

Anmerkungen

- 1 Terray, L.: *Les Conquérants de l'inutile*. Dt. Übers. von H. Stifter: *Vor den Toren des Himmels. Von den Alpen zum Annapurna*. München, Nymphenburger Verlagshandlung, 1965. Neuauflage unter dem Titel: *Große Bergfahrten*. München, Nymphenburger Verlag 1975.
- 2 Krakauer, J.: *Into Thin Air. A Personal Account of the Mount Everest Disaster*. Anchor Books, 1999.

Presse und Vertrauen

Ignaz Miller

Wie jeder Wirtschaftszweig leben Presse und andere Medienerzeugnisse vom individuellen Produktvertrauen. Voraussetzung dafür ist wiederum ein allgemeines Marktvertrauen. Ohne Vertrauen in einen Markt keine Investitionen, ohne individuelles Konsumentenvertrauen keine Produktnachfrage. Die Bereitschaft, ein Risiko auf sich zu nehmen und zu investieren, setzt in den Medien – wie überall im Wirtschaftsleben – ein Vertrauen in einen stabilen Markt voraus. Soziologisch und führungspsychologisch gesehen ist Vertrauen ein erkennbares Leistungsförderungselement in der täglichen Arbeit. Auch darin unterscheiden sich die Medien nicht von andern Branchen. Das Vertrauen in Kollegen, Mitarbeiter und Vorgesetzte ist Voraussetzung für eine vertrauensvolle Zusammenarbeit. Ist diese Voraussetzung nicht gegeben, wird die Trennung unausweichlich. Andernfalls drohen die gesamten Arbeitsbeziehungen Schaden zu nehmen.

1. Ein kultureller Faktor

Das Vertrauen der Mitarbeiter kann oszillieren zwischen funktionaler Verlässlichkeit – meist die Erwartungshaltung von oben nach unten – und gläubiger Verehrung bis hin zur Extremform eines blinden Glaubens in das Führungsgenie der Chefs. Diese Varianten des Vertrauens in Abhängigkeit vom hierarchischen Blickwinkel nehmen ihm nichts von seiner Bedeutung. Vertrauen ist zuerst ein kultureller Faktor. Es lässt sich erzieherisch vermitteln; und man kann es systematisch fördern. Etwa durch den Zuschnitt des institutionellen Rahmens, die Auslese der Mitarbeiter und eine Führung, die auch ihrer erzieherischen Verantwortung gegenüber den Mitarbeitern gerecht wird.

Mit diesen Hinweisen seien die physiologisch bedingten Vertrauensreflexe, der berühmte erste Eindruck und die instinktive Wahrnehmung,

in ihrer Bedeutung keineswegs relativiert. Eine eigentliche Kultur des Vertrauens setzt jedoch systematische Erziehung voraus. Inwieweit dafür letzten Endes eine gewisse soziale Homogenität, mithin Schulsystem, Elternhaus, Bildung und der Geist eines Unternehmens oder einer Behörde, unverzichtbar sind, bleibe dahingestellt. Auf jeden Fall kann es ohne eine Erziehung zu einer Kultur des Vertrauens auch keine systematisch vermittelte Vorstellung von den individuellen und institutionellen Konsequenzen eines allfälligen Vertrauensverlustes geben.

Eine Kultur des Vertrauens bedingt, fördert aber ebenso eine hohe Kohäsion, also einen Geist der Rechtfertigung gewährten Vertrauens im Wissen, dass diese Kultur tagtäglich vorgelebt sein will. Eine Atmosphäre zu kreieren, in der die Arbeit von einer *Ambiance* des Vertrauens getragen wird, ist nicht ohne Anstrengung zu erreichen. Dafür belohnt die aufgebaute Vertrauenskultur ihre Förderer und Träger mit überdurchschnittlichen Leistungen.

2. Die vierte Gewalt

Wie in jeder Branche wirken auch in der Presse Kreativität und Ideenreichtum beflügelnd, während Sterilität und Ideenlosigkeit unweigerlich mit rückläufiger Nachfrage quittiert werden. Redaktionen, die gegen Aufwandschwund und Anzeigenverluste kämpfen müssen, verlieren mit dem ausbleibenden Erfolg jedoch das Vertrauen, zunächst das Vertrauen in die Führung, dann das Vertrauen in die Kollegen, schliesslich das Vertrauen in das Blatt und zuletzt das Selbstvertrauen. Wenig ist so deprimierend wie das Erlebnis einer Klausurtagung, zu der sich die Redaktion eines namhaften Blattes im Niedergang einfindet. Das fehlende Selbstvertrauen wird nur noch überboten von der Ideenlosigkeit und dem wechselseitigen Misstrauen zwischen Führung und Mitarbeitern. Wenn dann Plenarentscheidungen im Sinne der Führung beim anschliessenden Umtrunk als «manipuliert» desavouiert werden, offenbart sich das ganze Elend einer tief sitzenden Vertrauenskrise.

Das historische Motiv für die Presse war kommerzieller Natur. Der ideale Ehrgeiz blieb dünner Firnis, die Meinung von der Presse entsprechend gering, wie der Theaterdirektor im Vorspiel zum *Faust* durchblicken lässt:

«Und seht nur hin, für wen Ihr schreibt!
Wenn diesen Langeweile treibt,/
Kommt jener satt vom übertischten Mahle,
Und, was das Allerschlimmste bleibt,
Gar mancher kommt vom Lesen der Journale.»

Kommt jener satt vom übertischten Mahle,
Und, was das Allerschlimmste bleibt,
Gar mancher kommt vom Lesen der Journale.»

Dem steht das Edmund Burke (1729–1797) zugeschriebene Wort von der Presse als vierter Gewalt («fourth estate») gegenüber, das er in einer Parlamentsrede artikulierte. Der liberale Staatsmann, auf den sich in unserer Zeit Ökonomen wie Friedrich August von Hayek und Philosophen wie Karl Popper beriefen, war als fruchtbarer Autor ein Vorreiter der modernen politischen Philosophie. Seine Anspielung bezog sich auf die Öffentlichkeitswirkung der Presse. Nur war diese Öffentlichkeit unendlich viel kleiner als heute. Die Presse erreichte vor der Einführung der allgemeinen Schulpflicht nur jene schmale Bevölkerungsschicht von vielleicht 10 Prozent, die lesen und schreiben konnte.

3. Qualität – ein Minderheitenprogramm

Die heutige Massenpresse ist ein Kind der Alphabetisierung und ein anschauliches Beispiel dafür, wie der Liberalismus seinen eigenen Errungenschaften zum Opfer fiel. Die Massenpresse beschleunigte das Aufkommen der Ideologien. Als Burke von der «vierten Gewalt» sprach, war die Presse nur in Massen gelitten, aber gleichzeitig ein Exklusivprodukt für die Elite. Die Tradition dieser Oberschichtenpresse führen die Blätter der heutigen «Qualitätspresse» fort. Sie heben sich von den Massenmedien dadurch ab, dass die Leser höhere Ansprüche an sie stellen, dass sie aber gleichzeitig auch höhere Ansprüche an ihre Leser stellen.

Die Qualitätspresse erreicht auch heute nur ein kleines Publikum. Anders als zu Burkes Zeiten hat dieses Publikum jedoch kein natürliches Meinungsmonopol mehr. Um ein allgemeines Beispiel aus der Medienwelt zu geben: Ein Fernsehsender wie Arte – zweisprachig aufgebaut und parallel in Frankreich und Deutschland ausgestrahlt – ist ein Minderheitenerzeugnis wie die *Neue Zürcher Zeitung*. Wobei die NZZ, bezogen auf den kleinen Binnenmarkt, von dem die Einwohner nicht deutscher Zunge noch einmal abzuziehen wären, eine dramatisch höhere Auflage erreicht als die Qualitätsblätter in den umliegenden Ländern oder in den USA. Es ist dies eine helvetische Besonderheit wie das Überleben des Liberalismus als massgebende politische Kraft. Doch selbst die NZZ bleibt im nationalen Blätterwald eindeutig ein Minderheitenerzeugnis.

Dem allgemeinen Zwang der Medien zum kommerziellen Erfolg kann sich die Qualitätspresse nicht entziehen. Sie teilt also mit Blättchen wie – sagen wir – *Men's Health* oder Modetiteln wie *Vogue* die allgemeine Aufgabe, das Produktvertrauen der Konsumenten zu rechtfertigen. Dass sie selber kaum investieren wird, wenn das Marktvertrauen fehlt, versteht sich ebenso. Gleichzeitig führt die Qualitätspresse die Aufgabe der alten Eliteorgane weiter. Damit leistet sie zusätzlich einen massgeblichen Beitrag zur institutionellen Vertrauensbildung in Staat und Gesellschaft. In der Umkehr muss auch ein Beitrag zum gesellschaftlichen Vertrauensentzug möglich sein. Er kann Institutionen ebenso treffen wie Individuen. Eine freie Presse, die von ihrer Freiheit notfalls Gebrauch macht und unbotmässig zu schreiben wagt, ist daher grundsätzlich ein institutioneller Vertrauensfaktor in einer Gesellschaft. Sie leistet durch Öffentlichkeit einen Beitrag zur Transparenz. Transparenz wiederum wirkt auf Dauer mit hoher Wahrscheinlichkeit vertrauenstiftend.

Eine kontrollierte Presse ist ein bezeichnendes Merkmal einer autoritären und damit eo ipso initiativlosen Gesellschaft. Dass solche Systeme auf Dauer den Anschluss an die freie Welt verlieren, ist vielfach bewiesen, vom Portugal Salazars bis zum Kuba Fidel Castros und dem periodisch von Hungersnöten heimgesuchten Nordkorea. Die zulässige Schlussfolgerung lautet: ohne freie Presse keine freie Gesellschaft, ohne freie Gesellschaft kein Vertrauen, ohne Vertrauen keine Risikobereitschaft, ohne Risikobereitschaft keine wirtschaftliche Dynamik. Vertrauen ist somit der von einer freien Presse alimentierte Katalysator für wirtschaftlichen Erfolg und gesellschaftliche Entwicklung.

4. Freiheit, Vertrauen und Verantwortung

Ein konkretes Beispiel für die Arbeit der gesellschaftlichen Vertrauensbildung durch eine funktionierende Qualitätspresse lieferte unlängst die *Financial Times*. Das britische Blatt, dem niemand ideologische Vorbehalte gegenüber einer liberalen Wirtschaft nachsagen kann, startete im August 2006 eine dreiteilige Serie unter dem Titel «Failure of Business Ethics». Im ersten, «When compliance is not enough» betitelten Beitrag notierten die beiden Autoren: «Where there is a deficiency of ethical values in more conventional business it is similarly necessary to fall back to punitive laws and regulations, although of a less violent kind, such as the US Sarbanes-Oxley Act. In short, a lack of trust leads to higher com-

pliance costs as more business behaviour is subject to increased legislation and litigation. Moreover there is a growing economic literature pointing to a relationship between the level of trust in an economy and the development of financial systems and large-scale businesses.»

Mit ihrem Hinweis auf die Konsequenzen allfälligen Fehlverhaltens und die höheren Kosten für alle leistet die Qualitätspresse also einen unmittelbaren gesellschaftlichen und ökonomischen Beitrag zum Vertrauen. Wer sonst kann die Öffentlichkeit darüber orientieren, dass am Ende alle für den Vertrauensmissbrauch Einzelner zahlen und dass einzig sorgsame Selektion, strikte Aufsicht und ein hohes, vorgelebtes Ethos der Führung die einzig tauglichen Mittel sind, Missbrauch zu unterbinden? Wer sonst kann damit der Notwendigkeit neuer Gesetze und neuer Behörden vorbeugen, die auf Kosten der Allgemeinheit mit der Wiederherstellung des Vertrauens beauftragt werden?

Zwischen den Begriffen Freiheit und Vertrauen gibt es einen gemeinsamen Steuerungsfaktor: die Verantwortung. Diese Verantwortung schliesst immer Selbstbeschränkung und einen gewissen Selbstrespekt ein, der kommerzielle Exzesse nicht zulässt. Der Respekt vor gesellschaftlichen Errungenschaften wie der individuellen Freiheit und das Vertrauen der Gesellschaft verhindern, dass die Tragfähigkeit des Systems bis zu seinen theoretischen Grenzen ausgenutzt wird. Das ist ein wesentlicher Grund, warum sich die Qualitätspresse nie freiwillig dem Boulevard- und dem People-Business ausgeliefert hat. Das Bewusstsein dessen, was auf dem Spiel steht, war höher entwickelt als der kommerzielle Maximierungsinstinkt.

5. Opportunismus als Ausdruck des Realismus

Der Zwang, rentabel zu arbeiten und sich an den Ansprüchen der Kunden zu orientieren, ist im Allgemeinen unbestritten. Einzig die Medien müssen sich den Vorwurf des Opportunismus gefallen lassen, sobald sie es wagen, das Banner der Weltanschauung etwas tiefer zu hängen und nicht gegen die herrschende Meinung zu rekurrieren. Dass sie es sich auf Dauer nicht leisten können, gegen die Publikumserwartungen zu schreiben, wenn sie nicht untergehen wollen, ist jedoch vielfach belegt. Die ideologisch gefärbte Presse starb in Westeuropa noch vor der Ideologie – man denke nur an die AZ-Presse oder die katholischen Blätter – und überlebte in Osteuropa die Ideologie nur durch radikale Anpassung. Aber auch

das nur mühsam, wie das *Neue Deutschland* zeigt. Der Gegenentwurf zum Opportunismus, das Kampfblatt, ist immer ein Zuschussgeschäft: die Zürcher WOZ ebenso wie die Berliner TAZ und im rechtsbürgerlichen Lager das Springer-Organ *Die Welt*.

Dieser Zwang zur Realität, pejorativ Opportunismus genannt, bringt es mit sich, dass die Beziehung des Lesers zu seinem Leibblatt heute glaubensähnliche Formen ausschliesst. Es gibt keine ernst zu nehmende Redaktion (mehr), die mit dem Anspruch antritt, dem Leser die Welt weltanschauungssicher zu erklären. Es gibt aber sehr wohl einen tagtäglichen Beitrag der Medien zur Vertrauensbildung in die gesellschaftlichen Institutionen und öffentlichen Unternehmungen, auch wenn oder gerade weil er nicht immer einzelnen Mitspielern zum Vorteil gereicht. Und es gibt zumindest in den Spitzenmedien – das Buchwesen gehört dazu – einen Beitrag zur Bewusstseinsbildung, wie stark Gesellschaften mit ausgeprägtem Vertrauen sind. Und wie hoch die gesamtgesellschaftlichen Kosten sind, missbrauchtes Vertrauen wiederzugewinnen. Ohne Öffentlichkeit, also ohne Medien und damit ohne Presse, liefe dieser Prozess unendlich viel langsamer ab.

6. Verhängnisvoller Starkult

Der viel beklagte Zerfall der Autoritäten fällt zeitlich mit dem Aufkommen der Presse zusammen. Möglicherweise setzte er schon früher ein. Die öffentliche Guillotiniierung des 16. Ludwig war sicher kein Beweis unantastbarer Autorität. Historisch gesehen gibt es jedoch weniger eine kausale Koinzidenz zwischen Presse und Autorität als einen klaren Zusammenhang zwischen Desakralisierung und Autoritätszerfall. Bei den Merowinger-Königen steckte das Heil in den Haaren. Deswegen liessen die Karolinger dem letzten Merowinger-König noch die Haare scheren, bevor sie ihn in ein Kloster steckten. Ohne Heil keine Autorität. Als Karl X. 1824 in Reims gekrönt wurde, berührte er nachher wie alle seine Vorgänger die Lahmen und Gebrechlichen – genau 121, nachdem zur Krönung Ludwig XVI. noch 2400 gekommen waren –, begleitet von den Worten: «Le roi te touche, Dieu te guérisse», um dann hinzuzufügen, er hoffe, dass dem wirklich so sei. («Mes chers amis, je vous ai apporté des paroles de consolation; je souhaite bien vivement que vous guérissez.») Da nagte bereits stark der Zweifel. Seither wird Autorität nicht mehr von oben gestiftet, sondern will individuell erworben sein.

Dass es keinen ursächlichen Zusammenhang zwischen Presse und Autoritätszerfall gibt, beweist der Starkult unserer Tage. Er ist nun wirklich stark mediengetrieben und generiert zumindest Autoritäten zweiter Klasse. Man denke etwa an den Auftritt von Hollywoodgrössen wie Angelina Jolie oder Sharon Stone am Weltwirtschaftsforum in Davos. Wobei auch hier wieder festzuhalten ist, dass die Medien nicht die auslösende Kraft sind. Vielmehr nutzen die Veranstalter des Weltwirtschaftsforums die Medienmechanismen, um ihrer Veranstaltung mehr Medienecho zu verschaffen.

Ohne die Bereitschaft der Medien zu Autoritäten wäre der gewaltige Starkult von heute nicht möglich. Gerade die Wirtschaftspresse hat sich mit der Kür von Managern des Monats und Männern des Jahres sowie andern Auszeichnungen an diesem Starkult intensiv beteiligt. Dass von den vielen Männern des Monats nur die wenigsten einlösten, was man sich von ihnen versprach, spricht eher für eine Vertrauensseligkeit als für den «Geist, der stets verneint».

7. Transparenz schafft Vertrauen

Die Hälfte der in der Regenbogenpresse ausgebreiteten Sensationen ist mitnichten eine Enthüllung, sondern inszeniert. Dahinter steckt ein Kalkül, das dem Blatt ebenso dient wie den Inszenierten. In der illustrierten Wirtschaftspresse sind ähnliche Mechanismen erkennbar. Dass sie vertrauenstiftend wirken, wird niemand a priori behaupten können. Beruhigend wirkt einzig die Tatsache, dass das Gebot der Transparenz grundsätzlich auch die Presse einschliesst.

Der Respekt vor den Leistungen der Qualitätspublizistik sollte jedoch nicht dazu verleiten, den Beitrag der Massenmedien von der Boulevard- bis zur Regenbogenpresse über die Privatradios bis hin zu den privaten, aber weitgehend auch den öffentlichen Fernsehanstalten zu unterschätzen. Auch wenn die auflagenstarke People- und Boulevard-Presse keinerlei Ehrgeiz verspürt, das gesellschaftliche Vertrauen zu stärken, leistet sie indirekt durchaus einen Beitrag zur gesamtgesellschaftlichen Vertrauensbildung. Mit ihrem ausgeprägten Verkaufsinstinkt spürt sie die Bedürfnisse und Wünsche der breiten Bevölkerung auf. Indem sie diese Wünsche aufnimmt und abbildet, leistet sie einen klar erkennbaren Beitrag zur Transparenz. Die breite Bevölkerung orientiert sich nicht an der NZZ, sondern an *Glückspost*, *Blick* und den Abendnachrichten des Schweizer Fernsehens. Nie war die vox populi klarer zu vernehmen als heute.

Die Boulevardpresse und die andern Massenmedien leisten aber auch direkte Beiträge zur Transparenz und nehmen damit durchaus gesellschaftliche Aufgaben im Sinne eines Vertrauenserhalts wahr. Der kleine Mann vertraut solchen Blättern. Damit wirken sie systemstabilisierend. Angesichts der unzäpferlich eingesetzten Mittel erzielt die Boulevardpresse häufig – im Guten wie im Schlechten – sogar mehr Wirkung als die in Auflage und Reichweite limitierte Qualitätspresse. Man denke nur an das Bild der pharaonischen Villa eines biedereren Pensionskassenverwalters.

Die Fähigkeit zur Transparenzbildung ist also unverkennbar gegeben. Transparenz wiederum ist die wichtigste Voraussetzung für Vertrauen, ganz besonders in der glaubensfernen Welt, in der der Vertrauensaufbau zunehmend rational erfolgt. Die Alternative zum rational begründeten Vertrauen ist das blinde Vertrauen. Diese Variante des Vertrauens ist der offenen Gesellschaft wesensfremd oder sollte es in ihrer idealtypischen Ausgestaltung zumindest sein.

8. Misstrauen als Option

Geschlossene Gesellschaften wie die vorkonstitutionellen Regimes des frühen 19. Jahrhunderts oder die sozialistisch-kommunistischen Herrschaftsformen nach dem Zweiten Weltkrieg in Osteuropa zeichneten sich unterschiedslos dadurch aus, dass sie die Presse möglichst rigoros zu kontrollieren suchten. Vertrauen ist in sozialistischen Gesellschaften kein ernst zu nehmender Begriff. Das Etymologische Wörterbuch des Deutschen, 1989 herausgegeben in drei Bänden von der Akademie der Wissenschaften der DDR und in seiner philologischen Qualität nur zu bewundern, verzichtet darauf, «Vertrauen» zu rubrizieren. Das sagt schon alles.

Die Errungenschaft der Pressefreiheit kommentieren die Amerikaner gerne mit dem Satz, dass die Pressefreiheit nur für den gilt, der sie besitzt. Dass jede Freiheit an ökonomische Realitäten stösst, ist unbestritten. Deswegen bleibt die Aussage gleichwohl gültig: Einer kontrollierten Presse vertrauen nur die Kontrolleure. Daraus lässt sich aber in der Umkehr nicht ableiten, dass alle, die frei sind, einer freien Presse vertrauen. Misstrauen bleibt in einer freien Gesellschaft immer eine Option. In einer geknechteten Gesellschaft ist es dagegen ein Überlebensgebot.

Die Tatsache, dass eine Presse frei ist, signalisiert noch lange nicht, dass sie wirklich gut ist. Aber zumindest sind die systematischen Voraussetzungen dafür gegeben. Und damit wird ein wichtiger Beitrag zum Vertrauensaufbau geleistet.