

# Politik und Journalismus – Journalismus und Politik. Zwei die Verantwortung tragen

*Rede an der Fachhochschule Gelsenkirchen am 14. Juni 2006*

Politik und Journalismus – Journalismus und Politik. Das lernen Sie. Das lehren Sie. Zumindest viele hier im Saal. Ich will daher nicht versuchen, Ihnen zu erklären, wie sich das wirklich verhält. Ich will als aktiver Politiker etwas zu diesem Thema sagen. Wie ich das Verhältnis erlebe und reflektiere.

- als Politiker,
- als Beteiligter,
- als Betroffener.
- 

Vielleicht ist das ja interessant für Sie. Vielen Dank für Ihre Einladung.

Beide – Politik und Journalismus – sind von hervorragender Bedeutung für unsere Gesellschaft, für unsere Demokratie. Die beiden haben einen

- direkten,
- intensiven,
- sensiblen,
- verantwortungsvollen

Bezug zueinander.

In diesem Verhältnis gibt es

- kein oben und unten,
- kein wichtig und weniger wichtig,
- keinen Koch und keinen Kellner.

Beide – Politik und Journalismus – haben unterschiedliche Funktionen. Die Politik ist auf dem Platz. Der Journalismus ist auf dem Hochsitz in der Reporter-Kabine. Von beiden wird je Unterschiedliches erwartet: Von der Politik gute Entscheidungen und vom Journalismus gute Information, Aufklärung über das, was da stattfindet. Natürlich: „*Es kommt an auf'm Platz*“ (Adi Preißler). Aber auf dem Hochsitz sieht man unbestritten oft mehr als im Getümmel des Spiels. Jedenfalls: Meine Ausführungen entstammen nicht dem distanzierten Blick des Beobachters, des Analytikers. Sie sind Anmerkungen des Beteiligten und Betroffenen, des Politikers. Subjektiv.

Ich will das in acht Punkte gliedern. Ohne damit den Anspruch der Vollständigkeit zu erheben.

**(1) Politik muss in ihrer Wirkung, in ihrer Vermittlung populär sein – und das heißt auch verständlich.**

Das Populäre steht leicht im Verdacht des Unseriösen, des Populistischen. Aber darum geht es nicht. Es geht darum, Politik den Bürgerinnen und Bürgern so zu vermitteln, erlebbar zu machen, dass sie verstehbar und nachvollziehbar ist – vernünftig ist vielleicht das richtige Wort.

Nichts gegen den exakten Gesetzestext oder den langen Grundsatzartikel, die sind ganz wichtig. Aber um viele – auch die, die nicht Spezialisten sind – zu erreichen, braucht man eben die gute, zugespitzte Formulierung, auch die Schlagzeile. – Die Populärfassung.

Politik kämpft in den Medien um Aufmerksamkeit. Nachrichten, Botschaften, Schlagzeilen, Informationen gibt es ja genug.

Das Plakat der SPD muss nicht nur gegen das der CDU im Wahlkampf bestehen können und umgekehrt, sondern auch in Konkurrenz zu Joghurt- und Zigarettenwerbung, Filmstars und Babyartikeln.

Wir haben 1998 als SPD im Wahlkampf versucht, Politik ein bisschen aus der drögen Ecke herauszuholen. Dazu haben wir die Kampa gegründet. Damals war das der Versuch, mit der Alltagsroutine zu brechen. Die Wahlkämpfer aus dem Erich-Ollenhauer-Haus in ein Spezial-Camp zu bringen. Das Besondere der Situation zu betonen.

Das hat funktioniert. So gut, dass die Kampa von 1998 oft kopiert und heute fast schon Legende ist. Die Kampagne hat damals gezeigt, dass eine gute und moderne Inszenierung von Politik ihren Wert hat. Aber auch ihren Preis.

Die Inszenierung darf nicht an die Stelle der Inhalte treten, aber sie sollte die Inhalte so rüberbringen, dass sie beachtet werden.

Das Ganze braucht einen Kern, der politisch ist und den man erkennbar machen kann. 1998 gab es diesen Kern bei uns.

Und trotzdem gab es bei der Form des Wahlkampfes auch Komplikationen, die uns an den Rand des Absurden geführt haben. Locker sein, populär sein, Inszenierung ist für Politik niemals ganz ungefährlich.

Ein Beispiel war der Regieplan für den Nominierungsparteitag 1998 in Leipzig, der aus Versehen an einen Journalisten gegeben wurde. Es war klar, was passieren würde und wir haben den Plan dann sofort offensiv verteilen lassen. Unter anderem gab es dort die Anweisung:

*„10.15 Uhr Oskar Lafontaine und Gerhard Schröder gehen vor das Rednerpult und winken bis zum Ende der Musik.“*

Solche Sachen bespricht man intern, weil es im Wahlkampf auch um Bilder geht. Das gehört dazu. Aber man macht das nicht öffentlich. Nun war es aber passiert.

Wir wollten 1998 eine bestimmte Botschaft transportieren: Dass da eine geschlossene und siegeswillige Partei ist mit einem Kandidaten, der für den Aufbruch und für das Moderne steht, ohne die Gerechtigkeit zu vergessen – Innovation und Gerechtigkeit.

Deshalb war Leipzig auch kein dröger Parteitag mit 72 Stunden Antragsberatung, sondern eine knappe, bunte Sache. Das hat signalisiert: Da passiert was. Die machen das anders als üblich.

Aber am Tag danach haben uns viele Kommentatoren Amerikanisierung vorgehalten, Abschied von der Politik und zu viel Show. Und wir hatten ihnen mit dem Regieplan den Schlüssel dafür in die Hand gegeben.

Manche haben sogar gerätselt, ob wir das absichtlich gemacht haben, weil wir zeigen wollten, wie professionell wir vorbereiten können. Da kam man dann schon ins Schmunzeln, was da alles hinein interpretiert wurde.

So etwas passiert: Simple Handeln wird von Beobachtern zur Strategie erklärt. Dann ist man plötzlich Strategie – aus Versehen.

Generell sind solche eingehenden Analysen und Bewertungen von Ereignissen durch Journalisten wichtig. Sie helfen verstehen.

Sie finden sich vorzugsweise in Zeitungen und Zeitschriften. Beim Schreiben hat man meistens mehr Zeit, Distanz zwischen sich und das Ereignis zu bringen. Das hilft bei der Reflexion und beim Hinterfragen von dem, was passiert ist.

Das ist eine der großen Stärken des Journalismus. Nicht nur sagen, was ist. Das zuerst. Aber auch fragen: Warum ist das so und was wird damit bezweckt? Welche weiteren Zusammenhänge über das konkrete Ereignis hinaus gibt es?

Darauf plausibel zu antworten, –das macht guten Journalismus aus. Da bleibt er unabhängig und lässt sich nicht in die Regie der Politik einbeziehen.

Das ist richtig so. Das gehört zur Verantwortung des Journalismus dazu.

Zur Verantwortung der Politik gehören Verständlichkeit und Zuspitzung. Wer die Orientierung auf die Öffentlichkeit – und also auf die Medien – leugnet, der redet einer elitären und keiner demokratischen Politik das Wort.

## **(2) Politik muss selbst Themen setzen dürfen und können.**

Politik darf sich nicht das Heft des Handelns aus der Hand nehmen lassen.

Unsere Zeitpläne müssen politisch sein und dürfen nicht allein der Umschlaggeschwindigkeit der Medien folgen.

Gerade angesichts hohen Nachrichtendrucks ist es wichtig, dass man politische Entscheidungen auch vorbereiten kann, ohne dass alles gleich in den Medien steht.

In der Hauptstadt hat sich zwischen Politikern und Journalisten ein eigener Kodex etabliert. Wir sagen uns vorher, ob wir „unter eins“, „unter zwei“ oder „unter drei“ miteinander reden.

„Unter eins“ heißt, dass die Journalisten alles unter Namensnennung zitieren können.

„Unter zwei“ heißt, dass die Journalisten zwar die Informationen verwenden können, aber die Quelle nicht direkt nennen dürfen. Das sind dann die berühmten „gewöhnlich gut unterrichteten Kreise“.

Und „unter drei“ heißt, dass das Gespräch für den Hinterkopf ist, aber nicht berichtet wird.

So lange das funktioniert, kann man Journalistinnen und Journalisten auch mal eine heikle Information sagen, um etwas besser erklären zu können. Ich muss gestehen: Ich glaube nicht an

„drei“.

Das führt in der Praxis dazu, dass ich die Karten manchmal eng an der Brust führe. Enger als das Journalisten, manchen in der eigenen Partei oder im Umfeld oder auch einem selbst sympathisch ist. So eine Situation war die Zeit vor dem 22. Mai 2005, als Gerhard Schröder und ich miteinander über die Möglichkeit von Neuwahlen gesprochen haben. Wir wussten, dass es knapp werden könnte am 22. Mai 2005 bei den Wahlen in Nordrhein-Westfalen. Der Druck bei einer Niederlage der SPD dort auf die Bundespolitik würde groß werden. Das war uns bewusst. Für diese Situation muss man auch vorher schon Optionen diskutieren.

Das ging aber – meinten wir – nicht in den großen Gremien vor der Wahl. Wenn wir vor den Wahlen im Parteivorstand oder auch nur im Präsidium über die Frage „Was ist, wenn...“ gesprochen hätten, dann wäre das fatal gewesen. Dann wären die Schlagzeilen da gewesen: ‚SPD gibt NRW verloren‘; ‚Partei denkt über Neuwahlen nach‘. Gut informierte Kreise berichten... So etwas bekommt in Berlin ganz schnell Beine und dann kommt eins zum anderen.

Das hielten wir politisch für unverantwortlich. Deswegen haben wir das unter vier Augen besprochen. Wenn das in Nordrhein-Westfalen noch einmal gut gegangen wäre, dann hätten wir über die ganze Sache kein Wort verloren. Als sich dann aber am Sonntag abzeichnete, dass und wie sehr wir hinten lagen, da haben wir den engsten Kreis eingeweiht. Mehr nicht.

Wir brauchten das Überraschungsmoment dabei. Nur so konnte das ein Befreiungsschlag werden. Und das kam dann für alle ganz überraschend. Auch für die, die sonst immer alles schon zu wissen glauben. Und das hat uns den Schwung und die Kraft gegeben, uns wieder nach vorn und letztlich in die Regierung zu kämpfen.

In solchen Situationen geht man als Politiker volles Risiko. Man weiß auch ziemlich genau, was man sich und anderen da an Verantwortung auflädt. Man schläft dann vorher nicht gut. Aber das muss man manchmal ertragen können.

### **(3) Politik muss sich nicht alles gefallen lassen.**

Journalismus kann große Macht entwickeln und Politik unter Druck setzen. Das ist in der Sache richtig und soll auch so sein. Aber Journalismus muss sich auch selbst Rechenschaft ablegen darüber, was er tut. Selbstgerechtigkeit steht auch ihm schlecht zu Gesicht,

Die Macht der Öffentlichkeit kann zerstörerisch sein. Und das nicht nur bei den Paparazzi, die in solchen Fällen gerne als Beispiele genannt werden.

Gezielte Vorwürfe durch Journalisten können in der Politik nicht nur Karrieren zerstören, sondern Vertrauen insgesamt. Wenn die Vorwürfe berechtigt und gravierend sind, dann ist das in Ordnung. Aber wenn sie haltlos oder gar gezielt falsch sind, dann darf das nicht sein. Es kann nicht sein, dass Menschen in den Schmutz gezogen werden, weil das die Auflage erhöht oder weil es politisch opportun scheint.

Ich habe deswegen 2002 im Wahlkampf gegen die Bildzeitung geklagt, weil die damals – fand ich – unsauber gespielt hat.

Es ging um die so genannte „Miles and More“-Affäre. Da ist aufgedeckt worden, dass Politiker dienstliche Bonusmeilen privat verflogen haben.

Das war zu beanstanden und deswegen sind manche auch von ihren damaligen Ämtern und Mandaten zurückgetreten. Viele andere waren unter Druck.

In diesen Fällen war Empörung berechtigt. Aber die Art und Weise, in der diese Enthüllungen stattfanden, war nicht in Ordnung.

Da sind Abgeordnete anscheinend oder scheinbar über Monate hinweg regelrecht ausgespäht worden, da ist der Datenschutz verletzt worden und da hat die Bild-Zeitung zum Schluss gesagt: Wir haben hier die Liste mit denjenigen, die Bonusmeilen genutzt haben. Aber wir veröffentlichen sie so, wie wir das für richtig halten. Und dann haben sie häppchenweise Namen präsentiert. Mitten im Wahlkampf. Interessanterweise so, dass es vorwiegend rot-grüne Politiker getroffen hat. Dahinter durfte man Absichten vermuten.

Ich bin bis heute der festen Meinung, dass so etwas nicht angehen kann. Ich habe deshalb – als nicht persönlich betroffener Abgeordneter – damals Klage gegen die „Bild“ eingereicht, weil ich herausfinden wollte, ob der Datenschutz auch für Abgeordnete gilt.

Ich wusste, dass ein heikles Spannungsfeld zwischen Pressefreiheit und Persönlichkeits- oder Datenschutz berührt sein würde. Aber auf einen groben Klotz gehört manchmal auch ein grober Keil, – dachte ich.

Der vereinigte Journalismus dachte anders und attackierte mich. Von allen Seiten. Das hat mich beeindruckt, aber nicht überzeugt. Fair war das nicht.

Ich habe meine Anzeige dann zurückgezogen und gesagt, wir fechten das politisch aus. Meine Vergeltung war die höchstmögliche. Wir haben daue Bundestagswahl gewonnen. Das hat mich getröstet.

#### **(4) Politik darf nicht aktiv lügen.**

Man macht auch Fehler. Es gibt in der Politik Menschen, die sagen zehnmal so viel, wie sie wissen. Und es gibt solche, die nur ein Zehntel von dem sagen, was sie wissen. Ich habe immer zur letzten Gruppe gehören wollen und glaube, dass mir das auch geholfen hat und oft gelungen ist. Aber bisweilen kommt man auch in brenzlige Situationen, wenn es darum geht, was man wann sagen kann.

Das habe ich im Wahlkampf 1998 als SPD-Bundesgeschäftsführer selbst erlebt. Damals haben wir der Presse wochenlang gesagt, wir entscheiden am 16. März darüber wer Kanzlerkandidat wird. Damals hatten wir ja die berühmte K-Frage im Nacken.

16. März – das war zwei Wochen nach den Landtagswahlen in Niedersachsen, bei denen Gerhard Schröder angetreten ist. Die Journalisten haben uns nie wirklich geglaubt, dass wir nach den Wahlen noch zwei Wochen warten würden, bis wir uns entscheiden. Aber so war der Fahrplan, den wir nach draußen hartnäckig kommuniziert haben.

Uns war dann irgendwann klar, dass die zwei Wochen nach den Wahlen schwer durchzuhalten sein würden. Die Landtagswahlen am 1. März waren ja in den Augen vieler Menschen, nicht nur der Journalisten, ein Plebiszit über die Kandidatur für die Bundestagswahl.

Also haben wir intern vereinbart, bereits für Montag, den 2. März, einen Tag nach den Wahlen, den Parteivorstand zu einer Sondersitzung einzuberufen, und die Kandidatenfrage zu entscheiden. Nach

außen sind wir allerdings bei der ursprünglichen Zeitplanung geblieben.

Einige Journalisten haben trotzdem geschrieben, dass wir bereits am 2. März entscheiden würden. Unter anderem war da die WAZ hier aus Essen mit dabei.

Ich habe das hart dementiert, habe eine Pressemitteilung geschrieben, in der ich das Ganze „frei erfunden“ genannt habe, weil wir die Termindiskussion vor der Wahl einfach nicht haben wollten.

Ich habe das bis zum 25. Februar 1998, das war der Mittwoch vor der Wahl, durchgehalten. Mittags habe ich den Journalisten noch wie immer erzählt, dass wir uns am 16. März entscheiden würden. Abends habe ich dann wieder eine Pressemitteilung geschrieben, dass wir gerade den Parteivorstand für den 2. März eingeladen haben und dass in dieser Sitzung am 2. März die Kanzlerkandidatur auf der Tagesordnung steht.

Da waren viele Journalistinnen und Journalisten richtig sauer, haben sich belogen gefühlt. Von der Bundespressekonferenz habe ich einen Brief bekommen, in dem ich zu einem fairen Umgang aufgefordert wurde.

Und ich will hier auch gar nicht so tun, als ob das damals alles nur fair und transparent zugegangen ist. Aber auch das gehört manchmal zur Verantwortung als Politiker dazu: Dass man im Dienst der Sache seinen Kopf hinhält. Meine Rolle war damals die des Pfadfinders, der die Spuren ein bisschen verwischen musste in der Sache. – So habe ich das erklärt. Meine stärkste Situation war das aber nicht – ich weiß.

Die Entscheidung – übrigens – fiel schon am 1. März, Wahltag, wenige Minuten nach 18 Uhr. Jeder hätte das voraussagen können.

### **(5) Politik muss die Motive der Medien begreifen. Manchmal wollen sie auch selbst gestalten und haben eigene Markt- oder Machtinteressen.**

Zwischen Politik und Journalismus gibt es ein ständiges Wechselspiel von Nähe und Distanz.

Aus den Beispielen, die ich bisher geschildert habe, wird deutlich, dass ich nichts davon halte, dass Politiker versuchen, sich an die Medien ranzuschmeißen. Ich bin nicht der Kumpel von Journalisten. Umgekehrt gilt das Gleiche.

Man muss gut miteinander umgehen, auch fair, auch vertrauensvoll, wenn möglich. Aber unter dem Strich verfolgen Politik und Journalismus unterschiedliche Interessen.

Klar ist: Politik und Journalismus stehen in einem Tauschverhältnis:

Die Politik hat interessante Geschichten und Information. Der Journalismus organisiert Aufmerksamkeit.

Jeder will das jeweils andere auch haben – auf der Basis kommt man ins Geschäft. Wenn es gut geht. Daraus entwickelt Journalismus auch eigene Macht.

Journalistinnen und Journalisten machen ihren Job ja nicht nur, weil sie gute Menschen sind, sondern auch weil sie etwas bewegen wollen. Vor allem Käufer – deshalb: Markt- und Machtinteressen. Die Eigentümer wollen Gewinn sehen.

Manche wollen auch aktiv den Kurs mitbestimmen. Nicht auf dem Spielfeld, sondern bequem von der Tribüne aus, ohne eigene Verantwortung übernehmen zu wollen. Das ist eine Minderheit, aber es gibt sie. Sie sucht die Nähe zur Politik und vergisst dabei oft die nötige Distanz, die guter Journalismus braucht.

Ein Beispiel ist, wenn mit Nachrichten Politik gemacht wird. Wenn durch Auslassungen oder Überzeichnungen im scheinbar objektiven Bericht die Zuschauer und Leserinnen beeinflusst werden sollen. Wenn Stimmungen geschürt werden.

Das ist nicht in Ordnung. Journalismus richtet sich – dabei bleibe ich – nach der Wahrheit aus. Und daran muss er sich messen.

Aber leider ist das mit der Wahrheit so eine Sache. Einiges erscheint ja auch dadurch wahr, dass es oft berichtet wird. Darauf spekulieren einige.

Am schlimmsten ist das, was man heute Kampagnenjournalismus nennt. Da wird Journalismus ganz ersetzt durch Politik. Wichtig ist dabei nicht die Information oder die Aufklärung, sondern es geht nur noch um viele Ausrufezeichen und noch mehr Empörung nach dem Muster: „Die müssen weg!“, „Die können es nicht!“ oder so ähnlich. Zurzeit heißt das Thema „Mehrwertsteuer – nein!“ Solche Kampagnen werden eher häufiger als seltener. Ich hoffe, dass sich das wieder legt. Denn damit schadet Journalismus nur sich selbst, weil er seine Unabhängigkeit verliert.

#### **(6) Politik agiert im Wechselspiel mit Medien.**

Ob und wie Politik wahrgenommen wird, hängt erheblich davon ab, wie Medien mit ihr umgehen. Nicht immer sind es Machtinteressen der Medien, die da negativ durchschlagen. Oft sind es auch bloß ‚normale‘ Medienlogik oder Journalistendenke selbst, die zu Verformungen und zu Instrumentalisierungen führen, die problematisch sind. Politik muss verstehen, was da passiert, um angemessen reagieren zu können.

Politik muss berücksichtigen, welche Vermittlungsbedingungen die Medien haben. Stichwort Nachrichtenfaktoren. Wann setzt man ein Thema? Wie geht die Debatte weiter? Journalismus war und ist der Filter, durch den wir mit unseren Botschaften im Regelfall hindurch mussten und müssen.

Aber egal, wie gut sich die Politik darauf einstellt: Nichts ist so alt wie die Zeitung von gestern heißt es. Um die Zeitung von morgen voll zu bekommen, wird da manchmal über Dinge berichtet, die so gar nicht statt gefunden hätten – oder die nie passiert wären, wenn nicht ein Journalist nachgefragt hätte, die Nachricht überhaupt erst gemacht hätte.

Es geschieht, dass nach einer Aussage eines provozierenden Politikers alle abtelefoniert werden, von denen man weiß, dass sie widersprechen könnten. Manche fallen darauf rein.

So kann man die Geschichte eine Runde „weiterdrehen“, wie es im Fachjargon heißt. Der Wahrheitsfindung ist damit natürlich wenig gedient. Neue Erkenntnisse gibt es meistens auch nicht. Man kennt die Argumente und oft werden sie durch hektische Wiederholung nicht besser. Eine Diskussion zu einem Punkt erscheint dann manchmal wie eine Endlosschleife in den Medien und bekommt ein Gewicht in der Berichterstattung, das sie im Leben gar nicht hat.

Außerdem scheint Politik dann im Streit und in persönlichen Auseinandersetzungen zu enden. Die

Psychologisierung und Gruppendynamisierung der Politikerinnen und Politiker breitet sich aus.

Manchmal wünscht man sich dann, dass Journalismus konstruktiver die Argumente wägen würde, die in der Debatte sind, statt nur Statements aufzureihen und den intensiv selbst unterstützten Streit zu beklagen.

Und man wünscht sich, dass nicht so viele Politikerinnen und Politiker bei diesen Spielen mitmachen. Klappe halten kann eine Tugend sein.

Denn zum Instrumentalisieren gehören immer zwei: Derjenige, der ein Instrument braucht, und derjenige, der sich als Instrument zur Verfügung stellt.

Auch bei der Rente mit 67 war das Anfang des Jahres so.

Dabei steht das im Koalitionsvertrag, dass wir das machen. Parteitage haben das beschlossen. Im November 2005. Und ich habe bereits vor der Bundespressekonferenz gesagt, dass wir das wohl etwas schneller machen werden. Aber erst nach einem Interview zehn Tage später ging die aufgeregte Debatte los, so als ob da was völlig Neues erfunden worden wäre.

Da haben einige mit viel Anstrengung viel Luft reingeblasen.

Daraus kann man lernen:

### **(7) Die politische Botschaft hängt oft ab von der Zufälligkeit und der Unwägbarkeit der Medienlandschaft.**

Wie Statements medienreif werden – und ob sie den Sprung schaffen in die Schlagzeilen schaffen –, ist schwer zu planen. Manches muss man immer wieder wiederholen, bis es – vielleicht – durchdringt. Anderes explodiert schon, ohne dass es wirklich gesagt wurde.

Mir ist das im März 2005 so gegangen, als ich in einer Rede die Sorge formuliert habe, dass der globalisierte Kapitalismus Grundlagen unserer Demokratie bedroht. Ich hatte bereits im Dezember 2004 weit schärfere Worte gewählt, aber damals hatte scheinbar niemand richtig zugehört. Oder es vielleicht auch nicht so falsch gefunden. – Ich weiß es nicht.

Jedenfalls ist im März 2005 eine Debatte losgegangen, die fulminant war. Ich fand das Thema richtig und den Zeitpunkt auch. Aber die Heftigkeit hat mich selber überrascht.

Aufgehängt wurde die Debatte an dem Begriff „Heuschrecken“. Nur: In meiner Rede tauchte der Begriff gar nicht auf, sondern erst zwei Wochen später in einem Interview – und vier Monate vorher in einer anderen Rede. Noch heute sind Journalisten überrascht, wenn ich ihnen das sage.

Solche Debatten kommen und gehen auch wieder. Politik bleibt mit der Aufgabe, Lösungen zu formulieren zurück.

Die Herausforderungen des globalen Kapitalismus zum Beispiel sind nicht kleiner geworden. Heuschrecken gibt es. Doch wenn wir heute nach Lösungen suchen, dann ist das weniger spannend. Menschen beim Bohren dicker Bretter zuzusehen, ist nicht wirklich unterhaltsam.

Der Politik fehlt in der Öffentlichkeit oft der lange Atem, eine Diskussion auch wirklich bis zum

Ende zu führen. Zu hoch ist die Umschlaggeschwindigkeit der Nachrichten, zu hektisch die Hatz nach dem Immerneuen, zu verbissen der Kampf darum, etwas zu berichten, bevor es überhaupt passiert ist.

Hier täte Entschleunigung gut. Keine Langeweile, das meine ich nicht. Man kann auch eine komplizierte Geschichte ausführlich und spannend erzählen. Sich diese Zeit zu nehmen gehört auch zu einem verantwortlichen Journalismus dazu. Redaktionen sollten diese Möglichkeiten auch geben.

Für die Politik heißt das: Trotz aller Drängelei sagen: Das weiß ich noch nicht, ich muss mal nachdenken. In einigen Wochen oder Monaten gebe ich Ihnen eine Antwort.

Im November 2005 hat die Koalition angekündigt, dass sie im Sommer 2006 die Eckpunkte zur Gesundheitsreform beschließt und im Herbst zum Niedriglohnbereich. Trotzdem wird uns seit Monaten vorgeworfen, wir würden die beiden Probleme verschleppen.

Ich reklamiere mein Recht auf Zeit zur Entscheidungsfindung. Ich beanspruche nicht, Vordenker zu sein. Aber ich will wenigstens Zeit haben zum Nachdenken.

### **(8) Politik darf und muss nicht nur auf Medien setzen.**

Wenn Journalismus Zeit und Möglichkeit nicht bietet, dann muss Politik sich andere Wege suchen. Im letzten Wahlkampf auf Bundesebene war die SPD in der Situation, dass wir einen bestimmten Teil der Medien – den größten – gegen uns hatten. Und zwar ohne jede Chance, daran noch etwas zu ändern. Politische Debatte war nicht möglich.

Umfragekünstler spielten dabei eine große Rolle. Wir wurden bei 24% abgeschrieben, die Konkurrenz bei plus 50% bejubelt.

Da haben sich die Medien gar nicht mehr ernsthaft mit der Option befasst, dass die SPD nach der Bundestagswahl noch an der Regierung sein könnte. Die haben Umfragen wie Wahlergebnisse behandelt. Und das galt nicht nur für den Boulevard.

Man muss nur an die Titelbilder jeden Montag zurückdenken: „Abschied von Rot-Grün“, „Schröders letzte Karte“ und so weiter.

Die Verunsicherung in der Partei ist unter so einem Trommelfeuer natürlich riesig gewesen. Aber wir haben da wieder Grund und Boden reinbekommen.

Wir haben 2005 die Konsequenz gezogen – damit schließt sich der Kreis ein bisschen zu 1998: Wir haben eingesehen, dass wir im Sommer 2005 in den Leitmedien kaum durchdringen würden. Also haben wir die Menschen direkt angesprochen.

Da wo wir 1998 gesagt haben, wir gehen bewusst in die Medien, wir suchen bewusst die moderne Ansprache, da haben wir 2005 gesagt: Wir machen jetzt keine Inszenierung, sondern wir setzen die 600.000 Mitglieder der Partei in Bewegung, wir versuchen ins Gespräch zu kommen, wir überzeugen die Menschen direkt. Nicht in erster Linie mit Bildern, sondern mit Kampf und Schweiß, mit Text, mit Argumenten, mit Leidenschaft und Verantwortung.

Wir haben uns in die Regierung gekämpft, und beinahe hätten wir am Ende sogar noch vorne gelegen. Ein Swing von gerade mal 0,5% stand dagegen.

Der Vergleich zwischen 1998 und 2005 zeigt: Die eine Strategie gibt es nicht, mit der man erfolgreich ist. Für die Politik sage ich: Jeder Wahlkampf ist ein Unikat. Oder mit Willy Brandt: Jede Zeit braucht ihre eigenen Antworten.

Meiner Ansicht nach tragen Politik und Journalismus Verantwortung für das Gemeinwohl. Jeder auf seine Weise: Die Politik, indem sie gestaltet und sich bemüht, ihre Motive und Argumente darzulegen. Und der Journalismus, indem er begleitet, berichtet und kritisiert. Beide sind in der Pflicht, der Gesellschaft auch Dinge zu sagen oder zu zeigen, die nicht gehört oder gesehen werden wollen.

Die Verantwortung von Politik und Journalismus ist es auch, unbequem zu sein, damit die Dinge vorankommen. Dabei können beide helfen. Aber nur, wenn sie sich nicht miteinander gemein machen.