

## **Interview Wolfgang Blau, Condé Nast International Aufzeichnung 08.11.17, Sendedatum 25.11.17 Die Fragen stellte Vera Linß.**

**Vera Linß:** *Wenn es um Innovationen geht, reden wir viel über Technologie. Reicht dieser Blick auf Technologie aus?*

**Wolfgang Blau:** Ich habe jetzt bei vielen Journalismus-Konferenzen der letzten Jahre und auch bei Verleger-Konferenzen beobachtet, dass die Verleger sehr viel über neue Geschäftsmodelle sprechen. Das ist ja auch wichtig. Über Politik, über Gesetze, über Urheberrecht, über all diese Dinge. Und auf den von Journalisten veranstalteten Konferenzen geht es um neue Ausdrucksformen, um Video, um neue Werkzeuge um Virtual Reality, Augmented Reality, Chatbots – alles sehr wichtig. Aber auf beiden Konferenzen wird eigentlich sehr selten über die gesellschaftliche Rolle und Aufgabe des Journalismus gesprochen. Und wenn man das dann anspricht, dann wird einem schnell geantwortet: „Aber das ist doch klar. Das müssen wir doch nicht diskutieren und vor allem jetzt in den Zeiten von Trump oder UKIP oder Brexit oder einem Erstarren der AfD, ist das doch eh klar, was unsere Aufgabe ist.“

Das stimmt einerseits, aber andererseits haben wir es ja mit einer neuen Art politischer Akteure zu tun wie beispielsweise Trump, dem ja gar nicht an einer journalistischen Auseinandersetzung gelegen ist. Er benutzt ja die Medien nicht, um seine Ansichten und seine Agenda vorzutragen und neue Wähler zu gewinnen oder das Gegenüber, die Gegenüber-Seite zu überzeugen. Wenn er überhaupt Interviews gibt, gibt er sie, um die Medien vorzuführen, um sie als Plattform zu missbrauchen und um seine eigene Basis zu energetisieren. Dass also das Wertesystem auseinanderdriftet und auch eine Entsolidarisierung und Entkoppelung von Regionen, Gesellschaftsschichten oder auch ganzen Ländern stattfindet, wie im Falle Brexit. Und da, glaube ich, stellt sich schon die Frage für den Journalismus: Hat der Journalismus – und das ist eine Frage, das ist keine Aussage, aber die Frage ist: Hat der Journalismus auch die Aufgabe, gesellschaftlichen Zusammenhalt herzustellen?

### **Was verloren zu gehen droht, ist die Idee verbindender Werte**

Das ist natürlich eine sehr aufgeladene Frage, weil ihm Extrem, in der extremen Ausprägung der Betonung gesellschaftlichen Zusammenhalts, hat man ja durchaus den Faschismus. Selbst das Wort Faschismus, faschio, das Bündel, geht ja zurück auf diese Idee, dass das in Einheit zusammengeschweißten Volkes etwas dem Journalisten gegenüber und alle Demokraten gegenüber sehr skeptisch sein sollten. Aber was uns jetzt ja gerade verloren zu gehen droht oder schon verloren gegangen ist in einzelnen Ländern, ist diese Idee verbindender Werte. Und gesellschaftlicher Zusammenhalt entsteht ja primär durch eine gemeinsame Bewertung der Vergangenheit – sehr wichtiges Thema beispielsweise in Deutschland – oder auch sehr diese Idee des Zusammenhalts über gemeinsame Zukunftsentwürfe oder gemeinsame Versprechen. Ich glaube schon, dass der Journalismus primär die Aufgabe hat die Welt so zu beschreiben, wie sie ist. Das Berichten. Und dann auch Missstände zu beschreiben oder eine Welt zu beschreiben, wie sie nicht sein sollte, drohende Missstände oder bereits bestehende Missstände. Aber in Zeiten wie diesen jetzt, glaube ich, wird es auch wichtiger zu beschreiben, wie die Welt sein könnte. Zukunftsentwürfe zu diskutieren am Beispiel Europas, Foren herzustellen für diese dringende Debatte in Europa, welches Europa wir eigentlich haben wollen. Also nicht PR für die EU zu machen, sondern überhaupt erst einmal die Frage zu stellen und

ernst zu nehmen und wichtig zu nehmen. Und ich finde, das geschieht zu wenig in Deutschland. Und das sage ich auch vor dem Hintergrund der Erfahrung hier in Großbritannien, dass so ein bisschen in diesem Brexit hineingeschlittert ist. Ich erinnere mich an Debatten beim Guardian, bei dem ich gearbeitet habe, weshalb wir nicht mehr zu diesem Thema Europa machen. Aber am Ende war es so, dass die Brexitiers sehr leidenschaftlich gesagt haben, am Tag des Referendums ist ein neuer Tag der Unabhängigkeit und eine gloriose Zukunft versprochen haben, wohingegen die Befürworter des Verbleiben in der Europäischen Union gesagt haben, naja, in der EU zu bleiben ist das geringere Übel. Besser wurde es nicht. Sie hatten kein überzeugendes leidenschaftliches Narrativ, weil sie diese Arbeit nicht geleistet haben und das heute sehr bedauern, denn es ist zu spät.

**Vera Linß:** *Heißt das aber, Journalisten sollten von ihrer beschreibenden, möglichst neutralen Position abrücken? Das ist ja immer – Sie hatten es schon erwähnt – eine große Sorge, dass man nicht mehr objektiv ist.*

**Wolfgang Blau:** Natürlich müssen wir Nachricht und Meinung scharf trennen. Da waren die Grenzen in Deutschland auch glaube ich nie so strikt gesetzt wie beispielsweise im angelsächsischen Journalismus. Nein, das heißt es nicht. Ich glaube, dass wir weiterhin uns um Fairness, um Überparteilichkeit bemühen sollen, vor allem aber auch um Transparenz. Was ich meine ist, dass wir stärker auch in Meinungs- und Analysenprojekte investieren sollten, bei denen es um eine Suche nach europäischen Zukunftsentwürfen geht.

**Vera Linß:** *Stichwort EU. Wir befinden uns ja mitten in einem Kampf um Narrative. Sie hatten schon das Beispiel Großbritannien genannt und auch dass der Diskurs von den britischen Medien bestimmt wird über die EU. Deutsche Medien haben international kaum eine Stimme. Das können Sie ja in London viel deutlicher beobachten. Ich habe oft das Gefühl, wir hier in Deutschland bekommen das gar nicht so richtig mit. Warum ist Deutschlands Journalismus im europäischen Diskurs so wenig wahrnehmbar?*

Weil die Deutschen nicht in Englisch publizieren. Das ist ganz einfach. In Spanien und in Großbritannien ist es normal, dass die großen Zeitungshäuser El País, ABC, El Mundo in Spanien oder in London der Telegraph, die Daily Mail oder der Guardian, nur ein Drittel ihrer Leserschaft im eigenen Land haben. Das andere Drittel ist für die Spanier dann in Lateinamerika, für die Briten in Nordamerika, ein weiteres Drittel verteilt im Rest der Welt. Das heißt, die Leserschaft ist eine viel globalere und das informiert auch die Themenwahl. In Deutschland ist das natürlich aus sprachlichen Gründen nicht der Fall.

## **Im Kampf um Narrative über die EU hat Deutschland überhaupt nicht teil**

Hinzu kommt auch noch eine sehr viel stärkere Nutzung von Social Media in Großbritannien als vergleichsweise in Deutschland. Das führt dann dazu, dass die größten deutschen Medienhäuser vielleicht zwei Millionen Follower haben auf Facebook. Die Daily Mail aber ungefähr 13 Millionen. Das heißt, es ist nicht nur der Sprachvorteil, sondern es ist auch der Vorteil einer viel, viel stärkeren Vertriebspower. Und wenn die Daily Mail dann jeden Tag diese Geschichten verbreitet, die darauf hindeuten, dass die EU jederzeit

zusammenbrechen wird, was ja fast schon eine Erfolgsvoraussetzung für Brexit ist, anders würde Brexit keinen Sinn ergeben, dann haben diese Geschichten unglaubliche Reichweite und werden in den USA von diesen Breitbart-Rechtsextremen-Netzwerken, aber durchaus auch von seriösen Medien aufgegriffen. Es ist also tatsächlich ein Kampf um Narrative, in dem Deutschland überhaupt nicht teilhat.

**Vera Linß:** *Ich möchte noch mal auf journalistische Formen zu sprechen kommen. Sie hatten ja schon gesagt, dass Politik heute die eigentlich nutzt, um sich eine eigene Plattform zu schaffen. Und Journalismus müsste eigentlich Formen für den Diskurs herstellen, um auch den Diskurs mitprägen zu können. Aber wie kann man das machen, wenn sich bestimmte Teile der Öffentlichkeit gar nicht mehr auf eine Kommunikation einlassen? Wenn bestimmte journalistische Standardwerkzeuge wie das Interview oder grundsätzlich auch eine Talkshow ihre Funktion verloren haben?*

**Wolfgang Blau:** Es gibt diese interessante Debatte im amerikanischen Kontext gerade. Es gibt diese Mitarbeiterin von Donald Trump, Kellyanne Conway, die ein Büro im Weißen Haus hat, die in Interviews nicht nur bereits dokumentierte Tatsachen leugnet, sondern auch Fakten erfindet und damit Verwirrung stiftet. Der Journalismus-Professor Jay Rosen hat kürzlich CNN vorgeworfen, dass CNN, wenn sie Kellyanne Conway interviewen, Verwirrung stiften und eigentlich ihre journalistische Sorgfaltspflicht und auch ihren gesellschaftlichen Auftrag verletzen. Brian Stelter, der Medienjournalist von CNN, ein sehr guter Kollege, sagt, das stimmt nicht, sie ist eine Mitarbeiterin des Weißen Hauses und damit ist sie eine Quelle. Und was sie sagt, ist eine Story, weil, nur wenige Menschen sind so nah an Trump dran. Da hat er natürlich einen Punkt. Jay Rosen sagt, das stimmt nicht. Ihr stiftet Verwirrung, die Ihr nicht mehr einfangen könnt. Ihr könnt das Interview noch so hart moderieren, ihr kriegt es nicht eingefangen. Alles was sie sagt, wird dann rausgeschnitten von ihren Fans und fängt an in Social Media zu wandern. Ihr kriegt es auch nicht mehr dementiert. Und hinzu kommt noch, dass selbst die kritischen Zuschauer, denen das bewusst ist, ermüdet werden von diesen Interviews ohne Informationsgehalt oder mit Unwahrheitsgehalt. Und die anfangen, sich vom politischen Prozess zu entfernen und gar nicht mehr versuchen, sich zu informieren. Und das hat Methode, genau das möchte Trump. Also da gibt's keine einfachen Antworten drauf. Aber was er eben vorschlägt, ist, dass er sagt: Wir müssen versuchen, diese Rituale, des Ritual in unseren Abläufen zu erkennen.

## **Schickt nicht die Top-Journalisten ins Weiße Haus!**

Ein Ritual zum Beispiel: Der Höhepunkt einer Karriere als politischer Journalist ist, im Weißen Haus zu sitzen, die Zulassung für den Presseraum des Weißen Hauses zu bekommen. Und er sagt, diese White House Press Briefings sind nutzlos geworden. Das sind Kampagnen-Veranstaltungen, Desinformationsveranstaltungen. Natürlich müssen wir dahin gehen. Aber ihr müsst nicht mehr eure Top-Journalistin und Top-Journalisten dorthin schicken. Schickt die Anfänger hin. Die können da auch ein Mikro hinhalten. Fragen kann eh keiner mehr stellen, auf die es Antworten gibt. Und schickt eure Top-Journalisten zu anderen Anlässen und zu anderen Personen, um mehr über das Weiße Haus herauszufinden.

**Vera Linß:** *Heißt das, dass wir auch andere journalistische Mittel brauchen oder dass wir einfach dahin gehen müssen, wo man noch mit uns redet zum Beispiel, wo diese Mittel noch wirkungsvoll sind?*

**Wolfgang Blau:** Ja. Also um am Beispiel der AfD zu bleiben, selbstverständlich ist es Aufgabe des Journalismus, diesen demokratisch gewählten Abgeordneten die Möglichkeit zu geben, am journalistischen Diskurs teilzuhaben. Und das gilt insbesondere natürlich für die öffentlich-rechtlichen Medien, die von allen finanziert werden. Aber daraus leitet sich nicht die Pflicht ab, an Theaterstücken teilzunehmen. Oder an kalkulierten Tabu-Verletzungen teilzunehmen. Jetzt werden wir eben als Branche auch schon von den Umständen in Frage gestellt. Weil sich in Großbritannien beispielsweise oder auch in den USA ganze Teile der Gesellschaft von diesem bisherigen Agreement, wie Journalismus funktioniert und was die Aufgabe von Journalismus ist, verabschieden, man sie nicht mehr erreicht. Interessantes Phänomen in diesem Zusammenhang ist ja zum Beispiel, dass die Beliebtheitswerte von Trump runtergehen. Oder hier in Großbritannien die Sorgen über Brexit zunehmen. Gleichzeitig aber Trump durchaus wiedergewählt werden würde und gleichzeitig ein weiteres Brexit-Referendum bestenfalls vielleicht zu 53, 54 Prozent Zustimmung für einen Verbleib in der EU führen würden. Nach all der Berichterstattung über die katastrophalen Folgen eines Brexit hat man trotzdem diese Wählerschaft nicht ausreichend erreicht, um sie von diesen Gefahren überzeugen zu können. Also diese Erziehung, die manche Kollegen befürchten, die funktioniert ja ohnehin nicht mehr, was den politischen Diskurs angeht.