
Hambacher Thesen 2017: Medien und Politik in Zeiten des Wahlkampfes

Bei den Südwestdeutschen Medientagen treffen sich auf Einladung der Evangelischen Akademie der Pfalz, des Südwestrundfunks, des Saarländischen Rundfunks und des Frank-Loeb-Instituts an der Universität Koblenz-Landau Sozialwissenschaftlerinnen und Sozialwissenschaftler, Kommunikationswissenschaftler, Theologen, Journalisten, Medienpolitiker und engagierte Bürger zum Gespräch über medienethische und medienpolitische Orientierungsfragen. Die „Hambacher Thesen“ bündeln die Diskussion. Sie bieten eine kritische Standortbestimmung des Medienbetriebs und verstehen sich als Anregung des medienpolitischen und medienethischen Diskurses.

1. Der Bundestagswahlkampf läuft nur schleppend an. Kontroverse Themen werden mit großer Vorsicht thematisiert. Grundsätzliche Orientierungsfragen – etwa im Blick auf Gerechtigkeit, Friedenssicherung, die Gestaltung der Globalisierung oder das stagnierende europäische Projekt – spielen kaum eine Rolle. Der Eindruck von Erwartungsarmut verdichtet sich. Die Prognose: „Wahlkampf? Wie langweilig!“ (Bettina Gaus), bestätigt sich. Für die politische Meinungsbildung und Legitimation sind sachorientierte, kontroverse Wahlkämpfe unverzichtbar. Sie sind eine „Dienstleistung an der Demokratie“ (Kajo Wasserhövel).
2. Aktuelle Wahlkämpfe sind geprägt von einem „Strukturwandel der politischen Kommunikation“ (Gerhard Vowe). Durch die Digitalisierung und das Auftreten neuer, auch nicht-professioneller Akteure wird die Medienlandschaft vielfältiger. Online kann jeder Rezipient zum Sender werden. Die Interaktion von Mensch und Maschine erzeugt hybride Formen der Wahlkampfkommunikation. Tempo und Reichweite steigen. Die mathematische Messbarkeit nimmt ebenso zu wie die Unberechenbarkeit. Die Unübersichtlichkeit verstärkt die Unsicherheit von Wahlkämpfern – und erhöht die Erfolgsaussichten brachialer, moralisch enthemmter Strategien nach dem Vorbild des US-Präsidentenwahlkampfes.
3. Das Internet bietet unerschöpfliche Möglichkeiten zur Informationsbeschaffung und -verbreitung. Nachrichtenquellen sind global zugänglich. Die Zahl der Anbieter explodiert. Politiker wählen den Weg der direkten Kommunikation mit dem Wähler über Facebook, Twitter und andere soziale Netzwerke. Den klassischen Medien fällt es unter diesen Bedingungen schwer, politische Themen sorgfältig auszuwählen, zu strukturieren, professionell aufzuarbeiten und wirksam zu platzieren – und damit eine Grundlage für die kritische Meinungsbildung zu schaffen. Sie verlieren ihre Funktion als exklusive „Torwächter“.
4. Bei der Bewertung der Veränderungsprozesse besteht keine Einigkeit. Über Fake News, Filterblasen, Echokammern, Algorithmen, Social Bots, Hate Speech, Shitstorms, Hackerangriffe und Cyberattacken wird in der Öffentlichkeit aufgeregt diskutiert. Strittig ist, wie gravierend und „neu“ solche Phänomene sind. Aus einer entspannten Perspektive entsprechen Fake News der „Zeitungssente“ (Gerhard Vowe) – und Filter Bubbles sind „digitale Stammtische“ (Bettina Gaus).

-
5. Unstrittig ist, dass die Veränderungsprozesse alle Beteiligten vor beträchtliche Herausforderungen stellen. Erforderlich sind „koevolutionäre Lernprozesse“ (Ulrich Sarcinelli). Auch unter den Bedingungen von Unübersichtlichkeit, Beschleunigung und digitaler Ablenkung ist nachdrücklich an bewährte handwerklich-journalistische Kompetenzen zu erinnern: sachgemäße Themenauswahl, solide Recherche, Berücksichtigung unterschiedlicher Perspektiven, Benennung von Widersprüchen und Interessengegensätzen. Nur so können Medien Interesse an politischen Fragen wecken und den öffentlichen Diskurs stimulieren.
 6. Unter den Bedingungen digitaler Konkurrenz ist die Bezahlbarkeit von Qualitätsjournalismus zum Problem geworden. Ein Desiderat sind tragfähige Finanzierungsmodelle. Die Weiterentwicklung hochwertiger, auch digitaler Angebote liegt in der Verantwortung privater und öffentlicher Medienhäuser. In diesen Zusammenhang gehört auch die Debatte um die Rundfunkbeiträge und über den Auftrag des öffentlich-rechtlichen Rundfunks. Plausibel ist ein gebührenfinanzierter Rundfunk nur dann, wenn Zuschauer, Hörer und User als Bürgerinnen und Bürger ernst genommen werden – und nicht nur als Konsumenten. Dafür tragen neben den Intendanten die Rundfunkräte entscheidende Verantwortung.
 7. Auf der Nutzerseite entspricht dem eine differenzierte Urteilsfähigkeit, die zwischen seriösen und unseriösen Anbietern zu unterscheiden weiß. Hier besteht eine individuelle Verantwortung – aber auch ein zunehmend wichtiges Aufgabenfeld kritischer Medien-erziehung und politischer Bildungsarbeit.
 8. Wahlkämpfe verändern sich durch den Aufschwung rechtsorientierter, populistischer Kräfte, die den Umgang mit den sozialen Medien und Mechanismen meist souverän beherrschen. Sie passen sich geschmeidig verschiedenen Kommunikationszusammenhängen an, argumentieren mitunter konziliant, öfter aber gezielt provokativ. Unter Beschuss geraten nicht nur das politische „Establishment“ und das System der repräsentativen Demokratie, sondern auch die Medien. Der Erfolg rechter Bewegungen lässt auf die Vernachlässigung bestimmter Milieus schließen, auch auf Legitimationslücken – und auf emotionale politische Entfremdung, der „mit Faktenchecks alleine nicht beizukommen“ ist (Ulrich Sarcinelli).
 9. Die Veränderungen der politischen Kommunikation bedürfen der Verständigung darüber, was sein soll. Wie lässt sich menschenfreundlicher, demokratieaffiner Journalismus unter den Bedingungen des digitalen Wandels gestalten? Zu bedenken sind Kategorien wie Wahrheit, Würde, Nichtdiskriminierung und Respekt. Gefragt sind „demokratische Tugenden“ (Irmgard Schwaetzer). Medienethik bedarf der Aufwertung: in den Schulen, in der politischen Bildung, in der Journalistenausbildung, in den Redaktionen und an den Hochschulen.
 10. Bildungsträger experimentieren mit neuen Schulungs- und Bildungsangeboten und versuchen, Kompetenzen für eine zeitgemäße Medienbildung zu vermitteln. Die Entwicklung überzeugender Konzepte zur Gestaltung demokratiefreundlicher Bildungsprozesse im digitalen Raum bedarf jedoch dringend weiterer Anstrengungen.
 11. Besondere Berücksichtigung erfordern die wechselseitigen Abhängigkeitsverhältnisse zwischen Journalisten und Politikern. Der Handel „Öffentlichkeit gegen exklusive Information“ führt zu „symbiotischen“ Verhältnissen (Thomas Leif), wenn die beiden Seiten nicht in der Lage sind, Distanz zu wahren. Angesichts einer verbreiteten Elitenkritik gewinnt diese

Problematik an Relevanz. Durch die zunehmend selbstgesteuerte Kommunikation von Politikerinnen und Politikern in den sozialen Netzwerken wird die Abhängigkeit von Journalistinnen und Journalisten eher größer werden.

12. Die neue Unübersichtlichkeit der digital veränderten Wirklichkeit führt dazu, dass Politiker in Wahlkämpfen nur noch äußerst kontrolliert kommunizieren. Wegen der „Hyperreaktivität“ der medialen Systeme (Uwe Röbel) und aus Angst vor Themen mit „Verhetzungspotential“ (Thomas Leif) werden profilierte Äußerungen vermieden, deren Wirkung irgendwie unkalkulierbar erscheint. Kalmierte Wahlkämpfe“ (Kajo Wasserhövel) schaden jedoch der demokratischen Meinungsbildung und der politischen Legitimation genauso wie überhitzte, beleidigende und wahrheitswidrige Auseinandersetzungen.

Dr. Christoph Picker (Evangelische Akademie der Pfalz)

Prof. Dr. Ulrich Sarcinelli (Universität Koblenz-Landau)

Thomas Bimesdörfer (Saarländischer Rundfunk)

Karsten Evers (Südwestrundfunk)

Dr. Timo Werner (Frank-Loeb-Institut an der Universität Koblenz-Landau)

Die Südwestdeutschen Medientage 2017 standen unter Titel „Medien und Politik in Zeiten des Wahlkampfes“. Sie fanden am 8. und 9. Juni auf dem Hambacher Schloss und in Neustadt an der Weinstraße statt. Das Tagungsprogramm und weitere Materialien sind zugänglich auf der Homepage der Evangelischen Akademie der Pfalz unter www.eapfalz.de. Ein Teil der Beiträge wird veröffentlicht in der Reihe „epd Dokumentation“.