit 2002-2005 • Illner • Bsirske • Clement/Illner (hochgezogene Stirn)/Neumann • Bsirske/Gerke
17	Illner	2	Expandiert auch unter Ron Sommer (<i>schwer verständlich/Clement redet weiter</i>)	<ul style="list-style-type: none"> • Illner
18	Clement	14	Das ist eines der Probleme. Das Unternehmen ist zu wenig auf sich bezogen, und den Markt orientiert. Das muss geändert werden. Und da kann ich Hr. Gerke nur zustimmen, dass diese Auseinandersetzung, die kann, die muss ...(<i>sucht nach Worten</i>)	<ul style="list-style-type: none"> • Clement • Gerke
19	Illner	1	... zu einer Lösung führen.	<ul style="list-style-type: none"> • Clement
20	Clement	12	... am Tisch geführt werden, glaube ich. Hr. Bsirske kann das so nicht sehen, aber letztlich wird man ja wahrscheinlich am Tisch sich treffen müssen. Das Unternehmen ist sonst in äußerster Gefahr, das sehe ich auch so. → <i>Klatschen</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Clement • Bsirske amüsiert

21	Illner	18	Insgesamt kann man, ich werde Sie mit der Zahl hoffentlich korrekt zitieren, insgesamt kann man sagen, dass sowohl Hr. Steinbrück als auch die KfW jeweils 400 bzw. 500 Millionen Rendite im letzten Jahr ausgezahlt bekommen hat. Das ist interessanterweise exakt die Summe, die die Arbeitnehmer der Telekom jetzt einsparen sollen?	<ul style="list-style-type: none"> • Illner konzentriert • Diskussionsrunde
22	Clement	2	Ja gut, dagegen ist ja auch nichts zu sagen, dass ... (zögert)	<ul style="list-style-type: none"> • Clement
23	Illner	1	... dass der Staat die Rendite bekommt?	<ul style="list-style-type: none"> • Clement
24	Clement	22	Solange der Staat beteiligt ist. Der Staat hat ja auch genügend Geld hineingesteckt, steckt immer noch rein. Da sind ja immer noch Beamte, da sind Übergangsregelungen gefunden worden, aber die Beamteneigenschaft so vieler Mitarbeiter, da ist, glaube ich, immer noch ein Drittel, ist natürlich ein gewaltiges Problem. Das führt ja mit dazu, dass die Lösung so sehr schwierig. Dem Staat ist kein Vorwurf zu machen, auch Hr. Steinbrück oder sonst wer ...	<ul style="list-style-type: none"> • Clement • Vogelperspektive: Clement auf Leinwand über Studiopublikum; Fahrt auf: • Totale: Diskussionsrunde • Insert: Ticket-Hotline (Tel.)
25	Illner	2	... hätte sich auch nicht zurückhalten könne und hätte sagen können ...?	<ul style="list-style-type: none"> • Illner (zieht Schüppchen)
26	Clement	6	... ist nicht Unternehmensleiter, sitzt nicht im Aufsichtsrat. Wir müssen da wirklich die Funktionen sehr sauber auseinanderhalten.	<ul style="list-style-type: none"> • Clement
27	Illner	4	Aber ist der Aktionär, das ist nicht ganz unwichtig, und damit auch Eigner, haben wir ja gerade festgehalten.	<ul style="list-style-type: none"> • Clement • Illner (trotzig, ‚Schmollmund‘)
28	Clement	13	Aber auch die Aktionäre leiten nicht das Unternehmen, dazu gibt es Vorstand und Aufsichtsrat. Das muss man sauber auseinander halten, sonst geht es überhaupt nicht mehr auseinander, wenn man da jetzt die Politik noch mehr hineinzieht. Politik muss letztlich raus. Aber die wird natürlich jetzt nur rausgehen, wenn die Situation sich verbessert hat.	<ul style="list-style-type: none"> • Clement (erhobener Zeigefinger) • Bsirske • Gerke
29	Illner	23	Die Politik hat, Hr. Bsirske ist gleich dran, die Politik hat interessanterweise dafür gesorgt, dass sogar eine Heuschrecke hinein durfte. Im Jahr 2002 wurde Blackstone mit hineingekauft. Große Koalition, der ist das zu danken. Können Sie erklären, warum Sie glauben, dass das gute, sozialverträgliche Politik ist, ausgerechnet in dieses Unternehmen eine so genannte Heuschrecke hineinzuholen?	<ul style="list-style-type: none"> • Totale: Illner Gesicht zu Clement/Oettinger, beschwichtigender Arm zu Bsirske auf der anderen Seite

30	Oettinger	42	<p>Blackstone ist ja nicht dominant, hat nur einen kleinen Anteil (Illner: 4 %). 4 %. Und ich glaube, damit kein Problem. Entscheidend ist doch folgendes: Wir müssen Aktionäre finden, wir müssen an der Börse eine objektiv gute Nachfrage nach Telekom-Aktien besorgen. Dies geht nicht allein mit Schauspielern, mit Manfred Krug (<i>Illner: lacht</i>). Dies geht nur mit steigendem Börsenwert und mit Ausschüttung. Sie müssen selbst für sich prüfen, kaufen sie im Augenblick Telekom-Aktien. Ich würde Ihnen eher abraten (Illner: Ich kaufe gar keine gerade, <i>lacht</i>). Das heißt aber, wenn wir wollen, dass die Telekom-Aktien nachgefragt werden, dann müssen wir dem Vorstand zugestehen, dass er auch den Aktionären etwas Ausschüttung geben muss, egal ob sie der Staat sind oder es private Dritte sind.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Oettinger • Insert: Günther Oettinger, CDU • Oettinger/Illner • Clement (amüsiert) • Bsirske
31	Illner	73	<p>Interessant, hier gibt es dann also doch diese kleine unterschiedliche Einschätzung, je nach dem um wen man sich gerade mehr kümmern soll, um den Eigner, den Vorstandsvorsitzenden oder die Aktionäre (Clement: Die Kunden) oder die Kunden. Hr. Bsirske, wir sind bei Ihnen und gucken uns mal zusammen an, wie eigentlich Ihre Konkurrenz aussieht, wie die Konkurrenz der Telekom Arbeitnehmer aussieht, nämlich Menschen, die in Call-Centern arbeiten und nicht Mitarbeiter der Telekom sind, und das sind recht erstaunliche Zahlen.</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ <i>Liest Grafik Daten vor</i> <p>Ich weiß, dass Sie auch gegen diese Zahlen Protest einlegen werden und sagen werden, (Bsirske: Woher wissen Sie das?) da werden Dinge verglichen, die gegebenenfalls nicht verglichen werden können. (Bsirske: Woher wissen Sie das?) Ich habe damit gerechnet, dass sie sagen werden, da sind Sondereinkünfte dabei (Bsirske: Nein), da ist Weihnachtsgeld dabei (Bsirske: Nein). So das ist eine ziemlich eklatante, um nicht zu sagen 50prozentige Spanne zwischen den Zahlen, über die Sie reden. Frage an Sie: Verteidigen Sie Arbeitnehmer, verteidigen Sie Kollegen, die eigentlich extrem privilegierte Jobs haben?</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Oettinger • Oettinger/Clement/Illner/Neumann; Schwenk auf: • Illner/Neumann/Bsirske • Illner • Grafik 1 (siehe unten) • Vogelperspektive: Leinwand mit Grafik, unten Diskussionsrunde • Fahrt auf Diskussionsrunde • Bsirske
32	Bsirske	157	<p>Was ist ein extrem privilegierter Job? Und was ist ein Job der mit 16.000 Euro Jahresgehalt nach Hause geht? In einem Unternehmen, das gewerkschaftlich völlig unterorganisiert ist, und deswegen auch nicht auf Seiten der Beschäftigten die Kraft hat entwickeln können, zu vernünftigen Lohnniveaus zu kommen, und jetzt mit diesen Lohnniveaus in Konkurrenz gesetzt wird zu einem Unternehmen mit einem ordentlich gewerkschaftlichen Organisationsgrad und ordentlichen Löhnen; und</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Bsirske • Insert: Frank Bsirske, Vereinigte Dienstleistungsgewerkschaft Ver.di • Neuman • Clement

			<p>die Löhne im Monteursbereich oder im Call-Center-Bereich der Telekom bewegen sich im Mittelfeld der Industrielöhne: Wir haben bei Vodafone höhere Löhne, wir haben bei Siemens höhere Löhne, wir haben in der Elektroindustrie in Baden-Württemberg zum Beispiel (<i>zeigt auf Oettinger</i>) höhere Löhne als bei Telekom, und sind jetzt damit konfrontiert, dass ein Vorstand, der den Aktionären 3,1 Milliarden Euro Dividende zum zweitenmal hintereinander ausschüttet, sagt, wir wollen unter das Niveau des Handwerks in Rheinland-Pfalz mit unseren Löhnen. Und da kann ich nur sagen, das passt nicht zusammen. Und das passt schon gar nicht zu einer Situation, wo in der Tat das Serviceproblem das Hauptproblem ist. Hr. Clement, nachdem in den letzten 16 Jahren nach Privatisierung 16 Umorganisationen stattgefunden haben, wo die Abläufe nicht mehr stimmen, Schnittstellen nicht mehr stimmen, 20 IT-Systeme im Einsatz sind, wo man 14 Masken aufrufen muss, bevor man beim Kunden auf dem Bildschirm ankommt, wo der Laden, ich sag das mal despektierlich, nur funktioniert, weil sich die Beschäftigten im ganz hohen Maße identifizieren mit ihren Unternehmen, mit dem was sie tun, und versuchen das rauszureißen, was durch Organisationsfehler, was durch Managementfehler falsch gelaufen ist in den letzten Jahren, und jetzt dafür damit belohnt werden, dass gesagt wird, wir holen euch mal bei den Löhnen runter, damit wir den Aktionären die Dividenden durchreichen können, die wir auf eurem Rücken sparen. Das passt nicht zusammen, und dann bin ich bei Hr. Clement und an der Stelle auch bei Hr. Oettinger. Ja, dann ist man gut beraten, sich an den Verhandlungstisch zurückzugeben, mal zu überlegen, ob man die Neugründung der Servicegesellschaften wirklich durchziehen will, die man mit dem einzigen Ziel verfolgt, runter zu kommen vom Lohnniveau, das man hat, und rauf zu kommen auf ein Lohnniveau, das am untersten Ende der vergleichbaren Löhne unter dem Niveau des Handwerks liegt. Beim drittgrößten DAX 30 Konzern in Deutschland. Das passt nicht zusammen und das geht schief.</p> <p>→ <i>Klatschen</i></p>	<ul style="list-style-type: none"> • Anderes Halbrund: Oettinger/Clement • Neuman (nickend) • Clement (Grimasse) • Diskussionsrunde • Insert: Diskutieren Sie mit im Internet, www.maybrit-illner.zdf.de • Illner (zeigt mit dem Finger, will eingreifen)
33	Illner	8	<p>Gut, dann geben wir die Frage noch mal weiter. Sie dürfen sich aussuchen, wer antworten möchte. Ich frage noch mal: Ist es im Interesse der Politik, wenn die Löhne dahin rutschen?</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Illner (wendet sich zur anderen Seite) • Studiopublikum (klatschend)
34	Clement	100	<p>Das Interesse der Politik (Illner: Wir haben den Vorstandsvorsitzenden jetzt gerade nicht hier) ist</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Clement • Bsirske

			<p>dabei gar nicht gefragt, sondern wir reden über den Zustand in Unternehmen und dem Arbeitsmarkt. Politik ist bei uns viel zu viel in allen möglichen Arbeitsmarktdiskussionen. Aber im Interesse der Politik, was soll die dazu sagen, da würde jeder Politiker, das bin ich ja nicht, Ihnen sagen, nein. Ich verstehe die Argumentation völlig (<i>zeigt auf Bsirske</i>). Es ist x-mal die Strategie gewechselt worden bei der Telekom; immer mit der Perspektive, jetzt wird alles besser, und es ist eben nicht besser geworden, sondern schlechter. So baut man kein Vertrauen auf in ein Unternehmen, das man braucht, wenn man erfolgreich sein will. Das ist gar keine Frage. Auch die Arbeitnehmer: Von 38.000 Euro im Jahr runter gehen zu sollen in so einer Größenordnung, das ist natürlich kein Pappentiel. Man muss ja immer sehen, aus welcher Situation kommt man. Nur es führt kein Weg daran vorbei, da bin ich anderer Ansicht, das nutzt jetzt alles nichts; das Unternehmen ist in einem Zustand, in dem die Wettbewerbsfähigkeit nicht mehr gewährleistet ist, in dem das Unternehmen gefährdet ist. Wenn man die Aktionäre so behandeln würde, wie Frank Bsirske sagt, würde man Desaster am Aktienmarkt erleben. Also es muss ein Weg gefunden werden, die Kosten müssen runter, der Service muss besser werden. Ob das der richtige Weg ist, das will ich nicht entscheiden. Ich bin nicht der nächste, der verkünden sollte, welche Strategie da gefahren wird. Nur dass ein wesentlicher Wechsel stattfinden muss, dass das Unternehmen am Markt besser werden muss, dass diese Verluste am Markt gestoppt werden müssen mit allen Mitteln. Daran kann es keinen Zweifel geben (Bsirske:“ ... Angebot“, <i>schwer verständlich, weil Clement weiter redet</i>) Ich kann das nicht im Einzelnen diskutieren. Dazu bin ich nicht in der Lage. Ich bin nicht im Unternehmen drin, und die Zeiten, in denen ich von außen versucht habe, Unternehmen zu sagen, wie es drinnen am besten läuft, die sind für mich vorbei.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Insert: Wolfgang Clement, Minister für Wirtschaft und Arbeit 2002-2005 • Bsirske/Gerke • Clement/Bsirske • Illner (skeptisch; hochgezogene Stirn) • Diskussionsrunde; Rückfahrt auf Vogelperspektive
35	Illner	1	<p>Also da wenigstens dazu gelernt (<i>akkustisch schwer verständlich, da Oettinger beginnt zu reden</i>).</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Illner
36	Oettinger	37	<p>Es muss vor allem schnell gehen. Es muss schnell gehen. Wenn die Telekom noch wochenlang Schlagzeilen macht, werden die Verbraucher, werden wir, zu anderen Anbietern gehen, und die Telekom wird die Kunden, die sie verloren hat, nicht mehr rasch zurückgewinnen. Zweitens: Ich glaube, dass 12 Prozent Lohnsenkung zu viel sind, nicht fair sind, aber ich glaube andererseits, dass 34</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Illner • Oettinger • Bsirske • Diskussionshalbrunde (Illners Arm zeigt zu anderem Halbrund)

			<p>Wochenarbeitsstunden auch nicht das Maß aller Dinge bleiben können. Ich glaube, dass man hier mit etwas mehr Arbeit, den Lohn eher rechtfertigen, die Dienstleistung verbessern, den Service steigern kann. Und deswegen: Rasch zusammensetzen und nicht wochenlang die Barrikaden aufbauen, damit Telekom wieder arbeiten kann.</p> <p>→ <i>Klatschen</i></p>	<ul style="list-style-type: none"> • Fahrt von linkem Halbrund auf gesamte Runde, Totale
37	Illner	22	<p>Dann fragen wir uns bei der Telekom, und fragen den anwesenden Gewerkschafter in der Runde: Ob Sie am Ende sich so was vorstellen können, dass Sie erstens das Reden wieder aufnehmen, und zweitens, dass man sich an beide Positionen annähert, oder sagen Sie, dass ist jetzt ein solcher Kampf Spitz auf Knopf, wir werden bei unseren harten Positionen bleiben. Kurze Antwort.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Illner • Bsirske • Illner/Bsirske
38	Bsirske	37	<p>Ich bin ganz sicher, dass am Ende der Verhandlungstisch zurückgewonnen werden muss. Dass am Ende auch beide Seiten überlegen müssen, wie sie aufeinander zugehen können. Wobei man fairer Weise, Hr. Oettinger, hinzufügen sollte, dass eine Arbeitszeitreduzierung bei Lohnverlust stattgefunden hat, um 10.000 Arbeitsplätze überhaupt zu retten, die andernfalls schon zu 10.000 Arbeitslosen mehr geführt hätten, wenn diese Reduktion der Arbeitszeit gewerkschaftlich, tariflich nicht vorgenommen worden wäre bei Reduzierung des Lohnniveaus. Das finde ich, sollte man fairer Weise dazu sagen, wenn man auf die 34 Stunden hinweist.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Bsirske • Insert: Frank Bsirske, Vorsitzender Ver.di • Clement • Clement/Oettinger
39	Illner	15	<p>Und nun ist, Hr. Prof. Gerke, das eine immer wiederkehrende Diskussion, dass die Arbeitnehmer das Gefühl haben, sie werden im Grunde so erpresst durch die Situation der Unternehmen, dass sie eigentlich alternativlos das akzeptieren müssen, was man ihnen anbietet?</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Illner
40	Gerke	41	<p>Ja, sie sind auch alternativlos zum Teil. Das muss man einfach sehen. Und die Gewerkschaften sind in einer schwierigen Situation, das sieht man ja auch bei Ihnen (<i>wendet sich Bsirske zu</i>). Ihnen rennen ja auch zum Teil die Mitglieder weg. Gewerkschaften sind in globalisierter Welt machtloser geworden. Wenn es nur nach der Telekom geht, kann man mit Streik viel erreichen (<i>wendet sich Bsirske zu</i>), aber mit dem Streik schädigen Sie eigentlich auch die eigenen Arbeitsplätze, weil die Kunden dann wegrennen, und diese Situation ist für die Gewerkschaften so schwierig. Und da gibt es dann in der Tat auch zum Teil eine Einigung auf ein Lohnniveau, was plötzlich wesentlich niedriger ist, als das vorher war. Ob das der richtige Weg</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Gerke • Bsirske • Insert: Prof. Dr. Wolfgang Gerke, Kapitalmarkt-Experte • Illner • Gerke/Bsirske

			einer Gesellschaft ist, das ist die nächste Frage, nur die Telekom ist ja nicht da, die Gesellschaft zu sanieren, sondern die Telekom muss erst mal sich selber sanieren.	
41	Illner	24	Und vielleicht wandern wir deswegen auch mal gedanklich von diesem einzelnen Unternehmen weg, Fr. Neumann, und gucken uns mal an, worüber die große Politik gerade streitet. Sie streitet über das Modewort oder das wichtige Wort „Mindestlohn“. In Ihrer Branche, in der Gebäudereinigung, gibt es einen. Da gibt es einen festgelegten Mindestlohn, der ab dem 1. Juli auch überall gelten soll. Sind Sie froh darüber?	<ul style="list-style-type: none"> • Illner • Neumann • Illner/Neumann
42	Neumann	48	Also unser Tarifvertrag kam in das Entsendegesetz. Wir haben ab dem 1. 7. den Mindestlohn von 7,87 Euro. Was natürlich, ich sag mal, ein kleiner Grundstock ist. Wenn sie für diesen Lohn arbeiten müssen, haben sie als alleinstehende Mutter vielleicht 950 bis 1000 Euro zur Verfügung. Und wenn man damit seine Kinder erziehen muss, sind das in meinem Augen Hungerkünstler, das sind Familienmanager, die eine Wahnsinns-Aufgabe haben, diesen Monat zu überstehen. → <i>Klatschen</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Neumann • Insert: Susanne Neumann, Niedriglöhnerin • T-Shirt Fr. Neumann: „Ich putze Deutschland“ • Bsirske • Clement/Oettinger • Studiopublikum (Klatschend)
43	Illner	36	Interessanterweise, gibt es diese Auseinandersetzung jetzt in der Politik auch zwischen SPD und CDU. Sie haben als Superminister, Hr. Clement, immer gegen den Mindestlohn gestimmt und gearbeitet, der Arbeitsminister ... Ich kann Sie gerne damit zitieren, mach ich auch gleich, weil Sie die Stirn so runzeln, ich reagiere auf jede (<i>Illner lacht</i>) Ihrer physischen Reaktionen (Clement: Ja das ist ja ihr gutes Recht, das mach ich auch). Okay, und Franz Münterfering, der jetzige Arbeitsminister macht gerade genau das Gegenteil: Er kämpft wie ein Berserker, wie ein Höllenhund, wie ein Zerberus, möchte man fast sagen, für den Mindestlohn. Haben Sie da nicht die richtige Amtsübergabe gemacht oder versteht er Sie nicht?	<ul style="list-style-type: none"> • Illner • Clement • Totale auf Diskussionsrunde • Insert: „Billig, befristet, bedroht – Sind das die Jobs von morgen?“
44	Clement	60	Ich habe keine Amtsübergabe gemacht, ich habe ja zwei Nachfolger, ich wusste ja nicht, zu wem ich gehen sollte. (<i>Gelächter im Publikum</i>) In Wahrheit habe ich den Mindestlohn im Bau eingeführt (Illner: Im Bau, das stimmt) und für allgemein verbindlich erklärt, und das ist auch meine Haltung immer gewesen. Ich bin für tarifvertraglich zu vereinbarenden Mindestlöhnen, da wo es notwendig ist. Früher sagte man, wenn eine starke Gewerk-	<ul style="list-style-type: none"> • Totale • Clement • Illner • Insert: Wolfgang Clement, Minister für Wirtschaft und Arbeit 2002-

			<p>schaft da ist, die unterste Lohngruppe ist der Mindestlohn. Aber da, wo das nicht gewährleistet ist, wird man einen so genannten Mindestlohn einführen, wie jetzt im Gebäudereinigungshandwerk, wie vorher im Bau. Das ist auch absolut richtig. Und die kann und sollte man aus meiner Sicht für allgemeinverbindlich erklären. Und weil Sie sicher gleich nach der Zeitarbeit fragen, wir haben auch, also das Unternehmen, mit dem ich zusammenarbeite, ich bin da nicht beschäftigt, aber mit dem ich zusammenarbeite, (Illner: Adecco) das hat mit dem DGB einen Mindestlohn vereinbart, der muss jetzt für allgemein verbindlich erklärt werden. Wenn Franz Münterfering die Freiheit gewonnen hat, (<i>amüsiert</i>) die er braucht, dann kann er den auch für allgemein verbindlich erklären. Dann muss er allerdings den sogenannten Christlichen Gewerkschaftsbund noch etwas zurückdrängen. So, und das können Sie auf verschiedenen Feldern machen...</p>	<p>2005</p> <ul style="list-style-type: none"> • Bsirske • Oettinger/Clement/Illner/Gerke • Oettinger • Gerke • Neumann
45	Illner	6	<p>Zeitarbeit reden wir gleich, wir bleiben jetzt erst noch eine Sekunde beim Mindestlohn, damit wir geordnet diskutieren.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Illner • Clement
46	Clement	30	<p>... ja, damit ich das auch ordentlich sage, ich glaube, diese Diskussion, die wir da führen, ist für mich an Absurdität nicht zu überbieten. Was wir tatsächlich machen müssen, ist, wir müssen dafür sorgen, dass die Leute aus diesen Jobs rauskommen, d.h. wir müssen diskutieren, wie qualifizieren wir die Leute, (Neumann: Und wer putzt dann?) wie schaffen wir die Leute wirklich raus aus dieser Situation. Es hat doch keinen Zweck, wir diskutieren nur über soziale Schutzrechte hier, wir müssten eigentlich diskutieren, was investieren wir in die Qualifikation der Menschen, um sie aus dieser Situation endlich in vernünftige Jobs zu bringen, denn wir haben über eine Millionen offene Jobs in Deutschland (Neumann <i>gleichzeitig</i>: Aber wenn Sie 850.000 Menschen ...) → <i>Klatschen</i></p>	<ul style="list-style-type: none"> • Clement • Bsirske • Insert: Wolfgang Clement, Zeitarbeitsfirma „adecco“ • Neumann • Illner
47	Neumann	15	<p>... wenn Sie 850.000 Menschen, wie Sie gerade sagten, aus unseren unqualifizierten Beruf hinaus wollen, wer macht denn dann unsere Arbeit. Das ist doch Quatsch, wir wollen doch nur abgesichert sein. (Clement: Also wir haben genügend ...)</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Neumann • Clement
48	Illner	1	<p>Gebäudereinigung, wer macht dann die Jobs?</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Illner
49	Clement	54	<p>Also wir haben wirklich genügend Leute. Wir könnten, wenn es darauf ankommt, sogar die Grenzen öffnen, was andere Staaten längst tun. Was Großbritannien tut, was Dänemark tut und andere Staaten. Wir müssen nur einmal den Mut</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Illner • Clement • Neumann

			haben, uns wirklich auf unsere Qualitäten zu beziehen, auf unsere Qualitäten, unser Können zu besinnen. Wir sitzen schon wieder da und versuchen zu verteidigen, was nicht zu verteidigen ist. Wir sind in einer offenen Welt. Der Markt, den wir hier zu verteidigen glauben, glauben verteidigen zu können, den werden wir nicht verteidigen, sondern der Wettbewerb wird immer stärker werden, der Außendruck wird immer stärker werden. (Illner: Der ist schon sehr stark) Deswegen müssen wir rechtzeitig alles tun, dass wir von den Kinderkrippen, über die Kindergärten, Schulen, Hochschulen, Wissenschaft und Forschung, alles da hinein investieren (Neumann: Aber bis das durchgesetzt ist, muss man doch leben können). Unsere ganze Kraft da hinein investieren. Wir diskutieren seit über 1 Jahr, ob wir einen gesetzlichen Mindestlohn machen oder nicht. Der ist falsch aus meiner Sicht, und wird uns aus der Kalamität mit Sicherheit nicht herausholen.	<ul style="list-style-type: none"> • Oettinger/Clement/Neumann
50	Illner	9	So da ist jetzt noch mal klar, Sie sind gegen den gesetzlichen Mindestlohn, halte ich jetzt nur noch mal fest, und Fr. Neumann fragt sich zu Recht, was in der Zwischenzeit passiert, solange die Politik streitet?	<ul style="list-style-type: none"> • Clement • Illner (in Bewegung von Clement zu Neumann) • Neumann
51	Neumann	58	Es ist doch so: Es ist Monatsende, ich habe den ganzen Monat gearbeitet, ich muss davon leben, meine Kolleginnen müssen davon leben. Die Mütter, die bei mir im BR-Büro sitzen und die nicht wissen, wie sollen sie die Schulbücher bezahlen, diese Shit-Zahnspangenrechnung, und, o Gott, mein Kind hat noch eine Kommunion. All das ist nicht mehr finanzierbar. Ob die woanders noch weniger verdienen, das ist mir im Moment shit-egal. Ich muss meine Kinder, meine Kollegin, die müssen wirklich von diesem Geld in irgendeiner Form leben. Ich spreche von 7,87 Euro. Es werden Löhne gezahlt von 4 und 3 Euro. (<i>Richtung Clement/Oettinger</i>) Ist es denn vernünftig, ist es denn normal in Deutschland, dass man einen ganzen Monat arbeitet und kann seinen Strom, seine Heizung nicht andrehen? → <i>Klatschen</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Neumann • Insert: Susanne Neumann, Gebäudereinigerin • Clement/Illner/Neumann • Clement • Clement/Oettinger
52	Oettinger	8	Also, dass wir ein Mindesteinkommen brauchen, ist unstrittig. Wir müssen die Existenz von jedem Einzelnen sichern, die Frage ist aber nur .. (Neumann: Ich möchte doch morgens im Spiegel nur ...) Darf ich auch mal...	<ul style="list-style-type: none"> • Diskussionsrunde: Fahrt • Oettinger/Clement/Illner: Fahrt

53	Neumann	8	Ich möchte doch morgens im Spiegel gucken können und nicht auf meine Abrechnung gucken, und dann gucken, was krieg ich noch vom Arbeitsamt. Das kann es doch nicht sein (Oettinger gleichzeitig: Schauen Sie, Schauen Sie es gibt doch Gutachten ...) → <i>Klatschen</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Oettinger/Illner/Neumann • Oettinger • Studiopublikum
54	Oettinger	47	... Schauen Sie es gibt doch Gutachten. Ein Mindestlohn von 7 oder 8 Euro wird Arbeitsplätze zunichte machen. Da kommen Schwarzarbeiter, da kommt Verlagerung, d.h. meine Bitte (Neumann: Zeigen Sie mir Vergleiche aus anderen Ländern) man kann (Neumann: Zeigen Sie mir Vergleiche aus anderen Ländern) die Regeln der Marktwirtschaft nicht ausblenden. Ich bin dafür, dass durch Kombilohn der Lohn ergänzt wird und jeder seine Existenzsicherung bekommt. Aber man kann nicht in Branchen (Neumann: Wer zahlt den Kombilohn?; Clement: Jaja, genau; Neumann: Die fünf, die noch eine richtige Anstellung haben?) wie dem Friseurgewerbe oder dem Fleischergewerbe oder anderen Gewerben sagen, 8 Euro ist das Mindeste. Das geht schief. (Illner: Hr. Oettinger, wir gucken uns) Wir reden über eine Welt mit offenen Grenzen, und meine Bitte ist, wir sollten die soziale Ergänzung für eine Existenzsicherung besprechen, aber nicht den Lohn dorthin schrauben, dass Arbeitsplätze in großer Zahl verloren gehen. → <i>Klatschen</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Oettinger • Studiopublikum • Oettinger/Neumann • Oettinger, Insert: Günter Oettinger, CDU, Ministerpräsident Baden-Württemberg • Neumann • Illner
55	Illner	1	Wir gucken uns kurz mal ...	Oettinger
56	Neumann	12	In anderen Ländern ist doch auch nicht die Arbeitslosenzahl gravierend nach da oben geschossen, weil man (<i>zögert</i>) den Dienstleister für 4 Euro nicht mehr abfertigt.	<ul style="list-style-type: none"> • Neumann (Illners Arm auf Schulter)
57	Oettinger	3	Wo meinen Sie konkret? (<i>Clement im Hintergrund gleiche Frage</i>)	<ul style="list-style-type: none"> • Oettinger • Neumann
58	Bsirske (off)	12	In 20 von 27 EU-Staaten, nehmen Sie Großbritannien, nehmen Sie Belgien, nehmen Sie Luxemburg, nehmen Sie Irland (Oettinger <i>gleichzeitig</i> : Wir haben doch starke Tarifpartner. Ich traue Ihnen zu, dass sie verhandeln und einen gerechten Lohn für ihre Gewerkschaftsmitglieder aushandeln)	<ul style="list-style-type: none"> • Neumann (gibt auf) • Studiopublikum (Mann und Frau mit gleichem T-Shirt wie Neumann)
59	Illner	25	Sekunde, ich schlage mal was vor, Sekunde, ich schlage gleich mal vor, Hr. Oettinger ganz kurz, wir gucken uns mal zusammen an, wo eigentlich Löhne in Deutschland schon liegen. Summen sind hier schon gefallen, hat Fr. Neumann schon angesprochen. 7,50 Euro ist der gewerkschaftlich geforderter Mindestlohn (<i>guckt zu Bsirske</i>), der jetzt im Raum steht. Aber wir schauen mal, was mittlerweile für Niedriglöhne in	<ul style="list-style-type: none"> • Totale (Vogelperspektive) auf Diskussionsrunde • Illner • Bsirske

			Deutschland gezahlt werden. Niedriglöhne in Deutschland und davon kann man dann tatsächlich nur noch schwer leben.	
60	Einspieler/Off-Stimme	20	Niedriglöhne in Deutschland, tariflich vereinbart: Friseurin: 3,06 Euro/h (<i>Insert; Stimme: ab ...</i>) Wachmann : 5,93 Paketbote: 6,05 Bäckereifachverkäuferin: 6,56	<ul style="list-style-type: none"> • Personen bei typischen Tätigkeiten der jeweiligen Berufe, Grafiken mit Niedriglohn
61	Illner	13	So bei der Bäckerei kann man schwer sagen, dass da die Globalisierung vor der Tür steht, man kann auch bei der Blumenbinderin schwer sagen, dass da die Globalisierung vor der Tür steht, bei der Gebäuderei- nigerin auch nicht, können von diesen Löhnen Men- schen Leben? (<i>guckt Oettinger an</i>)	<ul style="list-style-type: none"> • Illner • Bsirske • Oettinger
62	Clement	54	Na müssen sie ja nicht, und tun sie ja auch nicht, son- dern sie bekommen ja (<i>Hohngelächter Publikum und Neumann</i>), (Oettinger: Nein, sie bekommen ergänzend Sozialleistungen, <i>Schwer zu verstehen</i>) ich wiederhole es trotzdem, sie tun es nicht und sie müssen es nicht. Sie bekommen aus dem Arbeitslosengeld II eine Er- gänzung (Illner: Die Aufstocken). Sie bekommen eine Aufstockung, das ist ein Kombilohn. Da kann man jetzt noch alle möglichen neuen Modelle erfinden. Im Ergebnis andere Lösungen wird man nicht finden. Weil man die Grenzen zu anderen Jobs sonst so eng macht, dass niemand aus diesen Jobs herauswechselt. Das ist ein Problem, darüber kann man sich mokieren (Illner: Wir haben verstanden). Niemand von uns ver- teidigt, weder Hr. Oettinger noch ich, wie komme ich dazu zu verteidigen, dass jemand 3 Euro bezahlt dort. Nur manche dieser Jobs werden überhaupt nicht mehr stattfinden. Im Sicherungsgewerbe haben Sie das: Da sind manche dieser Jobs, die mit 4, 5 Euro bezahlt werden, die ja auch von anderen Menschen wahrge- nommen werden, da kommen sie nicht dran vorbei. Dann sind diese Jobs einfach weg, da muss man sich drüber klar sein (Illner: Hr. Bsirske, Sie haben ...)	<ul style="list-style-type: none"> • Illner (dreht Au- gen zu Clement) • Studiopublikum (sprechen unter- einander) • Clement • Neumann • Oettinger/Cle- ment/Illner • Illner
63	Bsirske	10	(<i>Nicht zu verstehen</i>), ... der Löhne macht für 3,60 Euro, den machen wir dann zu, oder wie. (Clement: Was machen wir?) Dann machen wir den Bundestag zu oder wie (Clement: Aber Ihr habt doch die Verträge), wo das Bewachungsgewerbe Löhne von 4,63 zahlt. → <i>Klatschen</i> Den machen wir dann zu. (Clement: Ich habe nicht die Absicht...)	<ul style="list-style-type: none"> • Bsirske (amüsiert)

64	Clement	13	<p>Ich habe nicht die Absicht, mich beschimpfen zu lassen für Verträge, die Ihr abgeschlossen habt (Illner: Das wäre jetzt meine nächste ...). Ihr habt doch Tarifverträge abgeschlossen, die unterhalb (Illner: Also das wäre jetzt meine nächste Frage gewesen...)</p> <p>→ <i>Klatschen</i></p> <p>Also Ihr seid vielleicht witzig, Ihr seid vielleicht witzig, also irgendwie müssen wir ja noch in der Realität bleiben.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Clement (amüsiert) • Studiopublikum lacht, klatscht
65	Illner	17	<p>Hr. Clement, das Argument ist angekommen (Clement: Na hoffentlich). Einfach mal ganz kurz die Luft anhalten, (<i>Gelächter im Studiopublikum</i>) damit er was sagen kann. Hr. Bsirske, das sind alles tarifliche Löhne, die die Gewerkschaft mit ausverhandelt hat, und jetzt setzen Sie sich hier hin (Clement: Und machen mich zur Sau, <i>akustisch kaum verständlich</i>) und erklären diese Löhne für ausbeuterisch, für erpresserisch und bekämpfungswert, warum haben Sie nicht dagegen gekämpft?</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Bsirske (ernst) • Oettinger/Clement/Illner • Illner • Illner/Bsirske
66	Bsirske	95	<p>Wir kämpfen dagegen, denn wir sind es gewesen, die das Thema Mindestlöhne auf die Tagesordnung gesetzt haben, daran kann es keinen Zweifel geben (Illner: Aber sie haben es mit unterschrieben). Wir reden über Löhne, die unter Bedingungen stattfinden, die u. a. Hr. Clement mit geschaffen hat: Mit Hartz IV, mit der Zumutbarkeitsregelung, die es ermöglicht, Arbeitslosengeld II-Empfängern zuzuweisen für einen Lohn, der auch noch 30 % (Oettinger: Aber Hr. Bsirske), jetzt bin ich dran Hr. Oettinger, der noch 30 % unter dem ortsüblichen Lohn liegt, mit einer Leiharbeitsgesetzgebung, die es ermöglicht, Firmen zu gründen, Teile der eigenen Beschäftigten auf diese Firmen zu übertragen, und sie anschließend zurückzuerleihen zu niedrigem Lohn mit der Befristung von Arbeitsverhältnissen, die die Leute unter Druck setzen und sie in eine Situation bringen, wo sie mit Entlassung rechnen müssen, wenn sie anfangen sich gewerkschaftlich zu betätigen. Und jetzt wird im Grunde, ich sage heuchlerisch, ich sage heuchlerisch, wird gesagt, aber ihr macht solche Tarife (<i>Neumann klatscht, Studiopublikum daraufhin ein bisschen</i>), wo ihr mit den Bedingungen, die ihr gemacht habt, selbst dazu beigetragen habt, dass wir Schwierigkeiten haben. (Oettinger: Wir haben ... Politik Tausend Arbeitsplätze gebracht; <i>schwer verständlich</i>) Nein, nein, ich bin noch nicht fertig, ich bin noch nicht fertig, Hr. Oettinger, (Oettinger: Wir haben letztes Jahr 600.000 neue sozialversicherungspflichtige Arbeitsplätze geschaffen) ich bin noch nicht fertig, Hr. Oettinger.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Bsirske • Insert: Frank Bsirske, Vereinigte Dienstleistungsgewerkschaft Ver.di • Neumann (nickt) • Oettinger • Oettinger/Clement • Clement • Bsirske/Clement

			<p>Ich möchte gerne ins Musterländle gucken (Oettinger: Dürfen Sie), ich war im Landkreis Heilbronn und im Landkreis Hohnlohe, was passiert da? Landkreis schreibt einen Auftrag aus für die Abfallentsorgung, den Auftrag kriegt der billigste Jakob, der setzt einen Subunternehmer ein, der setzt wieder einen Subunternehmer ein und der setzt polnische Arbeitskräfte ein, (→ <i>Klatschen</i>) die alle drei Monate rausrotieren und durch andere polnische Arbeitskräfte ersetzt werden. 5 Euro brutto für netto auf die Hand, das ist die Situation in ihrem Musterländle. Und jetzt gucken wir auf die Post...</p>	
67	Oettinger	25	<p>Lieber Hr. Bsirske, wir haben bei uns 5 % Arbeitslosigkeit, (Bsirske: Jetzt gucken wir auf die Post) weil wir eine gute Bildung haben, die Menschen in Baden-Württemberg haben ein gutes Sozialniveau. Wenn das Gehalt zu gering ist, wird Sozialleistung gezahlt. Übrigens man kann den Polen nicht verbieten, für 4 Euro zu arbeiten (Bsirske: Nein, nein schon klar). Nein, nein, Sie müssen wissen, (Illner: Darf ich noch mal) wir leben nicht mehr auf einer nationalen Insel, sondern wir haben einen globalen Markt. (Bsirske <i>gleichzeitig zu Illner</i>: Ich würde ganz gerne noch mein Beispiel zu Ende bringen; Illner: Ja, ich wollte ganz gerne noch mal, Hr. Bsirske, noch mal dazwischen) Übrigens die Gesetze hat ihre Partei mitgetragen, die Grünen.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Bsirske • Oettinger • Oettinger/Bsirske
68	Illner	13	<p>Ganz kurz dazwischen fragen, (Bsirske: Ich würde ganz gerne mein Beispiel zu ende bringen) ganz kurz, Sekunde, Hr. Gerke, haben wir de facto einen Kombi-Lohn in Deutschland mit den Hartz IV-Gesetzgebungen (Gerke: Ja natürlich) haben wir eigentlich einen staatlichen Zuschuss zu Löhnen, (Clement und Gerke: Natürlich, ja sicher) die nicht ausreichen um ein Existenzniveau zu erreichen?</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Illner • Gerke
69	Gerke	112	<p>Ja, natürlich, haben wir ein System. Aber das System ist so nicht wünschenswert. Mir geht es gar nicht darum, ob etwas Mindestlohn heißt oder Kombilohn oder negative Einkommenssteuer. Es müssen 2 Dinge erfüllt werden: 1. Menschen, die bereit sind zu arbeiten, und da werden nicht alle hochqualifiziert sein können, es wird immer unqualifizierte Arbeit geben und es wird immer Menschen geben, die von zuhause nicht so ausgestattet sind, wie andere, die auch durch die Ausbildung nicht so gehen können. Ich bin Anhänger von guter Arbeit, ganz klar. Es wird für diejenigen, die in dieser Gesellschaft bereit sind zu arbeiten, einen Lohn geben müssen, der lebenswert ist. Da darf</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Gerke • Insert: Wolfgang Gerke, Wirtschafts und Börsenfachmann • Neumann • Clement • Illner/Gerke • Diskussionshalbrunde: Gerke/Bsirske/Neumann/Illner

			<p>man nicht erwarten, dass die als Almosenempfänger bei der Gesellschaft auftreten. 2. Diejenigen, die von denen finanziert werden, die arbeiten, die aber nicht arbeiten wollen, dass die keine Hilfe empfangen. Das ist das ganz Entscheidende. Da ist unser System leider noch falsch. Wie werden diese lebenswerten Löhne finanziert? Da gibt es nur eine Methode in meinen Augen: Das Unternehmen muss den Marktwert bezahlen. Und wenn er darüber liegt, wird er niemanden einstellen, das ist nun mal so in der Marktwirtschaft. Aber den Differenzbetrag muss die Gesellschaft bezahlen, (Illner: Und darum streiten wir uns jetzt in der Politik, wer diesen Differenzbetrag bezahlt?) darum streiten wird jetzt. Jetzt ist eigentlich nur noch dafür zu sorgen, dass wir die Menschen in ein System einführen, Sie haben da die drei Bs eingeführt als Motto, das muss fair sein, die Leute fit machen. Das ist viel wichtiger als das System, was wir hier diskutieren, wo wir alle zu Almosenempfängern machen. Wir müssen den Leuten quasi einen Gut-schein geben für Arbeit, den müssen sie aber einlösen.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Insert: Titel der Sendung • Schwenk auf Halbrunde Oettinger/Clement • Bsirske • Clement
70	Illner	15	<p>Ist es einsichtig für Sie zu sagen, der Unternehmer kann nur bis zu einem gewissen Punkt - abhängig von seiner Konkurrenzsituation - zahlen, den Rest muss die Gesellschaft zahlen, wenn sie möchte, dass die Menschen auf einem bestimmten Niveau in diesem Land weiterleben?</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Illner • Bsirske
71	Bsirske	155	<p>Das ist überhaupt nicht einsichtig. Ich finde, Unternehmen müssen dafür, dass sie Arbeitskraft kaufen, auch Löhne bieten, die ein anständiges Leben ermöglichen. Arbeit darf nicht arm machen, Arbeit darf nicht entwürdigen. Das ist die Lösung. Gehen wir ins Detail, ins praktische Leben, die Postdienste: Einstiegslohn bei der Post AG: 80 % gewerkschaftlich organisiert, 10,41 Euro plus Weihnachtsgeld, Urlaubsgeld, betriebliche Altersversorgung, Überstundenzuschläge. Der nächste größere Anbieter, die Pin AG, wehrt sich verbissen überhaupt Tarifverträge abzuschließen (<i>Clement grinst</i>), Stundenlohn 5,90 Euro, kein Urlaubsgeld, kein Weihnachtsgeld, keine betriebliche Altersversorgung, keine Überstundenzuschläge. Das ist nicht das Ende der Fahnenstange (<i>Clement leise</i>: Aber genauso falsch, wie das, was Sie vorhin gesagt haben). Das liegt bei einem Anbieter, der zahlt 4 Euro Tagesgrundlohn, alle anderen Lohnbestandteile sind variabelisiert, jemand kommt für Vollzeitarbeit auf maximal 750 bis 800 Euro. Jetzt kommt Clement, jetzt kommt Oettinger, und sagt, da muss doch die Sozialhilfe ran, da muss das</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Bsirske • Insert: Frank Bsirske, Vorsitzender Ver.di • Clement/Illner/Bsirske/Gerke • Clement (amüsiert) • Neumann • Zoom auf Diskussionsrunde • Insert: Diskutieren Sie mit im Internet (www.maybrit-illner.zdf.de)

			<p>Arbeitslosengeld II aufgestockt werden, oder man erlässt ihnen die Sozialversicherungsbeiträge (Clement: Da muss ich jetzt aber mal wirklich). Wer zahlt eigentlich dann die Sozialversicherungsbeiträge dafür, dass die Kollegen dort zurecht (Gerke zu Bsirske: Die Alternative ist, Jobs fallen weg; Oettinger: Genauso ist es) krankenversichert sind, rentenversichert sind und arbeitslosenversichert sind, das zahlen die Kollegen bei der Post AG, die Löhne subventionieren auf diese Weise von ihren Konkurrenten, die anschließend ihr Lohnniveau zum Argument machen gegen das Lohnniveau bei der Post, so wie wir das bei der Telekom erlebt haben. Das ist irre! Das muss man zurückweisen und meine Alternative, Hr. Gerke, ist das, was in 20 europäischen Staaten passiert. Großbritannien hat den gesetzlichen Mindestlohn gerade angehoben: 8,11 Euro unter Beifall der Unternehmerverbände, die das begrüßt haben, dass nur so mäßig angehoben wird. Wir haben gesetzliche Mindestlöhne in Frankreich, Luxemburg, Niederlande, Belgien, Irland, Großbritannien, in allen Westeuropäischen Nachbarländern auf Niveau eher oberhalb von 7,50 Euro im Mittel, (Illner: Gut) und ich sage, warum soll das, was dort geht, übrigens nicht zur Arbeitslosigkeit führt (<i>zeigt auf Gerke</i>). (Clement: Das ist eine Absurdität, was Sie hier erzählen) Was ist da absurd (Clement: Also jetzt würde ich gerne mal ..). Die britischen Unternehmerverbände haben in den 90er Jahren immer wieder beschworen, dass es Arbeitsplätze kostet, wenn es Mindestlohn gibt (Clement: Es reicht langsam, ja ist okay). Jetzt haben wir ihn, wo sind die Arbeitsplatzverluste. (Clement: Ich würde jetzt gerne mal darauf antworten. Sie haben vorhin den Arbeitsmarkt...)</p>	
72	Illner	9	Ganz ganz kleine Sekunde. Wir hören noch mal ganz kurz, was Fr. Neumann dazu sagt. Fr. Neumann, gesetzlicher Mindestlohn, den haben Sie bereits, sind aber trotzdem unzufrieden?	<ul style="list-style-type: none"> • Illner
73	Neumann	47	Ständige Gängelei mit befristeten Arbeitsverträgen. Wir haben keine Möglichkeit, Existenz aufzubauen oder Sicherheit zu haben, weil bei uns wird nur noch befristet eingestellt. Und wer in dieser Befristung eine Überstunde bezahlt haben will, oder wagt krank zu sein oder wagt schwanger zu sein, das ist dann auch nicht mehr drin, oder einen Betriebsrat gründen will, die sind weg. Aller Kündigungsschutz ist weg.	<ul style="list-style-type: none"> • Neumann • Insert: Susanne Neumann, Niedriglöhnerin • Clement • Bsirske • Illner/Neumann • Illner

74	Illner	3	Weil innerhalb dieser 6 Monaten alle befristeten Arbeitsverhältnisse sowieso beendet werden können?	<ul style="list-style-type: none"> • Clement/Illner/Neumann/Bsirske/Gerke
75	Neumann	9	Richtig, 6 Monate, 6 Monate, 6 Monate. In den Berufen, wo wir sind, ist man sehr kurzfristig angelernt und ist austauschbar.	<ul style="list-style-type: none"> • Illner • Neumann
76	Illner	2	Und ist ständig in diesen ständig wiederkehrenden befristeten Beschäftigungsverhältnissen (Neumann: Richtig). Alles Klar. Hr. Clement, jetzt sind Sie dran.	<ul style="list-style-type: none"> • Neumann • Illner
77	Clement	29	Ich würde gerne (<i>zeigt auf Neumann</i>) der Reihe nach antworten. Erst auf die Arbeitsmarktreform, für die ich Verantwortung getragen habe. Ich lese zunehmend und höre zunehmend, dass das gar nicht so unwirksam ist. Ursprünglich bin ich ja in Grund und Boden gehauen worden. Jetzt lese ich schon: So falsch war es gar nicht. Wenn ich 100 bin, wird bestimmt gesagt werden, es war richtig, was dort gemacht worden ist. (Illner: Hr. Clement, ganz kleine Zwischenfrage) Das ist das eine. Das zweite (Illner: Hr. Clement, ganz kleine Zwischenfrage, Sekunde), das zweite zur Zeitarbeit, das finde ich wirklich besonders ärgerlich ...	<ul style="list-style-type: none"> • Clement • Neumann • Bsirske • Clement/Illner (fasst Clement an Arm)
78	Illner	8	Wir kommen zur Zeitarbeit noch, das verspreche ich, ich schwöre es hoch und heilig, (Clement: Aber er hat es ja, der Hr. Bsirske hat es ja angesprochen). Ganz kurze Nachfrage noch, können Sie gegebenenfalls damit leben, als der Arbeitsminister in die Geschichte eingegangen zu sein, der für mehr Arbeitsplätze, aber für schlechtere gesorgt hat?	<ul style="list-style-type: none"> • Bsirske • Clement/Illner
79	Clement	97	Für bessere, aber selbstverständlich. (Illner: Für schlechter bezahlte Arbeitsplätze) Wir reden doch hier über ein absurdes Bild. Es ist ja nicht zu bestreiten, dass wir zu viele gering Qualifizierte in Deutschland haben und dass wir viel zu viele in diesen Jobs haben. Das ist aber (Neumann: Aber das muss von jemandem gemacht werden), das ist ein Problem unserer mangelnden Qualifikation, die wir haben, von den Schulen angefangen (Bsirske: Stimmt gar nicht, 70 % der Billiglohn Arbeitenden haben eine Berufsausbildung). Tatsächlich suchen Unternehmen in Deutschland über eine Millionen Arbeitnehmer in qualifizierten Jobs. (Neumann zu Illner: Ich muss was sagen) Unser Problem ist, wir haben zu wenige Hochqualifizierte und zu viele Geringqualifizierte, und wir tun so, als seien wir insgesamt ein Volk von Geringqualifizierten. Das ist der Fehler. Das, was wir angelegt haben mit der Arbeitsmarktreforemen, wird selbstverständlich dazu führen, dass in Deutschland Hochqualifizie-	<ul style="list-style-type: none"> • Clement • Bsirske • Clement/Illner • Neumann • Clement/Illner/Neumann • Illner • Clement/Neumann/Bsirske • Diskussionsrunde

			<p>rung besser wird, und dazu trägt übrigens auch die jetzt schon von mir mehrfach bemühte Zeitarbeit bei. Sie wird sich nämlich auch ändern müssen, sie wird auch für Qualifikation sorgen müssen. (Illner: Gut; Neumann: Darf ich darauf antworten?) Das sind die Aufgaben. Und weil Hr. Bsirske mich da auch noch angegriffen hat: Die Zeitarbeitsreform gehörte mit zu den wichtigsten, die in meiner Arbeitszeit gemacht worden sind (Neumann, <i>kaum verständlich</i>: Das war die Gesetzgebung für Sklaverei). Ich erinnere mich dunkel daran, dass ich zusammengesessen habe mit dem Vorsitzenden der Einzelgewerkschaften, (Bsirske: Dazu sage ich gleich noch was) und ich erinnere mich dunkel auch an Frank Bsirske (Bsirske: Da sage ich gleich noch was zu), die diesen Weg mitgegangen sind, und zwar die Reform, und anschließend den Tarifvertrag gemacht haben des DGB mit den Zeitarbeitsfirmen. Und deshalb wundere ich mich ein bisschen über diese Art der Argumentation, die auch nicht akzeptabel ist (Illner: Okay). Wenn wir über andere Länder reden, (Illner: Ganz kurz die Luft anhalten) sprechen wir mal über Großbritannien (Illner: Nein, machen wir gerade nicht), schauen wir uns mal den britischen Arbeitsmarkt in Wirklichkeit an (Illner: 48 Stunden, wissen wir auch, dass die länger arbeiten müssen, die Argumente kennen wir). Nicht nur länger, da ist alles befristet, da gibt es überhaupt keinen unbefristeten Arbeitsvertrag. Also wir reden über Welten, die existieren nicht.</p>	
80	Neumann	39	<p>Also, wenn Sie über Geringqualifizierte bei uns in der Branche sprechen, möchte ich Ihnen gerne meine Einstellungsbögen zeigen. Ich habe von der Apothekenhelferin bis zu Einzelkauffrau, ich habe ganz viele Berufe gemacht, wie viele andere, die heute putzen und reinigen gehen, warum? Weil der Arbeitsmarkt sie nicht mehr aufnimmt.</p> <p>→ <i>Klatschen</i></p> <p>Denn, wenn sie 10 Jahre zu hause waren (Clement: Das ist auch schwer) und ihre Kinder erzogen haben, kommen sie in ihre Berufe nicht mehr rein, und wenn man vorher nichts verdient hat, kommt man auch beim Arbeitsamt in kein Programm, Umschulung oder sonstiges, (Clement: Das ist nicht ganz richtig) und ich weigere mich, dass es in der Gebäudereinigung gering qualifizierte Menschen sind. Diesen Ausdruck möchte ich hier nicht hören.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Neumann • Clement (nickt) • Studiopublikum (klatscht) • Clement/Neumann
81	Clement	7	<p>→ <i>Klatschen</i></p> <p>Aber den hören Sie von mir. Wir haben in Deutschland, also es tut mir leid, wir können dar-</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Clement • Studiopublikum (klatscht)

			über gerne reden.	
82	Neumann	20	Ich bin nicht geringqualifiziert, ich bin vom Arbeitsmarkt gezwungen worden, diese Arbeit zu verrichten. Ich konnte mir keinen Kinderplatz erlauben, ich konnte mir keine Kita erlauben. Ich musste dann putzen gehen, wenn mein Mann nach Hause kam, und er die Kinder hüten musste. Und uns abzustempeln als ...	<ul style="list-style-type: none"> • Neumann • Insert: Susanne Neumann, Gebäudereinigerin • Clement/Neumann (hält zitternd Hand vor Mund)
83	Gerke	31	Bevor wir uns hier so aufregen, müssen wir doch über die Alternative nachdenken. (Bsirske: Aber die Realität ist aufregend) Ja, die Realität ist aufregend. Sie ist nämlich aufregend, weil sich die Welt nämlich geändert hat, Hr. Bsirske, das ist mir vorhin schon auf der Zunge gelegen, natürlich wäre es schön, wenn alle mehr verdienen würden, nur Sie können die Roboter, Sie können die Software nicht abschalten, weil Sie sonst das ganze Land abschalten. Sie versuchen letztenendes eine Welt wieder zurückzuführen, wo die menschliche Arbeit geringer Qualifikation einen so hohen Stellenwert hat, wie sie früher im Automobilbau mal gehabt hat. Aber...	<ul style="list-style-type: none"> • Clement/Neumann • Studiopublikum (nah, interessierter Zuschauer) • Gerke • Insert: Wolfgang Gerke, Präsident Bayerisches Finanz-Zentrum (BFZ)
84	Illner	18	Vielleicht beschäftigen wir uns genau noch mal mit dieser Qualifikationsfrage. Ich würde uns allen, unseren Zuschauern und den Gästen in der Runde hier, vielleicht folgenden Gedanken mal gestatten wollen. Nämlich den, dass wir uns mit diesem Thema Zeitarbeit befassen, und uns mal anschauen, wie im Bereich nicht nur der kleineren Unternehmen, sondern auch großer Unternehmen hier in Deutschland mittlerweile mit der Zeitarbeit umgegangen wird. Hier sind drei Beispiele. Schauen Sie mal.	<ul style="list-style-type: none"> • Gerke • Illner (schaut in Kamera, auffordernd)
85	Einspieler (off-Stimme)	55	<p>Bsp. Infineon: Im Werk in Dresden arbeiten 2300 Mitarbeiter, davon 400 Zeitarbeitskräfte, macht einen Anteil von 17 Prozent.</p> <p>Bsp. BMW: Im neuen Werk in Leipzig arbeiten 3500 Mitarbeiter, über 1000 kommen von Zeitarbeitsfirmen, knapp 30 Prozent.</p> <p>Bsp. Airbus: Der Flugzeughersteller beschäftigt in seinem Frankfurter Werk 11300 Mitarbeiter, davon 4500 Zeitarbeitskräfte, das macht einen Anteil von 40 Prozent.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Logo Infineon • Firmengelände/Innen • Insert (stempelartig): 17 Prozent • BMW, Werk Leipzig-Schild • Bandsequenz • Insert (stempelartig): 30 Prozent • Flugzeug mit Logo Airbus

				<ul style="list-style-type: none"> • Flugzeug: Innenausbau • Insert: 40 Prozent
86	Illner	9	Und jetzt steht an meiner Seite, Eberhard Hädrich. Hr. Hädrich, Sie sind seit 11 Jahren bei BMW und arbeiten in welchem Anstellungsverhältnis bei BMW?	<ul style="list-style-type: none"> • Vordergrund: Diskussionshalbrunde, Stehtisch vor Studiopublikum mit Illner und Hädrich
87	Hädrich	14	Ich bin Zeit- und Leiharbeiter bei BMW seit 1996, vorwiegend im Prüfstandsbereich, arbeite ausschließlich bei BMW, mit kurzen Unterbrechungen, 1,2 Monate in etwa.	<ul style="list-style-type: none"> • Stehtisch • Hädrich • Insert: Eberhard Hädrich, Zeitarbeiter bei BMW
88	Illner	5	Was ist das noch mal genau für eine Tätigkeit, die sie da machen? Sie stehen am Band und sind quasi Endkontrolle? Kann man das so sagen?	<ul style="list-style-type: none"> • Illner
89	Hädrich	11	Es ist eine Prüfertätigkeit genau, es ist eine Endkontrolle. Im Moment arbeite ich in Leipzig als Springer in diesem Bereich.	<ul style="list-style-type: none"> • Hädrich
90	Illner	9	Haben Sie das Gefühl, dass Sie deshalb in diesem besonderen Arbeitsverhältnis, nämlich als Zeitarbeiter angestellt sind, weil sie geringer qualifiziert sind als die Kollegen, mit denen Sie ansonsten am Band stehen?	<ul style="list-style-type: none"> • Illner/Hädrich • Illner • Hädrich
91	Hädrich	21	Ich bin nicht geringer qualifiziert. Ich habe auch meinen Facharbeiter, und da muss ich Hr. Clement gleich mal widersprechen, wir sind alles eigentlich hoch qualifizierte Leute, auch Zeitarbeiter. Also ich habe junge Leute neben mir, die ich auch angelehrt habe, in Regensburg und auch in Leipzig, die haben teilweise ein, zwei oder drei Berufe, technische Berufe und arbeiten auch in der Zeitarbeit.	<ul style="list-style-type: none"> • Hädrich • Bsirske/Neumann • Clement • Illner/Hädrich
92	Illner	7	Wie groß ist die Differenz zwischen dem, was sie am Monatsende mit nach Hause nehmen, und dem, was die Kollegen, die noch fest angestellt sind bei BMW, nach Hause bringen?	<ul style="list-style-type: none"> • Vordergrund: Halbrund Neumann/Bsirske/ Gerke, Hintergrund Illner/Hädrich Stehtisch • Illner/Hädrich
93	Hädrich	8	Das ist in etwa 500, 600 Euro, das ist teilweise auch die Hälfte. <i>(Hintergrund/Publikum: Ohh)</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Hädrich • Insert: Eberhard Hädrich, Zeitarbeiter bei BMW

94	Illner	11	Was ist das für ein Klima zwischen Ihnen? Ich kann mir vorstellen, dass das atmosphärisch auch nicht besonders einfach ist, wenn man weiß, da steht einer neben mir, der macht die identische Arbeit und bringt 500 Euro netto mehr mit nach Hause.	<ul style="list-style-type: none"> • Hädrich • Illner • Bsirske/Neumann – Illner/Hädrich
95	Hädrich	23	Es gibt da Reibereien, das ist normal. Wenn Lohnabrechnungen kommen von den Stammmitarbeitern, wir stehen ja unmittelbar daneben, wenn diese Briefumschläge kommen, und wir dann unsere Gehaltsabrechnungen sehen, dann gibt es doch große, gravierende Unterschiede, wo man sagen muss, dass das Klima da sehr drunter leidet. Und das ist ja nicht zum Zweck des Unternehmens.	<ul style="list-style-type: none"> • Hädrich • Neumann
96	Illner	5	BMW. Warum bleiben Sie da und bewerben sich nicht woanders?	<ul style="list-style-type: none"> • Hädrich • Illner (Stirn hoch)
97	Hädrich	44	Ich habe mich bei BMW mehrfach beworben aufgrund meiner Qualifikation. Ich habe ja dort mehrere Tätigkeiten in Regensburg, Landshut und jetzt in Leipzig, da übe ich die aus. Da habe ich eigentlich immer Absagen bekommen, sogar vom Werk Leipzig mit der Begründung unterqualifiziert oder überqualifiziert (Illner: Unter oder über? Je nachdem). Je nachdem. Die Anschreiben waren verschieden. Man muss aber auch dazu sagen, BMW ist nun mal der größte Arbeitgeber in unserer Region, und die Zeitarbeiter, die ich kenne und die dort arbeiten, sind auch froh, dass sie Arbeit haben. Das ist auch normal. Wie Hr. Clement sagt, das ist schon richtig. Aber man soll das doch gerecht vergüten.	<ul style="list-style-type: none"> • Illner • Hädrich • Oettinger • Bsirske/Neumann – Illner/Hädrich • Clement • Oettinger/Clement
98	Illner	5	Sind Sie den Traum mittlerweile los zu sagen, vielleicht schaffe ich es doch irgendwann noch mal auf eine Festanstellung, oder haben Sie den Traum immer noch?	<ul style="list-style-type: none"> • Hädrich/Illner
99	Hädrich	22	Es ist überhaupt ein Traum bei BMW zu arbeiten. Schon mal da, wo ich bin, im Prüfstand. Das ist normal. Und ich habe den Traum noch nicht aufgegeben, auch nach 11 Jahren noch nicht. Ich denke mir immer mal, vielleicht hast du doch noch die Chance da reinzukommen, dass man dich übernimmt und einen Arbeitsvertrag überreicht. Aber im großen und ganzen macht die Arbeit sehr viel Spaß.	<ul style="list-style-type: none"> • Hädrich • Clement

100	Illner	42	<p>Hr. Hädrich, wir drücken unsere 99 Daumen für Sie, auf dass es noch klappt. Danke, dass Sie da waren. Und geben Ihre Frage sofort weiter an Hr. Clement.</p> <p>→ Klatschen</p> <p>Hr. Clement, ich hatte es versprochen, und da ist das Thema. Jetzt reden wir also über die Zeitarbeitsbranche, über die Branche, für die Sie mit diesem Institut, für das Sie arbeiten - bei adecco - jetzt tatsächlich auch ordentlich Werbung und Lobby-Arbeit machen. Da sind qualifizierte Arbeitnehmer (<i>zeigt auf Hädrich</i>), die mit großen Firmen und nicht irgendwelchen kleinen Firmen, die sich am Markt bewerben müssen, sondern großen Firmen solche Erfahrungen machen. Die qualifiziert sind, die besonders motiviert sind, wie man sieht, die dieses Unternehmen auch nicht verlassen möchten, und die seit 11 Jahren keinen ordentlichen Arbeitsvertrag angeboten bekommen.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Hädrich • Illner geht von Stehtisch zu Sitzplatz in Diskussionsrunde • Vogelperspektive: Diskussionsrunde • Clement • Clement/Illner • Hädrich im Studiopublikum
101	Clement	129	<p>Ja, aber Sie sprechen jetzt über BMW. Also wir reden jetzt über BMW. (Illner: Ich rede über dieses eine Beispiel) Also zunächst: Ich habe nie gesagt, dass Zeitarbeitnehmer generell gering qualifiziert sind, (<i>Clement sieht in Hädrichs Richtung</i>) ich habe über zu viele gering Qualifizierte in Deutschland gesprochen. Wir haben hoch qualifizierte Zeitarbeitnehmer und wir haben immer bessere, und dazu gehören offensichtlich auch Sie. Das ist das eine. Das zweite: Unsere Grundhaltung, die ich auch mit dem Institut vertrete - und auch mit adecco und auch für adecco - ist, das sagt Ihnen der Vorstandsvorsitzende von adecco genauso wie ich, unsere Faustregel ist: Es sollten in einem Unternehmen etwa 10 Prozent Zeitarbeitnehmer sein. Dann haben die Unternehmen die Atmungsmöglichkeit, die sie am Markt brauchen auch im internationalen Wettbewerb. (Illner: Gut, die Beispiele, die wir gesehen haben, waren 20,30, 40 %) 30 oder 40 % sind sehr viel. Bei Airbus beispielsweise, reden wir mal konkret. Bei BMW: BMW würde Ihnen wahrscheinlich antworten, wenn wir in Leipzig nicht die Möglichkeit gehabt hätten mit dem Unternehmen, dann wären wir jetzt in der Slowakei. Das muss man dazu natürlich auch sehen. Deswegen kann ich nicht den Stab brechen. Nur meine Grundhaltung und nicht nur meine, sondern die des Unternehmens ist, in der Regel 10 Prozent. Ich glaube, dass wir diese, wie es so schön heißt, Atmungsmöglichkeit in der Beschäftigungsgröße der Unternehmen brauchen, um im internationalen Wettbewerb reagieren zu können.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Clement • Insert: Wolfgang Clement SPD, Zeitarbeitsfirma „adecco“ • Hädrich im Studiopublikum • Illner/Clement – Hädrich im Studiopublikum 1. Reihe • Clement – Hädrich • Illner • Clement • Bsirske

			<p>Nehmen Sie Airbus: Um das auf Deutsch zu sagen: adecco hat dort Zeitarbeitnehmer, wenn die entlassen werden sollten, wenn Airbus die zurückgeben sollte, werden diese Arbeitnehmer, die hochqualifiziert sind, die sind weiter in einem festen Arbeitsplatz, sie sind sozialversichert, sie sind krankenversichert, sie haben Urlaubsanspruch. (Illner: Sie kriegen weniger Geld) Sie kommen zurück, sie werden weiterqualifiziert. Und diese Arbeitnehmer, die von Airbus kommen, sind in der Regel - nicht in der Regel - aber teilweise besser qualifiziert als die Festangestellten dort. Adecco nimmt sie zurück, qualifiziert sie weiter und sie gehen zum nächsten Unternehmen im Automotiv-Bereich. Das ist die Zukunft und das, was wir mit dem Institut tun, ist zu versuchen, (Illner, <i>schwer zu verstehen</i>: Ist nachzuweisen, dass diese 10 % total klasse sind) nein, nein, ist zu versuchen die Qualität, die Qualifizierungsfrage zur entscheidenden zu machen. Denn wir brauchen Flexibilität am Arbeitsmarkt, die Unternehmen brauchen das. Es gibt übrigens auch Arbeitnehmer, die das wollen, und wir brauchen Qualifizierung am Arbeitsplatz. Das ist die Zukunft des Arbeitsmarkts. Und dafür versuchen wir mit der Zeitarbeit zu sorgen.</p>	
102	Illner	23	<p>Das versuchen Sie mit diesem Institut nachzuweisen. Und dann erklären Sie mir noch, wie sie mit dem Vorwurf leben, dass Sie im Grunde genommen für eine Gesetzgebung verantwortlich sind, mit dem Arbeitnehmerüberlassungsgesetz, darüber haben wir gerade gesprochen, eine Gesetzgebung verantwortlich sind, die jetzt im Nachhinein den Unternehmer und den Institutsleiter Clement quasi in die berückende Situation setzen, für mehr Zeitarbeit kämpfen zu können? Im Grunde...</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Clement • Illner • Clement/Illner
103	Clement	35	<p>Zunächst einmal bin ich stolz auf das, was ich da geschaffen haben (Illner: Jaa), denn 50 % der Arbeitnehmer, die heute von der Bundesagentur vermittelt werden in den Arbeitsmarkt, werden über Zeitarbeitsunternehmen vermittelt dorthinein (Illner: Ist das wirklich so lohnend?). 50% der offenen Stellen, die es heute gibt, kommen aus der Zeitarbeit. Und weltweit: Wir sind in Deutschland weit zurück im Vergleich zu anderen Ländern. Wir haben in Deutschland etwa 1 Mio. Zeitarbeitnehmer, 1 % der Beschäftigten. In Großbritannien, das vorhin ja so gerühmt worden ist, sind es 5 % der Beschäftigten. Und die schaffen die Flexibilität, die die Unternehmen brauchen. Darauf bin ich stolz, dass ich das gemacht habe. Das ist eine der wichtigsten Reformen ...</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Clement • Gerke • Neumann • Illner

104	Illner	2	Das Sie heute von den Folgen ihrer eigenen Politik leben?	<ul style="list-style-type: none"> • Clement • Illner
105	Clement	33	Ich lebe, Entschuldigung bitte, das ist wirklich jetzt ein bisschen eine Zumutung, was Sie jetzt sagen. (Illner: Oh) Ja, das ist eine Zumutung. Ich lebe nicht davon. Ich habe genug, wovon ich leben kann. Sie glauben gar nicht, was ich alles haben, machen könnte. (<i>Aufruhr im Studiopublikum</i>) Ja, es tut mir leid, ich habe ein berufliches Leben, das ist keineswegs nur politisch, ich könnte mit Ihnen gerne darüber diskutieren (Neumann: Es wäre schön, wenn ich das auch sagen könnte). Ich kann mein Leben bestreiten, so wie ich es für richtig halte, und ich muss mir nicht anhören, ich profitierte von irgendwas, was ich früher gemacht habe. (Illner: Was Sie früher festgelegt haben.) Ich profitiere von vielen Berufen, die ich bisher ausgeübt habe, und das werde ich auch in Zukunft tun.	<ul style="list-style-type: none"> • Illner • Clement • Insert: Wolfgang Clement, Vorsitzender „adecco-Institut“ • Gerke/Bsirske
106	Illner	1	Sie haben auch schon mal zeitgearbeitet? Sie haben schon mal Bratwürste verkauft.	<ul style="list-style-type: none"> • Clement • Clement/Illner
107	Clement	13	Ich habe immer zeitgearbeitet. Ich habe immer befristet gearbeitet, ich habe mich nie darauf verlassen, dass ich das, was ich einmal angefangen habe, bis an mein Lebensende machen kann, sondern ich habe mein berufliches Leben (Illner: Wie lange haben Sie Bratwürstchen verkauft?) immer mal wieder geändert. Das war nur ein Ferienjob, der hat aber Spaß gemacht.	<ul style="list-style-type: none"> • Clement/Illner • Clement • Diskussionsrunde
108	Illner	4	Ein Ferienjob, also das war eine Zeitarbeit von 4 Wochen vielleicht? (<i>Unruhe im Studiopublikum</i>)	<ul style="list-style-type: none"> • Diskussionsrunde
109	Clement	5	Das war eine Zeitarbeit von Tagen, von Wochen. Ich habe auf Messen verkauft, ich war ein guter Verkäufer.	<ul style="list-style-type: none"> • Clement/Illner (dreht sich zu anderen Seite), Kameranah auf
110	Illner	14	Sie waren ein guter Verkäufer, ist er das in diesem Falle auch? Stichwort Zeitarbeit. Sind diese Arbeitsplätze, wir hatten das Beispiel von Hr. Hädlich gerade genannt, sind diese Arbeitsplätze tatsächlich dazu da, die Menschen vorzubereiten und zu qualifizieren für den ersten Arbeitsmarkt, wie Hr. Clement sagt?	<ul style="list-style-type: none"> • Illner/Neumann/Bsirske • Illner • Bsirske
111	Bsirske	131	Ich finde, wir sollten die Zeitarbeit nicht verteufeln. Ich glaube, dass Zeitarbeit eine Funktion haben kann in dieser Gesellschaft, und dass es darauf ankommt unter welchen Bedingungen, sie ausgeführt wird. Wir haben hier das Problem, dass das Lohnniveau in der Zeitarbeit, und das ist getrieben - Hr. Clement hat ja gerade zurecht darauf	<ul style="list-style-type: none"> • Bsirske • Insert: Frank Bsirske, Vereinigte Dienstleistungsgewerkschaft Ver.di

			<p>hingewiesen - von dem so genannten Christlichen Gewerkschaftsbund, ich sage eher unchristlicher Gewerkschaftsbund, der die Löhne noch mal zu drücken versucht hat, und mit einem Arbeitgeberverband ein Lohnniveau weit unter dem des DGB tarifiert hat. Und wir haben es mit Bedingungen zu tun, wo durch das Arbeitnehmerüberlassungsge- setz durch verschiedene Änderungen mittlerweile unbefristet, zeitlich unbefristet verliehen werden kann, so dass wir einen zunehmenden Übergang von Leiharbeit in Stamarbeit nur zu viel, viel niedrigeren Lohnniveaus erleben. Und da muss man ran. Ich glaube, dass es berechtigt ist zu sagen, ab einer bestimmten Zeitspanne muss auch der Leiharbeiter genauso bezahlt werden wie der Stamarbeiter. Und das muss man im Zweifelsfall unter den jetzigen Bedingungen der Massenarbeitslosigkeit auch per Gesetz vorschreiben und man muss dann Ausnahmemöglichkeiten schließen. (Illner: Okay) Das ist die Aufgabe. Lassen Sie mich noch einen Satz sagen (Illner: Ganz kleine Sekunde, wir fragen noch mal ganz kurz aus der Praxis nach, nämlich bei Frau ...) zum Thema Niedriglohnbereich. Weil das durcheinandergelangen ist, (Illner: O.k.) und wir beides miteinander vermengt haben, Zeitarbeit und den Niedriglohnbereich. Im Niedriglohnbereich haben wir Angaben der Bundesagentur für Arbeit zu folge 70 % der im Niedriglohnbereich Beschäftigten mit Berufsabschluss und 10 % mit akademischen Abschluss. Das sind die so genannten Nicht- oder Geringqualifizierten, von denen hier die Rede war. Das ist die Wahrheit. Das ist kein Problem von mangelnder Berufsausbildung, sondern die mit Berufsausbildung drücken die ohne Berufsausbildung raus aus den niedrig bezahlten Jobs in die Arbeitslosigkeit. Und es ist ein Problem und wir kommen über die Brücke, dass das mit Niedrigqualifizierten zusammenhänge, nicht von dem Problem weg, dass Arbeit nicht arm machen darf, und wir es mit Bedingungen zu tun haben, wo (Illner: Okay, Hr. Gerke) Millionen von Menschen mit Armutslöhnen konfrontiert werden, obwohl sie qualifiziert sind. → Klatschen</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Neumann (nickt) • Hädrich • Clement • Oettinger • Oettinger/Clement • Illner (schluckt und schließt Mund, als Bsirske weiterredet) • Illner/Bsirske • Gerke
<p>112</p>	<p>Illner</p>	<p>12</p>	<p>Kann man das den Unternehmern überhaupt zum Vorwurf machen, wenn sie so rechnen, wenn sie die Möglichkeit haben aus sozialversicherungspflichtigen, teureren Jobs preiswertere Zeitarbeitsjobs zu machen. Warum sollen sie es nicht machen? Es ist legal.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Klatschendes Studiopublikum • Gerke • Diskussionsrunde

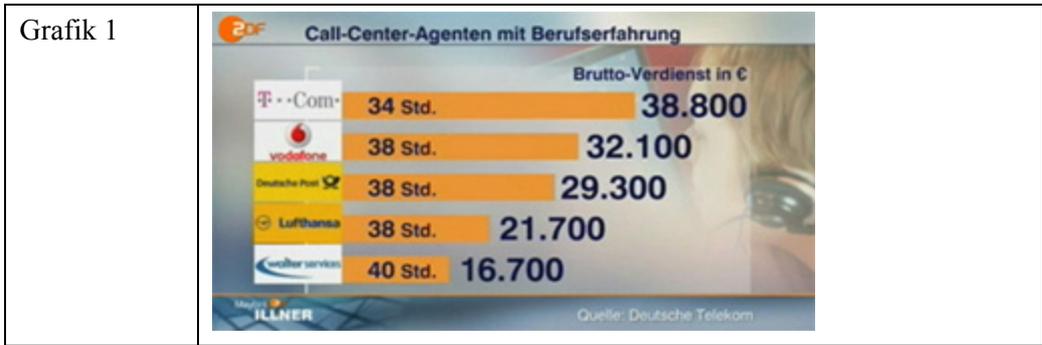
113	Gerke	24	Sie wären schlechte Unternehmer, wenn sie es nicht machen würden. (Bsirske: Es braucht starke Gewerkschaften dagegen) Gut, das ist klar. Aber Sie müssen als Gewerkschaften auch für diejenigen auftreten, die ihren Job verlieren, und nicht nur für die, die ihren Job haben. (Bsirske: Oh, das machen wir schon) Das machen Sie nicht, indem sie die Märkte wenig flexibel machen. (Illner: Gibt es. .. ; Bsirske: ??? Wochen Streik gegen u.a. Hr. Oettinger wegen Arbeitszeitverlängerung) Lassen Sie mich mal gerade, Sie haben eine ganze Menge geredet...	<ul style="list-style-type: none"> • Diskussionsrunde • Gerke • Insert: Wolfgang Gerke, Wirtschafts- und Börsenfachmann • Bsirske • Bsirske (amüsiert)/Gerke
114	Illner	4	Gibt es den Klebeeffekt tatsächlich, also gibt es den Effekt wirklich, dass die in den 1. Arbeitsmarkt hineinkommen? (Clement: Natürlich)	<ul style="list-style-type: none"> • Illner/Gerke
115	Gerke	26	Natürlich. Ich meine, warum wollen die Unternehmer Zeitarbeiter haben. Das hat gar nicht soviel mit Qualifikation zu tun, das hat mit Flexibilität zu tun. Unsere Arbeitsmärkte in Deutschland sind nicht flexibel genug, und da hat Hr. Clement einen wichtigen Beitrag zu geleistet. Und darüber regen Sie sich auf (<i>Zeigt auf Bsirske</i>). Wahrscheinlich hätten wir mehr Leute in Arbeitstätigkeiten über längere Zeiten als über Zeitarbeitszeiten zu besseren Löhnen, wenn unsere Märkte einfach flexibler wären, und Unternehmer die einfach einstellen könnten.	<ul style="list-style-type: none"> • Gerke • Clement • Diskussionshalbrund Illner/Neumann/Bsirske/Gerke
116	Illner	13	Das heißt, wenn ich Sie da richtig verstehe, unser Problem ist eigentlich, dass wir diesen sehr heftigen Kündigungsschutz haben in Deutschland. (Gerke: Natürlich) Wenn es einen lockereren Kündigungsschutz gäbe, dann müssten wir nicht und müssten die Unternehmen nicht den Umweg über die Zeitarbeitsfirmen finden...?	<ul style="list-style-type: none"> • Diskussionshalbrund Illner/Neumann/Bsirske/Gerke
117	Gerke	4	Würden höhere Löhne zahlen (Illner: .. um sich dieser Arbeitnehmer zu bedienen), und die Zeitarbeitsfirmen würden schlechter verdienen dabei.	<ul style="list-style-type: none"> • Gerke (amüsiert)
118	Illner	9	Okay, was wäre Ihnen lieber, Fr. Neumann, wäre Ihnen ein Job lieber, für den Sie, ich sage mal, 9,50 Euro kriegen, oder wären Ihnen 2 zu 3,50 Euro lieber?	<ul style="list-style-type: none"> • Clement/Illner/Neumann/Bsirske/Gerke • Illner
119	Neumann	44	Also, da ich ja einen Job habe für 7,50 Euro, und nebenher noch eine Hausmeisterstelle habe für 390 Euro, ein sogenannter Minijob. Ich bin ja flexibel. Und wenn es immer heißt, wir sind nicht flexibel, ich möchte Ihnen mal einen Tag einer Gebäudereinigerin schildern: Die steht morgens um 5 auf, um 2 Stunden da zu putzen, dann hat sie eine Stunde Pause, dann fährt sie zum nächsten Projekt, wo sie da 2 Stunden putzt, dann hat sie 3 Stunden	<ul style="list-style-type: none"> • Neumann • Insert: Susanne Neumann, Gebäudereinigerin • Clement • Bsirske • Oettinger (verwundert)

			Zeit, denn dann ist 16.30/17.00 Uhr, dann werden die Büros erst leer gemacht. Und dann geht sie 4 Stunden putzen. Die ist also von morgens 5 bis abends 9 Uhr unterwegs für 8 Stunden Arbeitszeit. Ich finde, das ist flexibel. → <i>Klatschen</i>	
120	Illner	2	Gegenargument Hr. Oettinger? Hat Sie Recht?	<ul style="list-style-type: none"> • Oettinger/Clement/Illner/Neumann
121	Oettinger	65	Nein, da kann ich nur sagen, voller Respekt. Das ist sehr flexibel, und ehrt sie sehr, ist eine tolle Arbeitsleistung, die man bewundern muss. Aber (Illner: Wie machen wir das also?) noch mal zurück zum Thema Zeitarbeit. Die Frage ist doch, gebe es die nicht, hätten wir dann feste Arbeitsverhältnisse oder hätten wir keine Arbeit. (Gerke: Keine; Neumann: Schauen Sie mal) Meine Behauptung ist, die Formel ein Zeitarbeiter könnte ein Festarbeiter werden 1 zu 1 ist schlichtweg falsch. Wir haben dadurch Arbeit in Deutschland gewonnen. Und zum Thema Fahrzeugbau. Jetzt gehen wir mal die deutschen Motoren- und Autobauer durch: Mercedes, Porsche, BMW, VW, Ford, Opel und Audi. Die Audi-Motoren werden alle in Ungarn hergestellt, und die zählen nicht zu den schlechtesten im Gegenteil. Wir können den Ungarn doch nicht verbieten, dass sie gute Motoren bauen zu einem Preis von 2 oder 3 Euro (Illner: Gut, trotzdem noch mal die Frage). Das heißt wir müssen einfach die Regeln der Marktwirtschaft akzeptieren. Und deswegen ist es mir lieber, BMW bleibt in Leipzig oder ging nach Leipzig oder bleibt in München (Illner: Als dass es nach Ungarn geht, okay, wir fragen ganz kurz ...) und hat Zeitarbeitsverhältnisse, als dass sie nach Ungarn oder Slowakei gehen.	<ul style="list-style-type: none"> • Oettinger/Clement/Illner/Neumann • Diskussionsrunde • Insert: Wiederholung „Maybrit Illner“ immer freitags auf Phoenix • Fahrt Oettinger Vordergrund, anderes Diskussionshalbrunde Hintergrund • Oettinger • Insert: Günther Oettinger CDU Ministerpräsident Baden-Württemberg • Bsirske • Illner
122	Illner	14	Hr. Oettinger wir fragen ganz kurz, → <i>Klatschen</i> den Mann, der für die Zeitarbeit kämpft, Hr. Clement, Sie sagen uns noch mal, ob das nicht genauso wäre, dass, wenn wir einen zarteren Kündigungsschutz hätten in Deutschland, wir diesen Umweg über die Zeitarbeit gar nicht gehen müssten?	<ul style="list-style-type: none"> • Oettinger/Illner (zeigt auf Clement) • Oettinger/Clement/Illner • Clement/Illner • Clement
123	Clement	72	Nein, ich glaube nicht, dass das richtig ist. Das ist auch ein Argument, natürlich nutzen Unternehmen auch die Zeitarbeit, um den nicht vorhandenen Kündigungsschutz, um den Kündigungsschutz zu umgehen. Das ist gar keine Frage, dass das so ist. Gerade in dem Bereich, in dem Niedriglohnbereich. (Illner: Sie nutzen das vor allem um Löhne	<ul style="list-style-type: none"> • Clement • Gerke (nickt) • Oettinger/Clement/Illner/Neumann/Gerke • Bsirske

			<p>zu drücken und Kosten zu drücken.) Na ja gut, in der Zeitarbeit, also wir haben ja einen Tarifvertrag in der Zeitarbeit. Wir, heißen die großen Unternehmen, der bewegt sich bei 7,68 Euro, glaube ich, und wir haben eine Zeitarbeit, die geht im Tarif bis zu 16 knapp 17 Euro. Wir zahlen, also die Unternehmen, die guten Unternehmen zahlen Zuschläge. Wir reden ja nicht nur über Geringqualifizierte (Neumann: Das bin ich nicht) und Niedriglöhner, sondern wir reden über richtige Löhne. Und die Löhne werden jetzt auf diesem Sektor auch immer mehr zunehmen, denn die Zeitarbeits-Unternehmen vermitteln ja richtig, die vermitteln Ingenieure. Ganz Deutschland sucht nach 20.000 Ingenieuren. Verbunden mit diesen 20.000 Ingenieuren sind etwa 50.000 weitere Arbeitsplätze usw. (Illner: Ja, Hr. Clement, wenn ich das fragen darf ...)</p> <p>Alles das tun natürlich Zeitarbeitsunternehmen, die gehen keineswegs nur in den Niedriglohnbereich, sie sind auch im höherqualifizierten Bereich. Wir haben inzwischen fast 10 % junger Leute, die direkt von der Schule oder Hochschule (Illner: Okay, das ist noch mal eine ...) zur Zeitarbeit kommen, weil sie flexibel trainiert werden wollen.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Clement • Inset: Wolfgang Clement, Vorsitzender „addeco-Insitut“ • Bsirske/Gerke -> Fahrt zu Clement/Illner • Oettinger/Clement/Illner
124	Illner	9	<p>Ist es eine gute Alternative für junge Leute, noch mal Frage an Fr. Neumann, ist es eine gute Alternative in einem harten Arbeitsmarkt, um mit einem Zeitarbeitsvertrag überhaupt reinzukommen, und eine Chance zu haben?</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Illner
125	Neumann	47	<p>Ich weiß wirklich nicht, über was hier gesprochen wird. Die Einführung in der Zeitarbeitsfirma: Jede Gebäudereinigung hatte auf einmal auch eine Zeitarbeitsfirma, aufgrund dessen sind die Tarife zusammengebrochen. Wir haben 2004 die ganze Jahressondervergütung abgeben müssen in verschiedenen Ländern, über 1 Euro Lohnverzicht, damit überhaupt noch ein Tarifvertrag für die Gebäudereinigung hinkam. Ich kann nicht verstehen, dass man sich hier hinsetzt und sagt, Zeitarbeit ist positiv. Das ist doch nur eine Gängelung. Wie kann der Kollege (<i>zeigt auf Hädrich</i>) neben einem anderen Kollegen täglich die gleiche Arbeit verrichten, er für so und so viel Euro und er für so und so viel Euro.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Neumann • Bsirske • Clement • Neumann • Inset: Susanne Neumann, Gebäudereinigerin • Hädrich im Studiopublikum
126	Clement	28	<p>Dafür haben wir in Deutschland eine Regelung, die sogenannte Equal-Pay vorsieht. Und daneben zusätzlich Tarifverträge (Illner: Gleiche Entlohnung heißt das). Gleiche Entlohnung und daneben diese Tarifverträge, die abgeschlossen worden sind. Ich selber habe nichts dagegen, dass wir auf Dauer und in nicht allzu langer Zeit zu equal pay, also zu gleicher Entlohnung, generell kommen, das</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Hädrich • Oettinger/Clement/Illner

			ist eine Frage...	
127	Illner	6	Schöne Forderung, Hr. Oettinger, (Clement: Das ist die Frage, das ist das, was wir diskutieren) Sekunde, könnten wir jetzt nicht zusammen fordern, das wäre doch eine schöne politische Forderung von Ihnen, wenn Sie sagen, Leiharbeit wird genauso bezahlt wie die normale gängige?	<ul style="list-style-type: none"> • Diskussionsrunde • Illner
128	Oettinger	12	Das Ziel ist meines Erachtens richtig, aber die Frage ist doch, ob es der Gesetzgeber machen soll, oder ob nicht die Tarifpartner gefragt sind (<i>Zeigt auf Bsirske</i>). Und ich setze auf starke Arbeitgeber und auf starke Gewerkschaften, und dann wird dieser Gedanke mit Sicherheit in Stufen erreicht werden.	<ul style="list-style-type: none"> • Oettinger • Bsirske
129	Gerke	11	(Illner: An dieser Stelle werden Sie uns ...) Zeitarbeit bleibt dann trotzdem wichtig. (Clement: Selbstverständlich) Denn die Flexibilität ist das Entscheidende (Oettinger: Ja) der Zeitarbeit für einen Unternehmer (Oettinger: Ja), gar nicht so sehr der Lohn dabei. Lohndumping über Zeitarbeit ist nicht das große Thema...	<ul style="list-style-type: none"> • Diskussionsrunde • Gerke
130	Clement	27	Wir haben auch im Unterschied mit wechselnden Märkten zu tun (Bsirske: Das ist ein Riesenthema, aber ... <i>unverständlich</i>). Das wollen wir ja gar nicht. In wechselnden Märkten, in den unterschiedlichen Konjunkturlagen brauchen Sie mehr Ingenieure, weniger Ingenieure, mehr Techniker, weniger Techniker, mehr Bankleute usw. Sie haben doch diese Situation und wir leben doch nicht nur in Deutschland, wir leben in einer absolut offenen Welt, in der wir Milliarden, 1,5 Milliarden Arbeitnehmer mehr haben als zuvor. Worüber reden wir eigentlich? Wir können den deutschen Markt nicht so abschotten, wie wir hier diskutieren, als seien wir hier völlig unter uns.	<ul style="list-style-type: none"> • Gerke • Clement • Clement/Gerke • Oettinger/Clement/Illner
131	Bsirske	2	(Illner: wir haben über die Realität geredet) Wir reden ja nicht gegen Zeitarbeit, aber wir reden gegen Armutslöhne.	<ul style="list-style-type: none"> • Bsirske
132	Illner	18	Wir haben uns alle Mühe gegeben, ein Stück Realität zu diskutieren. Von Hr. Oettinger muss ich jetzt noch ganz kurz wissen, Hr. Oettinger, wir haben Sie viele lange Wochen vermisst und wollten irgendwie noch mal die Frage stellen, ob hinter dieser Filbinger-Rede ein großer Plan stand oder ob das einfach ein Ausrutscher war? Verraten Sie uns das noch? <i>(Studiopublikum: lacht)</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Bsirske • Illner • Oettinger (grinst)

133	Oettinger	10	(<i>zögert</i>) Fr. Illner, wer mich kennt, der weiß, dass ich nicht in der Lage bin, irgendwo am rechten Rand zu fischen. Und deswegen: Der Satz war nicht haltbar, der tut mir auch leid. Ich habe mich entschuldigt, und die wird, glaube ich, auch so akzeptiert werden.	<ul style="list-style-type: none"> • Oettinger
134	Illner	3	Haben Sie sich mehr über sich geärgert oder mehr über Fr. Merkel?	<ul style="list-style-type: none"> • Oettinger/Clement/Illner
135	Oettinger	6	Ich habe mich geärgert über mich. Und habe Fr. Merkel nichts vorzuhalten. (<i>Spricht zögerlich</i>)	<ul style="list-style-type: none"> • Oettinger
136	Illner	26	Dann haben wir auch das geklärt. Und danken an dieser Stelle allen Beteiligten in einer ernsthaften, zur Sache gehenden Diskussion. Wir sehen uns schon nächsten Donnerstag wieder. Hier in diesem Kino. Bleiben Sie mir heiter, irgendwie. Und an dieser Stelle → Hinweis auf nachfolgendes Programm. Tschüss bis zum nächsten Donnerstag. Vielen herzlichen Dank Ihnen allen. Danke.	<ul style="list-style-type: none"> • Illner nickend zu Gästen • Illner in Kamera
137	Abspann mit Musik	22		<ul style="list-style-type: none"> • Abspann • Fahrt an Diskussionsrunde vorbei • Vogelperspektive Diskussionsrunde



VIII Transkription Fallbeispiel „Hartaberfair: Einmal unten, immer unten? – Willkommen in der Zwei-Klassen-Gesellschaft“ (13.06.2007)

	Quelle/ Sprecher	Länge in sec.	Inhalt	Im Bild ²⁶⁴
1	Plasberg	60	Begrüßung; Unser Thema heute: Einmal unten, immer unten? Willkommen in der Zwei-Klassen-Gesellschaft. Von der Schule bis zur Rente, wer in Deutschland nicht auf die Schokoladenseite gefallen ist, der hat kaum Chancen zum Aufstieg. Das sagt das neue Buch des SPD-Sozialexperten Karl Lauterbach. Ist unsere Gesellschaft wirklich so tief gespalten? Offenbar haben sich schon viele daran gewöhnt, das zeigt ein hartaberfair-Experiment. Diese beiden Parkbänke haben wir in Düsseldorf aufgestellt, eine reserviert für gute Steuerzahler, eine für schlechte, also für Geringverdiener. Sie werden später in der Sendung sehen, was als Karikatur der Verhältnisse gemeint war, das wurde von vielen Menschen ganz selbstverständlich angenommen. Wer bestimmt eigentlich unser Lebensglück. Wir selber oder das Elternhaus, aus dem wir kommen? Wie egoistisch sind die Privilegierten, wie chancenlos die Schwachen? Hartaberfair mit einem spannenden Thema und diesen Gästen:	<ul style="list-style-type: none"> • Plasberg vor Studiopublikum (in Kamera) • Diskussionsrunde • Insert: Frank Plasberg • Foto: Parkbänke
2	Weibl. Off-Stimme	60	<p>Karl Lauterbach, der Gesundheitsökonom und SPD-Sozialexperte klagt an: Deutschland ist zum Zweiklassenstaat verkommen, in dem Herkunft mehr zählt als Talent oder Leistung.</p> <p>Udo Walz, der Star-Friseur weiß aus Erfahrung, auch wer aus armen Verhältnissen kommt, kann es mit Fleiß und Disziplin nach ganz oben schaffen.</p> <p>Horst Seehofer, der stellv. CSU-Chef und Bundesminister warnt, die Schere zwischen Arm und Reich hat sich immer weiter geöffnet, deshalb darf sich der neoliberale Zeitgeist nicht noch mehr durchsetzen.</p> <p>Cornelia Pieper, die stellv. FDP-Vorsitzende stellt klar, der Staat muss für Bedürftige da sein, sollte aber nicht diejenigen üerversorgen, die es nicht schaffen wollen.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Jeweiliger Gast (blickt in Kamera) • Insert: Das Reizthema: Einmal unten, immer unten? Willkommen in der Zwei-Klassen-Gesellschaft

²⁶⁴ Hartaberfair arbeitet mit einer extrem beweglichen Kamera, d.h. mit vielen Zooms, Schwenks und Fahrten, auf deren genaue Erfassung hier jedoch aus forschungspraktischen Gründen verzichtet wurde. Darüber hinaus ist die Kameraarbeit geprägt von vielen verschiedenen Einstellungsgrößen (von Nah bis Totale), so dass dem Zuschauer immer wieder scheinbar neue Bilder präsentiert werden, und er in unterschiedliche Distanzen zu den Sprechenden gebracht wird. Auch die Blickrichtung der Diskutanten bei der Diskussion wird nicht detailgenau festgehalten.

			<p>Gertrud Höhler, die Beraterin für Politik und Wirtschaft kritisiert, einmal unten immer unten stimmt nicht, denn ich kenne genügend Aufsteiger, die heute sogar Weltkonzerne leiten. → <i>Klatschen</i></p>	
3	Plasberg	20	<p>Hr. Prof. Dr. Dr. Lauterbach, Ihr Vater war Facharbeiter, Ihre Mutter war Hausfrau. Sind Sie der Richtige, um ein Buch über einen Zweiklassenstaat, über mangelnde Aufstiegschancen zu schreiben?</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Klatschendes Studiopublikum in Monitor oberhalb Diskussionsrunde • Vogelperspektive auf Diskussionsrunde/Kameras • Plasberg • Lauterbach
4	Lauterbach	20	<p>Das wird sich an der Auflage zeigen. Aber in der Summe ist es so: Wir hatten zu meiner Zeit sehr gute Aufstiegschancen. Das war das Ergebnis auch ein bisschen der Bildungspolitik von Willy Brand. Heute sind die Chancen sehr viel schlechter. Ich glaube daher, dass wir umlenken müssen, so lange es noch geht.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Lauterbach • Insert: Karl Lauterbach, SPD, Buchautor „Der Zweiklassenstaat“ • Lauterbach/Seehofer • Rückfahrt: Lauterbach/Seehofer/Walz/Pieper/Plasberg
5	Plasberg	13	<p>Hr. Bundesminister Seehofer, Ihr Vater war Bauarbeiter und Lastwagenfahrer. Wie groß ist der Anteil unseres Staates, der Gesellschaft an dem, was aus Ihnen geworden ist, so wie Sie da heute sitzen?</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Plasberg
6	Seehofer	14	<p><i>(zögert)</i> Also einen Anteil des Staates kann ich da überhaupt nicht erkennen. Wir waren eine kinderreiche Familie. Es war schwierig, aber man kann sich schon selber durchbeißen. Aber man braucht verdammt viel Glück dazu.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Seehofer (amüsiert) • Insert: Horst Seehofer, CSU, stellv. Vorsitzender • Höhler
7	Plasberg	4	<p>Sie unterstützen also seine These vom Zweiklassenstaat?</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Diskussionsrunde
8	Seehofer	30	<p>Ich würde jetzt nicht so pauschalisieren. Es gibt schon Tendenzen in der Bildungspolitik, in der Vermögenspolitik, in der Einkommensverteilung. Da muss sich noch eine ganze Menge verändern.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Diskussionsrunde; Zufahrt:

			Aber im Grundsatz habe ich immer die These vertreten, dass auch jetzt bei dem Aufschwung, den wir erleben wirtschaftlich, die Dinge nicht gleichmäßig verteilt sind in der Bevölkerung, auch was die Vermögensbildung betrifft, zum Beispiel.	<ul style="list-style-type: none"> • Lauterbach/ Seehofer/Walz • Seehofer • Walz Pieper
9	Plasberg	14	Was möglich ist in diesem Land, das zeigt ein Mann der auch hier sitzt: Udo Walz ist möglich zum Beispiel. Einer, der die Chancen in seinem Leben immer beim Schopf gepackt hat, obwohl seine Chancen, seine Startvoraussetzungen denkbar schlecht waren. Schauen Sie hier:	<ul style="list-style-type: none"> • Plasberg (in Kamera) • Walz
10	Einspieler (weibl. Off-Stimme/ Zitate: männl.)	53	Lebenslauf Udo Walz: Trennung Eltern -> Alles wurde anders: „Meine Mutter hat als Schraubendreherin gearbeitet und musste uns mit einem Monatslohn von 200 Mark durchbringen. Wir hausten in einer 2-Zimmer-Wohnung“ (Insert); Ausbildung zum Friseur. 1. prominente Kundin: Marlene Dietrich. Heute 6 Friseursalons. Zu Kundinnen zählen internationale Stars und Politikerinnen wie z.B. Cornelia Pieper. Aus dem armen jungen Mann von einst ist ein wohlhabender und erfolgreicher Geschäftsmann geworden.	<ul style="list-style-type: none"> • Fotos Walz • Zitat Walz als Insert • Foto Walz frisiert Pieper
11	Plasberg	8	Hr. Walz, so eine Lebensgeschichte ist fast zu schön, um wahr zu sein. Stehen Sie auch so ein bisschen für das Märchen von unbegrenzten Aufstiegschancen?	<ul style="list-style-type: none"> • Walz
12	Walz	33	Ne, eigentlich nicht. Also ich habe merkwürdigerweise, also ich finde, ich habe immer gesagt, oder sage heute, ich bin nicht talentfrei gewesen, und was bei mir dazu kam: der schwäbische Fleiß. Ich hatte eine ganz anständige, spießige Erziehung. Also, ich denke, das hat sich für meine Begriffe heute nicht viel geändert. Ich glaube, wenn jemand aus einem anständigen Elternhaus kommt, der fleißig ist, der Talent hat, schafft der das auch. Egal, aus welchem Stand er kommt.	<ul style="list-style-type: none"> • Walz • Insert: Udo Walz, Star-Friseur • Diskussionsrunde -> Fahrt/Zoom auf Walz/Pieper
13	Plasberg	6	Wie wichtig war das denn, dass Ihnen privilegierte Menschen die Hand gereicht haben? Sie auch ein bisschen hochgezogen haben?	<ul style="list-style-type: none"> • Längsfahrt: Lauterbach/ Seehofer/Walz
14	Walz	16	Naja, ich war schon ganz stolz. Ich habe durch meinen Beruf natürlich ganz viele Freunde kennengelernt, z.B. den amerikanischen Botschafter oder Reagans oder auch Clintons. Ich meine, da ist man ja auch stolz drauf, ne.	<ul style="list-style-type: none"> • Fahrt: Lauterbach/Seehofer/ Walz/Pieper • Walz • Seehofer
15	Plasberg	4	Ich habe gehört, dass die Frau des Botschafters Ihnen geholfen hat, sich in der Gesellschaft zu bewegen? Englisch zu sprechen?	<ul style="list-style-type: none"> • Plasberg

16	Walz	26	Ich habe durch Mrs. Burt und auch durch ihn habe ich Pünktlichkeit gelernt. Ich war berühmt für meine Unpünktlichkeit, aber als wir dann eine Freundschaft angefangen haben, habe ich viel besser Englisch gesprochen. Ich habe nur profitiert, ich habe aber natürlich gemerkt, dass es ganz wichtig ist für mich, dass ich profitiere, ne. Und mir wurden da Sachen gelernt, die mir heute zugute kommen. <i>(lacht)</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Walz • Pieper • Lauterbach (amüsiert) • Höhler (amüsiert)
17	Plasberg	25	Ich habe da schon die Mail eines Zuschauers; Hr. Howald (65) hat uns geschrieben vor der Sendung schon: Udo Walz vergisst bei seinem Bekenntnis, dass der Zufall ihm zu Hilfe kam, erfolgreich zu sein. Abgesehen davon, dass er seinen Bekanntheitsgrad mit Erfolg verwechselt. Was wäre denn gewesen, wenn die Prominenz nicht zu ihm gekommen wäre, und ihn dadurch populär gemacht hätte. Dann wäre er ein genauso tüchtiger, unbekannter Haarschneider geblieben wie meiner, der nicht unten und nicht oben ist. Promi zu sein ist doch kein Signal für Tüchtigkeit.	<ul style="list-style-type: none"> • Plasberg • Walz
18	Walz	20	Ja, auf die Idee würde ich ja auch gar nicht kommen. Was der Mann sagt, ist ja völliger Quatsch. Ich meine, wenn ich nicht prominent wäre, weiß ich auch gar nicht, wie es ist, prominent zu sein. Oder, also wenn ich jetzt nicht Politikerinnen die Haare machen würde, würde ich Fr. Meier oder Hr. Müller oder Hr. Walz die Haare schneiden. Das ist doch wurscht, oder?	<ul style="list-style-type: none"> • Walz • Diskussionsrunde: -> Fahrt Walz/Pieper
19	Plasberg	14	Ja, kann man sagen, Fr. Höhler, nun kann man ja auch sagen, Paradiesvögel, bisschen was ist er ja, die haben es immer geschafft bei den oberen 10.000. Entwertet das Beispiel Walz ein bisschen die These der Durchlässigkeit unserer Gesellschaft?	<ul style="list-style-type: none"> • Fahrt Walz/Pieper/Höhler/Plasberg
20	Höhler	23	Also, ich glaube schon, dass es etwas mit seinem Verhalten und seinem Auftreten und seinen Fähigkeiten und seiner Willensstärke zu tun hat, dass er in Kontakt mit besonderen Kunden gekommen ist. Die Kunden können ja hingehen, wo sie wollen. Da kann man fragen, was war denn vorher da, war der Walz vorher bekannt und kamen deswegen die Botschafter und die Bundeskanzler und Bundeskanzlerinnen usw. Also es ist schwierig ...	<ul style="list-style-type: none"> • Höhler • Walz • Insert: Gertrud Höhler, Publizistin • Höhler/Pieper/Walz -> Fahrt Walz
21	Plasberg	12	Ich darf mal fragen, Sie gehen auch dahin? (Höhler: Selbstverständlich, ja klar) <i>(Gelächter)</i> Entschuldigung. Fr. Pieper geht auch hin, habe ich gesehen. Hat Hr. Walz Ihnen auch diese gleichfarbigen Kostümjacken empfohlen für heute	<ul style="list-style-type: none"> • Walz (lacht) • Diskussionsrunde • Pieper (lacht)

			Abend? → <i>Klatschen</i>	
22	Höhler	18	Nein, Udo spricht nur über Haare, wenn man sich sieht (Plasberg: Ja, o.k.). Nein, also ich kann das gar nicht bestätigen, dass der Zufall - was ist ein Zufall? Ich meine, man spricht vom Glück der Tüchtigen. Es ist schon so, einer der zielstrebig ist, der erweckt dann auch noch den Eindruck, dass er Glück hat.	<ul style="list-style-type: none"> • Pieper/Höhler • Höhler • Walz
23	Plasberg	18	Fr. Pieper, wenn man an den Zweiklassenstaat denkt, so wie Karl Lauterbach es anspricht, dann denkt man zuallererst an Zweiklassen-Medizin. Sie sind freiwillig gesetzlich versichert, freiwillig gesetzlich versichert und das als FDP-Politikerin. Sie sind nicht in einer privaten Krankenkasse. Was wollen Sie uns denn damit sagen?	<ul style="list-style-type: none"> • Höhler/Plasberg • Pieper • Plasberg
24	Pieper	19	Dass ich nicht ideologisch denke, sondern dass ich bodenständig geblieben bin. Und ich war immer gesetzlich versichert (<i>blickt Richtung Lauterbach/Seehofer</i>), auch bevor ich in die Politik gekommen bin, und bin mit meiner Krankenkasse zufrieden (<i>blickt Richtung Lauterbach/Seehofer</i>). Ich habe da gar keine Vorwürfe zu machen. Trotzdem bin ich der Auffassung, dass sich was im Gesundheitssystem ändern muss ...	<ul style="list-style-type: none"> • Pieper • Insert: Cornelia Pieper, FDP, stellv. Bundesvorsitzende • Seehofer (amüsiert)
25	Plasberg	10	Ich gehe mal davon aus, dass Sie die einzig gesetzlich Versicherte sind hier am Panel, inklusive meiner Person. (Pieper: Was interessant ist.) Richtig ja, was interessant ist, ja (<i>überlegt</i> ; Seehofer <i>brummt</i> : ??? Auszeichnung ist), bitte?	<ul style="list-style-type: none"> • Pieper • Plasberg
26	Pieper	20	Aber vielleicht darf ich den Gedanken noch mal beenden, was ja nicht heißt, dass das Gesundheitssystem nicht grundsätzlich geändert werden muss. Nicht jede Krankenkasse ist gleich, nicht jede Krankenkasse arbeitet wirtschaftlich, und es ist ja das Thema letztendlich auch der Zweiklassen-Medizin. Wir brauchen strukturelle Reformen im Gesundheitssystem, und darüber wollen wir ja heute reden.	<ul style="list-style-type: none"> • Diskussionsrunde (Vogelperspektive) • Pieper • Plasberg
27	Plasberg	33	Ja, natürlich denkt man beim Thema Zweiklassenstaat, ich habe es gesagt, natürlich an das Thema Medizin. Und hier gibt es eine Frage, die eine ganz entscheidende Weichenstellung einleitet, wenn man krank ist, nämlich die Frage: Sind sie privat oder gesetzlich versichert? Die Antwort darauf, die kann schon bei der Terminvergabe entscheidend sein. Wer bekommt wann zu welchem Arzt Zugang. Politiker sagen immer, Gesundheitspolitiker, das ist alles halb so wild, das nivelliert sich, stimmt auch gar nicht so, dass man	<ul style="list-style-type: none"> • Plasberg (in Kamera) • Seehofer

			viel zu lange warten muss als Kassenpatient. Wir haben einfach mal den Selbstversuch gemacht.	
28	Einspieler (weibl. Stimme)	137	Selbstversuch: ‚Versuchsaufbau‘: 2 Redakteure rufen bei Kardiologen, also Herzkreislaufspezialisten an und fragen nach einem Termin. Einer gibt sich als Privatpatient, der andere als Kassenpatient aus. Sie rufen bei 15 Ärzten in verschiedenen Städten an, beide nennen gleiche Symptome. Hinweis für Kassenpatient: Hausärzte können Notfalltermine mit Kardiologen machen. Privatpatient bekommt viel eher Termine als Kassenpatient, Sprechstundenhilfen geben diese Praxis als normal an. In 14 von 15 Fällen würde Privatpatient einen deutlich früheren Termin bekommen als Kassenpatient, im „krassesten“ Fall sogar 7 Monate früher.	<ul style="list-style-type: none"> • Zwei Redakteure telefonierend am Tisch, • Versuchsanlage als Insert • Zitate als Inserts
29	Plasberg	10	Hr. Lauterbach, wir haben gehört im Notfall kann der Hausarzt ja immer einen Termin machen mit dem Spezialisten. Ist das also tatsächlich nur eine Frage der Geduld und nicht der Gesundheit?	<ul style="list-style-type: none"> • Lauterbach • Plasberg
30	Lauterbach	47	Nein, die unterschiedlichen Wartezeiten sind ja auch nur die Spitze des Eisberges. Wenn man eine wirklich schwere Erkrankung hat, z.B. eine Krebserkrankung oder eine schwere Nervenerkrankung, wo man einen Spezialisten sehen muss, beispielsweise in der Universitätsklinik, ist man als gesetzlich Versicherter oft gar nicht in der Lage den Spezialisten zu sehen. Also es gibt viele schwer Kranke, chronisch Kranke, die im ganzen Leben nie einen Universitätsprofessor sehen, weil der Privatpatienten bevorzugt, weil ein Privatversicherter bei einer schweren Krankheit fast immer von den Spezialisten gesehen wird, oft von mehreren gleichzeitig. D. h. es geht sehr stark danach, je besser der Arzt ist, desto größer ist die Wahrscheinlichkeit, dass er bevorzugt oder auch nur Privatpatienten behandelt.	<ul style="list-style-type: none"> • Lauterbach • Insert: Karl Lauterbach, SPD, Mitglied des Bundestages und Sozialexperte • Walz • Fahrt ‚Laptop-Redaktion‘ im Studio • Insert: Das Reizthema, Einmal unten, immer unten? Willkommen in der Zweiklassen-Gesellschaft • Insert: Ihre Fragen/Ihre Meinungen (Tel.nr.) • Insert: Ihre Fragen/Ihre Meinungen (Faxnr.) • Insert: Ihre Fragen/Ihre

				Meinungen (www.wdr.de)
31	Plasberg	13	Man kann ja auch mit dem Faktor Beziehungen die gesetzliche oder die private Krankenkasse ersetzen, wenn man gesetzlich versichert ist. Können Sie davon berichten, Sie haben ja Kontakt zu vielen Ärzten? Ich muss vielleicht sagen, noch haben Sie Kontakt zu vielen Ärzten.	<ul style="list-style-type: none"> • Lauterbach/Plasberg • Lauterbach (amüsiert)
32	Lauterbach	15	Die werden mir auch nicht verloren gehen. Aber in der Tat für jemanden wie Fr. Pieper ist die gesetzliche Krankenversicherung auch nicht so problematisch, weil sie durch Ihre Prominenz und Ihre politischen Kontakte kompensieren kann, dass sie nur gesetzlich versichert ist. (Pieper: Da muss ich aber gleich widersprechen) Wenn Sie mir aber erst (<i>beschwichtigende Handbewegung zu Pieper</i>) Gelegenheit zum Ausreden geben.	<ul style="list-style-type: none"> • Pieper • Lauterbach
33	Plasberg	2	Lassen Sie sie doch gleich mal widersprechen. (Pieper: Ja ja, ich kann gleich). Wenn wir so viele am Tisch haben, dann neigt man schon mal zu Referaten.	<ul style="list-style-type: none"> • Pieper • Schwenk: Lauterbach/Walz/Pieper
34	Pieper	31	Es geht ja nicht um mich, aber ich kenne viele, die genauso gut, das ist natürlich regional unterschiedlich, entscheidet ja auch letztendlich der Facharzt mit oder der Spezialist. Ich kenne viele, die durchaus Chancen hatten, warten mussten, aber dann doch einen Termin beim Chefarzt bekommen haben, und dann die Operation auch vom Chefarzt vorgenommen worden ist, obwohl sie gesetzlich versichert sind. Ich kann das hier so pauschal nicht bestätigen. Ich könnte hier noch Beispiele nennen von Leuten, (Plasberg: Fragen wir doch auch mal Hr. Lauterbach ...) die mir das erzählt haben.	<ul style="list-style-type: none"> • Lauterbach/Walz/Pieper • Fahrt/Zoom: Lauterbach/Seehofer/Walz/Pieper/Plasberg • Pieper • Lauterbach • Lauterbach/Pieper/Höhler
35	Plasberg	10	... nach Beispielen. Wie oft werden Sie gefragt, von Nachbarn oder Kollegen oder Leuten in Ihrem Wahlkreis, Hr. Professor kennen Sie nicht einen, der gut ist mit Herz?	<ul style="list-style-type: none"> • Lauterbach • Plasberg
36	Lauterbach	62	Also das ist im Durchschnitt, das hat auch zugezogen, also mindestens täglich. (Plasberg: Bitte?) Mindestens täglich. (Plasberg: Wie fängt so ein Gespräch an?) Das fängt so an, dass also jemand beispielsweise für seine Frau oder seine Mutter einen Termin benötigt bei einem Spezialisten, aber der Termin so nicht erreichbar ist. Ob man da mal anrufen kann, eine Möglichkeit einzuräumen. Das geht übrigens sogar oft für Politiker, die gesetzlich versichert sind, die bitten dann um	<ul style="list-style-type: none"> • Lauterbach, Plasberg • Lauterbach/Seehofer • Pieper • Lauterbach/Pieper • Lauterbach/Seehofer/Walz

			die Hilfe für einen Verwandten oder Bekannten, weil sonst der Spezialist nicht zugänglich wäre. Und hier geht es nicht um ein oder zwei Wochen längeres Warten, sondern in jeder Universitätsklinik ist es so, normalerweise wir haben ja 10 % Privatversicherte in der Bevölkerung, der Anteil der Privatversicherten, die in der Uni behandelt werden, liegt bei 30 % und mehr. Der Anteil der AOK-Versicherten liegt deutlich unterproportional. Je besser die Klinik, desto kleiner ist der Anteil der AOK-Versicherten, die behandelt werden, desto größer ist der Anteil der Privatversicherten. Und da helfen nur Beziehungen oder Geld.	
37	Plasberg	8	Fr. Höhler, wenn dann die Frage der Kasse bei einer schweren Erkrankung zu einer Frage des Überlebens wird, kann man dann noch von Chancengleichheit sprechen?	<ul style="list-style-type: none"> • Lauterbach • Plasberg
38	Höhler	8	Ja, aber ich glaube, das ist jetzt sehr überspitzt. Ich wollte eigentlich gerade fragen, ob Uni (Plasberg: Entschuldigung, ist das ...), ob Unikliniken immer die besten Kliniken sind. (Plasberg: Sie sagen ...) Er hat das gerade gleich gesetzt.	<ul style="list-style-type: none"> • Lauterbach/Walz/Pieper/Höhler
39	Plasberg	9	Darf ich mal eben. Ja können wir gleich, ich werde das, ich notiere es mir, es kommt sofort. (Höhler: Das müsste man erst nachweisen, dass das ...). Aber Sie haben gerade (Höhler: ... dass das zur Frage von Leben und Tod wird) Fr. Höhler, Sie haben gerade so locker gesagt, das ist überspitzt. Ist es überspitzt? (Höhler: Ja, es ist überspitzt.) Ist es überspitzt?	<ul style="list-style-type: none"> • Plasberg • Höhler
40	Lauterbach	1	Nein, wenn es ..	<ul style="list-style-type: none"> • Höhler
41	Seehofer	48	Also in dem Fall des Notfalls, den Sie gerade angesprochen haben, glaube ich auch, dass es überspitzt ist. Bei allem (Lauterbach: Aber ich spreche ja nicht vom Notfall)... Ja, aber hat er ja nach dem Notfall gefragt, oder Sie haben den Notfall angesprochen (Lauterbach: Er hat nicht, ich habe, ich habe). Ja, schön langsam (<i>Seehofer und Lauterbach amüsiert; Gelächter im Publikum</i>) beim Notfall, beim Notfall. Es trifft vieles zu, was sie in dem Film gezeigt haben, aber jetzt müssen wir uns auch wieder hüten vor einer Pauschalierung. (Höhler: Wirklich) Selbst wenn die Ärzte sich in einem harten Konflikt mit der Politik befinden, und das tun sie ja seit Jahren, aber eines kann man ihnen nicht absprechen, dass sie nicht die ethische Verantwortung hätten, im Notfall, dann also wenn es um das Leben eines Menschen	<ul style="list-style-type: none"> • Lauterbach • Lauterbach/Seehofer/Walz • Seehofer • Pieper • Walz • Lauterbach/Seehofer

			geht, nicht schnell und rechtzeitig und ohne Ansehen der (Lauterbach: Aber es geht nicht um den Notfall) Person zu helfen. Über das andere können wir gleich reden, nur dass wir diesen Punkt klar haben.	
42	Plasberg	11	Hr. Seehofer, Sie haben gerade (Lauterbach: Das ist nicht richtig...) den Arm gedrückt von Hr. Lauterbach, und das sind Sie als Bayer natürlich gewohnt, aber (Seehofer: Wir Fingerhakeln; amüsiert) aber Sie wissen vielleicht nicht, dass er trainierter Kampfsportler ist. Ich möchte Sie nur warnen.	<ul style="list-style-type: none"> • Lauterbach/Seehofer • Plasberg • Schwenk: Lauterbach/Seehofer/Walz/Pieper
43	Lauterbach	56	Also ich wollte, ich muss also, niemand außer Dir (<i>zeigt auf Seehofer</i>) hat hier niemand vom Notfall gesprochen. Es geht nicht um den Notfall (Höhler: Doch er hat von Leben oder Tod gesprochen. Ist das nicht Notfall). Nein, nicht jeder Lebend- oder Todfall ist ein Notfall. Den Notfall schließe ich aus. Es geht nicht um den Notfall. (Plasberg: Lassen Sie uns doch von einer schweren Erkrankung sprechen) Um die schwere Erkrankung, die kein Notfall ist. Eine schwere Erkrankung, ich sag mal, ich mache es ganz simpel, der Facharzt, der niedergelassene Facharzt hat festgestellt, das ist eine Krebserkrankung, und jetzt gibt es einen Spezialisten in der Klinik, der einen guten Namen hat, einen Universitätsprofessor, der den Fall behandeln könnte. Wenn ich privat versichert bin, kann ich dorthin gehen und sagen, ich bin krebserkrankt und möchte von Ihnen behandelt werden, das macht er dann. Rufe ich dort an und sage, ich bin gesetzlich versichert, sagt er, das geht leider nicht, ich kann Ihnen einen Assistenten anbieten. Das halte ich für ungerecht. Bei der gleichen Erkrankung hat der gesetzlich Versicherte bei einer so schweren Erkrankung keine Chancen sich den Spezialisten auszusuchen. → <i>Klatschen</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Lauterbach/Seehofer/Walz • Zoom: Lauterbach/Seehofer • Höhler • Lauterbach
44	Plasberg	8	Hr. Lauterbach bis hier hin. Fr. Höhler, ich hatte Sie unterbrochen. Und Sie hatten die Frage aufgeworfen, ob die Universitätsklinik in jedem Fall, die beste medizinische Versorgung garantiert.	<ul style="list-style-type: none"> • Studiopublikum (Klatschend) • Plasberg
45	Höhler	15	Ja, das darf man ja fragen. Also, es ist in der Universitätsklinik was eigentlich gegeben, dass Sie (<i>zu Lauterbach</i>) so behaupten lässt, Universitätsklinik, je besser die Klinik, oder war das jetzt Zufall, dass Sie das zugleich gesagt haben?	<ul style="list-style-type: none"> • Höhler • Insert: Gertrud Höhler, Beraterin für Wirtschaft und Politik

46	Lauterbach	42	<p>Nein, die Universitätsklinik versammelt ja die am längsten und am besten ausgebildeten Ärzte, die wir in Deutschland haben, das wird doch keiner in Abrede stellen. Dass für die besonders seltenen schweren Fälle der Spezialist in den Universitätskliniken, der ja auch mehr Erfahrung mit solchen Fällen hat, weil die Fälle selten sind, und sie kommen zu ihm. Dass er dann die bessere Wahl ist als ein Kreiskrankenhaus, wo man den Fall ganz selten sieht. Wir dürfen uns hier doch nicht dumm stellen, jeder gesetzlich Versicherte, der hört, da ist der Spezialist, der diesen Fall oft sieht, der selten genug ist, der wird doch genau wie jeder Arzt auch, der selbst krank ist, der wird doch auch den Spezialisten in der Uniklinik bevorzugen. (<i>Höhler nickt</i>)</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Lauterbach • Höhler • Lauterbach/ Pieper/Höhler
47	Höhler	62	<p>Hr. Lauterbach, es ist doch so: Die Chefs in den großen Kliniken, egal ob Uniklinik oder andere große Klinik, die sind sehr viel unterwegs. Die reisen zu Kongressen, (<i>Seehofer amüsiert</i>: Das ist das Problem) und wenn sie, meine Schwester ist Kardiologin und stellv. Chefärztin, was sie mir immer wieder berichtet, ist, dass der Chef über ihr viel weniger von den Kranken und den Therapien weiß, weil er viel zu selten (<i>Lauterbach</i>: Welche Klinik ist das? → <i>Gelächter, Klatschen, Lauterbach lacht</i>). Hr. Lauterbach, Sie wissen ja, in Berlin könnte ich Ihnen auch welche zeigen, die viel unterwegs sind (<i>Lauterbach grinst</i>: Also ich würde darum bitten), wo ich mich auch fragen, wissen die noch so genau, was da medizinisch los ist, wenn sie einen Patienten behandeln. Zweitens ist meine Anfrage an Sie auch, glauben Sie wirklich, dass jeder Arzt, der einen Patienten vor die Augen kriegt, als erstes Gedanken über die Kasse macht. Wenn der da reingefahren wird, nehmen wir ruhig den Fall Notfall, sagt der dann, welche Kasse ist der (<i>Lauterbach winkt ab, Seehofer amüsiert</i>) (<i>Plasberg</i>: Entschuldigung darf ich das ein für alle mal regeln...)</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Lauterbach (ungläubig) • Höhler • Lauterbach/ Höhler • Lauterbach/ Seehofer (<i>nickt amüsiert</i>) • Studiopublikum (klatschend) • Lauterbach (schreibt was auf)/Pieper/ Höhler → Schwenk Lauterbach/ Seehofer
48	Plasberg	23	<p>Notfall ist nicht das Thema (<i>Lauterbach</i>: Notfall ist nicht das Thema). Das war jetzt sehr geschickt. (<i>Höhler</i>: Ja sorry, das war jetzt..) Entschuldigung Fr. Höhler (<i>Höhler</i>: Das kam von Ihnen, aber ...). Nein (<i>Lauterbach</i>: Nein, nein) (<i>Höhler</i>: Aber ich erlebe das bei Ärzten, die ich kenne ...). Darf ich das jetzt einfach mal als rhetorisch sehr geschickt entlarven. (<i>Höhler</i>: ... nie nie nie, dieses Argument, nie) Fr. Höhler, darf ich einfach mal sagen, natürlich wird ein Arzt, wenn er noch halbwegs unterwegs ist und Spaß an seinem Beruf hat, wenn jemand als Notfall reinkommt, (<i>Lauterbach</i>: Das</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Höhler/Plasberg • Lauterbach

			ist normal) nicht nach der Kasse fragen. Aber das ist ja nicht der Normalfall. Das haben wir ..., (Höhler: Haben wir das schon mal weg.) das hat ja auch niemand bestritten. (Lauterbach: Das war nie im Raum. <i>Lauterbach und Plasberg amüsiert</i>)	
49	Höhler	20	Aber es ist überhaupt nicht eine der Hauptüberlegungen des Arztes. Es mag sein, dass in seinem Vorzimmer die Sachen sortiert werden, aber es ist nicht seine Überlegung, da kommt jemand rein, ein Patient, (Lauterbach: Meinen Sie das Vorzimmer macht, was es will, oder was?) den er noch nicht kennt, und er sagt sich, jetzt muss ich aber unbedingt wissen, ob das AOK oder Barmer Ersatzkasse oder eine private ist. Das müssen Sie mir erst mal beweisen.	<ul style="list-style-type: none"> • Höhler/Plasberg • Lauterbach • Höhler (sieht ganze Zeit Richtung Lauterbach)
50	Lauterbach	7	Ach, Fr. Höhler machen wir uns doch nichts vor. Glauben Sie denn das Vorzimmer wird die Privatversicherten bevorzugen, ohne dass der Chef davon wüsste?	<ul style="list-style-type: none"> • Lauterbach • Höhler
51	Höhler	29	Hr. Lauterbach, ich kenne bereits, und Sie werden das auch wissen, Berichte, und die lauten so. Ein Patient meldet sich als Neuling in einer Stadt bei einem Arzt an, Frankfurt, und er wird gefragt routinemäßig, wie sind Sie denn versichert, und er sagt, ich bin privat versichert. Darauf sagt das schnippische Mädchen am anderen Ende: Nun bilden Sie sich ja nicht ein, dass Sie hier weniger warten müssen, als die anderen, und dass sie bevorzugt werden. Auch das ist ein Trend. Das müsste Sie begeistern, warum freut Sie das nicht?	<ul style="list-style-type: none"> • Lauterbach/Höhler • Höhler • Lauterbach
52	Lauterbach	14	Weil es die Ausnahme ist (<i>Unruhe im Publikum</i>). Also, also mich persönlich beeindruckt das Null. Die Ausnahme ist interessant, die Regel ist wichtig. (Plasberg: Ich würde jetzt den Privatversicherten Walz ...) Und die Regel ist der Privatversicherte wird bevorzugt.	<ul style="list-style-type: none"> • Lauterbach • Lauterbach/Höhler
53	Plasberg	10	.. als Vermittler aufrufen, der ja viel Kontakt hat, und angeblich wird ja auch beim Friseur viel geredet, und d.h. man bekommt ja tatsächlich auch einen soziologischen Blick, gucken Sie mich nicht so an Hr. Walz. (<i>amüsiert</i>)	<ul style="list-style-type: none"> • Plasberg • Walz
54	Walz	8	Na, da ist völlig veraltmodisch. (Höhler: Das ist der Blick, <i>lacht</i>) Beim Frisör wird gar nichts mehr geredet. (Aus Publikum: ???) Nee, (Plasberg: Schweigegelübte) nee, da haben Sie den falschen. (<i>lacht</i>)	<ul style="list-style-type: none"> • Diskussionsrunde (Zoom/Fahrt entlang)
55	Plasberg	8	Darf ich auf meine Frage zurückkommen? (Walz: Ja, ja) Können Sie da den Vermittler spielen, sie	<ul style="list-style-type: none"> • Walz

			nennt da den Einzelfall, dass da eine Sprechstundenhilfe sagt, bilden sie sich gar nichts darauf ein (Höhler: Und die eine sagt das am Tag 10 mal).	
56	Walz	30	Also, wenn eine Sprechstundenhilfe zu mir sagen würde, bilden Sie sich nichts ein, dann würde ich aufhängen oder sagen, geben Sie mir mal den Chef. Weil der Chef führt ja das Regiment an, da würde ich sagen, also mit Ihnen da hat sich das erledigt, geben Sie mir mal den Chef, und dann würde ich zum Chef sagen, also irgendwie brauchen Sie vielleicht eine Betreuung ihrer Mitarbeiter, das für Freundlichkeit. Ich meine, Freundlichkeit ist ja in Deutschland nicht so berühmt, aber ich würde sagen, vielleicht mal so ein Kurs für Freundlichkeit mit ...	<ul style="list-style-type: none"> • Walz • Höhler (amüsiert) • Seehofer (amüsiert)
57	Plasberg	12	Das sehe ich, dass Sie serviceorientiert sind (Walz: Ja, ja klar). Meine Vermittlerfrage haben Sie nicht beantwortet, deswegen gebe ich sie an Hr. Seehofer weiter. (Walz: Gut) Wir haben ein Beispiel aus Frankfurt gehört. Er sagt, Hr. Lauterbach, absolute Ausnahme?	<ul style="list-style-type: none"> • Walz • Plasberg • Seehofer • Lauterbach/ Seehofer/Walz
58	Seehofer	93	Also, das Beispiel ist mit Sicherheit eine Ausnahme, Fr. Höhler. Überwiegend ist es so, wie es im Film gezeigt worden ist. Notfall haben wir abgehandelt. (<i>amüsiert</i>) (Plasberg: Danke; <i>Höhler lacht</i>) Im zweiten Fall gebe ich Ihnen Recht: In manchen Disziplinen, Fächern ist es mitunter besser, man wird vom Oberarzt operiert und nicht vom Chefarzt, der nur auf internationalen Kongressen war. Das muss man auch so aussprechen. (<i>amüsiert</i>) Nun möchte ich aber noch hinzufügen, es gibt auch eine Ursache dafür. Es ist nicht zu rechtfertigen, was Sie gesagt haben. Das möchte ich jetzt auch gar nicht entschuldigen. Aber wir müssen uns auch mal das Honorierungssystem für die Ärzte ansehen. Das ist veraltet. Es ist zum Beispiel die sprechende Medizin viel zu wenig honoriert. (Plasberg: Die sprechende Medizin ist ein Arzt, der sich Zeit nimmt ...) Gespräch zwischen Patient und Arzt ist im Verhältnis zum Einsatz eines Apparates viel höher, eh viel schlechter dotiert. Und was seit 15 Jahren in Deutschland so ist, das hat bei mir begonnen, ist 15 Jahre weitergeführt worden, kann aber nicht mehr beibehalten werden, ist die Tatsache, je mehr Patienten ein Arzt hat, desto weniger kriegt er pro Fall. D. h. wir haben eine Budgetierung mit einem sinkenden Fallwert, (Pieper <i>nickt</i> : Richtig), und jetzt sollten wir nicht so tun, als seien das keine Menschen. Wenn ich mehr arbeite und pro Fall weniger bekomme, darf ich mich nicht wundern, dass es	<ul style="list-style-type: none"> • Lauterbach/ Seehofer/Walz • Seehofer • Insert: Horst Seehofer, CSU, stellv. Vorsitzender • Walz → Schwenk auf • Seehofer/ Höhler • Pieper • Seehofer/Pieper • Lauterbach/ Seehofer • Höhler

			<p>dann manche Missstände gibt. Deswegen hat ja die Koalition, da müsstest Du jetzt wieder zustimmen (zu <i>Lauterbach</i>). ja beschlossen, dass das Honorierungssystem für Ärzte verändert werden muss. (<i>Lauterbach schreibt was auf</i>) Die persönliche Zuwendung, das Gespräch, das Zeitnehmen für mit dem Patienten muss wieder besser honoriert werden als der Einsatz von Apparaten und Medikamenten.</p> <p>→ <i>Klatschen</i></p>	
59	Plasberg	23	<p>Bevor wir hier eine Gesundheitsreform der Reform neu auflegen, möchte ich einen zweiten Teil unseres Tests zeigen. Es ist tatsächlich nur die Spitze des Eisbergs, wann bekomme ich einen Termin bei einem Fachmann, wie schnell geht das, bekomme ich überhaupt einen Termin. Dieser Selbstversuch. (Seehofer: ??) Wollen Sie jetzt schwätzen oder zuhören, Hr. Seehofer? (Seehofer: Ich wollte gerade dem Hr. Walz erklären ...) Lassen Sie uns doch dran teilhaben.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Plasberg • Seehofer
60	Seehofer	17	<p>... wenn er für jedes Kopfschneiden, wenn`s mal die Zahl 10 übersteigt, nur noch die Hälfte des Preises verlangen kann (<i>Walz lacht</i>), dann würde er wahrscheinlich auch um vier Uhr nachmittags zumachen. Das ist doch ganz menschlich. Wir müssen das verändern. (Walz: Ja, klar, da haben Sie recht) Das möchte ich auch mal zugunsten der Ärzte sagen. (Walz: Ja, ich finde, da haben Sie recht).</p> <p>→ <i>Klatschen</i></p>	<ul style="list-style-type: none"> • Seehofer • Seehofer/Walz • Walz
61	Plasberg	20	<p>Es könnte sein, dass einer in der Runde schon angefangen hat zu schwitzen bei meiner Anmoderation. Wir haben nämlich den zweiten Teil gemacht des Selbstversuchs, wie bekomme ich einen Chefarzttermin, und zwar haben wir das gemacht bei den Rhön-Kliniken, bei denen Sie im Aufsichtsrat sitzen, Hr. Lauterbach. Schauen wir mal an, was dabei rausgekommen ist.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Plasberg (in Kamera) • Diskussionsrunde • Lauterbach (amüsiert)
62	Einspieler (weibl. Stimme)	72	<p>Selbstversuch 2. Teil: Termin Orthopädie für Hüft-OP; Privatpatient: Termin 9 Tage vor Kassenpatient (Ergebnis); Hr. Lauterbach, haben Sie jetzt etwas auf Ihrer nächsten Aufsichtsratssitzung zu besprechen? (<i>leises Gelächter</i>)</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Fotos Klinik • Telefonierende Redakteure • Insert Ergebnis • Frage an Lauterbach
63	Lauterbach	13	<p>Ja, ich bin im Aufsichtsrat dieser Klinikette, leider nicht im Vorstand. Somit kann ich das Geschäftsmodell nicht prägen, aber es ist völlig richtig, also auch in diesem ...</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Lauterbach (amüsiert)

64	Plasberg	17	Darf ich Sie gerade mal unterbrechen, wir haben da heute noch mal angerufen. Der Rhön-Klinikum-Aufsichtsrat mit seinem Mitglied Karl Lauterbach hat laut Geschäftsbericht 2006 den Vorstand bei der Leitung des Unternehmens regelmäßig beraten und die Geschäftsführung der Gesellschaft überwacht. Der Aufsichtsrat war in alle für die Rhön-Kliniken AG grundlegenden Entscheidungen eingebunden.	<ul style="list-style-type: none"> • Plasberg (liest vor) • Lauterbach
65	Lauterbach	43	Die Aufsicht ist die Aufsicht und nicht das Geschäftsmodell. Ich finde es falsch, dass die Klinikette diese Unterschiede macht. Das habe ich auch nie anders gesagt. Da kann kein unterschiedliches Maß... Für jedes in Deutschland operierende Krankenhaus gilt, es ist falsch, dass Privatversicherte bevorzugt werden, und es wäre richtig, wenn die Honorierung für alle Patienten gleich wäre und keine Unterschiede gemacht würden. Da bin ich mit ihm (<i>zeigt auf Seehofer</i>) einer Meinung und da gibt es nichts zu entschuldigen. Das ist ganz klar. Aber Sie werden verstehen als einzelnes Aufsichtsratsmitglied kann ich nicht die, ich bin nicht im operativen Geschäft, ich bin nicht im Vorstand...	<ul style="list-style-type: none"> • Lauterbach • Lauterbach/Seehofer/Walz • Lauterbach/Seehofer • Seehofer (nickt)/Walz • Insert: Das Reizthema ... • Insert: Ihre Fragen/Ihre Meinungen (Tel.)
66	Höhler	33	Also sehen Sie, das ist eine ganz grauenhaft skandalöse Begründung. Ja ernstlich. → <i>Klatschen</i> Wir haben doch diese Themen (Lauterbach: Darf ich dazu was sagen?), Hr. Lauterbach, wir haben doch diese Themen mit den Managern und den Firmen, wo der Aufsichtsrat sagt, wir hatten keine Ahnung, wir haben das nicht gewusst. Ich bin in drei Aufsichtsräten, ich muss Ihnen sagen die Macht der Aufsichtsräte, wenn die Leute wollen und sich wirklich Mühe geben, ist beträchtlich. Und sie sind haftbar. D.h. sie sind tatsächlich der Aufseher und der Controller. Da können Sie doch nicht sagen, das sind die Macher, und denen kann ich nicht in den Arm fallen.	<ul style="list-style-type: none"> • Höhler • Lauterbach • Studiopublikum (klat-schend, amü-siert) • Lauterbach/Walz/Pieper/Höhler
67	Lauterbach	4	(<i>abwehrende Handbewegung</i>) Nein, nein, das ist nicht richtig (Höhler: Das kann doch wohl nicht wahr sein). So habe ich es auch nicht gesagt (Höhler: Also, hier ist jedenfalls...). Nein, Frau Höhler, so habe ich das auch nicht...	<ul style="list-style-type: none"> • Lauterbach
68	Höhler	12	... Darf ich noch eben diesen Satz zu Ende sagen: Hier wäre ein neuer Stoff für ein Buch, das man dann darüber schreibt, wie Aufsichtsräte sich selber sehen, und dass wir dadurch natürlich diese Probleme haben, dass die operativen Manager (Lauterbach: Nein, das ist doch ...) alles mögliche	<ul style="list-style-type: none"> • Höhler • Lauterbach/Höhler • Lauterbach

			<p>machen können, (Lauterbach: Nein, das ist doch ...) weil der Aufsichtsrat nicht hinguckt. (Lauterbach: alles falsch, was Sie sagen)</p> <p>→ <i>Klatschen</i></p>	
69	Lauterbach	36	<p>Ich habe nicht gesagt, ich habe nicht gesagt, dass ich nicht hingucke, sondern ich habe gesagt, dass ich das für sehr problematisch halte, und ich kann hier aus den Sitzungen nicht berichten, aber Sie können sicher sein, dass das für mich immer ein Thema ist und zwar innen wie außen. Aber Sie dürfen, Sie unterstellen mir ja, dass es mir egal wäre, oder dass ich mich distanzieren (Höhler: Das habe ich nicht gesagt). Ich habe ja ... (Höhler: Ich habe gesagt, dass Sie sich als ohnmächtig hier darstellen) Nein, habe ich auch nicht gesagt. Ich habe gesagt, dass es ein großes wichtiges Problem ist, ohne wenn und aber, und zwar für alle deutschen Krankenhäuser, und ich werde das auch weiterhin für alle deutschen Krankenhäuser zum Thema machen. (Höhler: Ja, aber auch in den ...)</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Lauterbach (schreibt auf) • Lauterbach/Höhler • Diskussionsrunde (Fahrt entlang/Schwenk/Zoom)
70	Plasberg	14	<p>Was ist denn so schön an dem Job als Aufsichtsrat? (Höhler: ... in den, Sitzungen, eben) Darf ich mal? (Höhler: Ja, ja). Was ist so schön an dem Job, dass Sie ihn unbedingt beibehalten wollen? Wenn Sie das nicht verändern können, dann könnten Sie doch einfach sagen: Tschüss, Rhön-Klinik, (Lauterbach: Aber hätte ich ...) und müssten sich hier nicht so dumm von mir fragen lassen.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Lauterbach • Plasberg
71	Lauterbach	25	<p>Aber ich sage mal so, wenn man sich mit ... Wir sagen ja immer, dass Politiker zu wenig Substanzkenntnisse haben, weil sie das Geschäft, über das sie sprechen, zu wenig von innen kennen. Wenn man sich dann mit dem Geschäft beschäftigt, (Höhler leise: Das ist doch Quatsch) dann heißt es, man muss Abstand gewinnen. Wie soll ich die Verhältnisse in deutschen Krankenhäusern von innen und außen kennen, ohne dass ich mich (Pieper: Sie schreiben doch darüber in Ihrem Buch, Hr. Lauterbach) in das Geschäft einbringe.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Lauterbach • Lauterbach/Höhler/Plasberg • Insert: Das Reizthema • Pieper
72	Plasberg	8	<p>Zum Beispiel (Höhler: Ach, Quatsch, alles totaler Quatsch) Dieter Wiefelspütz, Ihr Parteikollege arbeitet einmal im Jahr eine Woche in einem AWO-Altenheim. Da kann man auch Erkenntnisse gewinnen...</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Plasberg • Lauterbach
73	Lauterbach	28	<p>Gut aber bei einmal, einmal pro Woche, wo man ... Ich sage Ihnen, die Detailkenntnisse, die ich über das System habe, die kenne ich aus meiner beruflichen Arbeit, aus meiner Universitätslaufbahn und aus dem Praktischen. Ich arbeite ja zum</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Lauterbach • Lauterbach/Seehofer • Pieper

			<p>Beispiel oft für die Uniklinik, und wenn ich nicht für die Uniklinik arbeiten würde in Köln, dann wüsste ich nicht genau, wie das Geschäft läuft. Man kann nicht beides, sagen, Substanzkenntnisse wollen wir, aber Politiker sollen grundsätzlich im luftleeren Raum arbeiten.</p>	
74	Plasberg	27	<p>Fr. Pieper, ein Argument ist ja auch, dass Privatpatienten mit ihren Beiträgen, mit dem, was sie auch in die Arztpraxen tragen, dazu mithelfen, unser hochstehendes Gesundheitssystem zu finanzieren. So eine Art stillschweigende Quersubventionierung der privaten für die Kassenpatienten. Also ein Solidarausgleich, den die Menschen unter sich ausmachen. Sollte man das denn nicht einfach so stehen lassen und sagen, der Preis dafür ist dann halt auch in bestimmten Punkten, so lange das nicht ans Leben geht, eine unterschiedliche Behandlung?</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Plasberg • Pieper
75	Pieper	44	<p>Nein, ich glaube der Punkt liegt darin, dass wir auch keine strukturelle Reform hatten im Gesundheitssystem. Ich wundere mich auch, dass Hr. Lauterbach immer groß tönt und sagt, er kennt sich im Gesundheitssystem und in den Klinken gut aus und in den Arztpraxen, und jetzt hören wir, er kennt es im Detail nicht von innen. (Lauterbach: Ich sage, ich kenne es wohl von innen) Also, von daher finde ich es, (Lauterbach: Also ich habe das Gegenteil gesagt, Fr. ...) auch interessant, wo Sie ja auch die Gesundheitsreform, die jüngste, mit verfasst haben. Und natürlich ist es so, dass Privatpatienten heute die Arztpraxen weitestgehend finanzieren. Die meisten Patienten in Arztpraxen sind Privatpatienten, sonst könnten die Arztpraxen gar nicht überleben, (Plasberg: Fr. Pieper, darf ich da mal eben ...) gerade bei den freien, niedergelassenen Ärzten.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Pieper • Insert: Cornelia Pieper, FDP, Landesvorsitzende Sachsen-Anhalt • Lauterbach • Lauterbach (schreibt)/Walz/Pieper • Lauterbach/Pieper
76	Plasberg	17	<p>Wo Sie gerade das Stichwort nennen, würde ich gerne mal zeigen, wie (Seehofer leise: ??? Honorierung ???) die niedergelassenen Ärzte, vor allem die Fachärzte, auch über ihre Kassenpatienten denken, wenn sie den Unterschied machen zwischen Privat- und Kassenpatienten. Karl Lauterbach hat das aus einem entsprechenden Internetforum der Mediziner, ich sag mal, abgeschrieben.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Pieper • Plasberg
77	Einspieler (weibl. off-Stimme /Zitate von	78	<p>Wie Ärzte über Patienten lästern: „Heute erfuhr ich vom Ableben eines langjährigen Patienten und ertappe mich dabei, wie ich mich freue, dass ich nun erheblich weniger Medikamente aufschreiben muss.“ „Wenn 20 ‚Kassler‘ im Wartezimmer sich den</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Website (www.facharzt.de) • Zitate von Forums-Einträgen als Inserts

	männl. Stimme)		<p>Arsch plattdrücken, geht der Türoffner auf ‚off‘ und der Anrufbeantworter auf ‚on‘.“</p> <p>„Kassenpipi darf jemand anderes untersuchen.“</p> <p>„Unsere Gegner sind die Patienten [...]. Die Patienten wollen den ‚Arzt umsonst‘, damit Geld für Urlaubsreisen, saufen, Fußballarenen, Freizeitspaß, Frührente, Blaumacherei usw. übrig bleibt.“</p> <p>Dr. med. Bert U. bringt es auf den Punkt: „Praxis schließen, verrecken lassen, sonst kapiert’s keiner.“</p>	
78	Plasberg	5	Fr. Pieper, fällt das noch unter den Notwehrparagrafen gebeutelter Fachärzte?	<ul style="list-style-type: none"> • Pieper (auf Monitor) über Diskussionsrunde • Vogelperspektive
79	Pieper	173	<p>Also, ich bin schockiert. Muss ich ehrlich sagen, also dass es so was gibt. Aber ich würde davon Abstand nehmen, jetzt alle Ärzte (Plasberg: Macht ja keiner), alle Ärzte zu pauschalieren. (Lauterbach: Wer tut das) Das kann es nicht sein, aber ich glaube, das zeigt noch mal ganz deutlich, das ist zu verurteilen, was da gesagt wird, das kann man auch so nicht tolerieren. Das ist menschenverachtend, das ist menschenunwürdig. Ich will nur klarstellen, ich glaube nicht, dass man den Arztberuf an sich und den Arzt an sich so sehen kann. Es gibt überall schwarze Schafe, und also solche will ich das an dieser Stelle auch bezeichnen. Aber wir haben ja vorhin schon gesagt, ich glaube, dass das Problem im Gesundheitssystem selbst liegt. Dass wir keine Strukturreform bisher bekommen haben, die Budgetierung, die Kostendämpfungsgesetze lassen natürlich Ärzte eher tendieren zu Privatpatienten und haben natürlich auch zum Teil keine Möglichkeiten dann das Geld von den Kassen zu fordern. Mir hat ein Arzt, darf ich das mal als Beispiel erzählen (Plasberg: Ja gerne), mir hat ein Arzt geschrieben, dass er angeboten hat seinem Patienten einen Herz-Kreislaufcheck, was ja was Wichtiges ist. Da hat eine gesetzliche Krankenkasse ihm gesagt, wir machen diesen Herz-Kreislaufcheck nur noch mit einem einzigen Arzt in der Stadt, das war in Hamburg, ein Exklusivvertrag. Die andere gesetzliche Krankenkasse hat ihm gesagt, wir finanzieren das gar nicht, und die andere gesetzliche Krankenkasse finanziert aber Reisen, Aerobic-Kurse, Nordic-Walking und Ernährungsberatung und wesentlich höher, als er für einen Patienten im Quartal kriegt. Für eine Reise einer gesetzlichen Krankenversicherung kriegt der</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Pieper • Lauterbach • Plasberg • Lauterbach/ Pieper → Schwenk: • Pieper/Höhler → Schwenk: • Walz/Pieper/ Höhler → Schwenk: • Lauterbach/ Seehofer • Diskussionsrunde (hinter Höhler) • Walz/Pieper/ Höhler/Plasberg • Diskussionsrunde/Plasberg • Lauterbach/ Walz/Pieper • Studiopublikum (klat-schend) • Lauterbach/ Pieper • Seehofer

			<p>Patient, der Versicherte 200 Euro, ich habe das geprüft. Und für den Patienten, den gesetzlich Versicherten, 45 Euro im Quartal. Also daran sieht man doch schon, da stimmt was nicht im System. Und solange wir diese strukturellen Probleme nicht gelöst haben, solange die Budgetierung nicht fällt, werden gesetzlich Versicherte immer schlechter behandelt sein als Privatversicherte. Und das hat Hr. ...</p> <p>→ <i>Klatschen</i></p> <p>... das hat Hr. Lauterbach mitzuverantworten. Hr. Seehofer, Sie sind in der Koalition mit Hr. Lauterbach, ich frage Sie, wann kommt der Systemwechsel, wann kommt Wahlfreiheit für die Patienten, auch für gesetzlich Versicherte, die können nicht von einer Kasse zur anderen wechseln, warum eigentlich nicht? Warum lassen Sie nicht zu, wie bei jeder anderen Versicherung, da wo es Wahlfreiheit gibt bei Versicherungen. Schlechtes Beispiel zum Beispiel bei der Autoversicherung, kann man nicht ganz vergleichen, aber da gibt es keine Zwei-Klassen-Gesellschaft. Da haben die Versicherten freie Wahl, was die Versicherung angeht. So sollte man das auch machen bei der Gesundheitsvorsorge, -versorgung, bei der Krankenversicherung, dass man Basistarif gibt, und zusätzlich jeder frei entscheidet, wie er sich zusätzlich versichern will, ob Vollkasko oder einen Tarif mit Selbstbehalt. Das wäre besser für das System, als das, was wir jetzt haben. Das stranguliert ist und überbürokratisiert ist (Plasberg: Fr. Pieper...), zu Lasten der Versicherten und der Ärzte.</p>	
80	Plasberg	4	.. Sie dürfen sich aussuchen, wer von der großen Koalition antworten soll. Suchen Sie einen aus.	<ul style="list-style-type: none"> • Plasberg • Lauterbach/ Seehofer
81	Pieper	3	Hr. Lauterbach möchte ich gerne dazu hören. (<i>Seehofer lacht</i>) (Lauterbach: Da hat wahrscheinlich keine...; Seehofer amüsiert: Sie diskriminieren die Union). Hr. Seehofer kann ihm ja folgen. (<i>Gelächter</i>)	<ul style="list-style-type: none"> • Lauterbach/ Seehofer
82	Lauterbach	14	Zunächst einmal, ich bin ehrlich gesagt überrascht, wie wenig Sie die jetzt beschlossene Reform zu kennen scheinen. Denn wir haben ja Selbstbehalte für jeden beschlossen. Also jede gesetzlich ...	<ul style="list-style-type: none"> • Lauterbach • Pieper (amüsiert) • Lauterbach/ Seehofer
83	Pieper	7	Innerhalb der gesetzlichen Krankenversicherung, aber es kann kein ..., mit einem niedrigen Einkommen können Sie nicht zu einer privaten Kran-	<ul style="list-style-type: none"> • Lauterbach/ Seehofer

			kenversicherung wechseln.	
84	Lauterbach	32	Lassen Sie mich doch ausreden, lassen Sie mich doch kurz ausreden. Also jeder gesetzlich Versicherte darf sich einen Selbstbehalttarif aussuchen. Diese Wahlfreiheit gibt es. Außerdem die Budgets, die Sie jetzt gerade abschaffen wollen, die haben wir auch abgeschafft. In der Reform jetzt, also in der Art und Weise wie niedergelassene Ärzte ... (Pieper: Aber noch nicht in Gänze). Moment, nicht in Gänze, Sie haben gerade gesagt, das wäre nicht so. Wir haben für 2009 die Budgets abgeschafft. Das, was Sie gerade fordern, ist abgeschafft. Und der wahre Grund ... (Seehofer: Aber das neue System haben wir noch nicht). Ja gut, aber sie hat so getan, als hätten wir es noch nicht beschlossen. Und sie hat... (Plasberg: Darf ich, darf ...) Bitte, den einen Punkt noch, den einen Punkt noch...	<ul style="list-style-type: none"> • Lauterbach • Lauterbach/Pieper • Lauterbach/Seehofer (nickt)
85	Plasberg	27	... Nein, ich möchte diese Diskussion einfach auf einen späteren Bundestagswahlkampf vertagen (<i>Gelächter</i>). Nein in der Tat, weil dann haben wir ... (Walz: Für Laien wie mich ist das ganz schwierig; Lauterbach: Aber lassen Sie mir den einen Punkt noch) (Walz: Also ich verstehe das gar nicht). Hr. Walz, Sie sind privatversichert? (Walz: Ja) Sie waren, wenn ich richtig informiert bin, waren Sie gerade im Krankenhaus. Sie sind Diabetiker (Walz: Ja, ja). Ich weiß nicht, ob Ihre Perspektive privat versichert und prominent in Berlin im Krankenhaus, ob die Ihnen einen Blick erlaubt, auf das, was da abgeht. Haben Sie Spuren von einer Zweiklassenmedizin im Krankenhaus gesehen?	<ul style="list-style-type: none"> • Plasberg • Lauterbach • Lauterbach/Seehofer/Walz • Walz
86	Walz	63	Also, ich muss sagen, ich war ganz sprachlos. Ich war das erste Mal in meinem Leben im Krankenhaus. (Plasberg: Ist nicht wahr, oder?) Doch. (Plasberg: Wie als sind Sie?) 63. (Plasberg: Beten Sie? Ja offenbar.) Ja sicher, ich bin ein gläubiger Mensch. (<i>lacht</i>) Ich muss, ich war ganz sprachlos. Ich habe mich da jetzt mal so richtig rein gearbeitet, weil ich Depressionen hatte, ich hab jeden morgen, wenn ich aufwachte, hab ich angefangen zu heulen. Ich sag, ich möchte raus aus dem Krankenhaus. Aber das geht wahrscheinlich jedem Menschen so. Ich war sprachlos, wie die Krankenschwestern zum Beispiel, wie aufopfernd, rührend, und so was von freundlich, völlig überbeschäftigt, aber sehr nett. Und so ein Bonus, dass wenn man berühmt ist oder prominent, das ist ja völliger Blödsinn. Man wird da auch behandelt wie ein anderer, vielleicht ist das auch Kranken-	<ul style="list-style-type: none"> • Walz • Seehofer (amüsiert) • Lauterbach • Insert: Das Reizthema • Insert: Ihre Fragen/Ihre Meinungen • Walz/Pieper

			hausabhängig. Aber ich war sprachlos und die ganze Logistik. Ich gehe immer noch jeden Tag ins Krankenhaus, was verbinden zu lassen. Und da habe ich auch nicht den Chefarzt, da habe ich einen Doktor und eine Oberarzt, die verbinden das und gucken das an. Also ich muss sagen, Hut ab, und die beste Erfahrung.	
87	Plasberg	4	Die Perspektive des Privatpatienten. Muss man aber dazu sagen, ne?	• Plasberg
88	Walz	22	Aber ich bin ja nicht der einzige, der reingeht, der verbunden wird. Ich sehe ja auch die anderen Menschen, die da sitzen und warten. Ich komme rein und warte auch, und manche Leute warten vielleicht eine Viertelstunde länger, weiß ich nicht. Aber, also in dem Krankenhaus, wo ich bin, ist es enorm. Die Logistik, und wie die anderen Patienten auch, die normalen, also keine privaten. (Plasberg: Jetzt kommen Anrufe ...)	• Walz • Lauterbach
89	Plasberg	2	... welches Krankenhaus das ist. Wollen Sie es sagen?	• Plasberg
90	Walz	6	Ja, darf ich das? (Plasberg: Ja) Ja die Klinik Kierchow, hervorragend.	• Walz
91	Plasberg	79	O.k., war die Information zu Ihrem Lob. Zweiklassenmedizin ist ja nur ein Aspekt zu unserem Thema „Zweiklassenstaat“. Und den haben wir, das ist die These von Karl Lauterbach. Eins greift da ins andere. Fragen wir uns, wenn das stimmt, und auch Seehofer hat gesagt, die Chancen, die Sie hatten als Arbeiterkinder, die gibt es heute in dieser Form nicht mehr so leicht, wie sieht dann eine typische... . Ich bin da ein bisschen zickig, wenn ich rede (Walz: Oh), dann habe ich es nicht so gerne, wenn man schwätzt, ja. (<i>Gelächter</i>). Weil das ist nämlich sehr kompliziert. (Walz: Jaja, deswegen habe ich gesagt, ich verstehe gar nicht so viel davon.) Zuhören würde jetzt helfen. (Walz: Ich hör jetzt zu). Gut. (<i>Gelächter</i>) Hr. Walz, der Lauterbach hat dieses Buch ja nicht nur geschrieben für den Sektor Medizin, sondern seine These ist ja, das geht in das Rentensystem rein, das geht in die Bildung rein, und es gibt Karrieren, die werden ganz früh festgelegt. Wo sich ganz früh, viel zu früh in diesem Land, schon entscheidet, ob jemand auf die Butterseite fällt oder die Margarine-seite. Aber ab wann und wodurch entscheidet sich das Leben eines Kindes, auf welcher Seite es verläuft. Wir haben da mal das Leben eines fiktiven Jungen nachgezeichnet. Dieser Junge ist heute 7 Jahre alt, weil er eben die heutigen Chancen ausprobieren soll. Deswegen 7 Jahre alt, im Jahr	• Plasberg (in Kamera) • Seehofer • Walz • Lauterbach

			2000 geboren. Und er sieht einem unserer Gäste nicht nur ähnlich, er trägt auch seinen Namen.	
92	Einspieler/weibl. Off-Stimme	128	<p>Lebenslauf zweiter Klasse: Eltern arbeitslos, leben von Sozialhilfe; zu wenig Kitaplätze; zu wenig ganztags Kindergartenplätze; gehört nicht zu den besten Schülern, für Nachhilfe kein Geld; auf Hauptschule; mit 16 Suche nach Ausbildungsplatz, schlechtes Zeugnis, daher lehnen Arbeitgeber ab; fängt als Ungelernter in Baubranche an, um Geld zu verdienen, ‚ein Knochenjob‘; mit 25 erstes Mal arbeitslos; Stammgast bei Bundesagentur für Arbeit, Hartz IV-Empfänger; nach drei Jahren neuer Job als Möbelpacker ; 20 Jahre arbeitet er in dieser ‚kraftraubenden Branche‘; Hauptsache Arbeit, denkt er sich, aber nach zwei nicht auskurierten Bandscheibenvorfällen, ist Schluss; chronische Rückenschmerzen, für Ärzte und Krankenkassen gilt er als austherapiert; nimmt starke Medikamente; bei Arbeitsamt gilt er als nicht mehr vermittelbar; mit Mitte 50 Sozialfall und er beginnt zu trinken, hin und wieder ein Gelegenheitsjob im städt. Bauhof, mehr ist für ihn nicht mehr drin; Folge: Als Rentner hat Karl Lauterbach kaum Geld zum Leben; mit 69 Jahren stirbt er, nur zwei Jahre nach Erreichen des Rentenalter.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Fotos von verschiedenen Lebensstationen eines Jungen/Mannes (mit Fliege) • Letztes Bild: Grabstein: Karl Lauterbach 2000-2069
93	Plasberg	24	<p>Einmal unten, ... Sie friert's gerade, Hr. Lauterbach, ja so könnte es sein, wenn es heute auf einer anderen Schiene läuft. Einmal unten, immer unten, Fr. Höhler, die Chancenlosigkeit, dass haben wir in diesem Lebenslauf, so wie die These von Lauterbach ist, gezeigt. Selbst wenn das etwas überzeichnet ist, was passiert mit einer Gesellschaft, in der sich das Gefühl durchsetzt, egal was ich mache, ich sitze auf einer Schiene, die ist durch meine Herkunft gelegt, da kann ich gar nichts mehr machen?</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Diskussionsrunde • Lauterbach (amüsiert) • Diskussionsrunde: Zoom auf Höhler
94	Höhler	102	<p>Ja, es ist gut, wenn Sie das so beschreiben, weil also bei Lauterbach, ich bin ganz sicher, so wie der Bursche so gemacht ist, der hätte schon was anderes rausgeholt aus dem Leben. Da bin ich ganz sicher. Aber wie Sie schildern, wenn ein Mensch ... (Plasberg: Im Jahr 2000 geboren). Ja, aber wenn Sie schildern, und das beschäftigt mich auch sehr, dass es immer mehr Menschen gibt, die das Gefühl haben, du kommst hier nie mehr raus, für dich wird es nie mehr besser, ich würde gar nicht sagen, dass das Leute, die das teilweise in der Mitte ihres Lebens trifft, dass die sagen, das liegt an meinem Elternhaus, sondern sie geraten auf eine Verliererschiene. Und mein Eindruck ist,</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Höhler • Insert: Getrud Höhler, Publizistin • Lauterbach (amüsiert) • Höhler/Plasberg • Seehofer • Lauterbach/ Seehofer

			<p>wenn ich das mal sagen darf, dass das ja auch politisch verstärkt wird, während das als Reform ausgegeben wird. Wir haben immer mehr Verlierer, die so abgestempelt sind, dass sie auch, wenn sie eine Bewegung in Richtung Arbeit machen, (<i>amüsiert</i>) nur Nachteile kriegen. D.h. diese Loo-sertruppe, die wächst und wächst und wächst. Und wenn ich dann irgendwann, wenn das Thema Unterschicht aufkommt, plötzlich höre, dass Hr. Beck sagt, Unterschicht gab es immer, dann finde ich das zynisch. Was eigentlich soll Politik wollen, wenn sie das nicht mehr will, dass die Menschen alle ein Schritt, zwei Schritt, drei Schritt über das hinauskommen, wo sie als Kinder gesessen haben, oder wo sie heute aufgrund von, ich sag das mal, verfehlter Politik sitzen. Also das ist für mich der Kern des Übels. Es ist nicht nur die Herkunft, sondern es, er spricht ja auch vom Bildungssystem, darüber muss man auch reden ... (Plasberg: Machen wir gleich. Jetzt sind wir erst mal). Aber es ist tatsächlich wichtig, ob in einer Gesellschaft immer mehr Menschen, und wir sehen das ja auch in den Umfragen, das Gefühl haben, solange ich lebe, wird es für mich nie mehr besser.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Höhler/Plasberg
95	Plasberg	2	Ist das ein Eindruck, den Sie teilen, Hr. Seehofer?	<ul style="list-style-type: none"> • Höhler/Plasberg
96	Seehofer	100	<p>(<i>zögert</i>) Ja, im Grunde sagt die Fr. Höhler, es kommt schon sehr stark darauf an, was man mitbekommt bzw. welche Chancen man bekommt in der Jugend in der Bildung. Ich habe das bei mir so erlebt, ich hatte, wie gesagt, die familiäre Situation zuhause: kinderreich, Vater Arbeiter, auch arbeitslos, Schwierigkeit, jeden Freitag die Lohn-tüte geholt (Plasberg: Wie viele Kinder waren die Seehofers?), 4 Kinder. Und die Lohntüte musste jeden Freitag noch nach Hause geholt werden, damit sie nicht in der Gaststube landete, sondern zuhause. Also das waren schon schwierige Zeiten. Und ich habe dann selbst gemerkt, das war finanziell nicht möglich zu der Zeit, auf eine höhere Schule zu gehen, aber irgendwo habe ich dann bemerkt, meine Mutter hat immer den Grundsatz vertreten, der soll es mal besser haben als wir, da waren der Krieg und Kriegsereignisse noch dabei, und ihre Vorstellung war öffentlicher Dienst. Sie hat mich dann zu einem Landrat geschleppt, und den Landrat bedrängt, dass er mich einstellt. Ich habe in der untersten Stufe begonnen: A 1. Wer sich im öffentlichen Dienst auskennt, weiß, das ist also ganz unten. Und dass ich mal Bundesminister werde, war mir damals nicht klar. (<i>amüsiert</i>) Und</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Seehofer • Höhler • Insert: Horst Seehofer, CSU, Bundesminister für Verbraucherschutz • Pieper • Walz • Seehofer/Pieper/Höhler • Pieper/Höhler

			warum? Das war bei mir, ich hatte es relativ leicht mit dem Lernen. Jedenfalls, glaub ich's. Und irgendwann mal als Jugendlicher mit 19/20 Jahren es satt, mich von Leuten gewissermaßen als Chef behandeln zu lassen, wo ich glaubte, das kannst du auch, was der kann. Das war übrigens auch meine Motivation für die Politik auf kommunaler Ebene, dass ich Reden für Landräte und Oberbürgermeister geschrieben habe, und die haben das abgelesen. Dann habe ich mir gedacht, das kannst du auch selber machen.	
97	Plasberg	2	Das haben Sie jetzt auch gedacht: Was der Stoiber kann, kann ich auch. (<i>Gelächter</i>)	<ul style="list-style-type: none"> • Plasberg (amüsiert)
98	Seehofer	12	Das will ich nicht sagen. Ich will damit sagen, es kommt ganz entscheidend darauf an, dass man in Menschen investiert, in die Bildung, in die Ausbildung, und das ist bestimmt ganz entscheidend für das weitere Leben.	<ul style="list-style-type: none"> • Seehofer • Walz • Lauterbach/Seehofer/Walz
99	Plasberg	8	Sie haben gerade so genickt... → <i>Klatschen</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Lauterbach/Seehofer/Walz • Studiopublikum
100	Seehofer	9	Damit wir auch hier klar sind, und zwar nicht nur in die Allgemeinbildung, sondern auch in die handwerkliche Bildung, in die berufliche Bildung. (Höhler leise: Das ist richtig) Z.B. in einen handwerklichen Beruf. (Walz: ja klar)	<ul style="list-style-type: none"> • Seehofer
101	Plasberg	5	Stimmt das eigentlich Hr. Walz, dass Sie zu den 3 schlechtesten von 600 gehörten in Ihrem Jahr?	<ul style="list-style-type: none"> • Walz • Plasberg
102	Walz	56	Ich hatte die, wie heißt das, die Gesellenprüfung. (Plasberg: Meister haben Sie nicht, ne?) (Pieper oder Höhler: Ne) Doch, doch. Da hat die Frau, wie heißt se, Wiczorek, oder wie heißt se denn die Dame. (Plasberg: Wir haben heute so Mails bekommen) Die hat so falsch, die hat so falsch recherchiert. Und dann war ich erstaunt. Ich habe gerade Haare geschnitten und auf einmal höre ich, wie im Bundestag gesagt wird: Ja, Hr. Walz hat keinen Meister. Da sagte Fr. Merkel oder Hr. Westerwelle, ne Fr. Merkel sagte damals, das scheint ja trotzdem gut zu gehen, oder das scheint ja auch in Ordnung zu sein. Ich dachte (Plasberg: Sie waren Thema im Bundestag, ist normal oder?) ja, mir fällt der Kamm aus der Hand, weil ich sagte, das kann jetzt nicht sein. Ich war natürlich stolz. Diese Dame, die das behauptet hat, hat schlecht recherchiert, schlecht, und hat sich entschuldigt und kam abends dann mit drei Fernseh-	<ul style="list-style-type: none"> • Plasberg • Walz • Lauterbach/Walz/Pieper/Höhler • Walz/Pieper → Schwenk: • Walz/Pieper/Höhler/Plasberg • Seehofer

			teams zu mir in den Laden und da habe ich gesagt, hören Sie mal, das ist doch für Sie eine tolle Promotion, was Sie hier veranstalten.	
103	Plasberg	4	Zur Entschuldigung (Walz: Ja). Sie haben also einen Meisterbrief? Wir haben nämlich auch heute wieder Mails bekommen, der hat gar keinen Meisterbrief...	<ul style="list-style-type: none"> • Walz • Walz/Pieper/Höhler/Plasberg → Zoom: • Walz → Schwenk:
104	Walz	3	Ja, aber die Leute sind ja immer gehässig, ne.	<ul style="list-style-type: none"> • Walz/Pieper/Höhler/Plasberg • Walz
105	Plasberg	7	Erinnern Sie sich noch an meine Frage? (Walz: Ja) Gehörten Sie zu den 3 schlechtesten? (Walz zu Seehofer/Lauterbach: Gehässig) Gehörten Sie zu den 3 schlechtesten von 600?	<ul style="list-style-type: none"> • Lauterbach/Walz/Pieper • Plasberg • Walz
106	Walz	48	Wir waren 600, 600. Gesellenprüfung haben wir gemacht. Und ich fand mich damals schon ein bisschen talentiert. (Plasberg: War das eine Einzelmeinung? Gehörten Sie zu den 3 schlechtesten?) Ich hatte einen ganz tollen Ausbilder, Chef und Chefin, und wenn der schlechte Laune hatte, habe ich montags 30 Fenster geputzt, Doppelfenster. Habe ich aber alles gemacht, und dann wurden wir da aufgerufen und da habe ich gedacht, na wann kommst du denn. Wie waren 600 Lehrlinge, ich war 597. Mein Chef war sprachlos und sagte, das glaube ich nicht. Aber das fing bei mir auch an, mein Lehrer hat mal zu mir gesagt, was willst du denn mal werden, und spuckte mir in mein Heft, ich saß in der ersten Reihe, habe ich zugeschlagen und gesagt, na ja vielleicht Friseur. Da hat der gesagt, na mehr schaffst du auch nicht in deinem Leben. Und so war's auch.	<ul style="list-style-type: none"> • Walz • Pieper (amüsiert) • Lauterbach (amüsiert) • Höhler
107	Seehofer	4	Das ist oft in der Schule. Im Steinbruch sind wir alle in Bayern gelandet.	<ul style="list-style-type: none"> • Seehofer (amüsiert)
108	Walz	8	Ja, das ist eben so, aber wie gesagt, das ist auch alles so relativ. Und ich meine, ob man Talent hat oder nicht, das ist auch relativ.	<ul style="list-style-type: none"> • Walz
109	Plasberg	13	Hr. Lauterbach, wir haben das nicht ohne Idee mit Ihrem Gesicht gemacht. Sehen Sie solche Karrieren im richtigen Leben, wie Sie sie beschrieben haben? Also die Benachteiligung vom Elternhaus bis hin zur Rente?	<ul style="list-style-type: none"> • Plasberg • Lauterbach

110	Lauterbach	60	Diese Benachteiligungen sind heute, wenn man das wissenschaftlich untersucht, das Übliche: Beispielsweise ist es so, dass nur 9 % der Kinder aus Arbeiterfamilien überhaupt noch studieren. In Schweden sind es 40 %. Die Wahrscheinlichkeit, bei guter Begabung heute studieren zu können, als Kind aus einer Migrantenfamilie oder als Arbeiterkind, sind viel geringer als vor 20 Jahren. D. h. die Lage hat sich nicht verbessert, sondern verschlechtert. (<i>Pieper: Richtig</i>) Wenn Sie jetzt jede Stufe weitergehen, beispielsweise wenn Sie in die DAX-Unternehmen gehen, die Chefs der DAX-Unternehmen kommen fast alle aus der Bürgerlichen oder Großbürgerlichen Schicht. An der Universität beispielsweise meine Kollegen, die so genannten C4-Professuren, also die höchste Professoren-Stufe: Das sind fast ausschließlich Kinder aus bürgerlichen oder großbürgerlichen Verhältnissen. Somit der Aufstieg kann funktionieren im Handwerk, auch ein Stück weit in der Politik, aber Spitzenpositionen in der Wirtschaft ...	<ul style="list-style-type: none"> • Lauterbach • Insert: Karl Lauterbach, SPD, Gesundheitsökonom • Pieper • Höhler • Walz
111	Plasberg	10	Moment, Sie gucken da so rüber. Aufstieg geht entweder als Friseur oder als Bundesminister, ja? (<i>Gelächter</i>) (Lauterbach: Also das ist, das ist...) Ja, Sie gucken da so hin.	<ul style="list-style-type: none"> • Lauterbach (amüsiert) • Lauterbach/Plasberg • Walz (lacht) • Lauterbach/Pieper/Höhler/Plasberg
112	Lauterbach	16	Ich wollte nicht deutlicher werden. (Seehofer: Das gibt es auch in der Journallie) Ich wollte nicht deutlicher werden. Aber lange Rede kurzer Sinn, in den Spitzenpositionen der Wirtschaft oder in der Universität (Seehofer: Heute, heute) haben heutzutage, heutzutage Arbeiterkinder so gut wie (Plasberg: Hr. Lauterbach...) keine Chance, obwohl sie (Plasberg: Hr. Lauterbach...) genauso intelligent sind.	<ul style="list-style-type: none"> • Walz • Lauterbach • Lauterbach/Seehofer
113	Plasberg	13	Hr. Lauterbach, → <i>Klatschen</i> ich höre Ihnen zu, und während ich Ihnen zuhöre, nachdem ich auch Ihr Buch aufmerksam gelesen habe, wie alle bei uns in der Redaktion, da fällt mir auf, da bleibt eine Frage übrig, die kann ich Ihnen nicht ersparen.	<ul style="list-style-type: none"> • Plasberg • Studiopublikum • Lauterbach
114	Einspieler (weibl. Off-	60	Lauterbach's Buch: Hr. Lauterbach, Sie nennen Ihr Buch „Der Zweiklassenstaat“, Sie beklagen darin, die „Bildung zweiter Klasse“, die „Zweiklassenmedizin“, sprechen von der „Lebenslüge	<ul style="list-style-type: none"> • Buch • Zitate als Inserts

	Stimme)		des deutschen Rentensystems“. Wir haben mal ins Inhaltsverzeichnis geschaut. Das ist noch Platz für die Frage: Wer hat das eigentlich alles verbockt? Zur Erinnerung: Brandt forderte schon 1969 mehr Chancengleichheit. SPD stellte seit damals 3 Kanzler, ist insgesamt 22 Jahre an der Macht und zwar bis heute am Kabinetttisch von Angela Merkel → Wer hat das eigentlich alles verbockt?	<ul style="list-style-type: none"> • Inhaltsverzeichnis • Fotos Brandt • Fotos Helmut Schmidt/Gerhard Schröder • Foto aktuelles Kabinett
115	Plasberg	5	Hr. Lauterbach, fehlt dieses Kapitel, weil da zu oft das Wort SPD drin vorkäme?	<ul style="list-style-type: none"> • Lauterbach
116	Lauterbach	24	Nein, zunächst einmal muss man sagen, Brandt war derjenige, der die Bildungsrevolution und die Öffnung, der wir ja so viel verdanken, möglich gemacht hat. Das darf man nie vergessen. Brandt war der Bildungskanzler in Deutschland. → <i>Klatschen</i> Und trotzdem ist es richtig, dass die SPD, das sage ich ganz klar, das Thema Zweiklassenstaat in den letzten 10, 15 Jahren vernachlässigt hat.	<ul style="list-style-type: none"> • Lauterbach • Insert: Karl Lauterbach, SPD, Buchautor „Der Zweiklassenstaat“) • Lauterbach/ Seehofer/Walz
117	Plasberg	2	Da steht doch dieses Denkmal im Willy-Brandt-Haus, da muss doch jeder dran vorbei morgens.	<ul style="list-style-type: none"> • Plasberg
118	Lauterbach	13	Ja, man darf das nicht beschönigen. Aber man muss da, die SPD hat zu wenig getan den Zweiklassenstaat zu bekämpfen. Aber die Union und die FDP, die haben ihn aktiv befördert. Das ist noch ein großer Unterschied.	<ul style="list-style-type: none"> • Lauterbach • Lauterbach/ Seehofer • Pieper
119	Plasberg	24	Wir haben das ... → <i>Klatschen</i> (Pieper: Da zu muss ich; <i>lacht</i>) Ja, Sie dürfen gleich Fr. Pieper, ist mir schon klar. Wir haben das mal gezählt in dem Buch: Sozialdemokratie und Sozialdemokraten, diese Worte tauchen nicht einmal auf, sind knapp 200 Seiten, SPD taucht nur 3mal auf, CDU/CSU einmal, einmal das Wort Union. Sagen Sie mal, wer gestaltet denn eigentlich die Rahmenbedingungen für einen Zweiklassenstaat oder nicht Zweiklassenstaat, wenn nicht die Politik?	<ul style="list-style-type: none"> • Pieper (lachend) • Studiopublikum (klatschend) • Plasberg • Lauterbach • Insert: Das Reizthema • Seehofer
120	Lauterbach	28	Das ist ja ein Sachbuch. Ich habe ja erst mal die Situation beschrieben. Also ich habe absichtlich kein parteipolitisches, ... wenn ich das Buch geschrieben hätte mit parteipolitischem Akzent, da würde heute jeder sagen, das ist nicht ernst zu nehmen, das ist politische Arbeit. Aber ich habe versucht zu beschreiben, dass wir den Zweiklassenstaat haben. Die SPD ist die Partei, die moralisch in der Pflicht ist, ihn zu überwinden. Das ist aber auch die einzige Partei, die dazu in der Lage	<ul style="list-style-type: none"> • Lauterbach • Pieper

			ist, in meiner Sicht.	
121	Plasberg	7	Hr. Seehofer, ich komm jetzt mal... Ich würde es gerne zurückstellen, Fr. Pieper.	<ul style="list-style-type: none"> • Lauterbach • Plasberg • Pieper
122	Pieper	12	Also, ich muss schon was dazu sagen. (Plasberg: Müssen Sie?) Also ich finde, in diesem Buch von Hr. Seehofer sind schon sehr viele Pauschalierungen (Seehofer: Ich habe doch überhaupt kein Buch geschrieben; <i>lacht</i>) (<i>Gelächter</i>).	<ul style="list-style-type: none"> • Pieper • Seehofer (<i>lacht</i>) • Lauterbach/Seehofer (<i>lachend</i>)
123	Plasberg	11	So, Fr. Pieper jetzt haben Sie es verwirkt. Jetzt haben Sie es verwirkt. Jetzt bin ich wieder dran (Pieper: Nein, Hr. Lauterbach ...). Nein, jetzt haben Sie es verwirkt. Jetzt haben Sie es verwirkt.	<ul style="list-style-type: none"> • Plasberg (<i>amüsiert</i>)
124	Pieper	22	Nein, nein Zwei-Klassen-Gesellschaft, (Plasberg: Fr. Pieper, Fr. Pieper, jetzt haben Sie gepatzt) das ist schon wichtig. (Plasberg: Nein, Sie kommen doch gleich noch mal dran) Von daher glaube ich, dass eine soziale Ungerechtigkeit durch eine Bildungsungerechtigkeit (Plasberg flüstert <i>amüsiert</i> : Fr. Pieper ...) enorm gewachsen ist in Deutschland, und daran hat natürlich auch eine SPD in den Ländern großen Anteil, die ja auch für Bildung zuständig war in den vergangenen Jahren (Plasberg: Danke für die ...) und darüber sollten wir in der Tat noch mal reden. (Plasberg: Dass es heute ...) Denn es geht in der Tat um mehr Chancengerechtigkeit in diesem Land, und die Bildungsarmut wächst in Deutschland, das ist ja nicht zu leugnen, die soziale Selektion ist enorm groß ...	<ul style="list-style-type: none"> • Plasberg (<i>amüsiert</i>) • Pieper • Seehofer (<i>lacht</i>) • Walz (<i>zeigt auf</i>) • Lauterbach/Walz/Pieper
125	Plasberg	5	... wenn ich Ihnen verspreche, dass wir gleich noch über Bildung reden, dann würde ich (Pieper: .. dann kann man ...) den Hr. Walz, müssen Sie mal austreten, oder was ist? (<i>Gelächter</i>)	<ul style="list-style-type: none"> • Lauterbach/Walz/Pieper • Plasberg
126	Walz	17	Nein, aber ich hab ne Frage, ich als Laie würde mal gerne wissen, wer bestimmt eigentlich, jetzt reden wir schon für mich wieder fremde, wirre Sachen für mich. (Plasberg: Ja) Wer bestimmt die Zwei-Klassen-Gesellschaft (Plasberg: Ja), und wenn es so ist, dann muss es doch jemand geben in Deutschland, der sagt, wir wollen keine Zwei-Klassen-Gesellschaft. Wir sind alle Brüder und Schwestern.	<ul style="list-style-type: none"> • Walz • Walz/Pieper (<i>amüsiert</i>) • Lauterbach/Walz/Pieper
127	Plasberg	10	Ich bin Ihnen dankbar für diese Frage (Höhler: Das ist super, jaja, das ist super) → <i>Klatschen</i> Und die möchte ich weitergeben an Fr. Höhler. Ist	<ul style="list-style-type: none"> • Lauterbach/Seehofer/Walz • Höhler

			es vielleicht die Wirtschaft und das Eingeständnis, wenn es nicht drin vorkommt? (Walz: Genau das will ich jetzt wissen) Danke, möchten wir tauschen, genau die Frage?	
128	Höhler	86	Ja, das ist (<i>amüsiert</i>), das ist wirklich ein guter Ansatz. Einmal: Es ist ja deutlich, dass seit auch die SPD mehr Sinn für die Wirtschaft entwickelt hat, ihr Interesse an Bildung zurückgegangen ist. Das darf man ja so sagen. D. h. der Kapitalismus scheint da eine große Versuchung oder eine Droge zu sein. Was es aber letztlich ist, das kommt in Udos Frage so schön heraus, er sagt, wer bestimmt das eigentlich, (Walz: Ja, ja. Och) dass wir Zwei-Klassen-Gesellschaft sind, und das ist die ganze Zeit eigentlich im Hintergrund unserer Überlegungen der Fall, wenn man uns auch mit anderen Ländern vergleicht, wir haben keine Solidarität in diesem Land. D. h., wir haben im Grunde, Lauterbach hat das ja auch gesagt, er legt das nur einer Partei zur Last, man kann das aber generell sagen, (Lauterbach <i>amüsiert</i> : Zweien) (<i>Gelächter</i>) wir haben eine Gesinnung in diesem Land, wo immer noch die Meinung herrscht, eine Chance, die ich kriege, kann der andere nicht haben, und das bedeutet, wir haben gleichzeitig ein starkes Ressentiment gegen Aufsteiger und wir haben gleichzeitig eine stille Duldung dessen, dass immer mehr Verlierer werden. Wir verjagen die Aufsteiger durch das Ressentiment, weil wir nicht begreifen, dass eine Gesellschaft Aufsteiger braucht, wenn das Ethos stimmt, (<i>amüsiert</i>) weil die Aufsteiger liefern. Das ist alles bei uns aus dem Lot geraten. Wenn man von Strukturen spricht, da kann man sagen, schwer erkrankt sind diese Strukturen (<i>amüsiert</i>) in unserem Land.	<ul style="list-style-type: none"> • Höhler • Walz • Lauterbach • Lauterbach/Höhler • Lauterbach/Höhler/Plasberg • Lauterbach (schreibt auf)/Seehofer
129	Plasberg	2	Schauen Sie mal wie begeistert Hr. Seehofer nickt.	<ul style="list-style-type: none"> • Höhler • Seehofer (nickt)
130	Seehofer	70	Ja, (<i>zögert</i>) weil die eigentliche Diskussion der letzten Jahre war: Erinnern Sie sich mal 2, 3 Jahre zurück, da war ich der letzte Blümianer in Deutschland und der Sozialapostel und der Verteilungspolitiker und der Herz-Jesu-Sozialist, nur weil ich gelegentlich mal darauf hingewiesen habe, dass es entscheidend nicht auf die Frage ankommt, wir müssen nur tief genug in die Sozialsysteme einschneiden, dann gibt es Wirtschaftswachstum, sondern dass es entscheidend auf die Teilhabegerechtigkeit ankommt. (Höhler: So ist es) Dass man jedem Menschen die Chancen gibt zu vernünftiger Bildung, jedem Menschen zur	<ul style="list-style-type: none"> • Seehofer • Pieper/Höhler • Höhler • Pieper • Walz (nickt)

			<p>Teilhabe an der Arbeit, wir haben zwischen 2, 3 Millionen Menschen arbeitslos in Deutschland (Pieper: Richtig), die sind länger als 1 Jahr, ja viele Jahre, 5 und 6 Jahre arbeitslos, 60 % der deutschen Betriebe bilden keine jungen Leute mehr aus, nur noch 40 % und zwar der Mittelstand. Die großen Konzerne bilden viel zu wenig aus. Und viel zu ungerecht auch die Einkommens- und Vermögensverteilung. Ich bin gegen Gleichmacherei. Aber ich bin dagegen, wenn jemand 40 Jahre gearbeitet hat, dass er dann genauso viel Arbeitslosengeld kriegt, wie derjenige der 4 Jahre gearbeitet hat.</p> <p>→ <i>Klatschen</i></p> <p>Diese Teilhabegerechtigkeit muss man wieder herstellen.</p>	
131	Plasberg	24	<p>Hr. Seehofer, Sie haben erwähnt, dass Sie vor 3, 4 Jahren verspottet worden sind als der letzte Blümlianer. Wie Sie beide da so sitzen, haben Sie ja vieles gemeinsam in ihrem Blick auf diesen Staat, und wir haben uns noch weitere Gedanken gemacht, was Sie beide gemeinsam haben. Wollen Sie beide sehen, zu welchem (Seehofer: Wenn's gut ist.) Ergebnis wir gekommen sind? Wenn's gut ist? Dann schauen wir mal. (Lauterbach zu Seehofer: ??? Riskante Sache)</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Seehofer • Plasberg • Lauterbach (schreibt auf)/Seehofer
132	Einspieler (weibl. Off-Stimme/Zitate von männl. Stimme)	88	<p>Outlaws Seehofer und Lauterbach → Gemeinsamkeiten:</p> <p>„Beide sind in ihren Parteien sehr umstritten“</p> <p>Lauterbach musste sich von SPD-Fraktionschef Peter Struck anhören: „Wenn man keine Ahnung hat, einfach mal die Klappe halten.“</p> <p>Seehofer wurde von Jens Spahn (Unions-Obman im Gesundheitsausschuss) so genannt: „Sozialromantiker mit Positionen aus den 80er Jahren.“</p> <p>Weitere Gemeinsamkeit:</p> <p>„Beide haben enormen Rückhalt bei den Wählern“</p> <p>Lauterbach gewann, als er 2005 erstmalig für Bundestag antrat, seinen Wahlkreis Leverkusen/Köln-Mühlheim als Direktkandidat mit 49 %</p> <p>Seehofer sicherte sich Wahlkreis Ingolstadt sogar mit 65,9 %.</p> <p>Beide Gäste könnten noch etwas gemeinsam haben: Bei beiden könnte auf der Visitenkarte stehen: „Soziales Feigenblatt der Partei“</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Fotos der Beiden nebeneinander • Gemeinsamkeiten als Inserts • Negative Zitate Parteifreunde als Inserts • Rückhalt Wähler als Inserts • Visitenkarten

133	Plasberg	8	Hr. Lauterbach, wie fühlt man sich denn als Feigenblatt? Ich sag mal, sozusagen als professorale Antwort der SPD auf die Linkspartei? <i>(leises Gelächter)</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Lauterbach (zieht Schnute)/Seehofer (lacht)
134	Lauterbach	20	Also, als Feigenblatt werde ich, glaube ich, von niemandem gesehen. Aber in der Summe ist es schon richtig. Also ich glaube, wenn man die Positionen vertritt, Deutschland ist ein Zweiklassenstaat, die Bevölkerung weiß, das muss abgebaut werden, ist man populär. Und unsere Parteien wären beide gut beraten, also das stärker in den Vordergrund zu stellen.	<ul style="list-style-type: none"> • Lauterbach • Lauterbach/Seehofer
135	Plasberg	4	Hr. Seehofer, gehört... <i>(Höhler/Seehofer lachen)</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Seehofer
136	Lauterbach	1	Und uns damit auch besser zu bedienen.	<ul style="list-style-type: none"> • Lauterbach (amüsiert) • Plasberg
137	Plasberg	13	Hr. Seehofer, gehört zur Rolle des Anwalts der so genannten kleinen Leute, gehört dazu automatisch, dass man im Partiestablishment nicht ernst genommen wird, oder bekämpft wird?	<ul style="list-style-type: none"> • Plasberg • Lauterbach/Seehofer
138	Seehofer	116	<i>(Höhler: Wichtige Frage) (zögert)</i> Die CSU hat diesen riesigen Erfolg in Bayern über 40 Jahre. Hätte sie ihn nicht, wenn sie nicht die große Unterstützung der Bevölkerung gehabt hätte. Und zwar nicht wegen mir alleine, sondern weil es bei uns selbstverständlich war. Strauß sagte immer, wir sind in der Leberkäs-Etage zuhause, <i>(leises Gelächter)</i> also nicht in der Schicki-Micki, sondern in der Leberkäs-Etage. Und das drückt viel aus. Eben eine Heimstatt für alle Kreise der Bevölkerung, sonst kriegen Sie nicht so einen Zuspruch aus der Bevölkerung. Und natürlich ist dann derjenige, der in der Sozialpolitik tätig ist, immer so was wie ein halber Gewerkschaftsfunktionär. Der wird immer als Outlaw betrachtet, als jemand, der nur fordert, der nicht Rücksicht darauf nimmt, dass das Ganze erst verdient werden muss. Also man wird sehr schnell in so eine Ecke gestellt. Und <i>(Plasberg: Hängt das auch ab, wie Sie ...)</i> meine größte Freude, Hr. Plasberg, ist, dass diese Politik, oder diese Politikentwürfe der letzten 2, 3 Jahre, man braucht also nur den Kündigungsschutz abschaffen, man muss nur das Arbeitslosengeld halbieren, die Renten zurückfahren, dann gibt es Wachstum in Deutschland. Jetzt ist nichts von dem passiert und es gibt Wachstum. Jetzt frage ich immer die Wirtschaftswissenschaftler, warum? Die wollten ja eigentlich immer viel viel tiefer einschneiden. Viele davon waren bei	<ul style="list-style-type: none"> • Seehofer • Insert: Horst Seehofer, CSU-Sozialexperte • Pieper • Höhler • Lauterbach (nickt) • Plasberg

			Ihnen in der Sendung, und ich habe immer die These vertreten, natürlich muss man sorgsam mit dem öffentlichen Finanzen umgehen, man muss sanieren, man muss sparen, aber die These, dass es Wachstum gibt mit Sozialabbau, habe ich nie vertreten. Ich habe immer gesagt, Wachstum gibt es nur durch Investition und Innovation. Und seitdem wir in Deutschland mit diesem ständigen Kürzen und Zurückfahren aufgehört haben, in die Forschung, in die Bildung investieren, und Investitionen in der Privatwirtschaft wieder unterstützen, seitdem gibt's auch wieder Arbeitsplätze und Wachstum. (Plasberg: Also, ein Outlaw ...) Das ist mein Ansatz.	
139	Plasberg	12	Ja. → <i>Klatschen</i> Ein Outlaw in der CSU, der auch noch Recht bekommt. Ärgert Sie dann nicht umso mehr, wenn Sie, wie in diesen Tagen, angegriffen werden, u.a. auch von Leuten, die immer tiefere Einschnitte gefordert haben? Einer hieß, glaube ich, Huber.	<ul style="list-style-type: none"> • Plasberg • Seehofer
140	Seehofer	7	(<i>zögert</i>) Ja gut, wir führen jetzt nicht den Wahlkampf über den CSU-Vorsitz bei hartaberfair. (Plasberg: Okay) Dann müssen Sie uns halt beide Mal einladen.	<ul style="list-style-type: none"> • Seehofer • Plasberg
141	Plasberg	22	Ja, gerne, wenn Sie kommen, sofort. (<i>Seehofer lacht</i>) Okay, wir räumen alles. Zu Ihrer privaten Situation, Hr. Seehofer, wollen Sie sich nicht äußern. Also frage ich Sie zu Ihrer beruflichen Situation. Was macht Sie so sicher, dass die Wähler, also die Menschen, die an Sie glauben, die Sie stützen auch weiterhin so, ja ich sag das mal, trennscharf unterscheiden, wie sich der Privatmann, der Ehemann Seehofer verhält und was der Politiker Seehofer sagt?	<ul style="list-style-type: none"> • Plasberg (amüsiert)
142	Seehofer	45	(<i>zögert</i>) Die Umfragen. Ich bin ja täglich unterwegs, und ich kann mich nicht beschweren über den Zuspruch in der Bevölkerung. Da gibt es auch mal Fragen, ist ja auch völlig selbstverständlich. Und solange die sich nicht unter der Gürtellinie bewegen, werden sie auch beantwortet. Und ich glaube, dass 95 % der Bevölkerung, vielleicht sogar mehr, mit dieser Situation sehr vernünftig umgehen. Also ich kann mich da nicht beschweren. Im Gegenteil. Das ist meine tägliche Erfahrung in Fußgängerzonen, in Bierzelten, Bierzelte gehören in Bayern dazu für politische Kundgebungen, und ich glaube, dass die Bevölkerung hier sehr aufgeklärt und sehr verantwortungsvoll reagiert.	<ul style="list-style-type: none"> • Seehofer • Insert: Horst Seehofer, CSU, kandidiert für den Parteivorsitz • Pieper • Höhler

143	Plasberg	6	Wahlen stehen an in Bayern. Was ist für Sie wichtiger, der politische Erfolg oder der private Friede?	<ul style="list-style-type: none"> • Plasberg
144	Seehofer	24	(<i>zögert</i>) Politischer Erfolg kann nie das private Umfeld ersetzen. Das wäre ja ganz verrückt. Und man darf um den politischen Erfolg willen, auch jetzt nicht private Entscheidungen treffen, nur damit man politischen Erfolg hat. Das wäre eine rein taktische Maßnahme. Das lehne ich auch ab. Ich, (Plasberg: Danke schön, Hr. Seehofer, ja?) nein, Punkt. (Plasberg: Nein, Sie haben noch Luft geholt, ja? Sie haben doch..?) Ich habe nichts mehr mitzuteilen.	<ul style="list-style-type: none"> • Seehofer • Walz • Plasberg
145	Plasberg	17	Gut. Dann reden wir über die Bildungschancen gleich. (Seehofer: Sie fragen mich ja auch nichts mehr; <i>lacht</i>) Nein, mehr wollte ich jetzt auch nicht wissen. Herzlichen Dank. Und jetzt ist Zeit, unsere Zuschauer zu Wort kommen zu lassen. Brigitte Büscher hat gesammelt zu unserem Thema „Einmal unten, immer unten“. Was sagen unsere Zuschauer? Ist das eine Überspitzung oder ist das ihre Lebenswirklichkeit?	<ul style="list-style-type: none"> • Plasberg (geht vor zu Redaktionspult, trifft dort Büscher • Büscher/Plasberg
146	Büscher	60	Nein, das ist schon ein Stück der Lebenswirklichkeit. Und wenn man mal versucht auch bei unseren Zuschauern so zwei Klassen einzuteilen, also jetzt noch nicht so nach oben und unten, möchte ich sagen, wir haben eine große Mehrheit, die sagt, da sind auch zwei Klassen, und die sind auch sehr schwer zu überspringen und zu wechseln. Und eine ganz kleine Minderheit sagt, das ist eigentlich in Ordnung, dass es zwei Klassen gibt, und da haben wir jemanden, der uns ins Internet-Gästebuch geschrieben hat, Niklas, 41 Jahre alt und sagt: Es gibt doch eigentlich überall Klassenunterschiede, selbst bei der Bahn oder im Flugzeug und niemand regt sich darüber auf, weil jedem doch eigentlich klar sein sollte, wer viel zahlt, der bekommt auch viel, wer wenig zahlt, bekommt wenig. Wo ist das Problem, ich sehe keins und ich finde das richtig. Aber das ist meine Minderheit, und da haben wir eigentlich nur diesen einzigen. Ganz viele Zuschauer machen sich Gedanken darüber, wie können wir wechseln. Also wie kann es vielleicht gelingen, von oben nach unten zu kommen, von der Holz ...	<ul style="list-style-type: none"> • Büscher • Insert: Brigitte Büscher • Büscher/Plasberg

147	Plasberg	3	Bitte? Von oben nach unten?	<ul style="list-style-type: none"> • Büscher/Plasberg/Diskussionsrunde
148	Büscher	142	<p>Von unten nach oben. (Plasberg: Danke) Von der Holz- in die Komfortklasse zu wechseln, genau. (Plasberg: Ja) Sehr wenige sagen, dass es sehr einfach ist.</p> <p>Karin Meyer hat einen alten Spruch zitiert: Das Glück ist mit den Tüchtigen. Das sei früher so gewesen und heute auch noch. Man müsse sich unheimlich anstrengen. (Plasberg: Hr. Walz, das ist ihr Ding, ne, das Glück ist mit den Tüchtigen? Okay) (Walz: Ja, auf jeden Fall)</p> <p>Aber da gibt es viele Menschen, die ihm dort widersprechen. Früher war das viel einfacher. Fr. Opitz aus Moers hat uns auch geschrieben im Internet-Gästebuch, und sie bezieht sich auf Fr. Höhlers Aussage, Menschen aus kleinen Verhältnissen sind heute Konzernlenker: Diese Leute sind wohl heute zwischen 45 und 55 Jahre alt, und die haben die Wohltaten, der Sozial-liberalen Koalition genossen, die durch Bafög und Lehrmittelfreiheit den Weg zur Bildung für alle Schichten geöffnet hat. Die Zahlen zu Studierenden aus so genannten kleinen Verhältnissen heute sind aus den 70er Jahren. Heute sprechen die da ganz andere Bände.</p> <p>Fr. Schmidt aus Kassel hat uns angerufen, hat auch gesagt, wer heute eine höhere Ausbildung haben will, z.B. ein Medizinstudium. Ist ganz schwierig das zu finanzieren, das geht eigentlich nur, wenn da ein finanzstarkes Elternhaus im Hintergrund steht. Wie sonst soll man z.B. mit dem aktuellen Bafög-Satz ein Medizinstudium zusammenkriegen, wenn man nebenher eigentlich kaum Möglichkeiten hat, etwas dazu zu verdienen.</p> <p>Ich habe das Gefühl, dass sehr viele Eltern heute zugucken, die sich Gedanken machen darüber, wie kann ich es meinem Kind leichter machen, denn viele sagen, eigentlich wird in der Schule vorsortiert, da fallen die ersten Entscheidungen. Stefanie Neumann ist 41 Jahre alt und hat uns eine E-Mail geschrieben: Sie sagt, das Elternhaus spielt eine entscheidende Rolle. Kinder armer Leute müssen aber nicht zwangsläufig scheitern. Wenn sich die Eltern ganz hinter ihre Kinder stellen, sie fördern und schulisch begleiten, haben diese gute Chancen. Dies trifft aber nicht auf alle Eltern aus so genannten bildungsfernen Schichten zu.</p> <p>Ähnlich würde das unsere Zuschauerin Claudia, 37 Jahre alt, ergänzen. Sie sagt, aufsteigen kann</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Büscher • Büscher/Plasberg/Diskussionsrunde • Höhler • Pieper • Walz • Seehofer • Lauterbach

			<p>jeder, Bildung gibt es umsonst in Büchereien usw., und sie sind für Hartz IV-Empfänger kostenlos. Vorlesen, Kinder fördern, all das kostet nichts, ist aber Arbeit und darauf haben vielleicht viele keine Lust.</p> <p>Ein Beispiel möchte ich zum Schluss noch zitieren. Ein junger Zuschauer sagt: Ich bin Student, meine Mutter ist Hartz IV-Empfängerin. Und er sagt: Der Wille zum Aufstieg war schon da, dieser Wechsel von unten nach oben. Ist aber sehr schwierig. Er hat uns erzählt, dass er bei Schulfahrten manchmal nicht mitfahren durfte, das wurde als verzichtbar abgestempelt. Er hat Zeitungen ausgetragen, um sich Lehrmittel zu finanzieren, das wurde ihm dann von der Sozialhilfe wieder weggekürzt. Ausgrenzung hat mich über die gesamte Zeit begleitet, als Abiturbester wurde ich für ein Stipendium vorgeschlagen. Trotz meiner Leistungen und Situation abgelehnt. Nun wird gar mein Kindergeld an den Regelsatz meiner Mutter angerechnet, während ich Studiengebühren zahlen muss.</p> <p>Ganz zum Schluss haben wir zum Thema Zweiklassen-Gesellschaft auch eine Fonbox: Einen Anrufer aus der Herzkammer der Sozialdemokratie. (Plasberg: Danke)</p>	
149	Anrufer aus Fonbox	40	<p>Gerd Prüfer aus Dortmund: Die Klasse 2 ist gar nicht so spektakulär. Das fängt mit der gebrauchten Erstlingsausstattung an, das fängt mit Second-Bekleidung, das geht über die Tafel, das geht über die Plattenbauwohnung, das geht bis anonyme Beerdigung. Und die auf der Sonnenseite, die halten uns dann vor, Sozialneid, Neid-Kampagne, Sozialschmarotzer. Ich bin froh, dass ein guter Sozialdemokrat wieder mal die Fahne hoch hält für uns mit seinem Buch. Schönen guten Abend.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Vogelperspektive Diskussionsrunde, Kameras, Plasberg zurück an Platz • Insert: fon-box (Tel.nr.) • Lauterbach • Seehofer • Walz (hören intensiv zu)
150	Plasberg	45	<p>Hr. Lauterbach, fehlte da noch. (<i>amüsiert</i>) → <i>Klatschen</i> (Lauterbach: Vielen Dank). Ja, danke unserem Zuschauer. Wir sind immer noch auf der Spur, wo eigentlich die entscheidende Weiche ist in dieser Gesellschaft, wo sich entscheidet, Sonnenseite, haben Sie auch gerade gebracht, ob man auf die Sonnenseite kommt oder auf die Schattenseite. Wir haben vorhin schon mal den typischen Lebenslauf eines Verlierers in dieser Gesellschaft gezeigt. Wir haben diese fiktive Person, im Jahr 2000 ist sie auf die Welt gekommen, Karl Lauterbach genannt, und auch das entsprechende Gesicht</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Vogelperspektive Diskussionsrunde • Plasberg (in Kamera) • Lauterbach • Plasbergs ‚Regie‘-Monitor

			<p>ihr gegeben. So was nennt man Verfremdungseffekt, um einfach mal zu zeigen, wie es anders laufen kann, wenn die Voraussetzungen andere sind. Den Lebenslauf lassen wir jetzt noch mal ganz kurz rückwärts laufen, auf der Suche nach dieser einen Stelle, wo viel zu stark die Weiche gestellt wird.</p>	
151	Einspieler (weibl.off-Stimme)	79	<p>Fiktiver Lauterbach Lebenslauf rückwärts: Lauterbach starb nur zwei Jahre nach der Rente. Was ist schiefgelaufen? Wurde nur 69, weil er ungesund gelebt hatte und mit seinen Kräften am Ende war. Hatte nur wenig Rente, weil er das ganze Leben für wenig Geld arbeiten musste. Wurde frühzeitig arbeitsunfähig, weil seine Beschwerden aus Kostengründen nicht optimal behandelt wurden. Hatte nur schlecht bezahlte Jobs, weil er nie eine Ausbildung hatte. Hatte keine Ausbildung, weil er nur einen Hauptschulabschluss hatte. Wechselte auf die Hauptschule, weil er nicht richtig gefördert wurde. Diese Schulentcheidung zementierte seinen Weg ins soziale und berufliche Abseits.(männl. Stimme) „Das ist der Zeitpunkt, wo 90 % der Chancen im Leben eines Menschen schon verteilt sind.“</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Fotos Lauterbachs in verschiedenen Lebensphasen • Insert: Das ist der Zeitpunkt, wo 90 % der Chancen im Leben eines Menschen schon verteilt sind.
152	Plasberg	8	<p>Fr. Pieper, Kindersortieren nach der 4. Klasse, Daumen rauf, Daumen runter, für's ganze Leben, ist das Ihre Ansicht auch, ist das so entscheidend?</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Pieper • Plasberg
153	Pieper	92	<p>(zögert) Also, ich glaube, die größte soziale Herausforderung für uns ist eine bessere Bildungspolitik. Das muss man erst mal grundsätzlich sagen. Und das beginnt nicht mit der 4. Klasse, sondern ich glaube, dass wir mehr Chancengerechtigkeit in der Bildung nur dadurch bekommen werden, wenn wir viel früher anfangen mit Bildung, und viel früher fördern und natürlich auch fordern. Das gehört auch zu dem Thema Bildung dazu. Damit meine ich die frühkindliche Bildung. Wir sind im internationalen Vergleich, was die frühkindliche Bildung angeht, stehen wir hinten an. Wir haben manchmal ein Niveau, was man überhaupt nicht vorfindet, in anderen europäischen Ländern. Wir erleben jetzt eine Debatte über Krippen, über Kindergärten, da geht es um Betreuung. Aber es geht nicht um Betreuung, es geht um Bildung. Es geht um frühe Förderung, Begabtenförderung von Kindern. Es geht um Hochbegabtenförderung. Es geht darum, Migrantenkinder auch zu integrieren in eine Gesellschaft, ihnen die deutsche Sprache frühzeitig zu lernen. Ich glaube, dass das wirklich der Schlüssel auch der Wissensgesellschaft ist, dass man viel viel mehr Kinder</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Pieper • junge Studiozuschauerinnen • Insert: Cornelia Pieper, FDP • Stellv. Bundesvorsitzende • Seehofer/Pieper/Höhler • Lauterbach • Diskussionsrunde (Schwenk längs) • Seehofer

			frühzeitiger fördert. Gehirnforscher haben längst nachgewiesen, dass der Charakter eines Menschen weitestgehend bis zum 6. Lebensjahr ausgebildet ist. Aber dass er eben auch am schnellsten und intensivsten lernt in dieser Phase, bevor er überhaupt in die Schule kommt. Ich glaube, da muss man Schwerpunkte setzen. Und Deutschland hat da die Weichen noch längst nicht richtig gestellt. Da (Plasberg: Sie sagen ...) müssen wir mehr investieren.	
154	Plasberg	23	Ja, wenn wir da jetzt mit anfangen, dann dauert das natürlich bis das ... → <i>Klatschen</i> ... bis die Wirkung zeigt. Hr. Lauterbach, was sagen Sie denn Eltern, die jetzt ein Kind haben, nach der 4. Klasse, z.B. in Nordrhein-Westfalen, wo die Lehrer weitestgehend allein entscheiden, wenn die Eltern nicht einen Riesenaufrüst machen, dann gibt's Probeunterricht, auf welche Schule ein Kind geht. Was sagen Sie Eltern, die dann hören: Hauptschule?	<ul style="list-style-type: none"> • Plasberg • Studiopublikum (klatschend) • Lauterbach • Lauterbach/Plasberg
155	Lauterbach	29	Ich halte zunächst einmal diese Regelung, dass die Lehrer, die bekannterweise die Kinder aus sozial besseren Schichten bevorzugen, wenn das Gymnasium gefragt ist, diese Regelung, dass die Lehrer das allein entscheiden, das halte ich für eine ausgemachte Gemeinheit, weil die Eltern sich so noch nicht einmal gegen die Vorurteile der Lehrer mehr wehren können. Das halte ich für absolut falsch. (Pieper: Also es gibt ja Schullaufbahneempfehlungen. Das will ich sagen. Es geht nicht bei der Entscheidung, ob ein Kind aus einem einfachen Elternhaus ...) Also nur um es mal zu sagen, wir wissen, die Studien, wenn ich das kurz, wenn ich das kurz ...	<ul style="list-style-type: none"> • Lauterbach • Pieper • Lauterbach/Seehofer
156	Plasberg	2	Nicht im Chor, das ist Grundschule. Nicht im Chor, hallo.	<ul style="list-style-type: none"> • Plasberg
157	Lauterbach	27	Ich will es nur mal gerade. Wir wissen aus Studien, dass Lehrer bei gleicher Begabung Kinder aus sozial besseren Schichten systematisch für das Gymnasium eher vorschlagen. Das hat ganz unterschiedliche Gründe. Aber ich sage es mal so, Kinder aus sozial höheren Schichten werden von Lehrern systematisch überschätzt, und Kinder aus Arbeiterschicht werden unterschätzt. (Plasberg: Hr. Walz, Sie wollten ...) Und wenn sich Eltern nicht dagegen wehren können, ist das falsch. → <i>Klatschen</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Lauterbach • Lauterbach/Seehofer/Walz → Schwenk/Fahrt/Zoom auf • Lauterbach/Pieper

158	Plasberg	2	Hr. Walz?	<ul style="list-style-type: none"> • Walz
159	Walz	20	Also ich denke auch bei der Diskussion, da müssen wir früher, ich bin Jahrgang 44, wir ja alle bescheuert gewesen sein. Ist das nicht alles so künstlich jetzt, was der Lehrer bestimmt (Lauterbach: Früher war das anders), was die Kinderhorte... Ich meine, wir sind doch alle ganz gesund und gut aufgewachsen. (Lauterbach: Die Zeit ist ja vorbei) Die Zeit ist vorbei?	<ul style="list-style-type: none"> • Walz • Lauterbach • Lauterbach/Walz
160	Lauterbach	6	Ja, heute ist es schwerer. Der Punkt ist ja, ich bestreite nicht, dass es damals noch ging. Ich bestreite aber, dass es heute noch gut geht.	<ul style="list-style-type: none"> • Lauterbach
161	Pieper	2	Es wird aber trotzdem, wenn ich das erwähnen darf, (Plasberg: Jetzt ist Fr. Höhler dran, jetzt ist Fr. Höhler dran) nach Leistung entschieden in den meisten Fällen.	<ul style="list-style-type: none"> • Lauterbach/Walz • Schwenk: Lauterbach/Pieper/Höhler
162	Plasberg	3	Entschuldigung, ich kann die Blautöne unterscheiden. Jetzt ist Fr. Höhler dran. (Pieper: Jaja, okay; <i>amüsiert</i>)	<ul style="list-style-type: none"> • Schwenk: Lauterbach/ Pieper/Höhler
163	Höhler	134	Also erstens, sehr wichtig zu sagen, es geht natürlich viel früher los. (Seehofer: Ja) Und was ist das eigentlich, was fehlt. Es ist ja nicht nur trainieren, drillen, sondern wir haben überhaupt kein Verständnismodell für das, was für dies Kind und das Kind und jenes Kind gut ist. Und das siehst du schon, wenn die 2 Jahre alt sind. D.h. wir haben uns überhaupt nicht die Mühe gemacht, ein System zu finden. Wir erforschen alles Mögliche, aber das haben wir nicht erforscht. Wie erkenne ich, welche Bedürfnisse, welche Fähigkeiten ein Kind hat. Denn dann ist das in der 4. Klasse schon ganz anders dran. Dieses Kind kann sich dann in der 4. Klasse durchsetzen gegen einen unterdurchschnittlichen Lehrer, der feststellt, du gehörst überhaupt nicht auf's Gymnasiums oder auf die Realschule, ich bestimme, wo du hingehst. Also, wir befähigen sie einfach nicht in der Weise, die ihnen zusteht, weil wir eine Gleichförmigkeit der Berieselung haben mit viel zu schlecht ausgebildeten Kindergärtnerinnen, auch Erziehern, wo auch immer in Kitas usw.. Wir reden überhaupt nicht über die Ausbildung der Leute, die diese Kitas betreiben sollen. Und betreuen ist nicht einfach nur Windeln wechseln. Denn in dem Alter sollen die da ja schon hin, dann hast du 20 Kindern in Windeln, die kriegst du an einem Morgen gar nicht alle gewechselt. Und das soll alles sein? In der Zeit, in der das Dramatischste in	<ul style="list-style-type: none"> • Diskussionsrunde • Höhler • Insert: Gertrud Höhler, Beraterin für Wirtschaft und Politik • Rückzoom: Höhler/Plasberg • Lauterbach • Pieper/Höhler/Plasberg • Schwenk Diskussionsrunde: Lauterbach/Walz/Pieper/Höhler • Walz • Seehofer

			<p>diesem Gehirn passiert. D.h. wir haben in dieser Gesellschaft, und deshalb haben wir immer weniger Kinder. Wir haben nicht eigentlich die leidenschaftliche Zuwendung zu dem, was in einem Menschen steckt. Wir haben das nicht. Wir haben eine Gleichbehandlung in den Schulen und, wo du landest, da bist du halt, und mehr kriegst du auch nicht. Und wir haben das vorher im Grunde auch. Und wir sind in der Planung einer Verbreitung, Verbreiterung dieses Systems, wo wir sagen, und mit einem Lebensjahr kommen sie da alle hin. Es interessiert keinen Menschen, ist das ein musikalisches Kind, ist das ein lustiges Kind, ist das ein nachdenkliches Kind, ist das ein eher emotional starkes oder intelligentes Kind. Das sind aber die Schlüssel für einen guten Lebensweg.</p>	
164	Plasberg	36	<p>Ich möchte Ihnen, → <i>Klatschen</i></p> <p>Danke, Fr. Höhler. Ich möchte Ihnen jetzt einen Mann vorstellen, der interessiert sich für die Frage, ist das ein sattes Kind. Das gibt es nämlich auch in dieser Gesellschaft. Einmal unten, immer unten? Hinter diesem Sendungstitel haben wir ein Fragezeichen gesetzt, immer auf der Suche nach einer Antwort. Und auf dieser Suche möchte ich Ihnen jetzt einen Mann vorstellen, Bernd Siggelkow: Er leitet die Arche hier in Berlin. Das ist eine Einrichtung, die Kinder auffängt, die aus Familien herausgefallen sind. Aus Familien, die oft überfordert und verarmt sind. Was ist eigentlich Ihre Antwort aus Ihrer Erfahrung. Leben wir jetzt schon in einem Zweiklassenstaat?</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Plasberg • Plasberg geht zum Stehtisch vor Publikum • Siggelkow • Plasberg/Siggelkow
165	Siggelkow	13	<p>Mit absoluter Sicherheit. Also wir merken jeden Tag natürlich, dass die Chancen nicht gleich sind. Dass, früher war es einfacher, weil es mehr Ausbildungsplätze gab, dass ein junger Mensch einen Ausbildungsplatz bekommen hat.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Siggelkow (vor Studiopublikum) • Insert: Bernd Siggelkow, Gründer und Leiter „Die Arche“
166	Plasberg	13	<p>Das ist ja auch das, was wir da in der Diskussion gehört haben, bei den, ich sag mal, nicht mehr so ganz jungen, war es tatsächlich leichter. Fangen wir bei Ihrem Leben mal an, Hr. Siggelkow, auf welche Seite sind Sie denn als Kind gefallen? Auf die Butterseite oder auf die Margarineseite?</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Siggelkow • Plasberg/Siggelkow • Lauterbach
167	Siggelkow	21	<p>Ich wäre vielleicht gerne auf die Butterseite gefallen, es war aber eher die Margarineseite. Meine Familie hat sich sehr früh getrennt. Meine Mutter hat die Familie verlassen, als ich 7 Jahre alt war.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Siggelkow • Insert: Bernd Siggelkow,

			Bei uns war der Gerichtsvollzieher häufiger in der Familie als der Vater, weil der hat den ganzen Tag gearbeitet, um das Geld zu verdienen, um seine Schulden zu bezahlen. Meine Großmutter, bei der mein Bruder und ich aufgewachsen sind, war schwer krebskrank. Also Geld haben wir nie gehabt. Emotionen gab es nicht ...	evangelischer Pfarrer
168	Plasberg	3	... Woran haben Sie das gemerkt, dass Sie arm waren?	• Plasberg/Siggelkow
169	Siggelkow	17	Ich habe z.B. schon vor den vielen Jahren die Klamotten meines größeren Bruders tragen müssen. Wir haben, wir mussten auf vieles verzichten. Wir haben, wenn es bei uns mal ein Würstchen mit Brot gab, dann war das schon ein besonderes Highlight. Also wir haben schon sehr wenig gehabt. Aber wir haben schon auch einen Zusammenhalt gehabt in der Familie.	• Siggelkow
170	Plasberg	5	Ja, ich bin Ihnen eben ins Wort gefallen. Da haben Sie noch leise gesagt, Emotionen gab es auch nicht.	• Plasberg/Siggelkow
171	Siggelkow	9	Emotionen gab es auch keine. Es gab keine Situation in meinem Leben, wo ich auf dem Schoß von irgendwelchen Eltern gesessen habe. Und das hat mir sehr gefehlt. Wie es vielen Kindern heute fehlt.	• Siggelkow
172	Plasberg	5	Wohin hat Sie denn der Ehrgeiz getrieben? Der Ehrgeiz, ich will es mal besser haben. Den gab es doch wahrscheinlich, oder nicht?	• Plasberg/Siggelkow
173	Siggelkow	55	Im ersten Moment habe ich nicht so groß darüber nachgedacht als Kind. Als Kind habe ich mir das geholt, was ich nicht bekommen habe. Ich bin ins Kaufhaus gegangen und habe geklaut. Ich habe durch Aggressionen mich gewehrt. Ich wollte immer Musikdirigent werden, aber wir hatten kein Geld für Musikunterricht. Und als ich 15 Jahre alt war und der Stress in meinem Leben ganz groß war, lernte mein Bruder auf, in Hamburg-St.Pauli, wo wir aufgewachsen sind, die Heilsarmee kennen, und er erzählte mir, dass man da kostenlos Musikunterricht nehmen kann. Da bin ich hin, habe Musikunterricht genommen, und irgendwann stellte mir jemand eine Frage, die mein Leben verändert hat. Er fragte nämlich, ob ich wüsste, dass es jemanden gibt, der mich liebt. Das war die Schlüsselfrage. Er sprach von Gott. Von Gott hatte ich keine Ahnung gehabt, weil ich bin in einer atheistischen Familie aufgewachsen. Ich habe mich dann entschieden, Christ zu werden. Und das ging dann nicht alles sofort super gut,	• Siggelkow • Pieper/Höhler (nah)

			und ich habe mich total verändert. Aber ich hatte die Motivation nach einem Jahr in meiner Entwicklung bekommen, dass ich eben gesagt habe, ich möchte Menschen helfen, Kindern helfen, dass es ihnen nicht so gehen muss wie mir als Kind.	
174	Plasberg	6	Sie sind Pastor geworden. Leiten jetzt dieses Projekt Arche schon seit Jahren. Was das genau ist, wollen wir in ganz kurzen Bildern mal zeigen.	<ul style="list-style-type: none"> • Plasberg/Siggelkow
175	Einspieler	44	Arche: In Berlin-Hellersdorf vor 11 Jahren gegründet; Anlaufstelle für Kinder, vor allem aus sozial schwachen Verhältnissen; ein Ziel: erst mal satt machen, viele Kinder kennen regelmäßige Mahlzeiten nicht; Kinder lernen auch das Zusammenleben, lernen Regeln, sich selbst und andere zu respektieren; zusätzlich gehen einige von ihnen in eine Arche-Grundschule. Hier werden Sie intensiv betreut. Jede Unterrichtsstunde mit 2 Pädagogen, die Kinder individuell fördern. Schüler sollen nicht hinten dran bleiben, nicht von der Gesellschaft abgehängt werden und einen guten Start ins Leben haben.	<ul style="list-style-type: none"> • Film: Gebäude • Küche • Kinder spielen • Kinder in Arche-Grundschule
176	Plasberg	7	Einen guten Start ins Leben haben. Das klingt gut. Wie oft geht es um Banaleres, nämlich satt zu sein?	<ul style="list-style-type: none"> • Plasberg/Siggelkow
177	Siggelkow	11	Sehr häufig. Wir haben mittlerweile Tagesbesucher allein in Hellersdorf zwischen 300 und 620. Davon sind über 450 Kinder, die jeden Tag zu uns kommen, um eine warme Mahlzeit zu bekommen.	<ul style="list-style-type: none"> • Siggelkow • Insert: Bernd Siggelkow, Gründer und Leiter „Die Arche“!
178	Plasberg	4	Wie geht das denn. Wie alt sind die denn, wenn die alleine zu Ihnen kommen, wer bringt die mit?	<ul style="list-style-type: none"> • Plasberg/Siggelkow
179	Siggelkow	12	Also, das jüngste Kind, was zu uns alleine kam, war ein 3jähriger Junge, der jeden Tag mit der Straßenbahn in unsere Einrichtung kam. Das Ticket brauchte er nicht zu bezahlen, weil er noch ganz klein war. Aber er hat da seine Freunde getroffen und er hat da seine Mahlzeit bekommen.	<ul style="list-style-type: none"> • Siggelkow
180	Plasberg	4	Drei Jahre alt? (Siggelkow: Drei Jahre alt) Und ansonsten geht das Mund-zu-Mundpropaganda?	<ul style="list-style-type: none"> • Plasberg/Siggelkow
181	Siggelkow	13	Nein, wir machen keine Werbung. Das spricht sich rum. Die Kinder kennen sich untereinander. Mittlerweile redet man auch mehr über Armut, als noch vor 5 oder 6 Jahren. Heute sind unsere Kinder ja auch Überlebenskämpfer, die sich ihren Weg suchen, dahin zu kommen, wo sie hinkommen wollen.	<ul style="list-style-type: none"> • Siggelkow • Walz

182	Plasberg	9	Wenn Ihnen so ein Kind erzählt, Mädchen oder Junge, bei uns zuhause gibt es nichts Warmes mehr zu essen, wir haben keinen Herd mehr. Glauben Sie das dann, oder denken Sie dann, na ja der übertreibt?	• Plasberg/Siggelkow
183	Siggelkow	15	Meistens ist es so, dass das Jugendamt uns einen Brief schreibt, seitdem es Hartz IV gibt, weil es keine Sonderleistungen mehr gibt. Z.B. wenn bei einer siebenköpfigen Familie die Waschmaschine kaputt gegangen ist, oder die könne es sich wirklich nicht leisten. Da fragt das Jugendamt uns an, ob wir die Waschmaschine bezahlen. Das haben wir sehr häufig mittlerweile schon, einen ganzen Ordner voll.	• Siggelkow
184	Plasberg	12	Hm. Ob ein Kind in einer funktionierenden oder halbwegs funktionierenden Familie lebt, das kann man ja daran ablesen, wie da die Feste gefeiert werden, z. B. die Geburtstage. Was erzählen die Kinder da?	• Plasberg/Siggelkow
185	Siggelkow	28	Also, ich hatte vor einigen Jahren ein Mädchen, das kam zum Mittagessen, und sie hatte, sie war ganz glücklich, weil sie hatte uns tagelang erzählt, dass sie Geburtstag hat und sie strahlte über das ganze Gesicht, kam rein, wir haben ihr zum Geburtstag gratuliert, und jedes Kind bekommt auch ein Geburtstagsgeschenk. Wir feiern einmal im Monat in unserer Einrichtung für alle Kinder, die Geburtstag haben. Und dann fragte ich sie so ganz banal, sag mal, was hast den denn von deinen Eltern zum Geburtstag bekommen? Sie ist damals 12 Jahre alt geworden, und ihr liefen fast die Tränen über die Augen, und sie sagte, seit 6 Jahren vergessen meine Eltern, dass ich Geburtstag habe. Wir können uns das nicht leisten.	• Siggelkow • Insert: Bernd Siegelkow, evangelischer Pfarrer
186	Plasberg	3	Und deswegen machen Sie das (Siggelkow: Deswegen machen wir ...) auch nicht jeden Tag?	• Plasberg/Siggelkow
187	Siggelkow	11	Nein, wir machen einmal im Monat, immer am letzten Freitag eine Geburtstagsfeier für die Kinder, die Geburtstag haben. Sie bekommen auch alle ein Geschenk. Sie stehen im Mittelpunkt, alle anderen sind da, und sie können feiern, wie sie sonst nicht feiern können.	• Siggelkow
188	Plasberg	8	Wie erleben Sie das denn? Glauben normale Bürger, die ganz normal leben in Anführungszeichen, wenn Sie davon erzählen, dass es so was noch gibt?	• Plasberg/Siggelkow
189	Siggelkow	18	Es hat sich sehr verändert. Wir haben ja schon an Kinderarmut gearbeitet, als es in Deutschland	• Plasberg/Siggelkow

			noch gar keinen Armutsbericht gab. Da hat man uns ausgelacht, hat uns beschimpft. Wir bekommen auch heute noch viele böse Briefe, wo Leute sagen, die Eltern sind alles Schuld, die versaufen das Geld, arme Kinder gibt es in Deutschland nicht. Es gibt 2,5 Millionen Kinder, die in Armut aufwachsen, (Plasberg: Trotzdem ...) deren Eltern können nicht alle saufen.	<ul style="list-style-type: none"> • Siggelkow • Pieper/Höhler (Schwenk, unterschiedlich scharf)
190	Plasberg	6	Nein, trotzdem ist es aber eine Tatsache, dass Geld, das man Eltern direkt gibt, oft nicht bei den Kindern ankommt.	<ul style="list-style-type: none"> • Siggelkow
191	Siggelkow	27	Das ist richtig. (Plasberg: Das interessiert Sie aber auch nicht, weil Sie ...) Das interessiert uns im ersten Moment nicht, wir müssen den Kindern helfen. Andererseits sind die Sätze, die es für unsere Kinder gibt, viel zu gering, als dass man das Überleben sozusagen sichern könnte. Fangen wir alleine mit dem Thema Bildung an. Es gelingt einem Kind häufig nicht, eine weiterführende Schule, z.B. Lichtenberg, zu besuchen, weil das Nahverkehrsticket 26 Euro kostet. Das ist in Hartz IV gar nicht eingerechnet, also bleibt das Kind, das eigentlich in die Realschule soll in der Hauptschule, weil die Realschulen im Bezirk z.B. voll sind. Und hat damit nicht die gleichen Chancen wie andere.	<ul style="list-style-type: none"> • Siggelkow
192	Plasberg	5	Ist das noch mal eine Antwort auf meine erste Frage, Zwei-Klassen-Gesellschaft, einmal unten, immer unten?	<ul style="list-style-type: none"> • Plasberg/Siggelkow
193	Siggelkow	10	Viele dieser Kinder, ich möchte sagen, 90 % unserer Kinder haben keine Chance nach oben zu kommen, wenn sie (Plasberg: Aber nicht weil es da oben fehlt?) ????. Nicht weil es da oben fehlt. Sie müssen individuell gefördert werden, und das ist kaum möglich,	<ul style="list-style-type: none"> • Siggelkow • Plasberg/Siggelkow
194	Plasberg	5	Was erwarten Sie denn von den Sonnenseitenbewohnern der Gesellschaft, ich sag mal, außer Spenden für Sie?	<ul style="list-style-type: none"> • Plasberg/Siggelkow
195	Siggelkow	28	Naja, ich denke mal so, ab einem Einkommen von 10.000 Euro kann jeder Mensch, der Kinder hat, auf sein Kindergeld verzichten. Das ist ein Pflichtgeld und wenn dieses Kindergeld in die Kinder investiert werden würde, die an der Margarinenseite des Lebens stehen, dann würden wir da auch Hilfe finden. Und ich denke, die Politik kann auch die Rahmenbedingungen für unsere Kinder verändern, indem z.B. Schulessen kostenlos ist, indem Bildung kostenlos ist. 40 % aller Ganztagschüler in Berlin sind vom Mittagess-	<ul style="list-style-type: none"> • Siggelkow • Lauterbach • Walz

			senangebot abgemeldet worden, weil die Eltern sich das nicht leisten können. Das ist erschreckend.	
196	Plasberg	16	Sie haben selbst 6 Kinder, (Siggelkow: Ja) zusammen mit Ihrer Frau. Welche Chancen sehen Sie denn für Ihre eigenen Kinder, was die Startvoraussetzungen angeht? Sie leben ja sehr eng zusammen mit den anderen Kindern in Ihrer Arche.	<ul style="list-style-type: none"> • Plasberg • Siggelkow (amüsiert)
197	Siggelkow	35	Sie haben genau die gleichen Probleme, die andere Kinder auch haben, nur sie haben vielleicht ein Elternhaus, das sie aufbaut, das in sie investiert. Sie leben im gleichen Bezirk, wie all die anderen Kinder. Wir unterstützen und fördern unsere Kinder. Wir begleiten sie, wir verfügen vielleicht über mehr Kontakte als andere Eltern, dass wir unsere Kinder vermitteln können. Das versuchen wir in unserer Einrichtung auch. Wir haben in den letzten drei Jahren jedem Schulabgänger, ob er einen Schulabschluss hat oder nicht, auch einen Ausbildungsplatz besorgt. Damit endet unsere Arbeit. Das war eine harte Arbeit, aber da arbeiten wir weiter dran. Aber das sind eben nur wenig Kinder, im Vergleich zu den vielen Kindern, die die Chancen nicht haben.	<ul style="list-style-type: none"> • Siggelkow • Pieper • Studiopublikum (junge Zuschauerinnen)
198	Plasberg	20	Hr. Siggelkow, herzlichen Dank und viel Erfolg für Ihre Arbeit. (Siggelkow: Danke schön) → <i>Klatschen</i> Ganz einfache Frage, ich würde gerne wissen, wir haben uns gerade in die Augen geguckt. Was haben Sie gerade gedacht, während ich da drüben stand und mit Hr. Siggelkow gesprochen habe?	<ul style="list-style-type: none"> • Plasberg/Siggelkow • Plasberg zurück zu Diskussionsrunde • Studiopublikum (klatschend)
199	Höhler	27	(<i>zögert</i>) Ja, ich muss Ihnen sagen, ich finde das so dramatisch, dass in einer so reichen Gesellschaft eigentlich das, was Gesellschaften zusammenhält, am meisten fehlt. Und das ist Liebe. Man kann das ja auch mal so ausdrücken. Was er geschildert hat, was seine Kinder haben, im Unterschied zu anderen, ist ja Interesse, Zuwendung, Liebe. Es ist nicht bürokratische Organisation, damit Eltern Karriere machen können, dann können Kinder nämlich keine machen.	<ul style="list-style-type: none"> • Höhler • Siggelkow im Studiopublikum
200	Plasberg	4	Es ist schon Organisation (Höhler: Ja), wenn es um die Hartz IV-Tickets geht für den Bus zur weiterführenden Schule. Das ist schon (Höhler: Ja, ich muss sagen, ich halte ...) banale Organisation.	<ul style="list-style-type: none"> • Höhler/Plasberg

201	Höhler	33	<p>... Hartz IV für eine Katastrophe. Weiterhin. Ich halte das für keinen Erfolg. Ich halte das auch für keine Reform. (Plasberg: Hr. Seehofer nickt). Dieser Staat macht Verlierer. Er macht Verlierer. → <i>Klatschen</i></p> <p>Und wir haben gleichzeitig eine Zunahme der Gewinnergruppe, weltweit, überall. Und wir nehmen daran teil und das wird im Grunde auch als Fortschritt diskutiert. Auch die SPD hat endlich begriffen, dass das Geld die Welt regiert und dass man mit anderen Werten eigentlich nicht weit kommt.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Höhler • Seehofer • Studiopublikum (klat-schend) • Lauterbach
202	Plasberg	20	<p>Hr. Seehofer, Unternehmer verlangen ja von der Politik, dass haben wir in den letzten Jahren oft gehört, immer bessere Rahmenbedingungen. Ist ja so ein Wort, bessere Rahmenbedingungen. Stellen wir uns mal vor, die Kinder aus der Arche, die kämen und würden, Sie können auch gerne antworten, von Ihnen bessere Rahmenbedingungen fordern, nicht für ihr Unternehmen, sondern für das Unternehmen Leben, was vor ihnen liegt. Was würden Sie dann antworten?</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Höhler • Plasberg • Seehofer
203	Seehofer	87	<p>Ich würde erstens antworten, dass der Ansatz, den jetzt Fr. von der Leyen in Deutschland massiv vorantreibt, gegen manche Widerstände, (Plasberg: Auch bei Ihnen) absolut richtig ist. Eben da zu beginnen mit der Ausbildung der Kinder, jetzt nicht im Sinne von Wissen, sondern von Lebenskompetenz zu einem sehr frühen Zeitpunkt auch. Zugunsten der Familien, die oft für ihren eigenen Lebensunterhalt arbeiten müssen. Es ist ja oft noch so in der Diskussion, sind das jetzt Rabenmütter, die zum Beispiel in meiner Heimat bei Audi arbeiten. Das sind oft Frauen oder sehr überwiegend Frauen, die müssen arbeiten, damit sie ihre Lebensexistenz überhaupt bestreiten können. Und für solche Frauen, die gleichzeitig, oder Familien, die gleichzeitig den Wunsch zum Kind haben, eben auch in sehr jungen Jahren eine Kinderbetreuung zu organisieren, in einem Staat, das war überfällig, aus meiner Sicht, und da beginnt es. Dann geht es weiter mit der Bildung. Dann geht es weiter mit der sozialen Ausstattung bei Leuten. Und ich muss jetzt noch mal auf Ihren Film zurückkommen, es geht auch weiter mit Bewusstseinsbildung. Was mir ein bisschen wehgetan hat bei dem Film Lauterbach, dass man so tut, als wäre er, oder deshalb, weil er auf die Hauptschule kam, ging sein Leben schief. Was sollen denn jetzt Millionen Fälle von Hauptschülern denken, wenn sie in die Hauptschule gehen</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Seehofer • Höhler • Pieper • Pieper/Höhler • Walz • Seehofer: Rückzoom auf Lauterbach/ Seehofer • Plasberg • Studiopublikum (klat-schend)

			(Plasberg: Vielleicht, dass es doch richtig war?). Nein, nicht, dass sie auch in der Hauptschule eine Chance haben in unserer Gesellschaft. → <i>Klatschen</i> Wir tun schon so, als wenn der Mensch erst anfin- ge mit dem Gymnasium.	
204	Plasberg	3	Müssten Sie nicht sagen, Sie wünschten sich, dass sie eine Chance haben?	• Plasberg
205	Seehofer	2	Der Herrgott hat uns unterschiedliche Talente gegeben.	• Seehofer
206	Plasberg	6	Hr. Walz, wenn bei Ihnen jemand kommt mit Hauptschulabschluss und möchte im Salon Walz Friseur werden, was dann?	• Plasberg
207	Walz	5	Ja, ich gucke ihn mir an, der hat einen Probetag, die haben alle Chancen, und das klappt.	• Walz
208	Plasberg	1	Haben Sie Hauptschüler in der Ausbildung?	• Walz • Seehofer • Lauterbach/ Seehofer/ Walz/Pieper
209	Walz	30	Ja sicher, sicher. Und es klappt, das ist was ganz einfaches. Aber ich staune natürlich. Also ich, es ist auch erstaunlich, wir haben Lehrlinge, ich habe jetzt, glaube ich, 30 eingestellt. Ich weiß natürlich von 30 bleiben höchstens 12. Die anderen halten das nicht durch und haben auch keinen Bock in der heutigen Zeit. Ja, das gibt es aber ganz massiv. Also deswegen, ich stell ganz viele ein, weil die meisten halten das gar nicht durch, und wollen es auch nicht.	• Walz • Seehofer • Lauterbach/ Seehofer/ Walz/Pieper
210	Plasberg	33	Okay, wir haben die Frage gestellt, Hr. Lauterbach, Sie sind gleich noch mal dran, ist es tatsächlich Realität, was Sie beschreiben in dem Zweiklassenstaat, oder wie weit machen die Menschen da eigentlich mit. Wie weit kann man das Treiben mit der Zwei-Klassen-Gesellschaft. Wir haben ein Experiment gemacht, ich habe es in der Begrü- fung schon gesagt. Wir haben in Düsseldorf am Rheinufer einfach mal 2 unterschiedliche Park- bänke aufgestellt. Eine reserviert für gute Steuer- zahler und eine reserviert für schlechte Steuerzah- ler, also Geringverdiener. Was da als Karikatur der Verhältnisse gemeint war, das wurde zum Teil ganz selbstverständlich angenommen. Schauen Sie sich das mal an.	• Plasberg (in Kamera)

211	Einspieler	144	<p>Experiment „2 Parkbänke“:</p> <p>Für Bürger, die weniger als 1000 Euro Steuer zahlen: Plastikbank; für andere gepolsterte Edelmöbelbank; wir wollen wissen: Ist das gerecht? Und gibt es die Zwei-Klassen-Gesellschaft wirklich?</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. (junger Mann) Firstclassbank: Ich habe halt das Glück einen Job zu haben, der adäquat bezahlt ist. Weiß aber auch, dass es vielen nicht so geht. Bin selber auch schon mal arbeitslos gewesen, vor einigen Jahren. Weiß also schon genau, wie das ist, oder wie man sich da fühlen kann. 2. Frage an junge Frau: Wie finden Sie die Idee? Antwort: Quatsch, gibt auch nicht 1. und 2. Klasse Menschen, oder ist das abhängig von der Steuer? 3. Älterer Mann: Zwei-Klassen-Gesellschaft gibt es schon lange, ob das Steuerpolitik ist, da gibt es auch Privilegierte, die weniger zahlen, und die breite Masse zahlt immer noch sehr viel. Mit den zwei Bänken das ist treffen. 4. Mann auf Holzbank: Wenn ich da drüben sitzen würde, dann würde ich etwas wollen, was mir nicht zusteht. Manchmal ist das auch berechtigt, wenn einer höhere Steuer bezahlt und auch mehr verdient mit anderen Worten. 5. Ältere Frau: hat ganzes Leben immer eher auf Holzbank gesessen. Mal gepolstert zu sitzen, wäre schön, entspräche aber nicht der Realität in unserer Gesellschaft. Hätte aufsteigen können, hat aber nicht geklappt, weil neben Beruf und für Einkommen, auch noch über 30 Jahre lang ehrenamtlich für diese Gesellschaft gearbeitet hat: „Wenn ich das allerdings entlohnt bekommen hätte, säße ich vielleicht mit etwas Glück auf der weicheren Bank.“ 	<ul style="list-style-type: none"> • Parkbänke werden aufgestellt • Personen während Interviews vor und auf Bänken mit Reporterin
212	Plasberg	7	<p>Hr. Lauterbach, kann das sein, dass Ihr Buch ein bisschen spät kommt, weil das, was als Provokation gemeint war, schon längst als Realität empfunden wird?</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Lauterbach
213	Lauterbach	18	<p>Es gab immer die Holzbank und die Polsterbank. Aber in der Vergangenheit war es sehr viel stärker von der Leistung abhängig, wer auf der Polsterseite sitzt. Und heute ist es zunehmend von der Herkunft abhängig, und das finde ich falsch.</p> <p>→ <i>Klatschen</i></p>	<ul style="list-style-type: none"> • Lauterbach • Diskussionsrunde • Insert: Wiederholung der Sendung • Zoom auf Lauterbach/Seehofer/Walz

				<ul style="list-style-type: none"> • Studiopublikum (klat-schend)
214	Plasberg	9	Wenn es einer wahlentscheidenden Mehrheit, Fr. Höhler, gut geht, ist es dann für Politiker überhaupt so wichtig, das einmal unten, immer unten zu ändern?	<ul style="list-style-type: none"> • Plasberg • Höhler
215	Höhler	61	Ja, ich glaube, es gibt noch andere Motive, dass sie sich nicht so sehr dafür interessieren. Weil sie ja auch überbeschäftigt sind mit der Karrieresicherung. D.h. so ein Lebensweg als Politiker, der geschieht ja auch unter Gesichtspunkten, die heißen z.B., Hr. Seehofer weiß das und bedauert das, nicht bin ich beim Volk beliebt, sondern bei den Funktionären. Denn die müssen ihn nachher wählen. D.h. ob er beim Volk beliebt ist, interessiert seine Kollegen kaum. Er ist also wieder abhängig von Leuten so in seiner nächsten Umgebung, und wenn er nicht so ein harter Brocken wäre, (<i>Lauterbach/Seehofer amüsiert</i>) dem das nicht wichtig ist, ob die Funktionäre ihn verstehen, dann würde er sich die ganze Zeit ganz anders verhalten haben. Und das tut der Durchschnitt. D.h. solche Karrieren führen ja auch dazu, dass man sich sagt, ja also da unten, da war ich nie und da komm ich auch nie hin, wir kümmern uns doch um die Leute und es ist doch klar, das kann nicht besser gehen. Daraus entstehen Systeme wie Hartz IV. Ich warte immer auf Hartz V. D.h. wenn wir stolz sind ...	<ul style="list-style-type: none"> • Höhler/Plasberg • Höhler • Lauterbach/Seehofer • Seehofer • Lauterbach/Seehofer/Walz • Insert: web.tv, Die komplette Sendung mit Hintergrundinfos unter www.wdr.de
216	Plasberg	2	Das wird nicht mehr Hartz V heißen, dafür hat Hr. Hartz selbst gesorgt. (<i>Gelächter</i>)	<ul style="list-style-type: none"> • Höhler/Plasberg
217	Höhler	33	Ja, aber (Lauterbach: Wenn eines sicher ist ...) Hartz IV heißt immer noch so. D.h., gut, wenn es denn das System eines Knastis ist, dann könnten wir sagen, es versagt deshalb. Das wäre noch eine Idee dabei. Aber es geht doch darum, dass wir die Sensibilität, ich sag mal was anderes, die Empathie, das Mitfühlen offenbar verloren haben, zumindest in den Schichten, die Karriere machen für die, die keine Karriere machen. Und eine Gesellschaft zerfällt, wenn das auf die Dauer so bleibt, und das (Plasberg: Darf ich das als Mahnung...) sieht man auch an unseren Sozialsystemen.	<ul style="list-style-type: none"> • Seehofer (lacht) • Plasberg • Höhler • Lauterbach
218	Plasberg	32	... nicht ganz am Ende, da kommt ja noch was, wie Sie wissen, stehen lassen. Danke schön, Fr. Höhler, bis hierhin. Eine Gesellschaft kann noch so viele Aufstiegschancen bieten, wenn der einzelne nicht zupackt an der richtigen Stelle, Hr. Walz hat das eben geschildert, von 30 bleiben 12 übrig vielleicht als Lehrlinge. Also man muss an	<ul style="list-style-type: none"> • Höhler/Plasberg • Walz

			einer bestimmten Stelle auch zupacken, eine Chance nehmen. Schlussrunde: Was war der Punkt in Ihrem Leben, was war eine solche Entscheidung, wo Sie zugepackt haben, wo Sie selbst eine Weiche gestellt haben, die entscheidend war. Jetzt macht's ratter ratter ratter. Ich fange mit Ihnen an. Sie können auch Bedenkzeit haben.	
219	Höhler	38	Ich werde jetzt, etwas ganz Unerwartetes bringen. Ich habe in meinem Leben einen sozialen Absturz erlebt, weil die Gesellschaft ja unbarmherzig ist, in verschiedenen Phasen auf verschiedene Weise. Ich war Studentin und bekam ein Baby. Und damit kriegte ich keine Wohnung mehr, weil ich in einer katholischen Gegend eine Wohnung suchte. Mein Elternhaus war nicht vorhanden in dieser Angelegenheit, d.h. ich habe einen Absturz erlebt, der mich selber sehr verwundert hat, weil ich zugleich das Kostbarste, was es gibt in den Händen hielt, nämlich das Leben selbst. Und das habe ich mir gemerkt. Deshalb vielleicht heute ...	<ul style="list-style-type: none"> • Höhler • Plasberg
220	Plasberg	1	Danke schön. Wie geht's Ihrem Sohn?	<ul style="list-style-type: none"> • Plasberg
221	Höhler	2	Dem geht es richtig gut. (<i>lacht</i>)	<ul style="list-style-type: none"> • Höhler (<i>lacht</i>)
222	Plasberg	6	Fr. Pieper, was war der Moment, → <i>Klatschen</i> wo Sie selbst zugepackt haben, der Ihr Leben bestimmt hat?	<ul style="list-style-type: none"> • Pieper • Plasberg
223	Pieper	32	Ich glaube, da gab es mehrere Momente (Plasberg: Einer reicht). Einer reicht, das ist klar. (Plasberg: Wissen Sie, ich bin nämlich schon 4 Minuten über die Zeit.) Das war, nachdem ich 1994 meine Karriere, einen Strich ziehen musste unter meiner Karriere im Landtag und mich selbstständig gemacht habe. Ich habe dann ein Büro eröffnet als Dolmetscherin, als Übersetzerin, bin Freiberuflerin geworden, habe mein Leben wieder selbst in die Hand genommen. Das war nicht ganz so einfach, aber das war eine wichtige Erfahrung.	<ul style="list-style-type: none"> • Pieper
224	Plasberg	2	Danke schön. → <i>Klatschen</i> Hr. Walz, der eine Moment.	<ul style="list-style-type: none"> • Pieper • Walz
225	Walz	15	Friseur, Friseur, Friseur. Ich würde alles wieder so machen. Friseur. Habe ich zugepackt, angepackt, hat mir Recht gegeben. (<i>lacht</i>) → <i>Klatschen</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Walz • Seehofer
226	Plasberg	6	Wissen Sie, was mich tröstet mit meinen Geheimratsecken, dass Sie auch kein Rezept gegen Haar-	<ul style="list-style-type: none"> • Plasberg

			ausfall haben. Das freut mich sehr. (<i>Gelächter</i>) Hr. Seehofer.	• Walz
227	Seehofer	24	Ja, ich sagte das ja vorhin schon, ich hatte lange Zeit für Landräte und Oberbürgermeister gearbeitet, auch Reden geschrieben mit 19 Jahren. Und irgendwann habe ich festgestellt, die lesen das vor, was du Ihnen aufgeschrieben hast, dann kannst du es auch selber machen. Dann habe ich für den deutschen Bundestag kandidiert und seitdem bin ich Opfer der Politik. (<i>Plasberg und Seehofer lachen</i>) (Plasberg: Hr. Lauterbach) → <i>Klatschen</i>	• Seehofer (lacht)
228	Lauterbach	7	Als meine Mutter mich gegen meinen erbitterten Widerstand in einen guten Kindergarten geschleppt hat.	• Lauterbach (amüsiert)
229	Plasberg	37	Dann klappt es, danke schön Hr. Professor Dr. Dr. Lauterbach. Herzlichen Dank auch an Sie hier für Ihr Interesse an dieser spannenden Sendung. Wie immer viele Fakten werden hier behauptet, Sie können das morgen im Internet in unserem Faktencheck nachlesen, die Kernthesen überprüfen wir noch mal. Hinweis auf Sendung nächste Woche und sich anschließende Sendungen. Tschüss, schönen Abend noch.	• Plasberg geht vor Diskussionsrunde (in Kamera) • Abspann

IX Tab. 28: Diskussionsbeiträge, Fallbeispiel, „Maybrit Illner“ (17.05.2007): Häufigkeiten, Längen.

Diskussionsbeiträge (Maybrit Illner: Billig, befristet, bedroht: Sind das die Jobs von morgen? (17.05.2007))						
Sprecher	Anzahl der Diskussionsbeiträge	Länge einzelner Diskussionsbeiträge (in sec.)	Gesamtlänge (in sec.)	Median	Durchschnittliche Länge (in sec.)	Standardabweichung
Illner²⁶⁵	53	49, 35, 30, 12, 27, 19, 20, 20, 2, 1, 18, 1, 2, 4, 23, 73, 8, 1, 22, 15, 24, 36, 6, 1, 9, 1, 25, 13, 17, 13, 15, 9, 3, 2, 8, 18, 42, 23, 2, 1, 4, 14, 12, 4, 13, 9, 2, 14, 9, 6, 18, 3, 26	784	13	15	14
Clement	25	51, 54, 14, 12, 2, 22, 6, 13, 100, 60, 30, 54, 54, 13, 29, 97, 7, 129, 35, 33, 13, 5, 72, 28, 27	960	29	38	33
Oettinger	11	78, 42, 37, 8, 47, 3, 25, 65, 12, 10, 6	333	25	30	24
Neumann	12	31, 48, 15, 58, 8, 12, 47, 9, 39, 20, 44, 47	378	35	32	17
Bsirske	10	50, 4, 157, 37, 12, 10, 95, 155, 131, 2	653	43,5	65	60
Gerke	8	68, 41, 112, 31, 24, 26, 4, 11	317	28,5	40	33

²⁶⁵ Illners Beiträge während des Interviews Hädrich wurden nicht mitgezählt, jedoch die Abmoderation dieses Gespräches, da diese mit einer Frage an Clement verbunden wurde.

X Tab. 29: Diskussionsbeiträge, Fallbeispiel, „hartaberfair“ (13.06.2007): Häufigkeiten, Längen.

Diskussionsbeiträge (Hartaberfair: Einmal unten, immer unten? – Willkommen in der Zwei-Klassen-Gesellschaft (13.06.2007))						
Sprecher	Anzahl der Diskussionsbeiträge	Länge einzelner Diskussionsbeiträge (in sec.)	Gesamtlänge (in sec.)	Median	Durchschnittliche Länge (in sec.)	Standardabweichung
Plasberg²⁶⁶	88	60, 20, 13, 4, 14, 8, 6, 4, 25, 14, 12, 18, 10, 33, 10, 13, 2, 10, 8, 9, 11, 8, 23, 10, 8, 12, 23, 20, 17, 14, 8, 27, 17, 5, 4, 27, 4, 2, 79, 24, 2, 2, 8, 5, 4, 7, 13, 10, 13, 5, 2, 24, 7, 11, 5, 10, 2, 24, 8, 4, 13, 12, 22, 6, 17, 45, 8, 23, 2, 2, 3, 36, 20, 4, 20, 3, 6, 1, 33, 7, 9, 2, 32, 1, 6, 2, 6, 37	1180	10	13	13
Lauterbach	29	20, 47, 15, 62, 1, 56, 42, 7, 14, 13, 43, 4, 36, 25, 28, 14, 32, 60, 16, 24, 13, 28, 20, 1, 29, 27, 6, 18, 7	708	20	24	17
Seehofer	17	14, 30, 48, 93, 17, 100, 12, 9, 4, 70, 116, 7, 45, 24, 87, 2, 24	702	24	41	37
Walz	18	33, 16, 26, 20, 8, 30, 63, 22, 6, 56, 3, 48, 8, 17, 20, 5, 30, 15	426	20	24	17
Pieper	12	19, 20, 31, 44, 173, 3, 7, 12, 22, 92, 2, 32	457	21	38	47
Höhler	18	23, 18, 8, 15, 62, 20, 29, 33, 12, 102, 86, 134, 27, 33, 61, 33, 38, 2	736	31	41	34

²⁶⁶ Plasbergs Beiträge während der Gespräche mit Büscher und Siggelkow wurden nicht mitgezählt, jedoch die An- und Abmoderation dieser Gespräche, da diese jeweils konkrete Bezüge zur Gesamtdiskussion beinhalteten.

XI Tab. 30: Direkte Frage/Redeaufforderung Plasbergs.

Direkte Frage/ Redeaufforderung Plasbergs an:²⁶⁷	
Lauterbach	15
Seehofer	15
Walz	17
Pieper	9
Höhler	12
Kommentare	18

²⁶⁷ Plasberg erteilt oft das Wort, indem er keine konkrete Frage stellt, sondern einem Diskutanten via Namensnennung die Redemöglichkeit erteilt, auf den Beitrag eines anderen Teilnehmers einzugehen. Zwei Redeaufforderungen wurden als nicht eindeutig gewertet, da aus Plasbergs Formulierung und Blickrichtung nicht eindeutig hervorgeht, an welchen Diskussionsteilnehmer sich seine Frage richtet.

9 Verzeichnis der Abbildungen und Tabellen

Abb. 1:	Konstitutive Elemente demokratischer Politik (vereinfachtes Modell).	S. 17
Abb. 2:	Der Weg zum mündigen Bürger - Neue Bürgerleitbilder.	S. 51
Abb. 3:	Das Stimulus-Response Modell der Medienwirkungen und der politischen Bildung.	S. 86
Abb. 4:	Politische Funktionen der Massenmedien.	S. 88
Abb. 5:	Der Uses-and-Gratifications-Approach.	S. 104
Abb. 6:	Von den Massenmedien zur politischen Mündigkeit.	S. 115
Abb. 7:	Aufgaben politischer Bildung, politische Bedürfnisse und politische Funktionen – Analogien.	S. 118
Abb. 8:	Kommunikationsmodelle Bürgerliche Öffentlichkeit / Politische Talkshow.	S. 139
Abb. 9:	Detailbewertung politischer Diskussionssendungen.	S. 167
Abb. 10:	Die Orientierung des Angebots an der Nachfrage.	S. 175
Abb. 11:	Optimierung von Form und Inhalt politischer Talkshows entsprechend dem Informationsbedürfnis.	S. 176
Abb. 12:	Optimierung von Form und Inhalt politischer Talkshows entsprechend dem Zuschauerbedürfnis nach politischer Identität.	S. 177
Abb. 13:	Optimierung von Form und Inhalt politischer Talkshows entsprechend dem Bedürfnis nach Integration, sozialer Interaktion und politischer Partizipation.	S. 179
Abb. 14:	Optimierung von Form und Inhalt politischer Talkshows entsprechend dem Politainmentbedürfnis.	S. 181

Tab. 1:	Prozentuale Verteilung der Informationsangebote der Dritten Programme (1922-1999).	S. 98
Tab. 2:	Sehdauer Erwachsene, in Min. (alte Bundesländer, 1985-1992).	S. 112
Tab. 3:	Sehdauer Erwachsene, in Min. (Deutschland gesamt, 1992-2005).	S. 112
Tab. 4:	Dominierender Charakter der Themenentfaltung in politischen Talkshows.	S. 147
Tab. 5:	Fragerichtung in politischen Talkshows.	S. 148
Tab. 6:	Themen des Sendungssamples.	S. 157
Tab. 7:	Gäste des Sendungssamples.	S. 161
Tab. 8:	Funktionen (Rang) der Politiker im Sendungssample.	S. 162
Tab. 9:	Parteizugehörigkeit der teilnehmenden Politiker.	S. 163
Tab. 10:	Kombination der vertretenen Parteien.	S. 163
Tab. 11:	Variablen der Inhaltsanalyse im Überblick.	S. 192
Tab. 12:	Fragerichtung in „Maybrit Illner“ (17.05.2007).	S. 194
Tab. 13:	Fragerichtung in „hartaberfair“ (13.06.2007).	S. 194
Tab. 14:	Dominierender Charakter der Themenentfaltung in „Maybrit Illner“ (17.05.2007).	S. 195
Tab. 15:	Dominierender Charakter der Themenentfaltung in „hartaberfair“ (13.06.2007).	S. 195
Tab. 16:	Diskussionsbeiträge und ihre Länge (Maybrit Illner, 17.05.2007).	S. 197
Tab. 17:	Diskussionsbeiträge und ihre Länge (hartaberfair, 13.06.2007).	S. 197
Tab. 18:	Einspieler in „Maybrit Illner“ (17.05.2007).	S. 198
Tab. 19:	Einspieler in „hartaberfair“ (13.06.2007).	S. 198
Tab. 20:	Direkte Frage/Redeaufforderung Illners.	S. 201
Tab. 21:	Anzahl Einwürfe in „Maybrit Illner“ (17.05.2007).	S. 214
Tab. 22:	Anzahl Einwürfe in „hartaberfair“ (13.06.2007).	S. 214
Tab. 23:	Politische Gesprächssendungen im deutschen Fernsehen (Stand Mai 2007).	S. 249
Tab. 24:	Durchschnittliche Reichweiten und Marktanteile politischer Gesprächssendungen (1999-2006).	S. 250
Tab. 25:	Themen- und Gästestruktur „Sabine Christiansen“ (Untersuchungssample).	S. 251

Tab. 26:	Themen- und Gästestruktur „Berlin Mitte/Maybrit Illner“ (Untersuchungssample).	S. 254
Tab. 27:	Themen- und Gästestruktur „hartaberfair“ (Untersuchungssample).	S. 257
Tab. 28:	Diskussionsbeiträge, Fallbeispiel, „Maybrit Illner“ (17.05.2007): Häufigkeiten, Längen.	S. 342
Tab. 29:	Diskussionsbeiträge, Fallbeispiel, „hartaberfair“ (13.06.2007): Häufigkeiten, Längen.	S. 343
Tab. 30:	Direkte Frage/Redeaufforderung Plasbergs.	S. 344

10 Literatur

10.1	Internetquellen.....	380
10.2	Tageszeitungsartikel.....	383
10.3	Online-Artikel.....	383

Abels, Heinz: Einführung in die Soziologie. Band 2. Die Individuen in ihrer Gesellschaft. Wiesbaden 2001.

Ackermann, Paul: Die Bürgerrolle in der Demokratie als Bezugsrahmen für die politische Bildung. In: Breit, Gotthard/Massing, Peter (Hg.): Die Rückkehr des Bürgers in die politische Bildung. Schwalbach/Ts. 2002. S. 56-78.

Ahlheim, Klaus: Bilanz und Perspektiven politischer Erwachsenenbildung. In: GPJE (Hg.): Politische Bildung als Wissenschaft. Bilanz und Perspektiven. Schwalbach/Ts. 2002. S. 54-67.

Alemann, Ulrich von: Parteien und Medien. In: Ders.: Das Parteiensystem der Bundesrepublik Deutschland. Bonn 2003. S. 115-128.

Ders.: Politik ist nur das Thema Nummer drei. Der Begriff des Politischen in Politikwissenschaft und politischer Bildung. In: kursiv. Journal für die politische Bildung, 2/2001. S. 12-15.

Alemann, Ulrich von/Marschall, Stefan (Hg.): Parteien in der Mediendemokratie. Wiesbaden 2002(a).

Dies.: Parteien in der Mediendemokratie - Medien in der Parteiendemokratie. In: Dies. (Hg.): Parteien in der Mediendemokratie. Wiesbaden 2002(b). S. 15-41.

Andersen, Uwe/Breit, Gotthard/Massing, Peter/Woyke, Wichard (Hg.): Nationale Bildungsstandards für die politische Bildung. Schwalbach/Ts. 2004.

Andersen, Uwe/Woyke, Wichard (Hg.): Handwörterbuch des politischen Systems. Opladen 2003.

Arbeitsgemeinschaft der Landesmedienanstalten in der Bundesrepublik Deutschland (ALM) (Hg.): ALM Programmbericht. Fernsehen in Deutschland 2005. Programmforschung und Programmdiskurs. Berlin 2005.

Arnold, Wolfgang: Zur funktionalen Bedeutung politischer Bildung in der Demokratie sowie zu ihren aktuellen Aufgaben und Problemen angesichts epochaler politischer Herausforderungen. In: Engelland, Reinhard (Hg.): Utopien, Realpolitik und politische Bildung. Über die Aufgaben politischer Bildung angesichts der politischen Herausforderungen am Ende des Jahrhunderts. Opladen 1997. S. 129-133.

Aus Politik und Zeitgeschichte: Inszenierte Politik. 7/2006.

- Baacke, Dieter/Kornblum, Susanne/Lauffner, Jürgen/Mikos, Lothar/Thiele, Günter A. (Hg.): Handbuch Medien: Medienkompetenz. Modelle und Projekte. <http://www.medienpaedagogik-online.de/mk/00444/index.html>; Stand: 15.05.2006.
- Baacke, Dieter/Schäfer, Erich: Rundfunk zwischen Bildungsauftrag und Bildungsinteressen. Auswirkungen des Kabelpilotprojekts Dortmund auf den Weiterbildungssektor. In: Media Perspektiven, 2/1989. S. 74-85.
- Balzer, Axel/Geilich, Marvin/Rafat, Shamim (Hg.): Politik als Marke. Politikvermittlung zwischen Kommunikation und Inszenierung. Münster 2005.
- Barloewen, Constantin von/Brandenburg, Hans (Hg.): Talk Show. Unterhaltung im Fernsehen = Fernsehunterhaltung? München/Wien 1975(a).
- Dies.: Das Gespräch mit Gästen. Abgrenzungen. Die Entwicklung der Talk Show in Deutschland. In: Dies. (Hg.): Talk Show. Unterhaltung im Fernsehen = Fernsehunterhaltung? München/Wien 1975(b). S. 17-26.
- Dies.: Das Studiopublikum und die Zuschauer der Sprech-Stunden auf der Bühne. Rolle und Funktion. Ein Vergleich. In: Dies. (Hg.): Talk Show. Unterhaltung im Fernsehen = Fernsehunterhaltung? München/Wien 1975(c). S. 97-100.
- Becker, Georg E.: Gesprächs- und Diskussionsformen. In: Mickel, Wolfgang W. (Hg.): Handbuch zur politischen Bildung. Grundlagen, Methoden, Aktionsformen. Bonn 1999. S. 481-485.
- Beer, Wolfgang/Cremer, Will/Massing, Peter (Hg.): Handbuch politische Erwachsenenbildung. Schwalbach/Ts. 1999.
- Behrmann, Günter C.: Von der politischen Erziehung zur sozialwissenschaftlichen Bildung. Die ersten Fachzeitschriften und die programmatische Wende in der politischen Bildung im Jahre 1962. In: Gesellschaft – Wirtschaft – Politik, 2/2006. S. 271-291.
- Beierwaltes, Andreas: Demokratie und Medien. Der Begriff der Öffentlichkeit und seine Bedeutung für die Demokratie in Europa. Baden-Baden 2002.
- Beisch, Natalie/Engel, Bernhard: Wie viele Programme nutzen die Fernsehzuschauer. Analysen zum Relevant Set. In: Media Perspektiven, 7/2006. S. 374-379.
- Bentele, Günter/Brosius, Hans-Bernd/Jarren, Otfried (Hg.): Öffentliche Kommunikation. Handbuch Kommunikations- und Medienwissenschaft. Wiesbaden 2003.
- Berg, Klaus/Kiefer, Marie Luise (Hg.): Massenkommunikation. Eine Langzeitstudie zur Mediennutzung und Medienbewertung. Mainz 1978.
- Bericht der Bundesregierung zu Stand und Perspektiven der politischen Bildung in der Bundesrepublik Deutschland. Zitiert nach: Kuhn, Hans Werner/Massing, Peter/Skuhr, Werner (Hg.): Politische Bildung in Deutschland. Entwicklung, Stand, Perspektiven. Opladen 1993. S. 398-404.
- Besand, Anja: Medienerziehung. In: Sander, Wolfgang (Hg.): Handbuch politische Bildung. Schwalbach/Ts. 2005(a). S. 419-429.

- Dies.: Mit digitalen Medien lernen – Lernprodukte und Lernumgebungen. In: Sander, Wolfgang (Hg.): Handbuch politische Bildung. Bonn 2005(b). S. 537-546.
- Blödorn, Sascha/Gerhards, Maria: Informationsverhalten der Deutschen. Ergebnisse einer Repräsentativbefragung. In: Media Perspektiven, 1/2004. S. 2-14.
- Blödorn, Sascha/Gerhards, Maria/Klingler, Walter: Informationsnutzung und Medienauswahl. Ergebnisse einer Repräsentativbefragung zum Informationsverhalten der Deutschen. In: Media Perspektiven, 12/2006. S. 630-638.
- Dies.: Informationsnutzung und Medienauswahl. Ergebnisse einer Repräsentativbefragung zum Informationsverhalten der Deutschen. In: Media Perspektiven, 12/2005. S. 638-646.
- Dies.: Fernsehen im neuen Jahrtausend – ein Informationsmedium? In: Media Perspektiven, 4/2000. S. 171-180.
- Blumler, Jay G./Gurevitch, Michael/Katz, Elihu: Uses and Gratifications Research. In: Public Opinion Quarterly, 37/1973. S. 509-523.
- Blumler, Jay G./Katz, Elihu (Hg.): Utilization of Mass Communication by the Individual. In: Dies. (Hg.): The uses of mass communications. Current perspectives on gratifications research. Beverly Hills/London 1974(a). S. 19-32.
- Dies.: The uses of mass communications. Current perspectives on gratifications research. Beverly Hills/London 1974(b).
- Blumer, Jay G./McQuail, Denis: Television in Politics: Its uses and influences. London 1968.
- Böckelmann, F. (Hg.): Medienmacht und Politik. Mediatisierte Politik und politischer Wertewandel. Berlin 1989.
- Ders.: Theorie der Massenkommunikation. Das System hergestellter Öffentlichkeit, Wirkungsforschung und gesellschaftliche Kommunikationsverhältnisse. Frankfurt a. M. 1975.
- Böhme-Dürr, Karin/Emig, Jürgen/Seel, Norbert M. (Hg.): Wissensveränderung durch Medien. Theoretische Grundlagen und empirische Analysen. München/London/New York/Paris 1990.
- Bonfadelli, Heinz: Medienwirkungsforschung II. Anwendungen in Politik, Wirtschaft und Kultur. Konstanz 2000.
- Ders.: Medienwirkungsforschung. Grundlagen und theoretische Perspektiven. Konstanz 1999.
- Ders.: Jugend, Politik und Massenmedien. Was Jugendliche aus den Massenmedien über Politik erfahren. In: Sarcinelli, Ulrich (Hg.): Politikvermittlung und Demokratie in der Mediengesellschaft, Beiträge zur politischen Kommunikationskultur. Wiesbaden 1998. S. 368-386.
- Ders.: Die Wissenskluffforschung. In: Schenk, Michael: Medienwirkungsforschung. Tübingen 1987. S. 305-323.

- Ders.: Die Sozialisationsperspektive in der Massenkommunikationsforschung. Neue Ansätze, Methoden und Resultate zur Stellung der Massenmedien im Leben der Kinder und Jugendlichen. Berlin 1981.
- Bosshart, Louis/Hoffmann-Riem, Wolfgang (Hg.): Medienlust und Mediennutz. München 1994.
- Breit, Gotthard: Mündigkeit als Ziel des Demokratie-Lernens. Konsequenzen aus der Geschichte des deutschen Obrigkeitsstaates für den Schul- und Politikunterricht. In: Breit, Gotthard/Schiele, Siegfried (Hg.): Demokratie-Lernen als Aufgabe der politischen Bildung. Schwalbach/Ts. 2002. S. 133-159.
- Breit, Gotthard/Massing, Peter (Hg.): Die Rückkehr des Bürgers in die politische Bildung. Schwalbach/Ts. 2002.
- Breit, Gotthard/Schiele, Siegfried (Hg.): Demokratie braucht politische Bildung. Schwalbach/Ts. 2004.
- Dies. (Hg.): Demokratie-Lernen als Aufgabe der politischen Bildung. Schwalbach/Ts. 2002.
- Brettschneider, Frank: Massenmedien und Wählerverhalten. In: Falter, Jürgen W./Schoen, Harald: Handbuch Wahlforschung. Ein einführendes Handbuch. Wiesbaden 2005. S. 473-499.
- Ders.: Medien als Igemacher? Bevölkerungsmeinungen zu den beiden Spitzenkandidaten und der Einfluss der Massenmedien im Vorfeld der Bundestagswahlen 1998. In: Media Perspektiven, 8/1998. S. 392-401.
- Brosda, Carsten: Emotionen und Expressivität in Polit-Talks, Die emotionale Dimension von Politiker-Diskussionen im Fernsehen. In: Tenscher, Jens/Schicha, Christian (Hg.): Talk auf allen Kanälen. Akteure, Angebote und Nutzer von Fernsehgesprächssendungen. Wiesbaden 2002. S. 371-386.
- Brosius, Hans-Bernd: Medienwirkung. In: Bentele, Günter/Brosius, Hans-Bernd/Jarren, Otfried (Hg.): Öffentliche Kommunikation. Handbuch Kommunikations- und Medienwissenschaft. Wiesbaden 2003. S. 128-148.
- Ders.: Vermittlung von Informationen durch Fernsehnachrichten. Einfluß von Gestaltungsmerkmalen und Nachrichteninhalt. In: Böhme-Dürr, Karin/Emig, Jürgen/Seel, Norbert M. (Hg.): Wissensveränderung durch Medien. Theoretische Grundlagen und empirische Analysen. München/London/New York/Paris 1990. S. 197-214.
- Brosius, Hans-Bernd/Esser, Frank: Auf der Suche nach dem Stimulus-Response-Modell. Ein kritischer Beitrag zur Geschichtsschreibung der Medienwirkungsforschung. In: Schorr, Angela (Hg.): Publikums- und Wirkungsforschung. Wiesbaden 2000. S. 55-70.
- Dies.: Mythen in der Wirkungsforschung: Auf der Suche nach dem Stimulus-Response-Modell. In: Publizistik, 43/1998. S. 341-361.

- Brosius, Hans-Bernd/Fahr, Andreas/Vlasic, Andreas: Die dritten Programme der ARD. Entwicklung, Angebotsstruktur und Nutzung. Berlin 1999.
- Bruns, Thomas/Marcinkowski, Frank: Politische Information im Fernsehen. Eine Längsschnittstudie zur Veränderung der Politikvermittlung in Nachrichten und politischen Informationssendungen. Opladen 1997.
- Brunst, Klaudia: Das Fernsehen der neuen Mitte. Formen und Effekte der Polit-Talkshows. In: Adolf-Grimme-Institut (Hg.): Jahrbuch Fernsehen. Marl 2002. S. 11-20.
- Buchstein, Hubertus: Bürgergesellschaft und Bürgerkompetenzen. In: Breit, Gott-hard/Massing, Peter (Hg.): Die Rückkehr des Bürgers in die politische Bildung. Schwalbach/Ts. 2002(a). S. 11-27.
- Ders.: Die Bürgergesellschaft – Eine Ressource der Demokratie? In: Breit, Gott-hard/Schiele, Siegfried (Hg.): Demokratie-Lernen als Aufgabe der politischen Bildung. Schwalbach/Ts. 2002(b). S. 198-222.
- Bundesministerium des Inneren (Hg.): Kinder- und Jugendplan des Bundes (KJP). Richtlinien des Bundesministeriums für Familie, Senioren, Frauen und Jugend vom 19.12.2000. Berlin 2001.
- Bundeszentrale für politische Bildung (Hg.): Wahlen in Deutschland. Wahlbeteili-gung. <http://www.bpb.de/wissen/RVVZN8,0,0,Wahlbeteiligung.html>; Stand: 14.01.2008.
- Dies. (Hg.): Politische Bildung. In: Aus Politik und Zeitgeschichte, 32-33/2007.
- Dies. (Hg.): Politikunterricht im Informationszeitalter – Medien und neue Lernum-gungen. Bonn 2001.
- Dies. (Hg.): Zur Theorie und Praxis der politischen Bildung. Bonn 1990.
- Burger, Harald: Das Gespräch in den Massenmedien. Berlin 1991.
- Burkart, Roland: Kommunikationswissenschaft. Grundlagen und Problemfelder. Um-risse einer interdisziplinären Sozialwissenschaft. Wien 2002.
- Ders.: Diskussion ohne Ritual oder: Der domestizierte Rezipient. In: Holly, Wer-ner/Kühn, Peter/Püschel, Ulrich (Hg.): Redeshows. Fernsehdiskussionen in der Diskussion. Tübingen 1989. S. 116-141.
- Ders.: Medienereignis „TV-Duell“: Die Entlarvung eines Mythos. In: Plasser, Fritz/Ullrich, Peter A./Welean, Manfred (Hg.): Demokratierituale: Zur politi-schen Kultur der Informationsgesellschaft. Wien/Köln/Graz 1985. S. 75-92.
- Ders.: Politikerdiskussionen im Fernsehen. Eine Rezeptionsanalyse der TV-Diskussion zwischen Bruno Kreisky und Alois Mock aus Anlass der Nationalratswahlen 1983. Wien 1983. S. 75-92.
- Bußkamp, Heike: Politiker im Fernsehtalk. Strategien der medialen Darstellung des Privatlebens von Politprominenz. Opladen/Wiesbaden 2002.
- Calhoun, Craig (Hg.): Habermas and the Public Sphere. Cambridge 1992.

- Cantril, Hadley: Die Invasion vom Mars. In: Prokop, Dieter (Hg.): Medienforschung. Band 2. Wünsche, Zielgruppen, Wirkungen. Frankfurt a. M. 1985. S. 14-28.
- Ders.: The Invasion from Mars. A Study in the Psychology of Panic. Princeton, New Jersey 1966.
- Claußen, Berhard/Geißler, Rainer (Hg.): Die Politisierung des Menschen. Instanzen der politischen Sozialisation. Ein Handbuch. Opladen 1996.
- Cook, Fay Lomax/Tyler, Tom R./Goetz, Edward G. /Gordon, Margaret T./Protes, David L./Leff, Donna R./Molotch, Harvey L.: Media and Agenda Setting: Effects on the Public, Interest Group Leaders, Policy Makers, and Policy. In: Public Opinion Quarterly, 47/1983. S. 16-35.
- Darmstädter Appell. Aufruf zur Reform der Politischen Bildung in der Schule. In: Gegenwartskunde. Zeitschrift für Gesellschaft, Wirtschaft, Politik und Bildung, 4/1995. S. 491-497.
- Darschin, Wolfgang/Frank, Bernward: Tendenzen im Zuschauerverhalten. Fernsehgewohnheiten und Programmbewertungen 1996. In: Media Perspektiven, 4/1997. S. 174-185.
- Dies.: Tendenzen im Zuschauerverhalten. Fernsehgewohnheiten und Programmbewertungen 1994. In: Media Perspektiven, 5/1995. S. 154-165.
- Dies.: Tendenzen im Zuschauerverhalten. Fernsehgewohnheiten und Fernsehreichweiten 1992. In: Media Perspektiven, 3/1993. S. 114-126.
- Dies.: Tendenzen im Zuschauerverhalten. Fernsehgewohnheiten und Fernsehreichweiten im Jahr 1989. In: Media Perspektiven, 4/1990. S. 254-269.
- Darschin, Wolfgang/Gerhard, Heinz: Tendenzen im Zuschauerverhalten. Fernsehgewohnheiten und Fernsehreichweiten im Jahr 2003. In: Media Perspektiven, 4/2004. S. 142-150.
- Dies.: Tendenzen im Zuschauerverhalten. Fernsehgewohnheiten und Programmbewertungen im Jahr 2002. In: Media Perspektiven, 4/2003. S. 158-166.
- Dies.: Tendenzen im Zuschauerverhalten. Fernsehgewohnheiten und Programmbewertungen im Jahr 2001. In: Media Perspektiven, 4/2002. S. 154-165.
- Darschin, Wolfgang/Kayser, Susanne: Tendenzen im Zuschauerverhalten. Fernsehgewohnheiten und Programmbewertungen im Jahr 2000. In: Media Perspektiven, 4/2001. S. 162-175.
- Dies.: Tendenzen im Zuschauerverhalten. Fernsehgewohnheiten und Programmbewertungen 1999. In: Media Perspektiven, 4/2000. S. 146-158.
- Darschin, Wolfgang/Zubayr, Camille: Anders oder gleich? Öffentlich-rechtliche und private Sender im Urteil der Fernsehzuschauer. Ergebnisse einer Repräsentativbefragung. In: Media Perspektiven, 5/2004, S. 208-216.
- Dies.: Was leisten die Fernsehsender? In: Media Perspektiven, 05/2003. S. 206-215.

- Dies.: Politische Diskussionssendungen und Magazine im Urteil der Zuschauer. In: Media Perspektiven, 5/2002. S. 210-220.
- Dies.: Die Informationsqualität der Fernsehnachrichten aus Zuschauersicht. In: Media Perspektiven, 5/2001. S. 238-246.
- Das Parlament: Jugend und politische Bildung. Nr. 44/2005.
- Das Parlament: Politik und Medien. Nr.10-11/2003.
- Davis, Stacy/Mares, Marie-Louise: Effects of Talk Show Viewing on Adolescents. In: Journal of Communication, 48(3)/1998. S. 69-86.
- Dehm, Ursula: Fernsehduelle im Urteil der Zuschauer. In: Media Perspektiven, 12/2002. S.600-609.
- Dehm, Ursula/Storll, Dieter/Beeske, Sigrid: TV-Erlebnistypen und ihre Charakteristika. Das heterogene Fernsehpublikum und seine Erlebnisweisen. In: Media Perspektiven, 5/2004. S. 217-225.
- Detjen, Joachim: Politische Bildung für bildungsferne Milieus. In: Bundeszentrale für politische Bildung (Hg.): Politische Bildung. In: Aus Politik und Zeitgeschichte, 32-33/2007. S. 3-8.
- Ders.: Politische Urteilsfähigkeit als Kern der Bildungstheorie des Politischen. In: Massing, Peter/Roy, Klaus-Bernhard (Hg.): Politik. Politische Bildung. Demokratie. Schwalbach/Ts. 2005. S. 172-189.
- Ders.: Politische Urteilsfähigkeit – eine domänenspezifische Kernkompetenz der politischen Bildung. In: Andersen, Uwe/Breit, Gotthard/Massing, Peter/Woyke, Wichard (Hg.): Nationale Bildungsstandards für die politische Bildung. Schwalbach/Ts. 2004. S. 44-58.
- Ders.: Die Demokratiekompetenz der Bürger. Herausforderung für die politische Bildung. In: Aus Politik und Zeitgeschichte, B 25/2000. (Online-Version: http://www.bpb.de/publikationen/7FDXBG,0,0,Die_Demokratiekompetenz_der_B%FCrger.html, Stand: 30.12.2006)
- Deutsche Shell AG (Hg.): 15. Shell Jugendstudie: Jugend 2006 – Eine pragmatische Generation unter Druck. Frankfurt a. M. 2006.
- Dies. (Hg.): Jugend 2002. 14. Shell Jugendstudie. Zwischen pragmatischen Idealismus und robustem Materialismus. Frankfurt a. M. 2002.
- Dieckmann, Ernst-Günter: Medienerziehung als Aufgabe politischer Bildung. In: Sander, Wolfgang (Hg.): Handbuch politische Bildung. Praxis und Wissenschaft. Schwalbach/Ts. 1999. S. 373-390.
- Diekmannshenke, Hajo: Unterhaltung contra Information? Zur Nutzung politischer Fernsehdiskussionen. In: Tenscher, Jens/Schicha, Christian (Hg.): Talk auf allen Kanälen. Akteure, Angebote und Nutzer von Fernsehgesprächssendungen. Wiesbaden 2002. S. 387-402.

- Döhn, Lothar: Aufklärung und Ideologiekritik. In: Mickel, Wolfgang W. (Hg.): Handbuch zur politischen Bildung. Grundlagen, Methoden, Aktionsformen. Bonn 1999. S. 98-104.
- Dörner, Andreas: Politik als Fiktion. In: Aus Politik und Zeitgeschichte: Inszenierte Politik. 7/2006. S. 3-11.
- Ders.: Power Talks. Zur Transformation der politischen Elite in der medialen Erlebnisgesellschaft. In: Hitzler, Ronald/Hornbostel, Stefan (Hg.): Elitenmacht. Wiesbaden 2004. S. 239-259.
- Ders.: Politainment. Politik in der medialen Erlebniswelt. Frankfurt a. M. 2001.
- Donsbach, Wolfgang/Jandura, Olaf (Hg.): Chancen und Gefahren der Mediendemokratie. Konstanz 2003.
- Donsbach, Wolfgang/Jarren, Otfried/Kepplinger, Hans Mathias/Pfetsch, Barbara: Beziehungsspiele – Medien und Politik in der öffentlichen Diskussion. Gütersloh 1993.
- Duncker, Ludwig: Didaktik und Journalismus – Wechselwirkungen im Dienste des Lehrens und Lernens. In: Buch, Ursula/Debus, Bernward/Sander, Wolfgang (Hg.): Pressestimmen. Journalismus und politische Bildung. Schwalbach/Ts. 2003. S. 12-17.
- Eimeren, Birgit van/Gerhard, Heinz: Talkshows – Formate und Zuschauerstrukturen. Media Perspektiven, 12/1998. S. 600-607.
- Elliott, Philip: Uses and Gratifications Research: A Critique and a Sociological Alternative. In: Blumler, Jay G./Katz, Elihu (Hg.): The uses of mass communications. Current perspectives on gratifications research. Beverly Hills/London 1974. S. 249-268.
- Engel, Bernhard/Windgasse, Thomas: Mediennutzung und Lebenswelten 2005. Ergebnisse der 9. Welle der ARD/ZDF-Langzeitstudie „Massenkommunikation“. In: Media Perspektiven, 9/2005. S. 449-464.
- Engelland, Reinhard (Hg.): Utopien, Realpolitik und politische Bildung. Über die Aufgaben politischer Bildung angesichts der politischen Herausforderungen am Ende des Jahrhunderts. Opladen 1997.
- Ernst, Wilfried/Rudzio, Wolfgang: Politische Willensbildung in der Bundesrepublik Deutschland. In: Nitzschke, Volker/Sandmann, Fritz (Hg.): Metzler Handbuch für den politischen Unterricht. Stuttgart 1987. S. 339-351.
- Falter, Jürgen W.: Politik als Inszenierung – Ein Essay über die Problematik der Mediendemokratie in 24 Punkten. In: Alemann, Ulrich von/Marschall, Stefan (Hg.): Parteien in der Mediendemokratie. Wiesbaden 2002. S. 420-430.
- Falter, Jürgen W. et al. (Hg.): Politische Willensbildung und Interessenvermittlung. Opladen 1984.
- Fley, Matthias: Talkshows im deutschen Fernsehen. Konzeptionen und Funktionen einer Sendeform. Bochum 1997.

- Frech, Siegfried/Kuhn, Hans-Werner/Massing Peter: Methodentraining für den Politikunterricht. Schwalbach/Ts. 2004.
- Frenz, Wilhelm: Medien. In: Mickel, Wolfgang W. (Hg.): Handbuch zur politischen Bildung. Grundlagen, Methoden, Aktionsformen. Bonn 1999. S. 438-444.
- Frey, Siegfried: Die Macht des Bildes. Der Einfluß der nonverbalen Kommunikation auf Kultur und Politik. Bern 1999.
- Frey-Vor, Gerlinde/Gerhard, Heinz/Mohr, Inge: Mehr Unterschiede als Annäherung. Informationsnutzung von Ost- und Westdeutschen: Erwartungen und Einstellungen. In: Media Perspektiven, 2/2002. S. 70-76.
- Fritz, Irina/Klingler, Walter: Medienzeitbudgets und Tagesablaufverhalten. In: Media Perspektiven, 4/2006. S. 222-234.
- Früh, Werner/Schönbach, Klaus: Der dynamisch-transaktionale Ansatz III: Eine Zwischenbilanz. In: Publizistik, 1/2005. S. 4-20.
- Dies.: Der dynamisch-transaktionale Ansatz II. Konsequenzen. In: Rundfunk und Fernsehen, 32/1984. S. 314-329.
- Dies.: Der dynamisch-transaktionale Ansatz. Ein neues Paradigma der Medienwirkungen. In: Publizistik, 27/1982. S. 74-88.
- Früh, Werner/Wirth, Werner: Positives und negatives Infotainment. Zur Rezeption unterhaltsam aufbereiteter TV-Information. In: Bentele, Günter/Haller, Michael (Hg.): Aktuelle Entstehung von Öffentlichkeit. Akteure – Strukturen – Veränderungen. Konstanz 1997. S. 367-381.
- Gagel, Walter: Geschichte der politischen Bildung in der Bundesrepublik Deutschland 1945 – 1989. Zwölf Lektionen. Opladen 1994.
- Ders.: Einführung in die Didaktik des politischen Unterrichts. Opladen 1983.
- Geißler, Heiner: Politiker im Fernsehen. In: Holly, Werner/Kühn, Peter/Püschel, Ulrich (Hg.): Redeshows. Fernsehdiskussionen in der Diskussion. Tübingen 1989. S. 147-154.
- Gerhard, Heinz: Programmanalysen im Vergleich. Anmerkungen zu Unterschieden in Methode, Aufgabenstellung und Ergebnissen. In: Media Perspektiven, 7/1999. S. 340-344.
- Gerhards, Jürgen: Konzeptionen von Öffentlichkeit unter heutigen Medienbedingungen. In: Jarren, Otfried/Krotz, Friedrich (Hg.): Öffentlichkeit unter Viel-Kanal-Bedingungen. Baden-Baden/Hamburg 1998. S. 25-48.
- Ders.: Diskursive versus liberale Öffentlichkeit. Eine empirische Auseinandersetzung mit Jürgen Habermas. In: Kölner Zeitschrift für Soziologie und Sozialpsychologie, 1/1997. S. 1-34.
- Gerhards, Maria/Klingler, Walter: Mediennutzung in der Zukunft. Traditionelle Nutzungsmuster und innovative Zielgruppen. In: Media Perspektiven, 2/2006(a). S. 75-90.

- Dies.: Programmangebote und Spartennutzung im Fernsehen 2005. Kontinuität oder Brüche durch den medialen Wettbewerb. In: *Media Perspektiven*, 11/2006(b). S. 572-584.
- Dies.: Programmangebote und Spartennutzung im Fernsehen 2002. In: *Media Perspektiven*, 11/2003. S. 500-509.
- Dies.: Programmangebote und Spartennutzung im Fernsehen 2001. In: *Media Perspektiven*, 11/2002(a). S. 544-556.
- Dies.: Talkshownutzung und Talkshownutzer. Ein Überblick. In: Tenscher, Jens/Schicha, Christian (Hg.): *Talk auf allen Kanälen. Akteure, Angebote und Nutzer von Fernsehgesprächssendungen*. Wiesbaden 2002(b). S. 301-322.
- Giesecke, Hermann: *Politische Bildung. Didaktik und Methodik für Schule und Jugendarbeit*. Weinheim 1993.
- Ders.: *Didaktik der politischen Bildung*. München 1976.
- Giesecke, Wiltrud: *Erwachsenenbildung in politischen Umbrüchen. Programmforschung Volkshochschule Dresden 1945 – 1997*. Opladen 2003.
- Girnth, Heiko/Michel, Sascha: Von diskursiven Sprechhandlungen bis Studiodekorationen. Polit-Talkshows als multimodale Kommunikationsräume. In: *Gesellschaft für deutsche Sprache* (Hg.): *Der Sprachdienst*, 03/2007. S. 85-99.
- Gleich, Uli: Talkshows im Fernsehen – Inhalte und Wirkungen, Zuschauer- und Kandidatenmotive. In: *Media Perspektiven*, 12/1998. S. 625-632.
- Gleich, Uli/Groebel, Jo: Die emotionale Qualität von (Fernseh-)Nachrichten: Zuschauerinteresse und Wirkung. In: *Media Perspektiven*, 9/1993. S. 445-449.
- GPJE (Hg.): *Anforderungen an Nationale Bildungsstandards für den Fachunterricht in der Politischen Bildung an Schulen*. Schwalbach/Ts. 2004.
- Dies. (Hg.): *Politische Bildung als Wissenschaft. Bilanz und Perspektiven*. Schwalbach/Ts. 2002.
- Göttlich, Udo/Nieland, Jörg-Uwe./Schatz, Heribert (Hg.): *Kommunikation im Wandel. Zur Theatralität der Medien*. Köln 1998.
- Grajczyk, Andreas: *ARD 3 im Aufwind. Marktposition und Nutzungsschwerpunkte der Dritten Programme*. In: *Media Perspektiven*, 5/1998. S. 222-235.
- Grimm, Jürgen: *Talkshows – aus Sicht der Rezipienten*. In: *tv diskurs*, 7/1999. S. 66-79.
- Gugel, Günther: *Praxis politischer Bildungsarbeit. Methoden und Arbeitshilfen*. Tübingen 1993.
- Guggenberger, Bernd: *Politik zwischen Talkshow und Teleshopping. Über die verhängnisvolle Wechselwirkung zwischen medialer Entwicklung und politischer Kultur*. In: Anselm, Elisabeth (Hg.): *Die neue Ordnung des Politischen*. Frankfurt a. M. 1999. S. 187-198.

- Habermas, Jürgen: Medien, Märkte und Konsumenten. „Die besondere Natur der Waren Bildung und Information“ – Die seriöse Presse als Rückgrat der politischen Öffentlichkeit. In: Süddeutsche Zeitung, 16./17.05.2007.
- Ders.: Drei normative Modell der Demokratie. In: Ders.: Die Einbeziehung des Anderen. Studien zur politischen Theorie. Frankfurt a. M. 1997.
- Ders.: Faktizität und Geltung. Beiträge zur Diskurstheorie des Rechts und des demokratischen Rechtsstaats. Frankfurt a. M. 1992.
- Ders.: Strukturwandel der Öffentlichkeit. Untersuchungen zu einer Kategorie der bürgerlichen Gesellschaft. Frankfurt a. M. Neuauflage 1990.
- Ders.: Theorie des kommunikativen Handelns. Band 1. Handlungsrationalität und gesellschaftliche Rationalisierung. Frankfurt a. M. 1981(a).
- Ders.: Theorie des kommunikativen Handelns. Band 2. Zur Kritik der funktionalistischen Vernunft. Frankfurt a. M. 1981(b).
- Ders.: Reflexionen über den Begriff der politischen Beteiligung. In: Habermas, Jürgen/Friedeburg, Ludwig von/Oehler, Christoph/Welz, Friedrich: Student und Politik. Eine soziologische Untersuchung zum politischen Bewusstsein Frankfurter Studenten. Berlin/Neuwied am Rhein 1961. S. 13-55.
- Habermas, Jürgen/Friedeburg, Ludwig von/Oehler, Christoph/Welz, Friedrich: Student und Politik. Eine soziologische Untersuchung zum politischen Bewusstsein Frankfurter Studenten. Berlin/Neuwied am Rhein 1961.
- Hafeneger, Benno: Handbuch politische Jugendbildung. Schwalbach/Ts. 1997.
- Hamm, Ingrid/Koller, Barbara: Fernsehen und Wissensvermittlung. In: Schulz, Winfried (Hg.): Medienwirkungen. Einflüsse von Presse, Radio und Fernsehen auf Individuum und Gesellschaft. Weinheim 1992. S. 223-245.
- Hartwich, Hans-Hermann: Sozialwissenschaft und politische Bildung 1966 – 2006 im Spiegel der Zeitschrift Gegenwartskunde/Gesellschaft – Wirtschaft – Politik. In: GEGENWARTSKUNDE – Zeitschrift für Gesellschaft, Politik und Bildung, 1/2006. S. 119-134.
- Hasebrink, Uwe/Krotz, Friedrich (Hg.): Die Zuschauer als Fernsehregisseure? Zum Verständnis individueller Nutzungs- und Rezeptionsmuster. Baden-Baden 1996.
- Hasebrink, Uwe/Krotz, Friedrich/Matzen, Christiane/Schröder, Hermann-Dieter/Simon, Jutta: Europäisches Bildungsfernsehen. Strukturen – Konzepte – Perspektiven. Hamburg 1993.
- Heitmeyer, Wilhelm/Jacobi, Juliane (Hg.): Politische Sozialisation und Individualisierung. Perspektiven und Chancen politischer Bildung. Weinheim u.a. 1991.
- Heming, Ralf: Systemdynamiken, Lebenswelt und Zivilgesellschaft – Zeitdiagnostische Aspekte der Gesellschaftstheorie von Jürgen Habermas. In: Schimank, Uwe/Volkman, Ute (Hg.): Soziologische Gegenwartsdiagnosen I. Opladen 2000. S. 57-73.

- Henkenborg, Peter: Demokratie-Lernen – eine Chance für die politische Bildung. In: Massing, Peter/Roy, Klaus-Bernhard (Hg.): Politik. Politische Bildung. Demokratie. Schwalbach/Ts. 2005. S. 261-271.
- Hilligen, Wolfgang: Didaktische Zugänge in der politischen Bildung. Schwalbach/Ts. 1991.
- Ders.: Zur Didaktik des politischen Unterrichts. Wissenschaftliche Voraussetzungen, didaktische Konzeptionen, unterrichtspraktische Vorschläge. Opladen 1985.
- Hitzler, Ronald/Hornbostel, Stefan/Mohr, Cornelia (Hg.): Elitenmacht. Wiesbaden 2004.
- Höfer, Werner: Talk menschlich. In: Barloewen, Constantin von/Brandenburg, Hans (Hg.): Talk Show. Unterhaltung im Fernsehen = Fernsehunterhaltung? München/Wien 1975. S.10-16.
- Hölscher, Lucian: Öffentlichkeit. In: Brunner, Otto/Conze, Werner/Koselleck, Reinhart (Hg.): Geschichtliche Grundbegriffe. Historisches Lexikon zur politisch-sozialen Sprache in Deutschland. Stuttgart 1978. S. 413-467.
- Hoffmann, Rolf-Rüdiger: Politische Fernsehinterviews. Eine empirische Analyse sprachlichen Handelns. Tübingen 1982.
- Hoffmann-Riem, Wolfgang: Mediendemokratie zwischen normativer Vision und normativem Albtraum. In: Donsbach, Wolfgang/Jandura, Olaf (Hg.): Chancen und Gefahren der Mediendemokratie. Konstanz 2003. S. 28-39.
- Holly, Werner: Confrontainment. Politik als Schaukampf im Fernsehen. In: Bosshart, Louis/Wolfgang Hoffmann-Riem (Hg.): Medienlust und Mediennutz. Unterhaltung als öffentliche Kommunikation. München 1994. S. 422-434.
- Ders.: Zur Inszenierung von Konfrontation in politischen Fernsehinterviews. In: Grewwenig, Adi. (Hg.): Inszenierte Information. Politik und strategische Kommunikation in den Medien. Opladen 1993. S. 164-197.
- Holly, Werner/Kühn, Peter/Püschel, Ulrich (Hg.): Redeshows. Fernsehdiskussionen in der Diskussion. Tübingen 1989(a).
- Dies.: Fernsehdiskussionen in der Diskussion. Zur Einführung. In: Dies. (Hg.): Redeshows. Fernsehdiskussionen in der Diskussion. Tübingen 1989(b). S. 1-10.
- Dies.: Politische Fernsehdiskussionen. Zur medien-spezifischen Inszenierung von Propaganda als Diskussion. Tübingen 1986.
- Holst, Isabelle-Afra: Realitätswahrnehmung in politischen Konflikten. Grundlagen einer Theorie der Wissenskluff. Konstanz 2000.
- Holtmann, Everhard (Hg.): Politik Lexikon. München/Wien 1994.
- Holtz-Bacha, Christina: Ablenkung oder Abkehr von der Politik? Mediennutzung im Geflecht politischer Orientierungen. Opladen 1990.

- Dies.: Verleidet uns das Fernsehen die Politik? Auf den Spuren der ‚Videomalaise‘. In: Kaase, Max/Schulz, Winfried (Hg.): Massenkommunikation. Theorien, Methoden, Befunde. Opladen 1989. S. 239-252.
- Holtz-Bacha, Christina/Scherer, Helmut/Waldmann, Norberg (Hg.): Wie die Medien die Welt erschaffen und wie die Menschen darin leben. Opladen/Wiesbaden 1998.
- Honneth, Axel: Jürgen Habermas. In: Kaesler, Dirk (Hg.): Klassiker der Soziologie. Band II. Von Talcott Parsons bis Pierre Bourdieu. München 1999. S. 230-251.
- Horkheimer, Max/Adorno, Theodor W.: Kulturindustrie. Aufklärung als Massenbetrug. In: Dies.: Dialektik der Aufklärung. Philosophische Fragmente. Frankfurt a. M. Neuausgabe 1969. S. 128-176.
- Horster, Detlef: Jürgen Habermas. Stuttgart 1991.
- Ders.: Habermas zur Einführung. Hamburg 1988.
- Hufer, Klaus-Peter: Wo steht die Wissenschaft von der politischen Bildung? Eine Disziplin zwischen Politikwissenschaft, Soziologie und Erwachsenenbildung. In: GPJE (Hg.): Politische Bildung als Wissenschaft. Bilanz und Perspektiven. Schwalbach/Ts. 2002. S. 45-53.
- Ders. (Hg.): Politische Bildung in Bewegung. Neue Lernformen der politischen Jugend- und Erwachsenenbildung. Schwalbach/Ts. 1995.
- Ders.: Politische Erwachsenenbildung. Strukturen, Probleme, didaktische Ansätze. Eine Einführung. Schwalbach/Ts. 1992.
- Imhof, Kurt: Öffentlichkeitstheorien. In: Bentele, Günter/Brosius, Hans-Bernd/Jarren, Otfried (Hg.): Öffentliche Kommunikation. Wiesbaden 2003. S. 193-209.
- Imhof, Kurt/Jarren, Otfried/Blum, Roger (Hg.): Steuerungs- und Regelungsprobleme in der Informationsgesellschaft. Opladen/Wiesbaden 1999.
- IP Deutschland (Hg.): MiT – Medien im Tageablauf 2003. Köln 2003.
- Jäckel, Michael: Medienwirkungen. Ein Studienbuch zur Einführung. Wiesbaden 2005.
- Ders.: Politische Kommunikation im Fernsehen: Vermittlungsprobleme, Rezeption und Wirkungen. In: Klingler, Walter/Roters, Gunnar /Zöllner, Oliver (Hg.): Fernsehforschung in Deutschland. Themen – Akteure – Methoden. Baden-Baden 1998. S. 319-332.
- Jäckel, Michael/Wollscheid, Sabine: Mediennutzung von Kindern und Jugendlichen im familialen Kontext. Eine Analyse mit Zeitbudgetdaten. In: Media Perspektiven, 11/2006. S. 585-594.
- Jäckel, Michael/Winterhoff-Spurk, Peter (Hg.): Politische Eliten in der Mediengesellschaft: Rekrutierung – Darstellung – Wirkung. München 1999.
- Dies. (Hg.): Politik und Medien: Analysen zur Entwicklung der politischen Kommunikation. Berlin 1994.

- Jäger, Wieland/Baltes-Schmitt, Marion: Einführung in die Theorie der Gesellschaft. Wiesbaden 2003.
- Jäger, Wolfgang: Fernsehen und Demokratie. München 1992.
- Jansen, Andrea/Ruberto, Rosaia: Mediale Konstruktion politischer Realität. Wiesbaden 1997.
- Jarren, Otfried: „Mediengesellschaft“ – Risiken für die politische Kommunikation. In: Aus Politik und Zeitgeschichte, B41-42/2001. S. 10-19.
- Ders. (Hg.): Politische Kommunikation in Hörfunk und Fernsehen. Opladen 1994.
- Jarren Otfried/Donges, Patrick: Politische Kommunikation in der Mediengesellschaft. Eine Einführung. Band 1: Verständnis, Rahmen und Strukturen. Wiesbaden 2002(a).
- Dies.: Politische Kommunikation in der Mediengesellschaft. Eine Einführung. Band 2: Akteure, Prozesse und Inhalte. Wiesbaden 2002(b).
- Jarren, Otfried/Imhof, Kurt/Blum, Roger (Hg.): Zerfall der Öffentlichkeit. Wiesbaden 2000.
- Jarren, Otfried/Krotz, Friedrich (Hg.): Öffentlichkeit unter Viel-Kanal-Bedingungen. Baden-Baden/Hamburg 1998.
- Jarren Otfried/Sarcinelli, Ulrich/Saxer, Ulrich (Hg.): Politische Kommunikation in der demokratischen Gesellschaft. Opladen 1998.
- Jarren, Otfried/Schatz, Heribert/Weßler, Hartmut (Hg.): Medien und politischer Prozeß. Politische Öffentlichkeit und massenmediale Politikvermittlung im Wandel. Opladen 1996.
- Kaase, Max/Schulz, Winfried (Hg.): Massenkommunikation. Theorien, Methoden, Befunde. Opladen 1989.
- Kalverkämper, Hartwig: Talk-Show. Eine Gattung in der Antithese. In: Kreuzer, Helmut/Prümm, Karl (Hg.): Fernsehsendungen und ihre Formen. Typologie, Geschichte und Kritik des Programms in der Bundesrepublik Deutschland. Paderborn 1990. S. 406-426.
- Kamps, Klaus (Hg.): TransAtlantik – Trans-Portabel? Die Amerikanisierungsthese in der politischen Kommunikation. Wiesbaden 2000.
- Katz, Elihu/Gurevitch, Michael/Haas, Hadassah: On the Use of the Mass Media for Important Things. In: American Sociological Review, 38/1973. S. 164-181.
- Kellner, Douglas: Habermas, the Public Sphere, and Democracy: A Critical Intervention. <http://www.gseis.ucla.edu/faculty/kellner/papers/habermas.htm>, Stand: 11.08.2005.
- Kepplinger, Hans Mathias: Die Demontage der Politik in der Informationsgesellschaft. Freiburg/München 1998.
- Ders.: Realität, Realitätsdarstellung und Medienwirkung. In: Wilke, Jürgen (Hg.): Fortschritte der Publizistikwissenschaft. Freiburg i. Br. 1990. S. 39-55.

- Kepplinger, Hans Mathias/Brosius, Hans-Bernd/Dahlem, Stefan: Wie das Fernsehen Wahlen beeinflusst. Theoretische Modelle und empirische Analysen. München 1994.
- Kepplinger, Hans Mathias/Donsbach, Wolfgang: Der Einfluß der Kameraperspektive auf die Wahrnehmung eines Parteiredners durch Anhänger, Gegner und neutrale Zuschauer. In: Schulz, Winfried/Schönbach, Klaus (Hg.): Massenmedien und Wahlen. München 1983. S. 406-423.
- Kepplinger, Hans Mathias/Gotto, Klaus/Brosius, Hans-Bernd/Haak, Dietmar: Der Einfluß von Fernsehnachrichten auf die politische Meinungsbildung. Freiburg/München 1989.
- Kepplinger, Hans Mathias/Maurer, Marcus: Abschied vom rationalen Wähler. Warum Wahlen im Fernsehen entschieden werden. Freiburg/München 2005.
- Dies.: Der Einfluß verbaler und visueller Eindrücke auf die Wahrnehmung von Kohl und Schröder anhand der Fernsehberichterstattung im Bundestagswahlkampf 1998. In: Knieper, Thomas/Müller, Marion G. (Hg.): Visuelle Kommunikation. Köln 2001. S. 24-39.
- Klaus, Elisabeth: Der Gegensatz von Information ist Desinformation, der Gegensatz von Unterhaltung ist Langeweile. In: Rundfunk und Fernsehen, 3/1996. S. 402-417.
- Klawe, Willy: Politische Bildung als Reflexion des Alltags. In: Sarcinelli, Ulrich (Hg.): Politikvermittlung und politische Bildung. Herausforderungen für die außerschulische politische Bildung. Bad Heilbrunn/Obb. 1990. S. 106-122.
- Klein, Josef: Zur Rhetorik politischer Fernsehdiskussionen. In: Ueding, Gert (Hg.): Rhetorik zwischen den Wissenschaften. Tübingen 1991. S. 353-362.
- Ders.: ELEFANTENRUNDEN. Drei Tage vor der Wahl. Die ARD-ZDF-Gemeinschaftssendung 1972-1987. Baden-Baden 1990.
- Kleinsteuber, Hans J.: TV-Debatten und Duelle. In: Balzer, Axel/Geilich, Marvin/Rafat, Shamim (Hg.): Politik als Marke. Politikvermittlung zwischen Kommunikation und Inszenierung. Münster 2005. S. 247-254.
- Klingemann, Hans-Dieter/Voltmer, Katrin: Massenmedien als Brücke zur Welt der Politik. Nachrichtennutzung und politische Beteiligungsbereitschaft. In: Kaase, Max/Schulz, Winfried (Hg.): Massenkommunikation. Theorien, Methoden, Befunde. Opladen 1989. S. 221-238.
- Klingler, Walter/Roters, Gunnar /Zöllner, Oliver (Hg.): Fernsehforschung in Deutschland. Themen – Akteure – Methoden. Baden-Baden 1998.
- Knott-Wolf, Brigitte: „Wer redet, ist nicht tot.“ Über Politikvermittlung in Talkshows. In: Fernseh-Informationen, 8/2004. S. 10-13.
- Koebner, Thomas: ‚Verhör‘ und ‚Bekentnis‘ – und andere Spielarten des Fernsehinterviews. In: Kreuzer, Helmut/Prümm, Karl (Hg.): Fernsehsendungen und ihre

- Formen. Typologie, Geschichte und Kritik des Programms in der Bundesrepublik Deutschland. Paderborn 1990. S. 427-437.
- Köpf, Ulrich: „Lassen Sie mich zunächst einmal sagen“. Kommunikative Strategien von Politikern in Fernsehdiskussionen am Beispiel der Spitzenkandidatendiskussion „Drei Tage vor der Wahl“ vom 2.10.1980. In: Holly, Werner/Kühn, Peter/Püschel, Ulrich (Hg.): Redeshows. Fernsehdiskussionen in der Diskussion. Tübingen 1989. S. 48-63.
- Kolley, Petra/Waldmann, Norbert/Hasebrink, Uwe: Nutzung und Akzeptanz des Schulfernsehens in Norddeutschland. Hamburg 1989.
- Kopp, Reinhold (Hg.): Politische Kultur und Fernsehen. Berlin 1991.
- Korte, Karl-Rudolf/Hirscher, Gerhard (Hrsg.): Darstellungspolitik oder Entscheidungspolitik? Über den Wandel von Politikstilen in westlichen Demokratien. München 2000.
- Kreuzer, Helmut/Prümm, Karl (Hg.): Fernsehsendungen und ihre Formen. Typologie, Geschichte und Kritik des Programms in der Bundesrepublik Deutschland. Paderborn 1990.
- Krüger, Udo Michael: Spartenstruktur und Informationsprofile im deutschen Fernsehangebot. Programmanalyse 2003 von ARD/Das Erste, ZDF, RTL, SAT.1 und ProSieben. In: Media Perspektiven, 4/2004. S. 194-207.
- Ders.: Politikvermittlung im Fernsehen. In: Media Perspektiven, 2/2002(a). S.77-87.
- Ders.: Inhaltsprofile öffentlich-rechtlicher und privater Hauptprogramme im Vergleich. In: Media Perspektiven, 10/2002(b). S. 312-330.
- Ders.: Modernisierung bei stabilen Programmstrukturen. Programmanalyse 1997: ARD, ZDF, RTL, SAT.1 und PRO SIEBEN im Vergleich. In: Media Perspektiven, 7/1998(a). S. 314-330.
- Ders.: Thementrends in Talkshows der 90er Jahre. In: Media Perspektiven, 12/1998(b). S. 608-624.
- Ders.: ARD 3 – ein Faktor der Balance im dualen Fernsehsystem. Programmstrukturelle Trends bei den Dritten Programmen 1992 bis 1994. In: Media Perspektiven, 12/1995. S. 566-585.
- Ders.: Kontinuität und Wandel im Programmangebot. Programmstrukturelle Trends bei ARD, ZDF, SAT.1 und RTL 1986 bis 1992. In: Media Perspektiven, 6/1993. S. 246-266.
- Ders.: Rundfunktypen formieren ihre Profile. Programmanalyse 1991. In: Media Perspektiven, 8/1992. S. 508-531.
- Krüger, Udo Michael/Zapf-Schramm, Thomas: Sparten, Sendungsformen und Inhalte im deutschen Fernsehangebot 2006. Programmanalyse von ARD/Das Erste, ZDF, RTL, SAT.1 und ProSieben. In: Media Perspektiven, 4/2007. S. 166-186.

- Dies.: ARD 3 – Regionalität und Alltagsorientierung. Programmanalyse der Dritten Programme 1997 bis 1999. In: Media Perspektiven, 12/2000. S. 534-549.
- Dies.: ARD 3 – mit stabilem Programmprofil im Wettbewerb behauptet. Programmstrukturelle Trends bei den Dritten Programmen 1992 bis 1996. In: Media Perspektiven, 12/1997. S. 638-651.
- Dies.: Programmanalyse 1993 von ARD, ZDF, SAT.1 und RTL. Stabile Strukturen bei steigender Programmdynamik. In: Media Perspektiven, 3/1994. S. 111-124.
- Kuhlmann, Christoph: Die öffentliche Begründung politischen Handelns. Zur Argumentationsrationalität in der politischen Massenkommunikation. Wiesbaden 1999.
- Kuhn, Hans-Werner: Die Talkshow. In: Frech, Siegfried/Kuhn, Hans-Werner/Massing Peter: Methodentraining für den Politikunterricht. Schwalbach/Ts. 2004. S. 117-144.
- Ders.: Talkshow. In: Weißeno, Georg (Hg.): Lexikon der politischen Bildung. Band 3. Methoden und Arbeitstechniken. Schwalbach/Ts. 2000. S. 186-189.
- Kuhn, Hans Werner/Massing, Peter/Skuhr, Werner (Hg.): Politische Bildung in Deutschland. Entwicklung, Stand, Perspektiven. Opladen 1993.
- Kunczik, Michael: Kommunikation und Gesellschaft. Theorien zur Massenkommunikation. Köln 1984.
- Laberenz, Lennart (Hg.): Schöne neue Öffentlichkeit. Beiträge zu Jürgen Habermas' "Strukturwandel der Öffentlichkeit". Hamburg 2003.
- Lamnek, Siegfried (Hg.): Soziologie und politische Bildung. Opladen 1997.
- Landesverband der Volkshochschulen von Nordrhein-Westfalen e.V.: Politische Bildung an Volkshochschulen. Selbstverständnis, Positionen und Argumente. Dortmund 2000.
- Langenbucher, Wolfgang R. (Hg.): Politische Kommunikation. Grundlagen, Strukturen, Prozesse. Wien 1986.
- Ders. (Hg.): Politik und Kommunikation. Über die öffentliche Meinungsbildung. München 1979.
- Leif, Thomas: Macht ohne Verantwortung. Der wuchernde Einfluss der Medien und das Desinteresse der Gesellschaft. In: Aus Politik und Zeitgeschichte, B41-42/2001. S. 6-9.
- Linke, Bernhard: Politik und Inszenierung in der Römischen Republik. In: Aus Politik und Zeitgeschichte, 7/2006. S. 33-38.
- Lipp, Michael: Journalistische Wahlkampfvermittlung. Eine Analyse der politischen Diskussionsendungen im Fernsehen. In: Schulz, Winfried/Schönbach, Klaus (Hg.): Massenmedien und Wahlen. Mass Media and Elections: International Research Perspectives. München 1983. S. 238-259.

- Lucas, Joachim: Strategische Kommunikation. Am Beispiel politischer Fernsehdiskussionen. Eine sprachwissenschaftliche Untersuchung. Diss. Heidelberg 1992.
- Machilek, Franz/Schütz, Astrid: Politiker als Talkshowstars. Talkshowgäste im Vergleich sowie Joschka Fischer als Beispiel eines hoch variablen Selbstdarstellers. In: Tenscher, Jens/Schicha, Christian (Hg.): Talk auf allen Kanälen. Akteure, Angebote und Nutzer von Fernsehgesprächssendungen. Wiesbaden 2002. S. 285-297.
- Maletzke, Gerhard: Psychologie der Massenkommunikation. Hamburg 1963.
- Marcinkowski, Frank: Politikvermittlung durch Fernsehen und Hörfunk. In: Sarcinelli, Ulrich (Hg.): Politikvermittlung und Demokratie in der Mediengesellschaft. Beiträge zur politischen Kommunikationskultur. Wiesbaden 1998. S. 165-183.
- Mast, Claudia: Politiker im Fernsehen. Eine Analyse der Sendung „Journalisten fragen – Politiker antworten“. In: Langenbacher, Wolfgang R. (Hg.): Politik und Kommunikation. Über die öffentliche Meinungsbildung. München/Zürich 1979. S. 167-201.
- Massing, Peter: Die Infrastruktur der politischen Bildung in der Bundesrepublik Deutschland – Fächer, Institutionen, Verbände, Träger. In: Sander, Wolfgang (Hg.): Handbuch politische Bildung. Schwalbach/Ts. 2005. S. 62-75.
- Ders.: Politische Bildung. In: Andersen, Uwe/Woyke, Wichard (Hg.): Handwörterbuch des politischen Systems. Opladen 2003. S. 500-509.
- Ders.: Theoretische und normative Grundlagen politischer Bildung. In: Breit, Gotthard/Massing, Peter (Hg.): Die Rückkehr des Bürgers in die politische Bildung. Schwalbach/Ts. 2002(a). S. 79-133.
- Ders.: Demokratie-Lernen oder Politik-Lernen? In: Breit, Gotthard/Schiele, Siegfried (Hg.): Demokratie-Lernen als Aufgabe der politischen Bildung. Schwalbach/Ts. 2002(b). S. 160-187.
- Ders.: Pro-Contra-Debatte. In: Mickel, Wolfgang W. (Hg.): Handbuch zur politischen Bildung. Grundlagen, Methoden, Aktionsformen. Bonn 1999. S. 403-407.
- Massing, Peter/Roy, Klaus-Bernhard (Hg.): Politik. Politische Bildung. Demokratie. Schwalbach/Ts. 2005.
- Massing, Peter/Weißenö, Georg (Hg.): Politische Urteilsbildung. Zentrale Aufgabe für den Politikunterricht. Schwalbach/Ts. 1997.
- Mattenklott, Axel/Lipps, Beate: Kognitive Prozesse bei der Rezeption einer politischen Diskussion: Der Einfluß von Involviertheit in das Diskussionsthema und der Mediengattung. In: Medienpsychologie, 1/1999. S. 5-20.
- Maurer, Marcus: Politikverdrossenheit durch Medienberichte. Eine Paneluntersuchung. Konstanz 2003.
- Maurer, Marcus/Reinemann, Carsten: Schröder gegen Stoiber. Nutzung, Wahrnehmung und Wirkung der TV-Duelle. Wiesbaden 2003.

- McQuail, Denis: Kommerz und Kommunikationstheorie. In: Media Perspektiven, 10/1986. S. 633-643.
- Ders.: Mass communication theory. An introduction. London 1983.
- Ders.: Soziologie der Massenkommunikation. Berlin 1973.
- Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest (Hg.): JIM 2006. Jugend, Information, (Multi-)Media. Basisstudie zum Medienumgang 12- bis 19-Jähriger in Deutschland. Stuttgart 2006.
- Ders. (Hg.): JIM 2005. Jugend, Information, (Multi-)Media. Basisstudie zum Medienumgang 12- bis 19-Jähriger in Deutschland. Stuttgart 2005.
- Ders. (Hg.): JIM 2004. Jugend, Information, (Multi-)Media. Basisstudie zum Medienumgang 12- bis 19-Jähriger in Deutschland. Stuttgart 2004.
- Meng, Richard: Nach dem Ende der Parteien. Politische Organisation in der Mediengesellschaft. Marburg 1997.
- Merten, Klaus: Einführung in die Kommunikationswissenschaft. Band 1. Grundlagen der Kommunikationswissenschaft. Münster 1999.
- Ders.: Wirkungen der Medien. In: Merten, Klaus/Schmidt, Siegfried J./Weischenberg, Siegfried (Hg.): Die Wirklichkeit der Medien. Eine Einführung in die Kommunikationswissenschaft. Opladen 1994. S. 291-328.
- Ders.: Wissensveränderungen durch Medien – Aufriß und Kritik. In: Böhme-Dürr, Karin/Emig, Jürgen/Seel, Norbert M. (Hg.): Wissensveränderung durch Medien. Theoretische Grundlagen und empirische Analysen. München/London/New York/Paris 1990. S. 21-39.
- Ders.: Vom Nutzen des ‘Uses and Gratifications Approach’. In: Rundfunk und Fernsehen, 1/1984. S. 66-72.
- Meyen, Michael: Mediennutzung. Mediaforschung, Medienfunktionen, Nutzungsmuster. Konstanz 2001.
- Meyer, Thomas: Die Theatralität der Politik in der Mediendemokratie. In: Aus Politik und Zeitgeschichte, B 53/2003. S. 12-19.
- Ders.: Mediokratie – Auf dem Weg in eine andere Demokratie? In: Aus Politik und Zeitgeschichte, B15-16/2002. S. 7-14.
- Ders.: Mediokratie. Die Kolonisierung der Politik durch die Medien. Frankfurt a. M. 2001.
- Ders.: Aufklärung durch politische Informationsdiskurse der Massenmedien. Schwerpunkt Fernsehen. Demokratietheoretische und demokratiepolitische Fragen. In: Ludes, Peter/Schanze, Helmut (Hg.): Medienwissenschaften und Medienwertung. Opladen 1999. S. 147-160.
- Ders.: Öffentlichkeit als Theater? Zum Wandel des politischen Diskurses in der Mediengesellschaft. In: Göttlich, Udo/Nieland, Jörg-Uwe/Schatz, Heribert (Hg.):

- Kommunikation im Wandel. Zur Theatralität der Medien. Köln 1998. S. 126-140.
- Meyer, Thomas/Ontrup, Rüdiger: Das ‚Theater des Politischen‘. Politik und Politikvermittlung im Fernsehzeitalter. In: Willems, Herbert/Jurga, Martin (Hg.): Inszenierungsgesellschaft. Ein einführendes Handbuch. Opladen 1998. S. 523-541.
- Meyer, Thomas/Ontrup, Rüdiger/Schicha, Christian: Politische Diskursinszenierung. Wiesbaden 2001.
- Dies.: Die Inszenierung des Politischen. Wiesbaden 2000.
- Mickel, Wolfgang W. (Hg.): Handbuch zur politischen Bildung. Grundlagen, Methoden, Aktionsformen. Bonn 1999.
- Mickel, Wolfgang W./Zitzlaff, Dieter (Hg.): Politische Bildung. Ein Handbuch für die Praxis. Düsseldorf 1988.
- Mikos, Lothar: Fernsehen im Erleben der Zuschauer. Vom lustvollen Umgang mit einem populären Medium. Berlin/München 1994.
- Mühlen, Ulrike: Talk als Show. Eine linguistische Untersuchung der Gesprächsführung in den Talkshows des deutschen Fernsehens. Frankfurt a. M. 1985.
- Münch, Richard: Dynamik der Kommunikationsgesellschaft. Frankfurt a. M. 1995.
- Ders.: Dialektik der Kommunikationsgesellschaft. Frankfurt a. M. 1991.
- Neidhardt, Friedhelm (Hg.): Öffentlichkeit, öffentliche Meinung, soziale Bewegungen. Opladen 1994.
- Ders.: Öffentlichkeit, öffentliche Meinung, soziale Bewegungen. In: Ders. (Hg.): Öffentlichkeit, öffentliche Meinung, soziale Bewegungen. Opladen 1994(b). S. 7-41.
- Neudeck, Rupert: Das Ersatzparlament. Sonntage mit „Sabine Christiansen“. In: Funk-Korrespondenz, 14/2004. S. 3-5.
- Nieland, Jörg-Uwe/Kamps, Klaus (Hg.): Politikdarstellung und Unterhaltungskultur. Zum Wandel der politischen Kommunikation. Köln 2004.
- Nieland, Jörg-Uwe/Schatz, Heribert/Rössler, Patrick (Hg.): Politische Akteure in der Mediendemokratie. Opladen 2002.
- Nieland, Jörg-Uwe/Schicha, Christian (Hg.): Infotainment und Aspekte medialer Wahrnehmung. Duisburg 2000.
- Nieland, Jörg-Uwe/Tenscher, Jens: Talkshowisierung des Wahlkampfes? Eine Analyse von Politikerauftritten im Fernsehen. In: Sarcinelli, Ulrich/Schatz, Heribert (Hg.): Mediendemokratie im Medienland? Inszenierungen und Themensetzungsstrategien im Spannungsfeld von Medien und Parteieliten am Beispiel der nordrhein-westfälischen Landtagswahl im Jahr 2000. Opladen 2002. S. 319-394.

- Nitzschke, Volker /Sandmann, Fritz (Hg.): Metzler Handbuch für den politischen Unterricht. Stuttgart 1987.
- Noelle-Neumann, Elisabeth/Schulz, Winfried/Wilke, Jürgen (Hg.): Fischer Lexikon. Publizistik Massenkommunikation. Frankfurt a. M. 1993.
- Nohlen, Dieter (Hg.): Wörterbuch Staat und Politik. München 1991.
- Nowotny, Peter: Bildung – Stiefkind des Fernsehens? Eine vergleichende Untersuchung des Bildungsfernsehens 1980 und 1986. Bad Honnef 1988.
- Nuissl, Ekkehard: Zwischen öffentlichem Auftrag und Markt. Die außerschulische politische Bildung in schwierigen Zeiten. In: Sander, Wolfgang (Hg.): Handbuch politische Bildung. Praxis und Wissenschaft. Schwalbach/Ts. 1999. S. 519-527.
- Oppermann, Detlef/Röhrig, Paul (Hg.): 75 Jahre Volkshochschule. Vom schwierigen Weg zur Humanität, Demokratie und sozialen Verantwortung. Bad Heilbrunn 1995.
- Ostertag, Michael: Zum Wirkungspotential nichtsprachlicher Äußerungen in politischen Sendungen: Der Einfluß offensiver und defensiver Verhaltensstrategien auf das Erscheinungsbild von Politikern und Journalisten in Fernsehinterviews. (Diss.) Mainz 1991.
- Palmgreen, Philip: Der 'Uses and Gratifications Approach'. Theoretische Perspektiven und praktische Relevanz. In: Rundfunk und Fernsehen, 1/1984. S. 51-62
- Patzelt, Werner J.: Politische Bildung in der Zukunft. Zwei Szenarien. In: Weidinger, Dorothea (Hg.): Politische Bildung in der Bundesrepublik. Zum 30jährigen Bestehen der Deutschen Vereinigung für Politische Bildung. Opladen 1996. S. 221-226.
- Paukens, Hans (Hg.): Politikvermittlung zwischen Information und Unterhaltung. München 2000.
- Peiser, Wolfgang: Politisierung durch das Fernsehen? Eine Untersuchung zu den Folgen der Diffusion des Fernsehens für die politische Involviertheit der Bevölkerung in Deutschland. In: Medienpsychologie, 12/2000. S. 23-50.
- Peters, Bernhard: Der Sinn von Öffentlichkeit. In: Neidhardt, Friedhelm (Hg.): Öffentlichkeit, öffentliche Meinung, soziale Bewegungen. Opladen 1994. S. 42-76.
- Petersen, Lars-Eric/Doll, Jörg/Jürgensen, Silke: Systematische und heuristische Informationsverarbeitung beim Betrachten einer Infotainmentsendung. In: Medienpsychologie, 9/1997. S. 24-40.
- Petter-Zimmer, Yvonne: Politische Fernsehdiskussionen und ihre Adressaten. Tübingen 1990.
- Pfahlberg, Bernhard: Herder-Lexikon Politik. Freiburg u.a. 1992.
- Plake, Klaus: Talkshows. Die Industrialisierung der Kommunikation. Darmstadt 1999.

- Plasser, Fritz: Elektronische Politik und politische Technostruktur reifer Industriegesellschaften. In: Plasser, Fritz/Ulram, Peter A./Welean, Manfred (Hg.): Demokratierituale: Zur politischen Kultur der Informationsgesellschaft. Wien/Köln/Graz 1985. S. 9-31.
- Plasser, Fritz/Ulram, Peter A./Welean, Manfred (Hg.): Demokratierituale. Zur politischen Kultur der Informationsgesellschaft. Wien/Köln/Graz 1985.
- Pöttker, Horst: Politische Sozialisation durch Massenmedien. Aufklärung, Manipulation und ungewollte Einflüsse. In: Claußen, Bernhard/ Geißler, Rainer (Hg.): Die Politisierung des Menschen. Instanzen der politischen Sozialisation. Ein Handbuch. Opladen 1996. S.149-157.
- Pohl, Kerstin (Hg.): Positionen der politischen Bildung. Ein Interviewbuch zur Politikdidaktik. Schwalbach/Ts. 2004.
- Postman, Neil: Wir amüsieren uns zu Tode. Urteilsbildung im Zeitalter der Unterhaltungsindustrie. Gütersloh 1985.
- Prokop, Dieter: Der Kampf um die Medien. Das Geschichtsbuch der neuen kritischen Medienforschung. Hamburg 2001.
- Ders.: Medien-Macht und Massen-Wirkung. Ein geschichtlicher Überblick. Freiburg i. Br. 1995.
- Ders.: Medien-Wirkungen. Frankfurt a. M. 1981.
- Ders.: Massenkommunikationsforschung. Frankfurt a. M. 1972.
- Reese-Schäfer, Walter: Jürgen Habermas. Frankfurt a. M. (u.a.) 1994.
- Reichart, Elisabeth/Huntemann, Hella: Volkshochschul-Statistik 2006. Stand Informationen: Oktober 2007. <http://www.die-bonn.de/doks/reichart0702.pdf>, Stand: 28.01.2008.
- Reith, E./Reitz, G./Tietgens, H.: Politische Bildung im Spiegel der Arbeitspläne der Volkshochschulen. Frankfurt a. M. 1989.
- Reitze, Helmut/Ridder, Christa-Maria (Hg.): Massenkommunikation VII. Eine Langzeitstudie zur Mediennutzung und Medienbewertung 1964-2005. Frankfurt a. M. 2006.
- Renckstorf, Karsten: Zum Problem der Beschreibung und Erklärung von Prognosen der Wissensveränderung durch Mediennutzung. In: Böhme-Dürr, Karin/Emig, Jürgen/Seel, Norbert M. (Hg.): Wissensveränderung durch Medien. Theoretische Grundlagen und empirische Analysen. München/London/New York/Paris 1990. S. 121-131.
- Ders.: Mediennutzung als soziales Handeln. Zur Entwicklung einer handlungstheoretischen Perspektive der empirischen (Massen-)Kommunikationsforschung. In: Kaase, Max/Schulz, Winfried (Hg.): Massenkommunikation. Theorien, Methoden, Befunde. Opladen 1989. S. 314-336.

- Ders.: Neue Perspektiven in der Massenkommunikationsforschung. In: Ders.: Neue Perspektiven in der Massenkommunikationsforschung. Beiträge zur Begründung eines alternativen Forschungsansatzes. Berlin 1977(a). S. 7-59.
- Ders.: Zum Modell zukünftiger Massenkommunikationsforschung. In: Ders.: Neue Perspektiven in der Massenkommunikationsforschung. Berlin 1977(b). S. 167-176.
- Ders.: Alternative Ansätze der Massenkommunikationsforschung: Wirkungs- vs. Nutzenansatz. In: Rundfunk und Fernsehen, 2-3/1973. S. 183-197.
- Renckstorf, Karsten/Rohland, Lutz: Hörfunk und Fernsehen in Berlin. Eine empirische Studie zur Akzeptanz regionaler/lokaler Programmangebote. Hamburg 1981.
- Dies.: Nachrichtensendungen im Fernsehen (1). Zur Wirkung von Darstellungsformen in Fernsehnachrichten. Berlin 1980(a).
- Dies.: Nachrichtensendungen im Fernsehen (2). Absichten, Interessen und Muster der Medienzuhaltung – Konturen des ‚aktiven‘ Publikums. Berlin 1980(b).
- Renckstorf, Karsten/ Ehmcke, Alex: Landesprogramme des Fernsehens in Schleswig-Holstein. Eine empirische Studie zur Weiterentwicklung regionaler Informationssendungen des Fernsehens. Hamburg 1986.
- Dies.: Landesprogramme von Hörfunk und Fernsehen in Hamburg. Eine empirische Studie zur Weiterentwicklung regionaler Programmangebote. Hamburg 1985.
- Reuber, Ludger: Politik im Medienzirkus. Frankfurt a. M. 2000.
- Ridder, Christa-Maria/Engel, Bernhard: Massenkommunikation 2005: Images und Funktionen der Massenmedien im Vergleich. In: Media Perspektiven, 9/2005. S. 422-448.
- Rölle, Daniel/Müller, Petra/Steinbach, Ulrich W.: Politik u. Fernsehen. Inhaltsanalytische Untersuchungen. Wiesbaden 2001.
- Rohe, Karl (Hg.): Politik und Demokratie in der Informationsgesellschaft. Baden-Baden 1997.
- Ders.: Politik. Begriffe und Wirklichkeiten. Stuttgart/Berlin/Köln/Mainz 1978.
- Ronge, Volker: Massenmedienkonsum und seine Erforschung – eine Polemik gegen ‚Uses and Gratifications‘. In: Rundfunk und Fernsehen, 1/1984. S. 73-82.
- Ronneberger, Franz: Die politischen Funktionen der Massenkommunikationsmittel. In: Publizistik, 4/1964. S. 291-304.
- Rossum, Walter van: Meine Sonntage mit ‚Sabine Christiansen‘. Wie das Palaver uns regiert. Köln 2004.
- Roth, Jürgen/Bittermann, Klaus (Hg.): Das große Rhabarbern. 42 Fallstudien über die Talkshow. München 2000.
- Rothe, Klaus (Hg.): Unterricht und Didaktik der politischen Bildung in der Bundesrepublik. Aktueller Stand und Perspektiven. Opladen 1989.

- Rubin, Alan: Die Uses-And-Gratifications-Perspektive der Medienwirkung. In: Schorr, Angela (Hg.): Publikums- und Wirkungsforschung. Wiesbaden 2000. S. 137-152.
- Rudolf, Karsten: Bericht politische Bildung 2002. Was wollen die Bürger? Eine Marktanalyse zur außerschulischen politischen Bildung in Deutschland. Büdingen 2002(a).
- Ders.: Politische Bildung: (k)ein Thema für die Bevölkerung? Was wollen die Bürger? Ergebnisse und Schlussfolgerungen einer repräsentativen Bevölkerungsbefragung. In: Aus Politik und Zeitgeschichte, 45/2002(b). S. 45-53.
- Rudolf, Karsten/Zeller, Melanie: Wie entsteht politisches Engagement? Das Nidderau-Projekt. Eine empirische Wirkungsstudie zur politischen Bildung. Schwalbach/Ts. 2001.
- Rüden, Peter von: Perspektiven des Bildungsfernsehens unter veränderten medienpolitischen Rahmenbedingungen. In: Rolff, Hans-Günter/Zimmermann, Peter (Hg.): Neue Medien und Lernen. Herausforderungen, Chancen und Gefahren. Weinheim/Basel 1985. S. 127-136.
- Rüden, Peter von/Schmid, Wilfried (Hg.): Medienpädagogik. Entwürfe für die Praxis der Erwachsenenbildung. München 1978.
- Sander, Wolfgang (Hg.): Handbuch politische Bildung. Bonn 2005.
- Ders.: Die Bildungsstandards vor dem Hintergrund der politikdidaktischen Diskussion. In: Andersen, Uwe/Breit, Gotthard/Massing, Peter/Woyke, Wichard (Hg.): Nationale Bildungsstandards für die politische Bildung. Schwalbach/Ts. 2004. S. 30-43.
- Ders.: Politische Bildung nach der Jahrtausendwende. Perspektiven und Modernisierungsaufgaben. In: Aus Politik und Zeitgeschichte, B 45/2002. S. 36-44.
- Ders.: Politik entdecken – Freiheit leben. Neue Lernkulturen in der politischen Bildung. Schwalbach/Ts. 2001.
- Ders. (Hg.): Handbuch politische Bildung. Praxis und Wissenschaft. Schwalbach/Ts. 1999(a).
- Ders.: Theorie der politischen Bildung: Geschichte – didaktische Konzeptionen – aktuelle Tendenzen und Probleme. In: Ders. (Hg.): Handbuch politische Bildung. Schwalbach/Ts. 1999(b). S. 5-45.
- Ders.: Beruf und Politik. Von der Nützlichkeit politischer Bildung. Schwalbach/Ts. 1996.
- Ders. (Hg.): Konzepte der Politikdidaktik. Aktueller Stand, neue Ansätze und Perspektiven. Hannover 1993.
- Ders.: Politikdidaktik in der Bundesrepublik als Lernprozeß. Eine Einführung in ihre geschichtliche Entwicklung. Schwalbach/Ts. 1992.

- Ders.: Neue Wege des politischen Lernens angesichts neuer Technologie und neuer gesellschaftlicher Entwicklungen. In: Sarcinelli, Ulrich (Hg.): Politikvermittlung und politische Bildung. Herausforderungen für die außerschulische politische Bildung. Bad Heilbrunn/Obb. 1990. S. 143-157.
- Ders.: Zur Geschichte und Theorie der politischen Bildung. Allgemeinbildung und fächerübergreifendes Lernen in der Schule. Marburg 1989.
- Sarcinelli, Ulrich: „Seiltänzer an der institutionellen Leine?“ Zum kommunikativen Handlungsspielraum politischer Eliten in der Medienarena. In: Hitzler, Ronald/Hornbostel, Stefan/Mohr, Cornelia (Hg.): Elitenmacht. Wiesbaden 2004(a). S. 225-237.
- Ders.: Das „Christiansen-Syndrom“. Politik zwischen Medien- und Verhandlungsdemokratie. In: Forschung & Lehre, 8/2004(b). S. 422-424.
- Ders.: Demokratie unter Kommunikationsstress? Das parlamentarische Regierungssystem in der Mediengesellschaft. In: Aus Politik und Zeitgeschichte, B 43/2003.
- Ders.: Politische Akteure in der Medienarena. Beiträge zum Spannungsverhältnis zwischen Amtsverantwortung und Medienorientierung bei Positionsinhabern. Landau 2001.
- Ders.: Medienkompetenz in der politischen Bildung. Pädagogische Allerweltsformel oder politische Kategorie? In: Aus Politik und Zeitgeschichte, B 25/2000.
http://www.bpb.de/publikationen/O97BSZ,0,0,Medienkompetenz_in_der_politischen_Bildung.html; Stand: 30.11.2006.
- Ders. (Hg.): Politikvermittlung und Demokratie in der Mediengesellschaft. Beiträge zur politischen Kommunikationskultur. Wiesbaden 1998.
- Ders.: Mediatisierung von Politik als Herausforderung für eine Neuorientierung – Politische Bildung zwischen „Antiquiertheit“ und Modernitätsdruck. In: Weidinger, Dorothea (Hg.): Politische Bildung in der Bundesrepublik. Zum 30jährigen Bestehen der Deutschen Vereinigung für Politische Bildung. Opladen 1996. S. 202-208.
- Ders.: Symbolische Politik und Politikvermittlung. In: Schmitz, Hermann-Josef/Frech, Siegfried (Hg.): Politik populär machen. Politische Bildung durch Massenmedien. Stuttgart 1993. S. 79-94.
- Ders.: (Hg.): Politikvermittlung und politische Bildung. Herausforderungen für die außerschulische politische Bildung. Bad Heilbrunn/Obb. 1990(a).
- Ders.: Politikvermittlung im Blickfeld politischer Bildung – Ein Ansatz zur Analyse politischer Wirklichkeit. In: Sarcinelli, Ulrich (Hg.): Politikvermittlung und politische Bildung. Herausforderungen für die außerschulische politische Bildung. Bad Heilbrunn/Obb. 1990(b). S. 11-86.
- Ders. (Hg.): Demokratische Streitkultur. Theoretische Grundpositionen und Handlungsalternativen in Politikfeldern. Opladen 1990(c).

- Ders. (Hg.): Politikvermittlung. Beiträge zur politischen Kommunikationskultur. Bonn 1987(a).
- Ders.: Politikvermittlung und demokratische Kommunikationskultur. In: Ders. (Hg.): Politikvermittlung. Beiträge zur politischen Kommunikationskultur. Bonn 1987(b). S. 19-45.
- Sarcinelli, Ulrich/Schatz, Heribert (Hg.): Mediendemokratie im Medienland? Inszenierungen und Themensetzungsstrategien im Spannungsfeld von Medien und Parteieneliten am Beispiel der nordrhein-westfälischen Landtagswahl im Jahr 2000. Opladen 2002.
- Sarcinelli, Ulrich/Tenscher, Jens (Hg): Machtdarstellung und Darstellungsmacht. Beiträge zu Theorie und Praxis moderner Politikvermittlung. Baden-Baden 2003.
- Dies.: Polit-Flimmern und sonst nichts? Das Fernsehen als Medium symbolischer Politik und politischer Talkshowisierung. In: Klingler, Walter/Roters, Gunnar/Zöllner, Oliver (Hg.): Fernsehforschung in Deutschland. Themen – Akteure – Methoden. Baden-Baden 1998. S. 303-317.
- Saxer, Ulrich: Politik als Unterhaltung. Zum Wandel politischer Öffentlichkeit in der Mediengesellschaft. Konstanz 2007.
- Ders.: Soziologische Aspekte der Wissensvermittlung durch Medien. In: Klett, Michael (Hg.): Wissensvermittlung, Medien und Gesellschaft. Gütersloh 1989. S. 115-135.
- Ders. (Hg.): Politik und Kommunikation. Neue Forschungsansätze. München 1983.
- Ders.: Publizistik und Politik als interdependente Systeme. Zur politischen Funktionalität von Publizistik. In: Media Perspektiven, 7/1981. S. 501-514.
- Schaffar, Birgit: Aktuelle Themen, interessante Gäste, kontroverse Diskussionen? Eine tiefenhermeneutische Inhaltsanalyse der Talkshow „Sabine Christiansen“. Marburg 2002.
- Schatz, Heribert (Hrsg.): Massenkommunikation und Politik. Aktuelle Probleme und Entwicklungen im Massenkommunikationssystem der Bundesrepublik Deutschland. Frankfurt a. M. 1982.
- Schatz, Roland: Banalisieren Medien die Demokratie zu Tode? In: Buch, Ursula/Debus, Bernward/Sander, Wolfgang (Hg.): Pressestimmen. Journalismus und politische Bildung. Schwalbach/Ts. 2003. S. 24-29.
- Schenk, Michael: Medienwirkungsforschung. Tübingen 1987.
- Schenk, Michael/Rössler, Patrick: Das unterschätzte Publikum. Wie Themenbewusstsein und politische Meinungsbildung im Alltag von Massenmedien und interpersonaler Kommunikation beeinflusst werden. In: Neidhardt, Friedhelm (Hg.): Öffentlichkeit, öffentliche Meinung, soziale Bewegungen. Opladen 1994. S. 261-295.

- Scheyli, Martin: Politische Öffentlichkeit und deliberative Demokratie nach Habermas. Institutionelle Gestaltung durch direktdemokratische Beteiligungsformen? Baden-Baden 2000.
- Schicha, Christian: Medienethische Aspekte am Beispiel politischer Talkshows im Fernsehen. Zur Diskrepanz zwischen den Postulaten an argumentative Diskurse und den Praktiken des medialen Handelns. In: Debatin, Bernhard/Funiok, Rüdiger (Hg.): Kommunikations- und Medienethik. Konstanz 2003(a). S. 183-197.
- Ders.: Kritische Medientheorie. In: Weber, Stefan (Hg.): Theorien der Medien. Konstanz 2003(b). S. 108-131.
- Ders.: Die Inszenierung politischer Diskurse. Beobachtungen zu Politikerauftritten in Fernsehtalkshows. In: Tenscher, Jens/Schicha, Christian (Hg.): Talk auf allen Kanälen. Akteure, Angebote und Nutzer von Fernsehgesprächssendungen. Wiesbaden 2002(a). S. 213-231.
- Ders.: Zur Authentizität der politischen Kommunikation beim „Duell der Giganten.“ Anmerkungen zu den Fernsehdebatten der Kanzlerkandidaten im Bundestagswahlkampf 2002. Aus: Zeitschrift für Kommunikationsökologie, 2/2002(b). S. 6-14.
- Ders.: Öffentlichkeit unter Medienbedingungen. Zur Diskrepanz zwischen normativen Konzepten und der Praxis der Politikberichterstattung. In: Schicha, Christian/Brosda, Carsten (Hg.): Medienethik zwischen Theorie und Praxis. Münster 2000. S. 173-194.
- Ders.: Theatralitätselemente im Kontext medialer Politikvermittlung. Schränken Inszenierungsmerkmale in der Mediengesellschaft die Postulate Informativität und Argumentativität ein? In: Göttlich, Udo/Nieland, Jörg-Uwe/Schatz, Herbert (Hg.): Kommunikation im Wandel. Zur Theatralität der Medien. Köln 1998. S. 141-153.
- Ders.: „Europa“ in politischen Fernsehgesprächssendungen. Eine exemplarische Betrachtung von „Sabine Christiansen“ und „Berlin Mitte.“
http://www.schicha.net/fileadmin/user_upload/Texte/20050630/talkbits.pdf;
Stand: 11.06.2007.
- Schicha, Christian/Brosda, Carsten (Hg.): Politikvermittlung in Unterhaltungsformaten. Medieninszenierungen zwischen Popularität und Populismus. Münster 2002.
- Schicha, Christian/Tenscher, Jens: Talk auf allen Kanälen. Eine Einführung. In: Tenscher, Jens/Schicha, Christian (Hg.): Talk auf allen Kanälen. Akteure, Angebote und Nutzer von Fernsehgesprächssendungen. Wiesbaden 2002. S. 9-35.
- Schiele, Siegfried: Ein halbes Jahrhundert staatliche politische Bildung in Deutschland. In: Aus Politik und Zeitgeschichte, B7-8/2004. S. 3-6.
- Ders.: Politische Bildung neu vermessen? In: Breit, Gotthard/Schiele, Siegfried (Hg.): Demokratie-Lernen als Aufgabe der politischen Bildung. Schwalbach/Ts. 2002. S. 1-12.

- Ders.: Konsens und Konflikt. In: Mickel, Wolfgang W. (Hg.): Handbuch zur politischen Bildung. Grundlagen, Methoden, Aktionsformen. Bonn 1999. S. 104-109.
- Ders.: Politische Bildung in der Mediengesellschaft. In: Schmitz, Hermann-Josef/Frech, Siegfried (Hg.): Politik populär machen. Politische Bildung durch Massenmedien. Stuttgart 1993. S. 95-105.
- Schmitt-Beck, Rüdiger: Politische Kommunikation und Wählerverhalten. Ein internationaler Vergleich. Opladen 2000.
- Schmitz, Cornelia: 50 Jahre und kein bißchen leise. Zum Jubiläum der Bundeszentrale für politische Bildung. In: Das Parlament, Nr. 46-47. 18./25.11.2002.
- Schmitz, Hermann-Josef/Frech, Siegfried (Hg.): Politik populär machen. Politische Bildung durch Massenmedien. Stuttgart 1993.
- Schneider, Norbert: ‚Zu meiner Linken begrüße ich ...‘. Rituale der Fernsehdiskussion. In: Kreuzer, Helmut/Prümm, Karl (Hg.): Fernsehsendungen und ihre Formen. Typologie, Geschichte und Kritik des Programms in der Bundesrepublik Deutschland. Paderborn 1990. S. 438-448.
- Schönbach, Klaus: Transaktionen im Medienwirkungsprozess. In: Böhme-Dürr, Karin/Emig, Jürgen/Seel, Norbert M. (Hg.): Wissensveränderung durch Medien. Theoretische Grundlagen und empirische Analysen. München/London/New York/Paris 1990. S. 132-150.
- Ders.: Das unterschätzte Medium. Politische Wirkungen von Presse und Fernsehen im Vergleich. München 1983.
- Schubert, Klaus/Klein, Martina: Politiklexikon. Bonn 2006.
- Schütz, Walter J. (Hg.): Medienpolitik. Dokumentationen der Kommunikationspolitik in der Bundesrepublik Deutschland von 1945 bis 1990. Konstanz 1999.
- Schultheiss, Britta/Jenzowsky, Stefan A.: Infotainment: Der Einfluss emotionalisierend-affektorientierter Darstellung auf die Glaubwürdigkeit. In: Medien & Kommunikation, 48/2000. S. 63-84.
- Schultz, Tanjev: Geschwätz oder Diskurs? Die Rationalität Politischer Talkshows im Fernsehen. Köln 2006.
- Ders.: Die Moderation politischer Gesprächsrunden im Fernsehen. Eine Inhaltsanalyse von ‚Sabine Christianen‘, ‚Berlin Mitte‘, ‚Presseclub‘ und ‚19:zehn‘. In: Publizistik, 3/2004. S. 292-319.
- Ders.: Menschelnde Unterhaltung mit Politikern. Daten und Überlegungen zu Auftritten in Promi-Talkshows. In: Schicha, Christian/Brosda, Carsten (Hg.): Politikvermittlung in Unterhaltungsformaten. Medieninszenierungen zwischen Popularität und Populismus. Münster 2002(a). S. 182-194.
- Ders.: Journalisten-Talk. Politische Kommunikation als Punditocracy? In: Tenscher, Jens/Schicha, Christian (Hg.): Talk auf allen Kanälen. Akteure, Angebote und Nutzer von Fernsehgesprächssendungen. Wiesbaden 2002(b). S. 233-249.

- Schulz, Winfried: Medienexpansion und politische Kompetenz: Machen Medien mündiger? In: Schorr, Angela (Hg.): Publikums- und Wirkungsforschung. Wiesbaden 2000. S. 227-245.
- Ders.: In der expandierenden Medienöffentlichkeit verdüstert sich das Bild der Politik. Folgen der Informationsnutzung unter Vielkanalbedingungen. In: Jarren, Otfried/Krotz, Friedrich (Hg.): Öffentlichkeit unter Viel-Kanal-Bedingungen. Baden-Baden/Hamburg 1998. S. 62-92.
- Ders.: Politische Kommunikation. Theoretische Ansätze und Ergebnisse empirischer Forschung zur Rolle der Massenmedien in der Politik. Opladen 1997.
- Ders. (Hg.): Medienwirkungen. Einflüsse von Presse, Radio und Fernsehen auf Individuum und Gesellschaft. Untersuchungen im Schwerpunktprogramm „Publizistische Medienwirkungen“. Weinheim 1992.
- Ders. (Hg.): Medienwirkungsforschung in der Bundesrepublik Deutschland. Weinheim 1986.
- Ders.: Die Konstruktion von Realität in den Nachrichtenmedien. Freiburg 1976.
- Schwartzberg, Roger-Gérard: Politik als Showgeschäft. Moderne Strategien im Kampf um die Macht. Düsseldorf/Wien 1980.
- Schwarz, Mathias: Überblick über die seit 1987 vom Bundesverfassungsgericht erlassenen kommunikationspolitisch bedeutsamen Entscheidungen. In: Publizistik, 1/1999. S. 1-34.
- Siller, Peter/Pitz, Gerhard (Hg.): Politik als Inszenierung – Zur Ästhetik des Politischen im Medienzeitalter. Baden-Baden 2000.
- Statistik zu politischem Interesse und Mediennutzung. In: Media Perspektiven, 12/2001. S. 643.
- Stein, Gerd: Mündigkeit und Emanzipation in demokratischen Systemen. In: Mickel, Wolfgang W. (Hg.): Handbuch zur politischen Bildung. Grundlagen, Methoden, Aktionsformen. Bonn 1999. S. 43-47.
- Steinbrecher, Michael/Weiske, Martin: Die Talkshow. 20 Jahre zwischen Klatsch und News. Tips und Hintergründe. München 1992.
- Strohmeier, Gerd: Politik und Massenmedien. Eine Einführung. Baden-Baden 2004.
- Sutor, Bernhard: Politische Bildung im Streit um die „intellektuelle Gründung“ der Bundesrepublik Deutschland. Die Kontroversen der siebziger und achtziger Jahre. In: Aus Politik und Zeitgeschichte, B 45/2002. S. 17-27.
- Ders.: Rationalität und Emotionalität. In: Mickel, Wolfgang W. (Hg.): Handbuch zur politischen Bildung. Grundlagen, Methoden, Aktionsformen. Bonn 1999. S. 109-119
- Ders.: Politik. Ein Studienbuch zur politischen Bildung. Paderborn 1994.

- Teichert, Will: Bedürfnisstruktur und Mediennutzung. Fragestellung und Problematik des 'Uses and Gratifications Approach'. In: Rundfunk und Fernsehen, 3-4/1975. S. 269-283.
- Ders.: 'Fernsehen als soziales Handeln (II). Entwürfe und Modelle zur dialogischen Kommunikation zwischen Publikum und Massenmedien. In: Rundfunk und Fernsehen, 4/1973. S. 356-382.
- Ders.: 'Fernsehen als soziales Handeln'. Zur Situation der Rezipientenforschung: Ansätze und Kritik. In: Rundfunk und Fernsehen, 4/1972. S. 421-439.
- Tenscher, Jens: Talkshowisierung als Element moderner Politikvermittlung. In: Tenscher, Jens/Schicha, Christian (Hg.): Talk auf allen Kanälen. Akteure, Angebote und Nutzer von Fernsehgesprächssendungen. Wiesbaden 2002. S. 55-71.
- Ders.: Politikvermittlungsexperten. Eine akteurs- und handlungsorientierte Untersuchung zu Selbst- und Fremdszenierungen im Rahmen politisch-medialer Interaktionen. Landau 1999(a).
- Ders.: „Sabine Christiansen“ und „Talk im Turm“. Eine Fallanalyse politischer Fernsehtalkshows. In: Publizistik, 3/1999(b). S. 317-333.
- Ders.: Politik für das Fernsehen – Politik im Fernsehen. Theorien, Trends und Perspektiven. Sarcinelli, Ulrich (Hg.): Politikvermittlung und Demokratie in der Mediengesellschaft, Beiträge zur politischen Kommunikationskultur. Wiesbaden 1998(a). S. 184-208.
- Ders.: Showdown im Fernsehen. Eine Analyse des Diskussions- und Rollenverhaltens der Moderatoren in den deutschen Wahlkampfdebatten. Stuttgart 1998(b).
- Tenscher, Jens/Geisler, Alexander: Politiker kommen ins Gespräch. Chancen und Risiken von Politikerauftritten im Fernsehen. In: Schicha, Christian/Brosda, Carsten (Hg.): Politikvermittlung in Unterhaltungsformaten. Medieninszenierungen zwischen Popularität und Populismus. Münster 2002. S. 169-181.
- Tenscher, Jens/Schicha, Christian (Hg.): Talk auf allen Kanälen. Akteure, Angebote und Nutzer von Fernsehgesprächssendungen. Wiesbaden 2002.
- Tichenor, Philipp J./Donohue, George A./Olien Clarice N.: Mass Media Flow and Differential Growth in Knowledge. In: Public Opinion Quarterly, 34/1970. S. 159-170.
- Tietgens, Hans: Perspektiven zur Lage der Politischen Bildung Erwachsener. In: Sarcinelli, Ulrich (Hg.): Politikvermittlung und politische Bildung. Herausforderungen für die außerschulische politische Bildung. Bad Heilbrunn/Obb. 1990. S. 87-105.
- Trebbel, Joachim: Fernsehen in Deutschland 2003 – 2004. Programmstrukturen – Programminhalte – Programmentwicklungen. Forschungsbericht im Auftrag der Direktorenkonferenz der Landesmedienanstalten (DLM). Berlin 2004.

- Volkman, Ute: Massenmedien und ihre Wirklichkeitsbilder: Zwischen Inszenierung und Aufklärung. In: Volkman, Ute/Schimank, Uwe (Hg.): Soziologische Gegenwartdiagnosen II. Opladen 2002. S. 85-113.
- Voltmer, Katrin: Politisches Denken in der Informationsgesellschaft. Zum Zusammenhang von Fernsehnutzung und Einstellungskonsistenz. In: Schulz, Winfried (Hg.): Medienwirkungen. Einflüsse von Presse, Radio und Fernsehen auf Individuum und Gesellschaft. Weinheim 1992. S. 247-267.
- Volpers, Helmut/Weiss, Hans-Jürgen: Kultur- und Bildungsprogramme im bundesdeutschen Fernsehen. Begriffsdiskussion und Programmanalyse. München 1992.
- Wachsmuth, Peter: Exklusiv-Info oder Polit-Flimmern? Funktionen der Sendung „Sabine Christiansen“ aus Zuschauersicht. Diplomarbeit. Hannover 2004.
- Wagner, Wolfgang/Brandstätter, Hermann: Differentielle Medienwirkungen bei der Beobachtung einer Politikerdiskussion – akustische vs. audiovisuelle Bedingung. In: Zeitschrift für Sozialpsychologie, 11/1980. S. 69-78.
- Wegener, Claudia: Informationsvermittlung im Zeitalter der Unterhaltung. Eine Langzeitanalyse politischer Fernsehmagazine. Wiesbaden 2001.
- Weidinger, Dorothea: Die Situation des Politikunterrichts in der Schule. In: Sander, Wolfgang (Hg.): Handbuch politische Bildung. Praxis und Wissenschaft. Schwalbach/Ts. 1999. S. 501-518.
- Dies. (Hg.): Politische Bildung in der Bundesrepublik. Zum 30jährigen Bestehen der Deutschen Vereinigung für Politische Bildung. Opladen 1996.
- Weinbrenner, Peter: Welche Bedeutung kommt in der schulischen Politischen Bildung den politischen Leitbildern und Konzepten zur Bewältigung der ökologischen und sozialen Herausforderungen zu? In: Engelland, Reinhard (Hg.): Utopien, Realpolitik und politische Bildung. Über die Aufgaben politischer Bildung angesichts der politischen Herausforderungen am Ende des Jahrhunderts. Opladen 1997. S. 135-168.
- Weinrich, Lotte: Verbale und nonverbale Strategien in Fernsehgesprächen. Eine explorative Studie. Tübingen 1992.
- Weischenberg, Siegfried: Neues vom Tage. Die Schreinemakerisierung unserer Medienwelt. Hamburg 1997.
- Weiß, Hans-Jürgen: Kommunikationsbedürfnisse und Medienfunktionen. Ein Forschungsbericht über die Ermittlung subjektiver Bedingungsfaktoren der Mediennutzung. In: Berg, Klaus/Kiefer, Marie Luise (Hg.): Massenkommunikation. Eine Langzeitstudie zur Mediennutzung und Medienbewertung. Mainz 1978. S. 345-390.
- Weißeno, Georg (Hg.): Lexikon der politischen Bildung. Band 3. Methoden und Arbeitstechniken. Schwalbach/Ts. 2000.

- Ders. (Hg.): Politikunterricht im Informationszeitalter – Medien und neue Lernumgebungen. Bonn 2001.
- Ders. (Hg.): Lexikon der politischen Bildung. Band 1. Didaktik und Schule. Schwalbach/Ts. 1999(a).
- Ders. (Hg.): Lexikon der politischen Bildung. Band 2. Außerschulische Jugend- und Erwachsenenbildung. Schwalbach/Ts. 1999(b).
- Wessely, Uli: Politische Bildung in der globalen Wissensgesellschaft. In: Aus Politik und Zeitgeschichte, B7-8/2004. S. 32-38.
- Westdeutscher Rundfunk (WDR): WDR-Programmleitlinien. Köln 2006.
- Wiedemann, Joachim: DeutschlandTrend 2002: 11. September, politisches Interesse und Mediennutzung. In: Media Perspektiven, 6/2002. S. 252-262.
- Winterhoff-Spurk, Peter: Wissensvermittlung durch Nachrichten? Zur Kritik der Lehrfilm-Metapher. In: Böhme-Dürr, Karin/Emig, Jürgen/Seel, Norbert M. (Hg.): Wissensveränderung durch Medien. Theoretische Grundlagen und empirische Analysen. München/London/New York/Paris 1990. S. 173-184.
- Wilke, Jürgen (Hg.): Fortschritte der Publizistikwissenschaft. Freiburg/München 1990.
- Willems, Herbert/Jurga, Martin (Hg.): Inszenierungsgesellschaft. Ein einführendes Handbuch. Opladen/Wiesbaden 1998.
- Wittkämper, G.W. (Hg.): Medien und Politik. Darmstadt 1992.
- Wittwen, Andreas: Infotainment. Fernsehnachrichten zwischen Information und Unterhaltung. Bern 1995.
- Wolling, Jens: Politikverdrossenheit durch Massenmedien? Der Einfluß der Medien auf die Einstellung der Bürger zur Politik. Opladen/Wiesbaden. 1999.
- ZDF-Medienforschung: Berlin Mitte. Auswertungszeitraum: Jahr 2006. Endgültig gewichtete Daten 11.06.2007.
- ZDF-Medienforschung: Berlin Mitte/Maybrit Illner. Auswertungszeitraum: Januar bis Mai 2007. Endgültig gewichtete Daten 11.06.2007.
- Zubayr, Camille/Gerhard, Heinz: Tendenzen im Zuschauerverhalten. Fernsehgewohnheiten und Fernsehreichweiten im Jahr 2006. In: Media Perspektiven, 4/2007. S. 187-199.
- Dies.: Tendenzen im Zuschauerverhalten. Fernsehgewohnheiten und Fernsehreichweiten 2005. In: Media Perspektiven, 3/2006. S. 125-137.
- Dies.: Berichterstattung zur Bundestagswahl 2002 aus Sicht der Zuschauer. In: Media Perspektiven, 12/2002. S. 586-599.

10.1 Internetquellen

<http://www.ard.de/-/id=529186/w852tw/index.html>; 06.02.2007. (ARD Pressemeldung: Anne Will Nachfolgerin von Christiansen)

<http://blog.sabinechristiansen.de/>; Stand: 17.06.2007.

http://www.boell.de/de/08_found/2931.html; Stand: 01.12.2006. (Selbstverständnis Heinrich-Böll-Stiftung)

<http://www.br-online.de/alpha/>; Stand: 22.02.2007.

<http://www.br-online.de/bayern-heute/sendungen/muenchner-runde/>; Stand: 22.05.2007. (Sendung „Münchner Runde“)

<http://www.br-online.de/bildung/databrd/>; Stand: 22.02.2007.

<http://www.br-online.de/land-und-leute/sendungen/buergerforum/>; Stand: 22.05.2007. (Sendung „Bürgerforum“)

<http://www.br-online.de/land-und-leute/sendungen/jetztredi/>; Stand: 22.05.2007. (Sendung „Jetzt red i“)

<http://www.br-online.de/land-und-leute/sendungen/jetztredi-europa/>; Stand: 22.05.2007. (Sendung „Jetzt red i, Europa“)

<http://www.br-online.de/wissen-bildung/telekolleg/>; Stand: 22.02.2007.

http://www.bpb.de/die_bpb/WHOLJ2,0,0,Leitbild_der_Bundeszentrale_f%C3%9Cpolitische_Bildung.html; Stand: 01.12.2006. (Leitbild der Bundeszentrale für politische Bildung)

<http://daserste.de/christiansen/info.asp>; Stand: 08.05.2003.

<http://www.daserste.de/farbebekennen/default.asp>; Stand: 22.05.2007. (Sendung „Farbe bekennen“)

<http://www.daserste.de/ichstellemich/>; Stand: 22.05.2007. (Sendung „Ich stelle mich“)

http://www.fes.de/sets/s_fes_d.htm; Stand: 01.12.2006. (Selbstverständnis Friedrich-Ebert-Stiftung)

http://www.fnst.de/webcom/show_page.php/_c-455/_nr-3/_lkm-565/i.html; Stand: 01.12.2006. (Selbstverständnis Friedrich-Naumann-Stiftung)

<http://www.hartaberfair.de>; Stand: 03.05.2007.

<http://www.hr-online.de/website/specials/wissen/index.jsp?rubrik=6586>; Stand: 22.02.2007.

<http://www.hr-online.de/website/fernsehen/sendungen/index.jsp?rubrik=2798>; Stand: 22.05.2007. (Sendung „Stadtgespräch“)

http://www.hss.de/downloads/HSS-Portrait_2006.pdf; Stand: 01.12.2006. (Selbstverständnis Hans-Seidel-Stiftung)

- http://www.kas.de/druckansicht/webseite_druck.php?webseite_id=91; Stand: 01.12.2006. (Selbstverständnis Konrad-Adenauer-Stiftung)
- http://www.lehrplaene.org/nordrhein_westfalen/nw_pb_gesamt; Stand: 01.12.2006.
- http://www.lehrplaene.org/nordrhein_westfalen/nw_pb_gesamt/Seite_26; Stand: 02.01.2007.
- http://www.lehrplaene.org/nordrhein_westfalen/nw_pb_gesamt/Seite_29; Stand: 01.12.2006. (Rahmenvorgabe Politische Bildung in den Lehrplänen Nordrhein-Westfalens (2001))
- <http://library.fes.de/pdf-files/bibliothek/03178.pdf>; Stand: 01.12.2006. (Gemeinsame Erklärung der politischen Stiftungen (1998))
- <http://www.lpb.bwue.de/aktuell/manifest.htm>; Stand: 01.12.2006. („Münchner Manifest“)
- <http://www.maybritillner.de>; Stand: 03.05.2007.
- <http://maybritillner.zdf.de/ZDFde/inhalt/28/0,1872,7002620,00.html>; Stand: 05.02.2008.
- <http://www.mdr.de/dresdner-gespraech/>; Stand: 22.05.2007. (Sendung „Dresdner Gespräch“)
- <http://www.mdr.de/erfurter-gespraech/>; Stand: 22.05.2007. (Sendung „Erfurter Gespräch“)
- <http://www.mdr.de/fakt-ist>; Stand: 22.05.2007. (Sendung „Fakt ist...!“)
- <http://www.mdr.de/magdeburger-gespraech/>; Stand: 22.05.2007. (Sendung „Magdeburger Gespräch“)
- <http://www.n-tv.de/3181403.html>; Stand: 22.05.2007. (Sendung „Das Duell bei n-tv“)
- <http://www.n-tv.de/5202250.html>; Stand: 22.05.2007. (Sendung „2+4 – Der n-tv Talk“)
- <http://www.n-tv.de/busch>; Stand: 20.02.2008. (Sendung „busch@n-tv“)
- <http://www.n-tv.de/europa>; Stand: 20.02.2008. (Sendung „europa@n-tv“)
- <http://www.n-tv.de/sendungen>; Stand: 22.05.2007. (Sendung „Heiner Bremer, Unter den Linden“)
- <http://www.n-tv.de/sendungen>; Stand: 22.05.2007. (Sendung „Miriam Meckel-Standpunkte“)
- <http://www.n-tv.de/567823.html>; Stand: 20.02.2008. (Sendung „Späth am Abend“)
- <http://www.n24.de/politik/hintergrund/?a2004030114462159719>; Stand: 22.05.2007. (Sendung „Was erlauben Strunz?“)
- <http://www.n24.de/>; Stand: 22.05.2007. (Sendung „Bärbel Schäfer, Talk ohne Show“)
- <http://www.n24.de/>; Stand: 22.05.2007. (Sendung „Studio Friedmann“)
- <http://www.n24.de/>; Stand: 22.05.2007. (Sendung „Links-Rechts“)

- <http://www.phoenix.de/diskus/10656/index.html>; Stand: 22.05.2007. (Sendung „Phoenix Runde“)
- <http://www.phoenix.de/diskus/10661/index.html>; Stand: 22.05.2007. (Sendung „Im Dialog“)
- <http://www.phoenix.de/diskus/10671/index.html>; Stand: 22.05.2007. (Sendung: „Unter den Linden“)
- <http://www.phoenix.de/165500.htm>; Stand: 20.02.2008. (Sendung „Internationaler Frühschoppen“)
- <http://www.rbb-online.de/klippundklar/>; Stand: 22.05.2007. (Sendung „KLIPP und KLAR“)
- <http://www.sabine-christiansen.de/>; Stand: 03.05.2007.
- http://www.sabine-christiansen.de/c_standpunkt01.html; Stand: 08.05.2003.
- <http://www.swr.de/quergefragt/>; Stand: 22.05.2007. (Sendung „Quergefragt“)
- <http://www.wdr.de/themen/homepages/webtv.jhtml?projekt=4>; Stand: 05.11.2007.
- http://www.wdr.de/themen/politik/1/hart_aber_fair/faktencheck_070613/index.jhtml; Stand: 14.06.2007.
- <http://www.wdr.de/tv/hartaberfair05/20070613/index.phtml>; Stand: 25.07.2007.
- <http://www.wdr.de/tv/hartaberfair05/sendung.phtml>; Stand: 03.05.2007.
- <http://www.wdr.de/tv/presseclub/sendung/index.phtml>; Stand: 22.05.2007. (Sendung „Presseclub“)
- <http://www.wdr.de/tv/wdr-schulfernsehen>; Stand: 22.02.2007.
- <http://www.wissen.swr.de>; Stand: 22.02.2007.
- <http://www.zdf.de/ZDFde/download/0,1896,2000719,00.pdf>; Stand: 05.03.2007. (Richtlinien für die Sendungen des ZDF)
- <http://www.zdf.de/ZDFde/inhalt/19/0,1872,1021235,00.html>; Stand: 03.05.2007 (Sendung „Maybrit Illner“).
- http://www.zdf.de/ZDFde/inhalt/19/0,1872,1021235_archive:1,00.html; Stand: 05.11.2007.
- <http://www.zdf.de/ZDFde/inhalt/30/0,1872,1020222,00.html>; Stand: 22.05.2007. (Sendung „Was nun...?“)
- <http://www.zdf.de/ZDFforum/foren/sendungen/MaybritIllner/>; Stand: 05.02.2008.
- <http://www.zdf.de/ZDFforum/ZDFde/inhalt/10/0,1872,5241482,00/sendungen/MaybritIllner/F4252/>; Stand: 25.07.2007.

10.2 Tageszeitungsartikel

Cicero 08/2006: Ist Günther Jauch ein Zirkuspferd? Fragen an Frank Plasberg.

FAZ, 09.06.2006: Mir fehlt ein Gen für Milde. Ein Gespräch mit dem Moderator Frank Plasberg über Fairness.

Süddeutsche Zeitung, 09.08.2006: „Ungeheuer von Loch Ness“. TV-Moderator Frank Plasberg über Talk im Ersten, Starqualitäten und Faktenchecks.

10.3 Online-Artikel

Anne Will leitet künftig das Politik-Palaver: <http://www.spiegel.de/kultur/gesellschaft/0,1518,464414,00.html>; Stand: 05.02.2007.

Barzel, Rainer/Schmidt, Helmut: Miese Stimmung? Die Talkshow-Politiker sind mitschuldig. In: FAZ.net; 11.05.2005. (<http://www.faz.net/IN/INtemplates/faznet/default.asp?tpl=common/zwischeneseite.asp&dox={89C0B5A0-FD93-9187-6CBB-583204D9BDD2}&rub={FC06D389-EE76-479E-9E76-425072B196C3}>); Stand: 04.06.2007)

Berlin Mitte mit Maybrit Illner. Das Konzept der Sendung: <http://www.zdf.de/ZDFde/inhalt/3/0,1872,1021731,00.html>; Stand: 08.05.2003.

„Berlin Mitte muss man ohne Dolmetscher verstehen können“. Maybrit Illner im Interview mit ZDFonline: <http://www.zdf.de/ZDFde/inhalt/18/0,1872,2044914,00.html>; Stand: 30.06.2003.

Deutschlands wichtigste Talk-Show: http://www.sabine-christiansen.de/c_standpunkt04.html. ; Stand: 08.05.2003.

Domke, Stefan: 30 Jahre Talkshow in Deutschland. Dietmar Schönherr ist der Pionier der Quasselei. <http://www.wdr.de/themen/kultur/rundfunk/talkshowjubilaem/index.jhtml>; Stand: 18.03.2003.

Eine Frau redet Klartext: http://www.sabine-christiansen.de/c_standpunkt01.html; Stand: 08.05.2003.

„Gespräch statt Geschrei“. Bayerischer Fernsehpreis für Maybrit Illner: <http://www.zdf.de/ZDFde/inhalt/31/0,1872,2047263,00.html>; Stand: 30.06.2003.

"Gremien voller Gremlins": <http://www.spiegel.de/spiegel/0,1518,459613,00.html>; Stand: 15.02.2007.

„Man kann in der Regionalliga Bundesliga machen“. Hart aber fair für Deutschen Fernsehpreis nominiert: http://www.wdr.de/themen/kultur/rundfunk/wdr/deutscher_fernsehpreis_2003/interview_plasberg.jhtml; Stand: 01.10.2003.

Politiker im TV: Lammert fordert zwei Jahre Talkshow-Abstinenz. <http://www.zeit.de/news/artikel/2007/05/23/103708.xml>; Stand: 24.05.2007.

„Zu viel Strenge verhindert den Dialog“: http://www.sabine-christiansen.de/c_standpunkt02.html; Stand: 08.05.2003.

Zwei Jahre lang nicht plappern. Lammert schlägt Talkshow-Pause vor. http://www.tagesschau.de/aktuell/meldungen/0,1185,OID6800810_TYP6_THE_NAV_REF1_BAB,00.html; Stand: 24.05.2007.