

Wischiwaschi

Ein Mangel an Klarheit und Genauigkeit

Die Befürworter der Abschaffung des Öffentlich Rechtlichen Schweizer Rundfunks (inkl. TV) sagen, sie hätten gar nichts gegen die SRG, wollten aber nur für das bezahlen, was sie auch nutzen. Deshalb wollen sie die Billag, das Inkassobüro der SRG abschaffen, die von den Schweizern ca. 400 Euro im Jahr kassiert (zum Vergleich in Deutschland sind es 210.- €). Sie würden, weil sie junge Leute sind und die Rente noch fern, am Liebsten auch nichts in die AHV (Schweizer Rentenversicherung) einzahlen. Man kann daran erkennen, wie wenig durchdacht das Ganze ist und wie egoistisch die Motive der Initiative, auf die auch gleich interessierte Kreise, nämlich private Verlage aufgesprungen sind (Tamedia (Basler Zeitung), NZZ und der rechte Blocher, der Medien kauft, um Macht zu gewinnen. Diese drei dominieren einen erheblichen Teil der Schweizer Presse.). Für sie wäre es erfreulich, wenn die Konkurrenz durch die SRG verschwände, sei es, weil sie sich dann nicht mehr daran messen lassen müssten (Qualität), sei es, weil sie dann noch ungenierter ihre eigenen Interessen verfolgen könnten.

In der ZEIT schrieben darauf hin ein Wirtschafts- und ein Geschichtsprofessor aus der Schweiz in einer interessanten Analyse, die öffentlich rechtlichen Medien seien eine „[Bastion der Demokratie](#)“. Wobei die SRG noch unabhängiger ist, als die ARD, in deren Rundfunkräten sich Politiker und ihnen nahe stehende Personen tummeln, obwohl die ARD „staatsfern“ sein sollte. Aber wo sollen deutsche Politiker denn lernen, welche Aufgaben die Öffentlich Rechtlichen Sender haben, wenn selbst der neue Intendant des Deutschlandfunks Zweifel an der Aufgabe als Vierte Gewalt hat? Er meint wohl, die Aufgaben Kontrolle und Kritik wären vielleicht doch zu anspruchsvoll? Was sollen die Mitarbeiter von einem Intendanten denken, der ihnen in den Rücken fällt und eher den Standpunkt vertritt: „Das versendet sich!“ (D.h, dass Morgen schon wieder andere Themen aktuell wären und Fehler von heute, dann vergessen würden.) Er hat auch den Verlegern Gespräche angeboten, in denen man die Differenzen ausräumen solle. Nichts gegen Gespräche, aber warum hat er (und Andere nicht den Mut) zu sagen:

„Wenn die privatwirtschaftlichen Medienanbieter, ja auch die Verlage auf ihren Internetseiten auch Audio und Video anbieten, dann muss es den Öffentlich Rechtlichen Sendern auch erlaubt sein auf ihren Seiten die Manuskripte von Sendungen oder Text-Nachrichten darzustellen.“ Dagegen wehren sich die Verlage auch vor Gericht mit dem Kampfbegriff „Presse-ähnlich“.

Was ist da eigentlich los?

1. Aus Angst etwas zu verpassen haben nahezu alle Medien im Internet für die Nutzer scheinbar kostenlose (sie bezahlen mit Daten und über Werbung) Dienste angeboten.
2. Weil die Werbung im Übermaß eingesetzt wurde, entstanden Werbeblocker.

3. Weil Werbeblogger die Einnahmen der Anbieter mindern, sperren sie nun die Nutzer aus, die Werbeblogger benutzen (die Süddeutsche schon länger, Spiegel-online seit Kurzem).
4. Dahinter steckt, dass das als Lockvogel kostenlos erscheinende Angebot sich finanziell nicht wirklich trägt, man aber auch kein anderes Geschäftsmodell hat, das funktioniert.
5. Um noch mehr Reichweite und damit eventuell auch Werbeeinnahmen zu erzeugen hat man sich anderen privatwirtschaftlichen Unternehmen „an den Hals geschmissen“ (so genannte soziale Medien und Kurznachrichtendienste), nicht bedenkend, dass auch das Arbeit verursacht, die bezahlt werden muss. In Brasilien hat die größte Tageszeitung bereits die Konsequenz gezogen und ihre Zusammenarbeit mit facebook eingestellt.
6. Da zugleich die Werbeeinnahmen der klassischen Druckerzeugnisse sanken, wird in den Verlagen gnadenlos gespart, was zu Lasten der Qualität und Vielfalt geht, obwohl die Abonnementspreise stiegen. Also kommt es zu Abbestellungen, noch mehr Sparversuchen, noch weniger Inhalt (im Sinne von Qualität), noch mehr Schleichwerbung und Entlassung von Journalisten, wenn sie nicht bereit sind für das gleiche Honorar immer mehr zu leisten.
7. In dieser Lage wären eigentlich die Öffentlich Rechtlichen Sender als Lückenbüßer und Lückenschließer wertvoll, aber törichter Weise hat die Politik 1984, bei der Einführung von Privatfunk und Privatfernsehen, das bis dahin oberste Ziel der ARD, nämlich Qualität, der Einschaltquote geopfert.
8. Damit musste die ARD, wie eine Boulevardzeitung arbeiten und versuchen möglichst viele Hörer, Zuschauer zu gewinnen, statt für Alle und für diejenigen, die es interessiert, erstklassige Angebote zu machen. Masse, statt Klasse. Dahinter steckte die Idee, dass sich die ARD dafür rechtfertigen müsse, wenn sie auch etwas vom Werbekuchen abhaben wolle. Dass man Werbung dort schaltet, wo das Umfeld für die entsprechende Zielgruppe und der Preis je 1000 Nutzer stimmt, wußte man wohl nicht.
9. All das führte dazu, dass die Öffentlich Rechtlichen Sender nicht mehr Angebote für die Nutzer machen, sondern den Nutzern hinterherlaufen, mit Programmen, die auf einen fiktiven Standardnutzer zugeschnitten sind, dessen Profil man aus Umfragen zu erkennen meint. Diesen Nutzer sollen die Programme fesseln, damit er möglichst viel Zeit damit verbringe, so ähnlich, wie auf Internetseiten durch Häppchen-Journalismus die Klickzahlen (die via Werbung Geld bringen) und die Verweildauer erhöht werden sollen.
10. Die Ausweitung der Programme, ohne, dass die verfügbaren Mittel im gleichen Maße stiegen, aber auch Altlasten durch Gebäude und technische Aufrüstung, sowie hohe Pensionen (gute Gehälter sollten die Unabhängigkeit der Medienmacher sichern) führten auch in der ARD zum Sparen, was vor allem an den freien Mitarbeitern geschah, die ca. 80 % der Programme erstellen, aber auch an der Programmqualität zu spüren ist.

Zusammengefasst könnte man sagen, dass seit 1984 die Qualität in allen Medien nur noch eine untergeordnete Rolle spielt. Infolge dessen sank die Qualität der Medien, und das Vertrauen in die Medien. Zugleich gingen mit dem Aufkommens des Internets die Werbeerlöse zurück, weil sich ein Teil der Werbung ins Internet verlagerte, wo sich „Google“ ein großes Stück vom Kuchen sicherte, indem es Werbung vermittelt und zugleich die Daten der Nutzer sammelt.

Google und soziale Medien erweckten im Internet den Eindruck, dass man über sie noch viel besser informiert werden könne, als mit den klassischen Medien, weil sie dem Nutzer nur jene Nachrichten und Informationen (auch Werbung) anbieten, von denen ein Rechenverfahren auf Grund der Nutzerdaten ermittelt, dass sie interessant sein könnten. Da diese Rechenverfahren geheim bleiben, weiß niemand, ob sie etwas taugen, oder aber die politische Landschaft verändern. Es besteht der Verdacht, dass - so ähnlich, wie man von Fotos hübscher Frauen mit wenigen Klicks zur Pornografie kommt - auch der Weg von konservativen Ansichten zu Rechtsradikalen Ansichten geebnet werden könnte. Beweisen oder Widerlegen könnte man das nur, wenn das Rechenverfahren veröffentlicht würde.

Man könnte auch vermuten, dass Texte um so weniger angeboten werden, je anspruchsvoller sie inhaltlich sind, weil das Rechenverfahren wahrscheinlich vor allem auf Grund von Stichworten entscheidet, was es wem zeigt. Eine komplette Analyse des Inhaltes, vor allem bei umfangreichen Texten dürfte nicht wirtschaftlich sein. Also bleiben aber ausgewogene und wohl durchdachte Ansichten eher unberücksichtigt, während kühne Thesen und Sprüche ihren Weg zu allen finden, die sich diesem Rechenverfahren und seinem Anbieter ausliefern.

Daraus entsteht natürlich eher kein halbwegs wirklichkeitsgetreues Abbild der Welt, sondern eine Vielzahl von sich widersprechenden Einzelaufnahmen, die dem Nutzer den Eindruck vermitteln, die Welt würde immer unübersichtlicher und verrückter, wogegen man sich nur durch Rückzug ins Private, also auf sich selbst, wehren könne. Kein Wunder wenn Bewegungen, die das Selbst und das Ego in den Vordergrund stellen (identitäre) Zulauf haben, die, wie in der Schweiz beim Begehren die Finanzierung des Öffentlich Rechtlichen Rundfunks abzuschaffen, nicht an die Folgen denken.

Wenn man davon ausgeht, dass alle Anderen keine edlen Motive haben, sondern nur auf das Geld des Nutzers aus sind, dann schließt sich das Individuum mit anderen Gleichgesinnten zusammen, ist aber immer weniger bereit sich für die Allgemeinheit zu engagieren. Wohin das führen kann, sieht man an der RAF, die sich so weit vom Alltagsleben der Mitmenschen entfernt hatte, dass sie den Kontakt zu deren Realität verlor und wirre Thesen vertrat. In dem Moment aber, als die Gruppe im Gefängnis in Stammheim Ulrike Meinhof isolierte und sie nur auf sich selbst zurück geworfen war, erkannte diese eigentlich kluge Frau wohl, was sie mit angerichtet hatte und brachte sich um.

Der Niedergang der Medien führt also nicht nur politisch, sondern unter Umständen auch persönlich in eine Krise, weil man den Halt verliert und nicht mehr weiß, was man für richtig und wichtig halten kann. Das kann natürlich stets nur der gegenwärtige Stand des Wissens sein, den neue Erkenntnisse morgen schon überholen können. Aber der Mensch sucht nach einer gewissen Sicherheit, nach Werten und Normen (z.B. 10 Gebote), nach denen er sich und sein Handeln ausrichten kann. Diese sowieso nur bedingte Sicherheit geht aber verloren, wenn alles als beliebig und veränderbar betrachtet wird.

In einem Interview beschreibt die Leiterin des Stuttgarter völkerkundlichen Lindenmuseums, wie das Museum in Zukunft dem Besucher keine Gewissheiten mehr vermitteln möchte, sondern - wissenschaftlich korrekt - die Unsicherheit der Herkunft, des Zwecks und der wissenschaftlichen Aufarbeitung mitteilen will. So ehrenwert es ist, ehrlich und offen die Ausstellungstücke und deren Geschichte zeigen zu wollen, so verheerend ist das für den

Besucher, der ein Museum ja auch deshalb besucht, um etwas Neues zu lernen, also sich die Welt anzueignen und neue Gewissheiten und Handlungsanleitungen zu bekommen. Wenn man nun alle Ausstellungstücke mit mehr oder weniger vielen Fragezeichen versieht, wird der Besucher unbefriedigt gehen und nicht wieder kommen, weil er Unsicherheit schon im Alltag genug erfährt. Würden diese Pläne umgesetzt, würde der Laie Vieles als Wischiwaschi, als ungenau, verschwommen, nicht exakt empfinden, was aus Sicht des Museums nur der intellektuellen Redlichkeit geschuldet ist.

Diesen Eindruck hat der Laie – und wer ist nicht auf vielen Gebieten ein Laie – heute auf ganz vielen Gebieten, egal, ob das Wahlprogramme sind, Regierungserklärungen, Werbeaussagen (umweltfreundlicher Diesel), Produktbeschreibungen, Garantieerklärungen, Versicherungen, Verträge, Zeitungsartikel, Radiobeiträge, oder Fernsehfilme und Videos.

Zum Teil ist das Absicht. Wer eine Lebensversicherung mit Rentenwahlrecht abschließt, glaubt, dass er bei Fälligkeit die Wahl zwischen Rente und Barauszahlung hat. In Wirklichkeit „darf“ er dann einen neuen Vertrag abschließen, der das Guthaben in eine Rente umwandelt und der Versicherung noch mal eine stolze Prämie bringt. So sieht das sogar die Aufsicht führende Bafin!

Zum Teil ist es aber auch schlichte Unfähigkeit, wie beim Naturschutzgesetz und anderen Vorschriften, wo durch falsche Formulierungen der eigentliche Zweck des Gesetzes teilweise wieder aufgehoben wird, oder die Gerichte den Gesetzgeber zur Nachbesserung verpflichten müssen.

Manchmal gibt es auch Entwicklungen, bei denen der Gesetzgeber den Bürger im Stich lässt. An vielen Waldrändern findet man ein Schild, das Autos und Motorrädern die Zufahrt verbietet. Aber was ist denn nun mit den neuen Fahrrädern mit elektrischem Hilfsmotor? Oder Segways (Stehfahrzeuge) mit Versicherungskennzeichen? Oder elektrisch motorisierte Skateboards? Dürfen sie, oder dürfen sie nicht? Abgase machen sie im Wald sicher nicht und Lärm wohl auch wenig, aber wegen ihrer höheren Geschwindigkeit könnten sie für andere Erholungssuchende und für Wildtiere zur Gefahr werden.

All diese Ungenauigkeiten und Unklarheiten tragen zur Unsicherheit der Bürger bei. Dabei drehen manche den Spieß auch um und legen sich selbst nicht mehr fest. Von Tagungshäusern ist zu hören, dass sie immer öfter erst im letzten Moment Anmeldungen bekommen, oder aber Tagungen absagen müssen, weil zu wenige Anmeldungen rechtzeitig eintrafen. Man hält sich die Entscheidung bis zum letzten Moment offen, um selbst sich das heraus zu picken, was einem als „Rosinen im Kuchen“ erscheint. Verbindlichkeit und Verlässlichkeit die dazu beitragen, dass Vertrauen wachsen kann, bleiben auf der Strecke.

Um als vertrauenswürdiger Mensch zu gelten, muss man auch bereit sein eine einmal getroffene Zusage einzuhalten, auch, wenn einem später noch etwas Reizvolleres angeboten wird. Es sei denn man kann die Zusage einvernehmlich zurück nehmen. Wer nur kommt, wenn er gerade nichts Besseres vorhat, zeigt, dass er / sie nicht wirklich an der Sache oder den Menschen interessiert ist, sondern sich selbst und sein Ego für wichtiger hält, als die Qualität zwischenmenschlicher Beziehungen. Mit solchen Menschen sind aber weder Beziehungen, noch gemeinsame Unternehmungen sinnvoll, da man nie weiß, ob sie einen nicht im Stich lassen werden, denn für sie gilt das Motto nicht mehr: „Ein(e) Mann (Frau), ein Wort!“