

# **Warum machen nur Katastrophen Quoten und Auflagen? – Die Rolle der Medien bei der Wahrnehmung von Umweltthemen in der Öffentlichkeit**

Vortrag

von Prof. Dr. Helmut Thoma,  
Medienconsultant, Düsseldorf,

bei den Benediktbeurer Gesprächen der Allianz Umweltstiftung 2001.

Meine Damen und Herren, es ist natürlich immer einfach, wenn man die Medien an den Pranger stellt und dann sagt: Die übertreiben alle, die haben nur Katastrophen im Sinn und sehen nicht das Differenzierte. Man muss sich aber im Klaren sein, dass „Medien“ ein Sammelbegriff ist. Was bewirkt welches Medium?

Zweifellos ist der Unterschied zwischen einem elektronischen Medium und Printmedien ganz gewaltig. Man sagt, die elektronischen Medien regen den Appetit an, und die Printmedien stillen den Hunger. Irgendwo stimmt das auch, weil man in den elektronischen Medien nur sehr schwer in die Tiefe gehen kann. Dazu eignen sie sich auch gar nicht. Wenn ich mich auf das Fernsehen spezialisiere, für den Hörfunk gilt dabei Ähnliches, dann kann ich nur das Thema anreißen, aufmerksam machen, mehr geht vielleicht im Öffentlich-Rechtlichen, aber im Privaten schon aus ökonomischen Zwängen nicht.

## **Zielgruppen**

Man muss sich im Klaren sein, dass private Unternehmen im elektronischen Medienbereich ausschließlich von Werbeerlösen leben. Deshalb kommt es darauf an, dass man die richtigen Zuschauer, die richtigen Zuhörer hat. Es reicht nicht aus, sehr viele zu haben. Man muss bestimmte Altersgruppen ansprechen, nämlich vornehmlich die unter 50, möglichst unter 40. Denn wenn man die erreicht, dann kann man wirtschaftlich überleben. Das sind Zwänge, die weltweit vorhanden sind, darüber muss man sich im Klaren sein.

Dies ist kein deutsches Phänomen, und wenn man gerade diese genannte Zielgruppe ansprechen möchte, dann muss man das sehr plakativ, sehr klar und auch natürlich mit interessanten Themen machen. Interessante Themen sind nun einmal in den Medien seit uralten Zeiten das Besondere, das Negative. Ich

muss dazu sagen, es wäre schrecklich, wenn man Positives vermelden müsste als Nachricht. Heute können Sie auf die Straße gehen, die Luft ist nicht vergiftet oder ähnliches. Diese positive Nachricht ist im Grunde ja keine Nachricht. Die Nachricht soll eine Mitteilung sein, dass es etwas Ungewöhnliches, leider Gottes meistens Negatives, gibt.

Die Medien, speziell die elektronischen Medien, haben für den Begriff des Umweltschutzes in den vergangenen dreißig Jahren enorm viel getan. Denn ohne diese aufrüttelnden Bilder wäre überhaupt viel, viel weniger passiert. Die differenzierten Diskussionen, die nachfolgen, die müssen natürlich sein, aber die können sie nicht in den Nachrichten bringen.

Wenn also die Exxon-Valdez gesunken ist und die ganzen ölverschmierten Pinguine zu sehen sind, was soll man dann gewaltiges Anderes nachfolgen lassen? Das ist praktisch unmöglich in dem Rahmen. Man kann so ein Thema anreißen, ich glaube auch die ganze Diskussion um die Atomwirtschaft wurde von den Medien initiiert, wenn es nach anderen gegangen wäre, wäre diese Diskussion nie aufgekommen. Man muss auch anerkennen, dass das für die elektronischen Medien eigentlich eine ziemlich gewagte Angelegenheit ist.

### **Problem Werbung?**

Denn wenn Sie sich überlegen, was ich schon vorher sagte, die elektronischen Medien leben von Werbung, und die werbetreibenden Firmen sind natürlich nicht so erfreut, dass manchmal Themen angerissen werden, die auch sie in ihrer wirtschaftlichen Entwicklung oder in ihren Möglichkeiten einschränken oder manchmal sogar an den Pranger stellen.

Hier wäre die Gefahr zu sehen, dass die elektronischen Medien, sofern sie von Werbung abhängig sind, von diesem Feld ganz Abstand nehmen und wenig darüber berichten. In Wahrheit ist aber das Gegenteil erfolgt, das gilt quer durch die ganze Landschaft, zum Beispiel hat sich RTL auf dem Sektor eigentlich immer sehr prononciert verhalten, auch unter sehr einfachen kommerziellen Gesichtspunkten.

Das ist ein Thema, das jüngere Leute interessiert. Da RTL jüngere Zielgruppen ansprechen wollte, haben wir uns auch damit beschäftigt, und wir haben immerhin die einzige Sendung im deutschen Sprachraum, meines Wissens, die wir gemeinsam mit Greenpeace gemacht haben. Frau Maischberger hat das moderiert. Und das ist wirklich etwas Besonderes, nie hatte ich vorher oder nachher so einen Widerstand aus der Industrie gesehen, wie gegen diese Greenpeace-Sendung. Nun kann man über die Inhalte diskutieren, man

kann sagen, sie waren, was auch stimmt, in einigen Fällen auch sehr angreifbar. Aber es war zumindest so, dass ein privater Sender dies gesendet hat und die Öffentlich-Rechtlichen, die auf einer viel besseren Basis stehen, die haben ihre Gebühren, das sind jetzt glaube ich 13 Milliarden, die haben aus unerklärlichen Gründen diesen Bereich nicht so intensiv behandelt.

Was kann man jetzt von Seiten eines elektronischen Mediums tun? Ein Forum bieten, Greenpeace hat es natürlich benutzt, um Menschen, Tiere, Sensationen zu zeigen. Es ist klar, dass hier keine differenzierten Diskussionen stattfinden, aber bedenken Sie immer, beim Fernsehen gibt es die Fernbedienung und es ist nichts einfacher, als ein bisschen den Finger krümmen, und schon ist man im nächsten Programm. Das heißt, man muss ununterbrochen die Zuschauer ansprechen, und speziell jüngere Zuschauer neigen zu ungehemmtem Zappen. Als Fernsehmacher würde ich eigentlich immer lieber ältere Zuschauer haben. Die sind viel ruhiger in ihrem Zapp-Verhalten.

Ich will nicht unterstellen, dass sie mit der Fernbedienung nicht so gut umgehen können, aber hier ist ein viel stabileres Verhalten zu verzeichnen. Man kann genau sehen, wo die Vorlieben liegen, also wenn man Volksmusik und ähnliche Programmangebote einschaltet, dann sind die entsprechenden Zuschauer präsent, während die Jüngeren im Grunde genommen ein ungeheuer unstetes Verhalten und keine Zeit haben, sich irgendwelche Diskussionen anzuhören. Das kann man bedauern, aber so ist es, und man muss sich darauf einstellen, auch in der gesamten Darstellung seines Anliegens. Natürlich jammern die Politiker, dass sie auf 1.30 zusammengeschnitten werden, wobei 1.30 inzwischen die Öffentlich-Rechtliche Höchstzahl ist. Bei den Privaten muss es wesentlich kürzer sein.

### **Zu viele Worte?**

Im Grunde genommen muss man sich immer wieder fragen, warum die so viele Worte machen und nicht auf den Punkt kommen. Wenn sie was zu sagen haben, dann gibt es so viele andere Medien, unter anderem auch die Printmedien, die sich differenzierter beschäftigen können. Dann gibt es inzwischen Nachrichtenkanäle, die ihre Sendezeit mit langen Interviews und Ähnlichem füllen. Aber bei den großen Sendern ist dieses „dauernd dran“ zu sein – jede Sekunde wird gemessen – sicherlich ein ungeheurer Zwang.

Es stellt sich die Frage, ob diese Tatsache eine Schiefelage erzeugt. Ich bin der Meinung, nein. Im Grunde genommen ist immer zu fragen: Was ist die Aufgabe von Medien? Sie haben zu berichten, und das tun sie.

Sie tun das sicherlich nicht so, wie die, über die berichtet wird oder über deren Anliegen berichtet wird, es gern wünschen. Das ist aber auch nicht die Aufgabe. Die Aufgabe ist im Grunde genommen, für die jeweilige Zielgruppe Informationen zu vermitteln. Und die Zielgruppe ist so. Die können wir uns nicht schnitzen, die ist eben an kurzen Informationen interessiert, die will irgendwie nur das Wesentliche wissen, das soll möglichst noch in einer Sprache erfolgen, die jeder versteht. Bei RTL hat man durchgesetzt, dass zum Beispiel kaum Fremdwörter verwendet werden, weil sie einfach ziemlich unverständlich für die meisten sind.

Es gibt Untersuchungen, dass die Tagesschau auch von Abiturienten nur in einem erschütternden geringen Maß überhaupt verstanden wird. Warum? Weil hier den Zuschauern irgendwelche Kürzel um die Ohren geschmissen werden. Da haben sich der Journalist und der Politiker über ein Thema, und das kann auch Umwelt sein, in einer Form unterhalten, die wie von Außerirdischen gewirkt hat. So war es vor allem im Raumschiff Bonn, und so wird es auch einmal im Raumschiff Berlin werden, wo sich irgendwelche Menschen Kürzel zuwerfen und froh sind, dass wenigstens sie beide sie verstehen. Nur der Zuschauer versteht sie nicht.

### **Zielgruppe Zuschauer**

Der entscheidende Unterschied ist, dass mit dem Auftreten der Privaten eine ganz neue Zielgruppe entdeckt wurde, nämlich der Zuschauer und Programme für diese Zuschauer gemacht wurden. In diesem Bereich ist es natürlich ganz selbstverständlich, dass man dann die Grundsätze, wie weltweit Nachrichten gemacht werden, nutzt. Herr Spandau, Sie haben zu Recht mein Spiegel-Interview zitiert, da muss man nämlich zusätzlich in den Kontext stellen, was ich damit gemeint habe. Ich habe natürlich gesagt, es können nicht nur Katastrophen sein, es können nicht nur Dinge sein, die als Promotion gewertet werden – dass im Big Brother Container Manu weint, gehört nicht in die Nachrichten. Das sind reine Promotion-Mitteilungen. Das hat mich schon etwas beunruhigt.

Und vor allem deshalb, weil ich festgestellt habe, dass eben die Öffentlich-Rechtlichen früher mit Tagesschau und Heute eine ungeheuer dominante Position hatten. Ich habe einmal geglaubt, dass man die Tagesschau eigentlich als Institution kaum angreifen könnte, die wird als Institution gesehen, die könnte man auch mit zwei brennenden Kerzen und in Latein darbieten, das würde höchstwahrscheinlich die Attraktivität kaum beeinträchtigen. Inzwischen stimmt das auch nicht mehr, sie hat sehr viele Zuschauer, zumindest bei den jungen Zuschauern verloren. Daher müssen jetzt die Privaten diese übernehmen und solche Themen in einer für diese Zielgruppe interessanten Form anbieten.

## Themen anreißen

Und da sind wir beim entscheidenden Punkt. Es kann, wie schon gesagt, nicht angehen, dass man sich darauf verlässt, komplexe Tatbestände in den Medien zu vermitteln. Da kann man nur anreißen und zwar in der richtigen Form. Darüber müsste man eigentlich froh sein, denn wenn das Interesse einmal vorhanden ist, dann muss man es in anderer Form vertiefen. Man kann sich eigentlich nicht darüber beschweren, dass dieses Interesse überhaupt angerissen wird, dass das Thema gezeigt wird.

Und wenn man zurückblickt, was an Themen gerade im Umweltbereich von den elektronischen Medien in der Vergangenheit immer wieder angeregt oder angerissen wurde, kann man sagen, dass damit das Umweltbewusstsein erst geschaffen wurde. Dass das zweifellos immer Schwarz-Weiß-Bilder sind und dass das klarerweise manchmal übertrieben ist, ist gar keine Frage. Wenn Sie beklagen, dass der jeweilige Vogel des Jahres oder der Pilz des Jahres nicht die richtige Beachtung finden, so kann ich nur sagen, mit der Mitteilung allein ist auch sehr wenig getan. Die meisten Leute kennen das liebe Tier gar nicht, oder es fehlt das Hintergrundwissen. Da müsste man eine Geschichte machen, da müsste man darin etwas finden, was das Interesse der Leute anregt. Das ist eine Form der Aufbereitung. Da sollte man sich nicht beklagen, wenn ihr Thema nicht genügend Beachtung findet. Denn es ist nicht damit getan, hier den Schwarzen Peter den Medien zuzuschieben, speziell den Privaten, sondern man muss sich auch selber fragen, wird denn alles so richtig aufbereitet?

Das ist auch eine Frage, die man an die Schutzorganisationen richten muss. Finden sie die richtigen Wege, tragen sie selber dazu bei, dass im Grunde dann die Berichterstattung in der von ihnen beklagten Form erfolgt. Beschäftigen sie sich wirklich mit den Adressaten. Das sind nun einmal die jüngeren Zuschauer. Und die, kennen sie die eigentlich? Die Sender kennen sie oder sollten sie zumindest kennen. RTL hat es ganz gut erkannt, aber andere tun sich noch ein bisschen schwer, aber im Prinzip versucht es jeder. Um gerade diese Zuschauerzahlen oder diese Zuschauergruppen geht es, je jünger sie sind, desto fokussierter sind deren Interessen. Und natürlich interessiert Tratsch, gar keine Frage.

Wenn Sie sich heute anschauen, dass die Bunte bald mehr Auflage hat als der Stern und bei dem Titel „Babs“ sogar den Stern überholt hat, dann sieht man, dass es im Grunde genommen wieder ein enormes Interesse an diesem Bereich gibt. Natürlich, keiner hier liest das, das ist ja klar. Trotzdem erreichen die ihr Publikum und ich glaube, da wird auch ein bisschen geschummelt in diesem ganzen Bereich. Jeder wünscht

sich eine ganz tolle, tief schürfende und seriöse Berichterstattung. Wenn dann im Fernsehen ein Bericht über „Babs weint“ kommt, schauen sie sich es zwar mit der notwendigen Distanz, aber doch an.

### **Sittenverfall durch Big Brother?**

Was ich nicht verstehe, sind die Klagen über den Sittenverfall der letzten Jahre mit Big Brother. Im übrigen kommt die Idee aus diesem Biosphärenprojekt in Amerika, da wurden Wissenschaftler eingesperrt. Ob Sie es glauben oder nicht, John de Mol hat das dort gesehen und sich gedacht: „Warum sollen wir das eigentlich nicht in einer anderen Form auch machen?“ Und siehe da, es wurde fast weltweit ein Riesenerfolg. Natürlich hat das auch kaum einer gesehen, aber zufällig sind so viele hinein gezappt, dass sie dann hängen geblieben sind.

Und was glauben Sie, wer so etwas anschaut? Das sind nicht etwa diejenigen mit dem Tiefniveau, sondern es sind Junge und formal Höhergebildete. Das kann man nachvollziehen in den Untersuchungen. Das zeigt nur, welche Funktion das Fernsehen auch immer wieder hat. Das wird selbst von Leuten mit einer formal hohen Bildung gar nicht als Bildungsinstitution gewertet, sondern primär hat es die Aufgabe der Unterhaltung. Informationen, aber kurze Informationen. Das Fernsehen ist nicht der Lehrmeister der Nation. Das haben die Öffentlich-Rechtlichen eine Zeit lang versucht, aber es hat schlicht und einfach nichts genutzt.

„Je einfacher, je dümmer die Sendungen sind, umso gescheiter sind die Zuschauer.“ Das kann man ja auch erklären. Wenn jemand wirklich geistig arbeitet den ganzen Tag und dann nach Hause kommt und dieses Gerät anwirft, dann will er nicht die 23. Diskussion über die Arbeitslosigkeit im Wattenmeer anschauen oder sonstige Dinge, sondern dann schaut er einen Western oder Big Brother oder früher Tutti Frutti oder Ähnliches, was die geistigen Fähigkeiten doch nicht so stark beansprucht.

Aber daraus, ich will das nur als Beispiel zeigen, resultiert, dass man vom Fernsehen nicht zu viel verlangen darf. Es muss zwangsläufig oberflächlich sein, da hat es aber eine enorme Wirkung, aber es kann nicht in die Tiefe gehen. Wenn man sich dessen bewusst ist, dann kann man diese Klagen über die, sagen wir Sensationsnachrichten, und dass diese nur in kurzer Form kommen, wie gesagt erheblich unter 1.30, eigentlich nur als Faktum hinnehmen. Das wird sich auch nicht ändern, so funktionieren elektronische Medien und solange man das Publikum nicht auswechself, werden sie so funktionieren müssen.

## **Anreißen und vertiefen**

Wenn man das nutzt, dann muss man das natürlich als Kette einer Mitteilungsform sehen, also als das erste Anreißen und das Vertiefen. Man muss sich faktisch damit auseinandersetzen als einer Gegebenheit, die wie gesagt nicht auf unseren Sprachkreis beschränkt ist, sondern die man überall so feststellt. Je stärker die Konkurrenz wird, und wir stehen ja vor einer weiteren Ausweitung dieser Konkurrenzsituation jetzt mit Breitbandkabel und Digitalübertragungen und Internet, umso heftiger wird dies, weil dann die Kürze und Schnelligkeit noch ein weiteres Argument werden wird, um sein Publikum zu erreichen. Daher glaube ich, dass man gerade für die zukünftige Entwicklung sich heute schon überlegen muss, wie bringe ich mein Anliegen am besten unter, auch bei den elektronischen Medien. Die bestehenden Großen unterliegen diesen Zwängen.

Vielleicht gibt es ja dann Nischensender, die durchaus auch ihr Publikum erreichen. Ich glaube nicht, dass man das so erreicht, man wird höchstwahrscheinlich einen nur mehr oder weniger geschlossenen Kreis erreichen, aber Möglichkeiten gibt es dann genügend. Dann steht alles offen, und man kann theoretisch mit Tausenden von Breitbandkanälen, Abruf-Fernsehen und Satellitenkanälen jedes Anliegen bis zum letzten Grashalm darstellen. Das heißt, die Möglichkeiten bestehen, nur ob die dann wirksam sind, das wird eine ganz andere Frage sein. Ich glaube, wenn man realistisch zurückschaut, dann war es immer so, dass Spektakuläres am ehesten die Aufmerksamkeit zumindest einmal erregt hat. Das ist eine ganz einfache Tatsache, und auf dem aufgebaut kann man sein Anliegen durchaus in der von Ihnen gewünschten seriösen und differenzierten Form vorbringen, in dem man an diesen ersten Anreißer anknüpft und das geweckte Interesse in der Zukunft ausnutzt.

Ich glaube also zusammenfassend, dass die elektronischen Medien, ebenso wie die Printmedien (dafür fühle ich mich aber nicht so kompetent) eben so sind wie sie sind und Zwängen unterliegen, wie ich sie geschildert habe. Daher kann man sie nicht ändern. Das kann man beklagen bei Symposien und Ähnlichem, aber es wird sich nicht ändern. Daher muss man das schlicht und einfach als gegeben sehen und entsprechend nutzen.