

**7. Jahreskongress zur politischen Bildung
in Mecklenburg-Vorpommern:
„Medien und politische Bildung“
12.09.2014, Hochschule Wismar**



**Vortrag:
Politische Bildung in den Medien – Möglichkeiten und Grenzen
Lutz Marmor, Intendant des Norddeutschen Rundfunks (NDR),
ARD-Vorsitzender**

Sehr geehrte Frau Dr. Heinrich,
sehr geehrter Herr Schmidt,
sehr geehrter Herr Minister Brodkorb,
sehr geehrte Damen und Herren,

vielen Dank für die Einladung hier in der Hochschule Wismar zu Ihnen zu sprechen und
später auch mit Ihnen zu diskutieren.
Politische Bildung in den Medien – Möglichkeiten und Grenzen – so lautet die Überschrift
meines Vortrags.

So viel vorweg: Die Möglichkeiten sind vermeintlich grenzenlos. Allerdings konkurrieren
letztlich mit unseren Angeboten um Aufmerksamkeit mit allen anderen Medien und auch
denen, die sich allein der Unterhaltung widmen. Ein begrenztes Zeitbudget der Menschen
und auch begrenzte Ressourcen stecken den Rahmen ab.

Ich möchte für meinen Vortrag zunächst die Grenzen noch ein bisschen enger ziehen, auch
damit ich die Zeit nicht sprengte und lieber mehr Raum für Diskussion bleibt.
Ich werde und kann nicht für alle Medien sprechen, sondern nur für die, von denen ich etwas
verstehe und die ich vertrete: den Rundfunk, Radio, Fernsehen und Online.

Zumal ich glaube, dass wir Öffentlich-Rechtlichen uns ohnehin viel stärker rechtfertigen und
hinterfragen lassen müssen, welchen Mehrwert wir zur gesellschaftlichen Bildung beitragen.
Zu Recht: schließlich werden wir von den Beiträgen aller finanziert. Das ist immer noch ein
Privileg!

Was ist überhaupt Bildung?

Wenn man fragt, was Medien zur politischen Bildung beitragen können, kommt man an dieser
Grundsatzfrage nicht vorbei.

Definitionen gibt es viele. Eine sehr eindrucksvolle ist zweifellos die von Wilhelm von
Humboldt, dem „Vater des modernen Bildungsbegriffs“.

Er definierte Bildung als „die Anregung aller Kräfte des Menschen, damit diese sich über die
Aneignung der Welt entfalten und zu einer sich selbst bestimmenden Individualität und
Persönlichkeit führen“.

Eins kann ich vorweg nehmen:

Nicht alles, was wir im großen öffentlich-rechtlichen System senden und berichten, entspricht diesem hohen Ideal zu hundert Prozent.

Soweit werde ich Sie vermutlich nicht überrascht haben.

Die Formulierung „Anregung aller Kräfte des Menschen“ macht für mich deutlich, dass Bildung manchmal sehr viel weiter gefasst sein kann, als es oberflächlich erscheint.

Bildung ist eben mehr als reine Information, und sie ist eben auch nicht Bildung im Humboldtschen Sinne, wenn sie nicht anregt.

Ich halte viele unserer Fernsehfilme in diesem Sinne durchaus für politisch bildend.

Das kann ein Gesellschaftsdrama sein oder auch eine leichtere Komödie, die am Rande ein politisches Problem thematisiert.

Ein ganz besonders beeindruckendes Beispiel war für mich ein Film, den wir vergangenes Jahr im Ersten gezeigt haben. Ein Dokudrama, das die Entscheidung des Oberst Klein in Afghanistan, bei der viele Zivilisten ums Leben kamen, zum Thema hatte. Der Film hat emotional berührt, aber eben auch sehr vielschichtig das komplexe Wesen des Krieges analysiert.

Für mich trifft das genau den Kern der Humboldtschen Definition.

Politiker schelten Medien gern pauschal, dass sie zum Verdruss beitragen, weil sie stets negativ berichten. Tatsächlich sind Journalisten nun mal kritisch veranlagt. Das gilt wohl für alle Mediengattungen. Sonst wären sie nicht Journalisten, sondern PR-Mitarbeiter geworden.

Unsere Grenzen liegen in diesem Fall dort, wo es darum geht, Politiker beliebter zu machen als sie sind. Das können wir nicht, und das wollen wir nicht.

Wenn wir etwa Politik eine Bühne bauen, dann müssen die Politiker schon selbst auf diese Bühne steigen und ihr Publikum, beziehungsweise ihre Wählerinnen und Wähler, für den Diskurs begeistern.

Wir haben dieses Jahr am 20. Mai die ARD-Wahlarena mit Jean-Claude Juncker und Martin Schulz live im Ersten gezeigt. Das war Demokratie live.

Im Publikum saßen 175 Menschen, die von infratest dimap ermittelt waren und einige von der Redaktion ausgewählte Wählerinnen und Wähler, die sich mit ihren Fragen beworben hatten.

Die Sendung hatte 8,6 Prozent Marktanteil und mehr als zwei Millionen Zuschauer – deutlich über dem, was vergleichbare Sendungen zur Europawahl erzielten. Das lag nicht nur am Thema oder an den Personen, sondern auch an der Rampe, die wir gebaut hatten.

Dienstagabends zeigt Das Erste Serien wie zum Beispiel „In aller Freundschaft“, die beim Publikum äußerst beliebt sind. Und bei der Kritik nicht in demselben Maße.

Diese Programmierung ist für uns ein ganz wichtiger Baustein. Wir wollen mit unseren anspruchsvollen und politisierenden Sendungen möglichst viele Menschen erreichen.

Der Platz nach unseren Dienstagsserien ist für die politischen Magazine reserviert, die von diesem Platz profitieren, wenn nicht gerade eine Wahlarena ansteht.

Ziel einer Arena ist es, dass Fragen gestellt werden, die Menschen wirklich bewegen, oft bringen die Fragesteller auch eine persönliche Erfahrung mit. Die Politiker können nicht ausweichen, die Moderatoren springen den Fragenden zur Seite und haken nach, ob sie mit den Antworten zufrieden sind. Natürlich fallen in der Sendezeit Themen unter den Tisch oder kommen zu kurz, dennoch gelingt es in der Regel, die großen Themenbereiche zu diskutieren.

Bei der Europawahl waren das zum Beispiel Flüchtlinge, TTIP, Europas Bürokratie und Bürgerferne. Und es gab auch Fragen, die in ihrer Schlichtheit interessant waren: Was würden sie als König von Europa tun?

Das regt an zum Denken, auch darüber, was wir eigentlich wollen von der Politik. Da ist Raum für Reflektion und gleichzeitig für eine sehr praktische Ebene. Das kann genau die anregende Bildung sein, die das Ideal ist.

Ähnlich gestrickt und ähnlich erfolgreich waren auch die Wahlreden mit Peer Steinbrück und Angela Merkel in Mönchengladbach, die beide kurz vor der Bundestagswahl gesendet wurden.

Ich werde zudem nicht müde, eine Lanze für unsere Talkshows zu brechen. Ich lerne viel in diesen Sendungen. Und ich bin mir sicher, unser Publikum auch, sonst wären Talks nicht so beliebt wie sie es sind.

Talkshows eignen sich zudem besonders gut, um bei schwierigen Themen, bei denen Journalisten Voreingenommenheit vorgeworfen wird, beide Seiten zu Wort kommen zu lassen. Im besten Fall entsteht ein offener Schlagabtausch, ein Austausch von Argumenten, nach denen sich der Zuschauer selbst ein Bild machen kann. Der Ukraine-Konflikt, der in vielen Talks Thema war, ist dafür ein gutes Beispiel.

Wir berichten natürlich auch in unseren Magazinen hauptsächlich über politisch relevante Themen, das gilt für Panorama, Monitor oder Report München genauso wie für den norddeutschen Ableger Panorama 3.

Der Panorama-Beitrag „Rente mit 63 - zu früh gefreut“ am 3. Juli 2014 verdeutlicht, was wir unter politischer Aufklärung verstehen. Die Rente mit 63 war ein Wahlkampfschlager der SPD im Bundestagswahlkampf und ihre Durchsetzung zum 1. Juli 2014 feierte die SPD als großen Erfolg. Ein Großteil der Bevölkerung ging davon aus, dass jeder, der 45 Jahre in die Rentenversicherung eingezahlt hat, mit 63 Jahren in Rente gehen könnte. Selbst bei einer kleinen Umfrage im Bundestag war rund die Hälfte der Befragten dieser Meinung. Panorama hat darauf hingewiesen, dass diese Regelung nur für zwei Jahrgänge gilt, den Jahrgang 1951 und 1952. Alle anderen gehen entsprechend dem demographischen Faktor später in Rente.

Politische Bildung heißt auch, Informationen klar stellen und das, was Politiker verkaufen, mit dem abzugleichen, was herauskommt.

Natürlich gehört auch investigative Recherche dazu, die wir mit unserem Recherchepool und der Kooperation mit Zeitungen wie der Süddeutschen und andere Sender gestärkt haben.

Auch unser Satiremagazin Extra3 greift immer wieder politische Grotesken auf – das ist vielleicht nicht das, was Politiker sich immer unter politischer Bildung im öffentlich-rechtlichen Fernsehen wünschen. Aber auch Realsatire ist Realität und gehört für mich zur politischen Bildung.

Die beste Bildung ist sicherlich jene, die der Mensch durch eigene Erfahrung gewinnt. Ich glaube, das Medium Fernsehen kann aber – in Maßen genossen – dies nie ersetzen, aber dem zumindest nahe kommen, berühren und so wichtige Erkenntnisse fördern. Reporter können uns mit auf Reisen in ferne Länder nehmen und so Verständnis schaffen für die Probleme und die Kultur anderer Menschen.

Auch fiktionale Formate können gerade auch Kinder und Jugendliche für wichtige Themen sensibilisieren.

In der Serie „Die Pfefferkörner“, die im Kinderkanal läuft, ging es kürzlich in der Folge „Gefahr von Rechts“ um die subtile Verbreitung rechtsradikalen Gedankenguts. Einer der Protagonisten wird zunächst unwissentlich Teil einer politisch rechts agierenden Jugendgruppe. Die jungen Zuschauer werden dabei auf die Ausdrucksformen rechtsradikalen und ausländerfeindlichen Gedankenguts aufmerksam gemacht und bekommen Strategien vermittelt, sich dagegen zur Wehr zu setzen.

Sendungen wie die Kindernachrichten logo im KiKa oder auch unsere Online-Nachrichten in Gebärdensprache für gehörlose Kinder sind klassische Nachrichtenformate, die übrigens auch von Erwachsenen gern gesehen werden.

Wer sich bilden will, braucht eine Grundlage, ein Allgemeinwissen über das, was in der Welt geschieht. Genau dies liefert die Tagesschau im Ersten zuverlässig seit nun mehr als 60 Jahren.

Braucht es das noch? Ich glaube mehr denn je.

Twitter, Facebook, Buzzfeed und Huffingtonpost. Jeder kann posten, mitreden, und Neuigkeiten verbreiten. Das hat viele Vorteile. Wie sagte einst Thomas Jefferson? „Informationen sind die Währung der Demokratie“, so der 3. Präsident der Vereinigten Staaten und Verfasser der Unabhängigkeitserklärung. Informationen können aber auch verwirren, die Quantität an Meldungen sagt erst einmal nichts über die Qualität der Meldungen aus. Gerade weil es so einfach ist, Nachrichten zu produzieren und zu verbreiten, müssen wir sorgfältiger darauf achten, welcher Nachricht wir Glauben schenken. Es droht das, was bereits vor 30 Jahren als Informationsinfarkt beschrieben wurde: In der Vielzahl von Informationen gehen die richtigen unter. Nicht mehr Informationen, sondern verlässliche Informationen sind das Gebot der Stunde.

Analyse, Einordnung und Hintergrund - das ist gefragt.

Hier liegt eine unserer Aufgaben – auch als Qualitätsparameter für die Medien.

Journalistische und ethische Standards haben das Web vor allem in seiner Anfangszeit eher nicht geprägt, auch wenn sich das mittlerweile mit der Vielzahl der Angebote geändert hat. Das Netz ist eine grenzenlose Quelle kostenloser Informationen. Aber eine Alternative zu verantwortungsvollem, seriösem Journalismus, für den wir stehen, ist es nicht.

Richtigkeit geht bei uns vor Schnelligkeit. „Be first, but first be sure“ – „Sei schnell, aber sei dir vor allem sicher“, ist ein alter journalistischer Lehrsatz, den wir gerade in diesen Zeiten berücksichtigen müssen. Wenn die Tagesschau etwas meldet, muss es stimmen! Die Menschen verlassen sich darauf.

Die Tagesschau ist immer noch das Lagerfeuer der Nation. Jeden Tag schauen im Schnitt 9 Millionen Menschen allein die Hauptausgabe um 20 Uhr (im Ersten und in den dritten Programmen).

Viele, gerade auch jüngere Menschen, schalten ihr Tablet oder Smartphone ein und gucken die Tagesschau oder Tagesthemen, wann und wo sie wollen.

Es kommt eben doch darauf an, wer die Informationen liefert.

„Schwarzbrot“, also nüchterne Nachrichten, verkaufen sich im Internet nicht gut. Dass Qualitätsjournalismus es im Netz und in Teilen leider auch in der Presse schwer hat, ist aber kein Argument gegen, sondern für uns. Wo der Markt versagt, braucht es eine andere Finanzierung. Diese Lücke zu schließen – dafür ist öffentlich-rechtlichen Rundfunk prädestiniert.

Die ARD, das ist bekanntlich mehr als Fernsehen, Online und Mediatheken. Wer sich schnell informieren möchte, der schaltet das Radio ein. Das Wortradio ist ein Bildungsmedium im besten Sinne. Oft bleibt etwa auf langen Autofahrten bei Themen hängen, die man sich vielleicht bewusst nicht ausgesucht hätte. Wir machen Angebote, auf die man sich einlassen kann, Angebote zum Zuhören.

Wenngleich NDR Info keine Sendungen bietet, die ausdrücklich diesen Titel tragen, so ist in Wahrheit der größte Teil dieses Radioprogramms nichts anderes als „politische Bildung“. Denn der Anspruch von NDR Info geht über bloße Information weit hinaus: Hörerinnen und Hörer soll es mit unserem Programm ermöglicht werden, nicht allein zu erfahren, WAS passiert, sondern auch WARUM und WIE es geschehen ist. Mit anderen Worten: NDR Info will seinen Hörerinnen und Hörern Orientierung in der Informationsflut bieten, Hintergründe aufzeigen und Entwicklungen aus mehreren Blickwinkeln betrachten - sei es in Form von ausführlichen Berichten oder Reportagen, von Interviews, Kommentaren oder Streitgesprächen. Mit einem weltweiten Korrespondentennetz, einem Hauptstadtstudio in Berlin, mit Fachredakteurinnen und Fachredakteuren.

Wer sich weiterbilden, sich selbst in diesem Sinne formen will, der muss selbst Fragen stellen können.

Immer wieder laden wir unsere Hörerinnen und Hörer daher ein, sich selbst einzubringen - mit Meinungen oder mit Fragen, die wir dann im Tagesprogramm aufgreifen. Am Abend bietet die NDR Info Redezeit ein Format, das Hörerinnen und Hörern eine ganze Stunde lang Gelegenheit gibt, mit Vertretern aus Politik, Gesellschaft und Wissenschaft ins Gespräch zu kommen, Fragen zu stellen - und auch mit ihnen zu streiten.

Dabei geht es nicht immer um politische Themen - aber zumeist:

- um Sicherheitspolitik, Stichwort Waffenlieferungen an Kurden im Nord-Irak
 - um Bildungspolitik, Stichwort G-8-Abitur oder
 - um Sozialpolitik, Stichwort Pflegeversicherung,
- um nur einige wenige Beispiele aus den vergangenen Wochen zu nennen.

Radiosendungen wie „Streitkräfte und Strategien“, die sich kritisch mit Fragen von Verteidigung, Rüstung und Friedenspolitik befasst, oder dem „Bildungsreport“, der aktuelle bildungspolitische Debatten beleuchtet, sind in der Radiolandschaft einzigartig.

Menschen Teilhabe an politischem und gesellschaftlichem Geschehen zu ermöglichen, Grundlagen für gut informierte Entscheidungen zu liefern, zur Meinungsbildung anzuregen - besonders deutlich wird dieser Anspruch von NDR Info vor Wahlen.

Ganz gleich ob vor Bundestags-, Landtags-, Europa-, Kommunalwahlen oder Bürgerentscheiden: NDR Info beleuchtet in Serien und Interviews ausführlich, welche Ziele Parteien auf unterschiedlichen Feldern verfolgen, fragt kritisch nach und liefert seinen Hörerinnen und Hörern immer wieder „Handwerkszeug“ wie etwa die Erläuterung von Erst- und Zweitstimme oder von Überhangmandaten.

Politische Bildung gehört auch zu einem zeitgemäßen Kulturprogramm. Der erweiterte Kulturbegriff, der das Programm prägt, umfasst neue Entdeckungen auf dem Klassik- oder Literatur-Markt ebenso wie aktuelle politische oder gesellschaftlich relevante Entwicklungen. NDR Kultur etwa ist dabei bemüht, vertiefende Informationen und Analysen zum jeweils aktuellen Geschehen zu liefern, den Blick zu erweitern über die Meldungen hinaus. Dies ist ein durchaus politischer Bildungsanspruch.

Das geschieht in vielen Gesprächen in den täglichen Magazinen. Das ISIS-Phänomen ist dabei ebenso Thema wie der wieder aufflammende Rassismus in den USA. Aktuelle Sachbücher zu politischen und historischen Themen haben einen hohen programmlichen Stellenwert auf NDR Kultur.

Auch Feature und Hörspiel transportieren im besten Sinne politische Bildung. Das Feature „Gute Tante Arbeitsamt“ zum Beispiel erklärt die Institution des Arbeitsamtes anschaulich und sehr persönlich.

Im Hörspielmehreiter „November 1918“ nach Alfred Döblin hat Regisseur Norbert Schaeffer mit unzähligen historischen Bezügen und Tönen Geschichte im wahrsten Sinne des Wortes hör- und begreifbar gemacht.

Politische Bildung ist dabei immer auch ein heikles Feld.

Die ARD ist bei einer Studie zur größten Meinungsmacherin unter den Medien ernannt worden. Wie der Medienvielfaltsmonitor der Bayerischen Landeszentrale für neue Medien ermittelt hat, sind unsere Angebote zu 22,6 Prozent die Grundlage der Meinungsbildung in Deutschland. (Wie auch immer man das genau messen will.)

Wäre die ARD nicht die ARD, könnte man Sorge haben, dass hier ein Medienunternehmen zu mächtig wird. Tatsächlich aber liegt unsere publizistische Stärke vor allem in unserer Vielfalt.

Wir sind kein monolithischer Block: Der NDR und der BR lassen sich sehr gut voneinander unterscheiden. Ebenso wie der MDR und HR.

Manchmal macht das unsere Arbeit anstrengend, zugegeben. Dafür können wir eine mögliche Gleichschaltung ausschließen. Das ist ein hohes Gut.

Unser föderaler Aufbau sorgt auch für eine regionale Versorgung mit Informationen, wie sie andere Medien kaum leisten können.

Bis heute werden immer wieder Totengesänge auf die alten Medien gehalten – auch das Fernsehen.

Die Realität ist eine andere.

Täglich schauen die Menschen in Deutschland durchschnittlich

221 Minuten Fernsehen.

Sie hören 183 Minuten Radio.

Und sind 108 Minuten online.

Wir erreichen die Menschen mit unseren Medien. Viele Millionen jeden Tag.

Wir machen viele Angebote, die bilden oder die einfach nur dabei unterstützen, sich eine eigene Meinung zu bilden.

Aber ich halte es für falsch zu glauben, dass unsere mündigen Zuschauerinnen und Zuschauer erzogen werden wollen.

Unser Auftrag beinhaltet Information, aber eben auch Unterhaltung. Die darf auch in der leichteren Form gesellschaftliche Themen aufgreifen – so wie die tägliche Serie „Rote Rosen“ das beispielsweise macht.

Sicher, wir haben Arte, wir haben 3Sat. Dort laufen rund um die Uhr Dokumentationen, Kultur und Theater, es gibt anspruchsvolle Themenabende.

Wer meint, wir müssten aus dem Ersten ein zweites Arte machen, der unterschätzt auch unser Publikum: Jeder weiß, wie er eine Fernbedienung bedienen kann.

Wir müssen Menschen für politische Bildung begeistern, ihnen immer wieder Angebote machen, die sie annehmen.

Für alle Medien ist sie mit einer großen Verantwortung verbunden. Fast unweigerlich macht man sich angreifbar, zur Partei zu werden.

Unsere Vielfalt und unsere Unabhängigkeit ist deshalb unser höchstes Gut. Wir werden unseren Idealen und dem von Wilhelm von Humboldt sicherlich nicht in jeder Sendeminute gerecht. Aber ich versichere ihnen, dass unsere Journalisten jeden Tag danach streben, dass wir in vielen Stunden Programm viele erhellende Momente haben.

Lernen soll Spaß machen, heißt es immer so leicht dahin gesagt. Wenn es gut läuft, können unsere Medien genau dies mit ihren Mitteln leisten.

Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit!