

Wie politisch sind die Politikmagazine im Fernsehen?

„ ... den Mächtigen unbequem sein“ - eine neue OBS-Studie analysiert die politischen TV-Magazine und entwickelt konstruktive Reformvorschläge

Zu viel Service, zu wenig große Themen. Zu viele aufgebauschte Skandale, zu wenig Bezug zu innenpolitischen Debatten – so lassen sich die inhaltlichen Defizite der aktuellen TV-Politikmagazine zusammenfassen. Das ist der zentrale Befund einer neuen medienkritischen Studie, die die Otto Brenner Stiftung jetzt vorgelegt hat. Vier Monate lang, von September bis Ende Dezember 2014, hat der Medienwissenschaftler und ehemalige Geschäftsführer des Grimme Instituts, Bernd Gäbler, alle Ausgaben und Einzelbeiträge der Magazine Report Mainz und München, Monitor, Panorama, Fakt und Kontraste (alle ARD), frontal 21 (ZDF) und Spiegel-TV (RTL) nach Inhalt und Machart untersucht. Auch Stil und Funktionen der Moderationen werden analysiert, Zuschauerzahlen und Quoten verglichen. Im Resümee moniert der Autor die „Zersplitterung“ der politischen Berichterstattung und die zu monotone Machart der Magazine.

Im Einzelnen kritisiert er bei der **ARD** „eine ungenügende Markenführung“. Sechs Magazine an zwei Sendeterminen – das seien einfach zu viele. Nur dreißig Minuten Sendezeit seien gleichzeitig zu wenig für eine „variable Gestaltung“. Überdies ließe der Sender sie zu oft ausfallen oder kürze - aus aktuellem Anlass – ihre Sendezeit. Insbesondere die Magazine „Kontraste“ und „Fakt“ hätten im Beobachtungszeitraum wenig eigene Recherchen aufzuweisen und kaum außergewöhnliche Beiträge entwickelt. Der ARD empfiehlt die Studie eine Konzentration und Zusammenführung der vorhandenen Ressourcen.

Klarer ist die Lage im ZDF. Das 45-minütige wöchentliche Magazin **frontal 21** bietet nach Einschätzung des Autors am meisten Abwechslung, es fehle aber an redaktioneller Stärke für ein kontinuierlich hohes Niveau der Beiträge und an einer langfristigen Recherchestrategie.

Auf RTL biete **Spiegel-TV** zwar immer wieder einzelne gute Beiträge – etwa zu Ebola und dem IS-Terror –, entwickle sich aber zu einem „bunten Gesellschaftsmagazin“. Auch der Sender RTL behandle das Magazin wenig pfleglich.

Der Titel der 112-seitigen Studie, die Anspruch und Wirklichkeit der heutigen TV-Politikmagazine unter die Lupe nimmt, ist eine Reminiszenz an das Leitmotiv von Klaus Bednarz, des kürzlich verstorbenen langjährigen Chefs des WDR-Magazins „Monitor“: „Wir möchten den Mächtigen unbequem sein.“

„Es gibt eine große und lange Tradition der zeitkritischen und investigativen Magazine“, sagt Bernd Gäbler, der Autor der Studie, „jetzt kommt es darauf an, sie in ein neues mediales Umfeld und eine ganz anders geartete politische Landschaft zu überführen, damit sie wieder eine größere Wirkung auf die Politik und mehr Durchschlagskraft für das 'Agenda Setting' entfalten können.“

„Politische Magazine gehören zum Kern des öffentlich-rechtlichen Auftrags“, betont Jupp Legrand, Geschäftsführer der Otto Brenner Stiftung. Die „Magazin-Studie“ von Gäbler bestätige aber eindrucksvoll, so Legrand weiter, „dass zwischen Anspruch und Wirklichkeit im aktuellen TV-Magazinangebot eine zu große Lücke klaffe“. Die Stiftung möchte mit der innovativen Untersuchung „eine selbstkritische Diskussion in den Sendern“ initiieren und „eine öffentliche Diskussion über den Stellenwert von Politikmagazinen im Fernsehen“ anregen.

„...den Mächtigen unbequem sein“. **Anspruch und Wirklichkeit der TV-Politikmagazine** ist als Arbeitsheft 81 der Otto Brenner Stiftung erschienen. Print-Fassung bestellen, Studie downloaden oder am Bildschirm lesen: siehe Info-Seite zur „Magazin-Studie“ von Gäbler: www.otto-brenner-stiftung.de

Kontakt:

Otto Brenner Stiftung
 Jupp Legrand
 Tel.: 069-66 93-2810
info@otto-brenner-stiftung.de
www.otto-brenner-stiftung.de

Autor:
 Prof. Bernd Gäbler
 Tel.: 0421 – 7901136
b.gaebler@t-online.de



Weitere OBS-Studien von Bernd Gäbler:

- „... und unseren täglichen Talk gib uns heute!“, [OBS-Arbeitsheft 68](#)
- „Hohle Idole“, [OBS-Arbeitsheft 72](#)