

FULL PAPER

Politiker und Publizist

Helmut Schmidt als Akteur und Kritiker von Medialisierung

Politician and Publicist

Helmut Schmidt as Protagonist and Critic of Mediatization

Thomas Birkner

Thomas Birkner

Institut für Kommunikationswissenschaft, Westfälische Wilhelms-Universität Münster,
Bispinghof 9-14, 48143 Münster; Kontakt: [thomas.birkner\(at\)uni-muenster.de](mailto:thomas.birkner(at)uni-muenster.de)

Politiker und Publizist

Helmut Schmidt als Akteur und Kritiker von Medialisierung

Politician and Publicist

Helmut Schmidt as Protagonist and Critic of Mediatization

Thomas Birkner

Zusammenfassung: Helmut Schmidt war von 1974 bis 1982 Kanzler der Bundesrepublik Deutschland und ist seit 1983 Mitherausgeber der Wochenzeitung *Die Zeit*. Heute ist er – auch auf Grund seiner medialen Präsenz – einer der populärsten Deutschen. Seine publizistischen Beiträge zur Politik des Landes, in Artikeln und Büchern, finden enorme Beachtung, auch seine Medienkritik. Der Beitrag schlägt vor, am sicherlich speziellen Beispiel Helmut Schmidt das Wechselspiel von Politik und Medien auf der Mikroebene mit dem theoretischen Konzept der Medialisierung zu untersuchen. Diese wird vielfach als Unterwerfung der Politik unter die Logik der Medien verstanden. Der Blick auf einen entscheidenden Handlungsträger legt offen, wie sehr die Medialisierung der Politik auch von medienaffinen Politikern ausgehen kann. Es kann gezeigt werden, dass Schmidt Anteil an der Medialisierung der Politik in der Geschichte der Bundesrepublik hatte und dass seine Medienkritik darauf basiert, dass er Medien für unverzichtbar für das Funktionieren einer Demokratie hält.

Schlagwörter: Politische Kommunikation, Medialisierung, Helmut Schmidt, Medienkritik

Abstract: Between 1974 and 1982, Helmut Schmidt was chancellor of the Federal Republic of Germany and since 1983 he is co-publisher of the weekly newspaper *Die Zeit*. Nowadays, he is one of the most popular Germans – also due to his representation in the mass media. His commentaries of national politics, both in print articles as well as in books, are highly appreciated, as are his media critiques. Applying a mediatization approach, this paper examines the interdependent relationship between politics and media at the micro level – thereby using Helmut Schmidt as a very specific example. The concept of mediatization is often regarded as a submission of the political system to the logic of mass media. While focusing on one crucial actor, it becomes obvious that the mediatization of politics can also be initiated by media-conscious politicians. The paper reveals that Schmidt contributed to the mediatization of German politics and that his media critique is grounded on the assumption that mass media are indispensable for the functioning of democracies.

Keywords: Political Communication, Mediatization, Helmut Schmidt, Media Critique

1. Einleitung¹

Wenn Helmut Schmidt heute darauf angesprochen wird, ob ihm der Abschied von der Macht 1982 schwer gefallen sei, so verneint er dies mit dem Hinweis darauf, dass er auch heute noch Anteil habe an den Geschicken Deutschlands und dass sein publizistisches Wirken auch ein politisches Wirken sei, „allerdings kein parteipolitisches Wirken“ (Helmut Schmidt im Interview mit dem Autor, 6. Januar 2011). Schmidt war von 1974 bis 1982 Kanzler der Bundesrepublik Deutschland und ist seit 1983 Mitherausgeber der Wochenzeitung *Die Zeit*.

Helmut Schmidt ist ein Politiker und Publizist, der sich mit seinen Artikeln in der *Zeit* mittels eines Massenmediums an die Öffentlichkeit wendet und sich zugleich immer wieder auch als harscher Kritiker der Medien und des Journalismus äußert. Der vorliegende Beitrag schlägt vor, im Bereich der politischen Kommunikation an einem konkreten Beispiel das Konzept der Medialisierung von Politik auf der Mikroebene anzuwenden. Das Beispiel Helmut Schmidt hat den Vorteil, dass sich hier das Verhältnis eines Politikers zu den Medien fast über den gesamten Zeitraum der bundesrepublikanischen Geschichte nachvollziehen lässt.

2. Theoretische Fundierung

Für die These, dass die Medien unsere Gesellschaft in zunehmendem Maße prägen, werden im internationalen Kontext die Begriffe „Mediation“ und „Mediatization“ verwendet (u. a. Altheide & Snow, 1988; Couldry, 2008; Krotz, 2009; Strömbäck & Esser, 2009), im deutschsprachigen Raum Medialisierung und Mediatisierung benutzt. Vielfach synonym (Donges, 2008, S. 25; Reinemann, 2010, S. 280) verwandt, handelt es sich für viele jedoch um mehr als eine semantische Differenz. Wenn Neuberger (2013, S. 222) zwischen einer eher weiten, medialen und einer eher engen, systemischen Medialisierung unterscheidet, dann lässt sich ersteres als Mediatisierung der Lebenswelt insgesamt (Hartmann & Hepp, 2012; Krotz, 2007) verstehen. Dabei gilt es wenigstens aus kommunikationshistorischer Perspektive zu beachten, dass der Begriff der Mediatisierung in der Geschichtswissenschaft bereits besetzt ist und den „Verlust einer unmittelbaren Stellung, insbesondere bei der Aufhebung der reichsunmittelbaren Stände zwischen 1803 und 1806“ bezeichnet (Bösch & Frei, 2006, S. 10; Stöber, 2010, S. 78; Schulz, 2011, S. 30). Dennoch müssen weites und enges Verständnis nicht prinzipiell gegensätzlich verstanden werden, sondern können sich durchaus positiv ergänzen.

Die eher enge, systemische Medialisierung in der Unterscheidung von Neuberger meint vor allem die Anpassung an die Logik der Medien (u. a. Mazzoleni & Schulz, 1999; Donges, 2008; Kepplinger, 2008; Schulz, 2011; Meyen, 2009; Reinemann, 2010; Marcinkowski & Steiner, 2010): „Mediation (...) refers to the impact of the logic and form of any medium involved in the communication process“ (Altheide & Snow, 1988, S. 195). Die Anpassung von gesellschaftlichen Teilsystemen und Akteuren an die Medienlogik soll hier als Medialisierung verstan-

1 Ich danke meinen Kollegen Andreas M. Scheu, Armin Scholl, Frank Marcinkowski, Julia Metag sowie zwei anonymen Gutachtern für wertvolle Kommentare.

den werden. Im Falle des politischen Systems ist dies zunächst vielfach als Kolonialisierung durch die Medien gedeutet worden (Mazzoleni & Schulz, 1999; Hoffmann-Riem, 2000; Meyer, 2001; Münkel, 2006). Inwieweit Politiker jedoch auf die Leistungen der Massenmedien für ihre Zwecke zugreifen und sich selbst medialisieren (Dylla, 2008, S. 56), blieb dabei zumeist unterrepräsentiert.

Im Folgenden soll es darum gehen, wie die systemeigene Logik der Medien von einem anderen Sozialsystem – hier der Politik – aufgenommen wird. Negrine (2008, S. 158; Schulz, 2011, S. 309) schreibt, dass politische Akteure nicht nur auf die Medienlogik reagieren, sondern diese auch zum eigenen Vorteil nutzen lernen. Im Anschluss an Marcinkowski und Steiner (2010, S. 73) meint Medialisierung hier die „Ermöglichung von Politik unter Bedingungen gesteigerter Interdependenzen, sowie hoher politischer Komplexität und Inklusivität“. Auch wenn sie dies als „überindividuelles Phänomen“ (S. 53) begreifen, soll hier Helmut Schmidts Agieren in den Medien mit dem Konzept der Medialisierung auf der Mikroebene analysiert werden. Meyen (2009, S. 36) plädiert dafür, durchaus auch das Handeln einzelner Akteure zu beachten:

„Ausgangspunkt ist dabei die Annahme, dass sich das Verhalten und der Alltag von Menschen, Organisationen, Institutionen und Systemen verändert, weil Akteure davon ausgehen, dass Massenmedien nicht wirkungslos sind.“

Ausgehend von Untersuchungen auf der Mesoebene zur Medialisierung von Parlamenten (Marschall, 2009) und Parteien (Donges, 2008) soll nun – nach Vowe (2006, S. 443-444) – Politik weniger durch Makroskop und Mesoskop als vielmehr durch das Mikroskop betrachtet werden: „Effekte der Medien auf das Verhalten politischer *Entscheidungssträger* sind noch kaum untersucht“ (Spörer-Wagner & Marcinkowski, 2011, S. 422, Herv. i. O.). Insbesondere bei Spitzenpolitikern, die sich im medialen Feld bewegen und kommunizieren, müssen in einem Analyseraster neben Third-Person-Effekten (Brosius & Engel, 1997; Rössler, 2009; Dohle, 2013) reziproke Effekte (Kepplinger, 2007; Kepplinger & Glaab, 2007; Kepplinger & Zerback, 2009) berücksichtigt werden. Die Frage ist hier, wie die von den Objekten der Medienberichterstattung beobachteten, erfahrenen bzw. unterstellten Medieneinflüsse auf diese zurückwirken. Es geht also um indirekte Effekte und Medienwirkungen zweiter Ordnung (Meyen, 2009). Als fruchtbar erweisen sich in diesem Zusammenhang Überlegungen zum Einfluss des vermuteten Einflusses von Medien (Gunther & Storey, 2003; Amann, Dohle, & Raß, 2012). Politiker vermuten bei anderen (Politikern/Bürgern/Wählern etc.) einen Medieneinfluss und dies wiederum beeinflusst sie in ihrem Umgang mit den Medien. Cohen, Tsfati und Shaefer (2008) nennen dies: „The influence of presumed media influence in politics“. Kepplinger (2007, S. 10) erklärt, dass politische Akteure besonders stark von jenen Medien beeinflusst werden, die sie selber nutzen. Insofern kommt hier tatsächlich eine individuelle Komponente ins Spiel, denn „die Art und Weise, wie Spitzenpolitiker ihre jeweilige Position ausfüllen und Macht ausüben, [dürfte] nicht allein institutionell determiniert sein, sondern mit der Persönlichkeitsstruktur des Amtsträgers variieren“ (Patzelt & Edinger, 2011, S. 28).

Wenn also die persönlichen Merkmale und Erfahrungen den Regierungsstil zum Beispiel von Kanzlern beeinflussen, so ist davon auszugehen, dass sich die Medien Erfahrungen und das Medienensemble auf den Kommunikationsstil eines Regierungschefs und damit auch seiner Regierung auswirken. Der Kommunikationsstil ließe sich demnach, zumindest in Teilen, auch (medien-)biographisch fundieren. In der Politikwissenschaft, so Patzelt und Edinger (2011, S. 10), sei „der Kenntnisstand über viele Aspekte der zum Beruf gewordenen Politik und ihrer Akteure begrenzt“, es mangle „weitgehend an Überblicksdarstellungen sowie an breiten angelegten, historisch und synchron vergleichenden Studien“. Dabei erhoffen sie sich unter anderem von „Arbeiten zum Kommunikationsverhalten von Politikern vertiefte Einblicke in die Interaktion von Medien und politischem Führungspersonal“.

Um hierzu einen Beitrag zu leisten, wird zunächst systemtheoretisch auf der Makroebene von zwei autonomen Gesellschaftssystemen Politik und Medien ausgegangen, die ungleichartig, aber gleichrangig (Marcinkowski & Steiner, 2010, S. 57) sind. Die Politik ist zur Erfüllung ihrer Funktion, der Herstellung kollektiver Entscheidungen (u. a. Nassehi, 2003, S. 146; Luhmann, 2005 [1970]), auf die Leistung der Massenmedien, „Themen der gesellschaftlichen (und damit auch politischen) Kommunikation mit öffentlicher Aufmerksamkeit und Akzeptanz zu versorgen“ (Marcinkowski & Steiner, 2010, S. 63) angewiesen. Wie aber funktioniert die Kommunikation des politischen Systems auf der Akteurebene ganz konkret? Die systemtheoretische Analyse bietet hier, weil sie – im Sinne einer theoretischen Pointe (Schimank, 2005, S. 48) – zunächst von Akteuren als Handlungsträgern absieht, auf der Mikroebene nur eine „halbierte Theorie der modernen Gesellschaft“ im Sinne von Max Weber (Wehler, 1998, S. 76; Neuberger, 2004, S. 287).

Akteurs- und Strukturorientierung müssen deshalb integriert werden (Schimank, 2005; 2010); in der Politikwissenschaft versucht dies der *Akteurszentrierte Institutionalismus* (Scharpf, 2006; Korte, 2001). Allerdings „zeichnen sich politikwissenschaftliche Analysen nach wie vor durch weitgehende Vernachlässigung des Faktors Medien aus“ (Spörer-Wagner & Marcinkowski, 2011, S. 416). Hier aber sind die Medien expliziter Handlungsrahmen von politischen Akteuren (Jarren & Donges, 2004, S. 31). „Die Medialisierung des Politischen“, so Marcinkowski und Steiner, „und dadurch erreichte Popularitätsgewinne können es Politikern ermöglichen, andere gesellschaftliche Teilbereiche (z. B. Medien, Recht, Wirtschaft) in großem Umfang zu politisieren.“ Im Folgenden soll also an dem konkreten Fallbeispiel des Akteurs Helmut Schmidt das Wechselspiel von Medialisierung der Politik und Politisierung der Medien untersucht werden.

3. Material und Methode

Kepplinger hat umfangreiche Daten zur Medialisierung der bundesrepublikanischen Politik im Zeitverlauf zusammengetragen (insb. 2002, 2007), und damit auch zur Regierungszeit von Schmidt. Im Anschluss an die quantitativen Studien Kepplingers wird hier ein qualitativer Weg vorgeschlagen. Kepplinger hat wohl zu Recht ausgeschlossen, dass man bedeutende Politiker beobachten oder standardisierten Befragungen unterziehen könne (2007, S. 20) und dass für Dokumentenanalysen die interessanten Dokumente wohl nicht zugänglich seien (2008, S. 329).

Im Rahmen eines größeren, von der Helmut und Loki Schmidt-Stiftung unterstützten Forschungsprojektes zum Verhältnis von Helmut Schmidt zu den Medien aber konnte in seinem Haus in seinem Privataarchiv im Hamburger Stadtteil Langenhorn und im Archiv der sozialen Demokratie der Friedrich-Ebert-Stiftung in Bonn geforscht werden.²

Auf diesem Wege konnten zum Beispiel die Frühphase von Schmidts publizistischem Schaffen aus seinen privaten Akten, sein Umgang mit Journalisten aus seiner Korrespondenz und der Kommunikationsstil seiner Regierung aus den Akten des Kanzleramtes rekonstruiert werden.

Zur Validierung und Ergänzung (Loosen & Scholl, 2011) wurden qualitative Interviews geführt. So konnten Fragen, die sich nicht aus den Dokumenten erschließen ließen, beantwortet werden – und andersherum. Unter anderem wurden zwei lange Interviews mit Helmut Schmidt geführt, außerdem wurden Schmidts ehemaliger Regierungssprecher Klaus Bölling, sein Schachpartner Peer Steinbrück, der damalige Auslandskorrespondent Gerd Ruge, der *Zeit*-Journalist Dieter Buhl und der aktuelle Chefredakteur der *Zeit*, Giovanni di Lorenzo, interviewt. Die so gewonnenen Erkenntnisse lassen sich einbinden in die Analyse des öffentlich zugänglichen, insgesamt sehr umfangreichen Werkes von Schmidt, seine zahlreichen Bücher und fast unzählige Artikel für Zeitungen und Zeitschriften, vor allem für *Die Zeit*.

Der nach wie vor ungebrochenen publizistischen Produktivität von Schmidt steht bislang noch eine überschaubare Forschung zu Schmidt gegenüber. Herausragend ist hier die zweibändige Studie von Hartmut Soell (2004, 2008). Neben einigen Büchern von Kollegen bei der *Zeit*, wie Michael Schweliens *Helmut Schmidt – ein Leben für den Frieden* (2003) und Theo Sommers *Unser Schmidt – Der Staatsmann und der Publizist* (2010) sind in den vergangenen Jahren im Rahmen der *Helmut und Loki Schmidt-Studien* unterschiedliche Aspekte der schmidt-schen Vita untersucht worden (u. a. Birkner, 2005; Albrecht, 2008; Waechter, 2011). Astrid Zipfel hat sich in ihrer Studie *Der Macher und die Medien* (2005) Helmut Schmidts politischer PR gewidmet und Lars Rosumek (2007) hat sich allgemeiner mit den deutschen Kanzlern und den Medien auseinandergesetzt.

Letztere Studie verdeutlicht, dass der Medienumgang eines Bundeskanzlers natürlich in den Strukturen des jeweiligen historischen Medienensembles zu sehen ist. Erst vor dem Hintergrund des medialen *settings* einer Epoche lassen sich qualifizierte Aussagen über die Medialisierung der Politik machen. Sammelbände aus der Geschichtswissenschaft (Bösch & Frei, 2006) und der Kommunikationsgeschichte (Arnold, Classen, Kinnebrock, Lersch, & Wagner, 2010) haben hier bereits Vorarbeiten geleistet. Bösch und Frei (2006, S. 7) verbinden Medialisierungsschübe mit politischen Mobilisierungsschüben seit dem Ende des 19. Jahrhunderts. Nach dem Aufkommen der Massenpresse seit etwa 1890 und dem Aufkommen des Radios in den 1920ern benennen sie als dritte Phase eine wachsende Politisierung durch das Aufkommen des Fernsehens seit dem Ende der 1950er Jahre, was für den hier zu untersuchenden Zeitraum noch zu differenzieren ist (Strömbäck, 2008).

2 Herzlichen Dank an Heike Lemke im Privataarchiv von Helmut Schmidt und an Christoph Stamm und Sven Haarmann im Archiv der sozialen Demokratie der Friedrich-Ebert-Stiftung für die hervorragende wissenschaftliche Betreuung.

Als Schmidt 1953 erstmals in den Bundestag einzog – zu Zeiten Adenauers – dominierte die Presse die Medienlandschaft; das Fernsehen spielte noch keine Rolle (Derenthal, 2000, S. 144). In den Jahren der sozialliberalen Koalition unter Brandt (1969-1974) und dann Schmidt (1974-1982) war der öffentlich-rechtliche Rundfunk von enormer Bedeutung. Als Schmidt 1982 als Bundeskanzler abgewählt wurde, kam mit der Regierung Kohl das von ihr mitinitiierte Privatfernsehen und veränderte die Politikberichterstattung. Doch war sein Nachfolger „kein Medienkanzler, der souverän auf der Klaviatur des kulturellen Zeitgeistes spielte“ (Hennecke, 2003, S. 18), während wiederum dessen Nachfolger Gerhard Schröder explizit als *Medienkanzler* (Meng, 2002) beschrieben wurde.

Seit den 1980er Jahren kann, mit Imhof (2006, S. 200, FN 12; Hervorhebung im Original), neben dem Ausdifferenzierungsprozess des Mediensystems aus dem politischen System, von dem dabei oft übersehenen „korrelativen *Entdifferenzierungsprozess*, welcher die Medien der ökonomischen Marktlogik unterwirft“, gesprochen werden. Vor dem Prozess einer dysfunktionalen Marktorientierung hat Schmidt als Medienkritiker gewarnt. Die heute konstatierte Kolonialisierung der Medien durch die Wirtschaft scheint jene durch die Politik, unter der der deutsche Journalismus in seiner Geschichte so lange leiden musste, abgelöst zu haben (Birnkner, 2012b). Gesamtgesellschaftlich funktional ist ein Gleichgewicht zwischen Macht, Markt und Medien. Konstituiert sich die politische Logik aus „Verhandlungslogik und Öffentlichkeitslogik“ (Spörer-Wagner & Marcinkowski, 2011, S. 417), dann kann die Öffentlichkeitslogik der Politik für beide Seiten funktional an die Logik der Medien anschließen, ohne dass die Verhandlungslogik davon beschädigt würde.

Die Rahmenbedingungen für politisches Handeln im medialen Raum gehören zum Begründungszusammenhang der Medialisierung von Politik, erklären aber für sich genommen sicher nicht die unterschiedlichen, medial vermittelten Politikstile der Bundeskanzler. Es gilt, das auch aus der Mediensozialisation (Krämer, 2013) resultierende Medienrepertoire zu berücksichtigen. Die intellektuelle Auseinandersetzung mit der Rolle der Medien in der Gesellschaft prägt Semantik und Stil der eigenen Medialisierungsstrategie, orientiert an der Logik des vorhandenen Medienensembles. Erst kommunikationshistorisch kann erklärt werden, dass das Wissen um die Funktionsmechanismen der Medien zwar zur „Ausrichtung politischen Handelns und Verhaltens an den Gesetzmäßigkeiten des Mediensystems“ (Sarcinelli, 2002, S. 679) führen kann, ohne dass dies eine dysfunktionale „Angleichung“ bewirken muss (Schade, 2004, S. 121).

4. Früher Umgang mit den Medien

„Kinder lesen keine Zeitung!“, erinnert Helmut Schmidt (1992, S. 193) als eine der Regeln in seinem Elternhaus. Der Erste Weltkrieg war gerade zu Ende gegangen, als er am 23. Dezember 1918 im Hamburger Arbeiterviertel Barmbek das Licht der Welt erblickte. Und er war gerade 14 Jahre alt geworden, da kamen die Nationalsozialisten in Deutschland an die Macht. Er schreibt in seinem *Politischen Rückblick auf eine unpolitische Jugend* davon, dass „die Informations- und Erziehungsdiktatur der zwölf Hitlerjahre meine Jugend beeinflusst“ habe

(Schmidt, 1992, S. 188; 2008, S. 288). Gelegentlich hat er als Soldat auf Heimaturlaub „noch höchstens am Sonntagmorgen die Zeitung meiner Eltern gelesen, das Hamburger Fremdenblatt, das damals schon weitgehend auf NS-Kurs gebracht worden war“ (Schmidt, 1992, S. 212). Karl Christian Führer (2007, 2012) weist auf die Bedeutung der „Tageszeitung als wichtigstes Massenmedium der nationalsozialistischen Gesellschaft“ hin. Schmidt fand damals im Schrank seines Vaters die Bücher *Aufstand der Massen* von José Ortega y Gasset und *Psychologie der Massen* von Gustave Le Bon. „Die habe ich wahrscheinlich damals nicht zur Gänze gelesen. Die waren beide zu dick für einen Siebzehnjährigen.“ (Helmut Schmidt im Interview mit dem Autor, 10. Dezember 2012) Dennoch haben sie ihn stark beeindruckt (Schmidt, 1992, S. 212) und so „konnte er seine eigene Erfahrung bei Massenaufmärschen wie auf dem Nürnberger Parteitag mit den dahinterstehenden Zielen der kollektiven psychischen Umformung und der passiven Anpassung der Teilnehmer durch das Regime in Beziehung setzen und besser verstehen“ (Soell, 2008, S. 89). Schmidts Reflexion über „Desinformation, Propaganda und Massenhysterie“ (1992, S. 240) dürfte bereits im Krieg begonnen haben. Anschließend „erwachte ein riesenhafter Bildungshunger“ (S. 235) in ihm, und „wir lasen alles, was jetzt erstmalig für uns greifbar wurde“ (S. 236).

Nach der Rückkehr aus britischer Kriegsgefangenschaft trat er der SPD bei, studierte an der Hamburger Universität Volkswirtschaft (u. a. bei Karl Schiller) und begann, Artikel vornehmlich in SPD-nahen Blättern zu schreiben. Wie sehr es ihm von Beginn an um „Öffentlichkeit als Prinzip“ (Habermas, 1990, S. 278) ging, belegt ein Artikel, der am 6. Juli 1949 im *Hamburger Echo* erschien und in dem Schmidt die Intransparenz der Adenauer-Regierung anprangerte (Schmidt, 1949b). Die Redakteure hatten eine Zwischenüberschrift von Schmidts Entwurf vom 16. Juni „Publizität statt Geheimwissenschaft“ zur Artikelüberschrift gemacht (Schmidt, 1949a).

Zum Ende seines Studiums spielte Schmidt mit dem Gedanken, zumindest vorübergehend beim *Hamburger Echo* als Journalist einzusteigen, aber die „wollten mich nicht haben“ (Helmut Schmidt im Interview mit dem Autor, 6. Januar 2011; Soell, 2004, S. 216). Soell (2004, S. 217) schreibt, dass Schmidt wohl nicht wirklich viel an einer Beschäftigung bei einem Parteiblatt gelegen habe, weil dies zu sehr „seinem Drang, seine politische Meinung frei zu äußern, entgegengestanden hätte“. Schmidt ging in die Hamburger Verwaltung und arbeitete dort unter seinem Wirtschaftsprofessor Schiller vor allem zu Verkehrsfragen. Weiterhin pochte er in der Presse auf Öffentlichkeit und zum Beispiel darauf, dass die Regierung die Pflicht habe, „die Investitionspläne im Rahmen einer volkswirtschaftlichen Gesamtbilanz der Öffentlichkeit zugänglich zu machen“ (Schmidt, 1950a). Drei Wochen später klagte er über die „Helldunkel-Kulisse der Ministerialbürokratie“ (Schmidt, 1950b), im Mai 1950 forderte er „Transparenz statt Dunkelkammer“ und eine „Wirtschaftspolitik ohne Geheimnisse“ (Schmidt, 1950c). Es gibt zahlreiche Artikel aus Schmidts Jahren bei der Hamburger Behörde, die belegen, wie sehr das Herstellen von Öffentlichkeit, obschon kein Journalist von Beruf, zu seinem Leitmotiv geworden war. Als gelegentlicher Autor von Artikeln eignete er sich Ende der 1940er und Anfang der 1950er Jahre Wissen über die Funktionsweisen des journalistischen Systems an. Das sollte für seinen Umgang mit den

Medien in den folgenden Jahrzehnten von Vorteil sein, so dass er – in einem bescheidenen Maße – durchaus Teile der Nachkriegsmedien politisierte und gleichzeitig die eigene Politik medialisierte.

5. Medienakteur in Bund und Land

Die Wahlen zum zweiten Deutschen Bundestag 1953 stellten eine gewisse politische Normalisierung dar und waren so Boden für mediale Innovationen. Der Wahlkampf der CDU war „am amerikanischen Vorbild orientiert“ und „von Kiel bis Konstanz“ klebte bundesweit „das gleiche Plakat des Bundeskanzlers“ (Derenthal, 2000, S. 152). Als erste Partei arbeitete die CDU „mit einem Meinungsforschungsinstitut zusammen. Der Leiter des Instituts für Demoskopie in Allensbach, Erich Peter Neumann, versorgte das Kanzleramt regelmäßig mit Umfrageergebnissen“ (Köhler, 1994, S. 775). Und der bekannte Regisseur Gyula Trebitsch drehte auf eigene Initiative (Helmut Schmidt im Interview mit dem Autor, 10. Dezember 2012) für Schmidt, der erstmals in den Bundestag gewählt worden war, eine Art Imagefilm. Dieser wurde dann, transportiert mit einem alten VW-Bus, an den U- und S-Bahnstationen in Schmidts Wahlkreis vorgeführt (Soell, 2004, S. 234).

Schmidt zeigte keinerlei Berührungängste mit den bewegten Bildern von Film und Fernsehen und engagierte sich im Bundestag in der Verkehrspolitik und dann auch in der Verteidigungspolitik. In seiner ersten im großen Stile öffentlichkeitswirksamen Rede vor dem Deutschen Bundestag griff Schmidt (1958, S. 1040-1041) am 22. März 1958 in der Debatte um eine atomare Bewaffnung der Bundeswehr die Regierung Adenauer scharf an und warf den „Ahnherren dieser Adenauer-Koalition“ vor, „dem Ermächtigungsgesetz für Adolf Hitler“ zugestimmt zu haben:

„Wir waren vierzehn Jahre alt und waren Schulbuben. Ihre Zustimmung zu dem Ermächtigungsgesetz hat uns und viele Millionen anderer später auf die Schlachtfelder Europas geführt (...) und in die Keller unserer Städte, Millionen in die KZ und deren Todeskammern. (...) Und dieses Ermächtigungsgesetz, meine Damen und Herren, hat uns damalige Schuljungs dem raffinierten psychologischen System des ‚Dritten Reichs‘ ausgeliefert, und wir haben einige Zeit gebraucht, um uns aus dieser geistigen Umklammerung unserer jungen Unmündigkeit zu befreien.“

Seinen Ruf als „Schmidt-Schnauze“ (u. a. Atom-Gegner, 1959) schärfte er weiter, indem er im Bundestag in Richtung von Karl Theodor Freiherr von und zu Guttenberg von der CSU meinte, es falle schwer, nicht zu beklagen, dass die Deutschen keine Revolution zu Stande gebracht hätten, „die dieser Art von Großgrundbesitz die materielle Grundlage entzogen hätte“ (Schmidt, 1959, S. 4759; Schmidt, 1996, S. 506). Nachdem sich Schmidt in Bonn profiliert hatte, die SPD aber nach wie vor die Oppositionsbank drückte, ging er Ende 1961 zurück nach Hamburg. Dort wurde er als neuer Innensenator gleich zum „Herr der Flut“, wie ihn der *Spiegel* (1962, S. 26) nannte.

In der Nacht zum 17. Februar 1962 bedrohte eine enorme Flutwelle von der Nordsee aus die Hansestadt und Tausende von Menschen. Schmidt, der als Verteidigungsexperte über gute Kontakte zu Bundeswehr und NATO verfügte, forderte

Soldaten und Hubschrauber an: „Sie sind mir nicht unterstellt worden, ich habe sie mir genommen.“ (Herr der Flut, 1962, S. 28) Er hat damit sicherlich „etwas außerhalb der grundgesetzlichen Legalität“ (Sommer, 2010, S. 199, 289; Soell, 2004, S. 385) operiert und soll gar, als ihn der verdutzte Bürgermeister Paul Nevermann fragte, ob denn die Hamburger Verfassung noch gelte, geantwortet haben, Paul solle ihn nicht mit so „unwichtigen Fragen“ (Noack, 2010, S. 89; Schwelien, 2003, S. 157) behelligen. Einen solchen Habitus erlaubte ihm auch das „anhaltend positive Medienecho“ (Soell, 2004, S. 385).

Denn Schmidt sorgte auch hier für Öffentlichkeit: „Er hielt die Presse auf dem Laufenden. Reporter und Kameras durften ihn auf Schritt und Tritt begleiten“ (Schwelien, 2003, S. 158). Die Presse lobte die „offensive Schmidt'sche Informationspolitik, die sich in rundum positiver Berichterstattung niederschlägt“ (Noack, 2010, S. 88). Dabei (Soell, 2004, S. 382), „erlaubte die Personalisierung, die Komplexität der Lage zu reduzieren“. Schmidt wusste durchaus die Personalisierungsstrategie des Fernsehens (u. a. Bentele, 1998, S. 136) für die Zwecke seiner Politik zu nutzen. Die Anpassung an die Logik des neuen Mediums Fernsehen half Schmidt, nicht nur sich selbst zu profilieren, sondern auch seine Politik zu erklären und durchzusetzen. Neben der Medialisierung der Politik wird der zeitgleiche Politisierungsschub der Medien an einem weiteren Ereignis deutlich.

Schmidt war 1962 als Hamburger Innensenator nicht nur in die Flutkatastrophe involviert, sondern auch in die so genannte *Spiegel*-Affäre, die laut Schmidt (im Interview mit dem Autor, 6. Januar 2011) „in Wirklichkeit eine Strauß-Affäre war“. Er erfuhr ganz direkt den aggressiven Zugriff des Staates auf das Nachrichtenmagazin, der die Republik verändern sollte. Denn Conrad Ahlers, der Hauptautor des Artikels „Bedingt abwehrbereit“ (1962), der die Affäre auslösen sollte, kannte Schmidt noch aus gemeinsamen Studientagen an der Hamburger Uni und schätzte ihn als Wehrexperthen. Er bat Schmidt, sich den Artikel vor der Veröffentlichung anzusehen, und Schmidt äußerte an mehreren Stellen die Sorge, dass hier eventuell militärische Geheimnisse verraten würden. Dennoch wurde er der Beihilfe zum Landesverrat verdächtigt. Sein Biograph Soell (2004, S. 427) stellt fest, dass hier bei den ermittelnden Stellen offenbar auch „mangelnde Kenntnis des Alltags eines aktiven Parlamentariers“ vorlag, „der auf Feldern tätig war, die die Journalisten interessierten und der seinerseits deren Interesse benutzte, um für seine Ziele mehr öffentliche Wirkung zu erreichen“. Plötzlich stand Schmidt wegen seiner Pressekontakte unter Druck. Seine Rolle in diesem Konflikt verdient besondere Aufmerksamkeit (vgl. hierzu ausführlich Birkner, 2012a). In den Augen des *Spiegels* positionierte er sich eindeutig: „Statt gegen den SPIEGEL (Bundesländer, 1962, S. 76) setzte der Innensenator hamburgische Kriminalpolizisten auf Bundesbeamte an: Die Hamburger Kripo sollte untersuchen, ob Telephonleitungen überwacht und Ferngespräche blockiert würden.“ Noch während das Verfahren (es wurde erst Ende 1966 eingestellt) gegen ihn lief, stellte Schmidt 1964 ein neues Pressegesetz für Hamburg vor.

Moderne Demokratien funktionieren nur, wenn die Teilsysteme Politik und Medien gleichberechtigt sind. Die *Spiegel*-Affäre hatte gezeigt, dass dies in der jungen deutschen Demokratie noch nicht der Fall war, war aber gleichsam die „Initiierung eines politischen Mobilisierungsprozesses mit Langzeitwirkung“

(Wehler, 2013, S. 32). Quasi als direkte Lehre aus der Affäre erläuterte Schmidt (1967, S. 318) vor der Hamburger Bürgerschaft: „Deshalb meinen wir, daß die Beschlagnahme- und Sicherstellungsregelungen mit außerordentlicher Sorgfalt getroffen werden müssen, sehr viel sorgfältiger, als das bislang der Fall gewesen ist.“ Er wollte größtmögliche Freiheiten für die Presse, die damit entsprechend verantwortungsvoll umzugehen habe. Bereits in dieser Rede verband Schmidt die Betonung der Wichtigkeit der Medien mit scharfer Medienkritik.

Seit dem Ende des Jahres 1965 schrieb Schmidt eine wöchentliche, später monatliche Kolumne (bis Mitte 1969) in der *Münchener Abendzeitung* (AZ) vornehmlich über Verteidigungspolitik und die von der SPD forcierte neue Ostpolitik. Aber er äußerte sich auch zu Medienfragen. Unter der Überschrift „Parlament – Fernsehen – Bürger“ (Schmidt, 1965) sah er explizit das Fernsehen als Bindeglied zwischen Bürger und Parlament und betonte die Bedeutung dieser Mittlerrolle. Dieses Dokument zeigt die Reflexion Schmidts über die verschiedenen Dimensionen einer Medialisierung der Politik. Die Direktübertragung einer Bundestagsdebatte in Radio und Fernsehen habe das Volk „politisiert“. Schmidt ging von Medieneinflüssen bei der Bevölkerung aus, was wiederum sein Verhalten beeinflusste. Er gab an dieser Stelle zu, früher ein Gegner der Fernsehübertragung gewesen zu sein, und thematisierte hier reziproke Effekte: „Die Redner im Bundestag kommen sehr in Versuchung, nicht zu ihren Kollegen im Parlament zu sprechen, sondern nur noch zum Fernsehpublikum zu sprechen, und das ist eine Versuchung zur Schauspiellerei.“ Schließlich malte er sich schon damals weitergehende negative Auswirkungen durch eine Anpassung an die Medienlogik aus und befürchtete Regieanweisungen der Fraktionen an ihre Redner: „dunkelblauer Anzug, gestreifte Krawatte und immer freundlich lächeln“ (Schmidt, 1965). Dennoch betonte er die Vorteile. In einem weiteren Artikel setzte er auf Fernsehübertragungen der Parlamentsdebatten, wollte Ausschüsse für die Presse öffnen und forderte, dass auch wissenschaftliche Daten, die die Grundlage für politische Entscheidungen seien, öffentlich zugänglich sein müssten (Schmidt, 1966). Heute bevorzugt er die Übertragung der Bundestagsdebatten gegenüber neueren Formaten: „Statt einer Parlamentsdiskussion machen sie eine Talkshow. Das ist natürlich oberflächlich; muss zwangsläufig oberflächlicher sein“ (Helmut Schmidt im Interview mit dem Autor, 6. Januar 2011).

Immer wieder stieg Schmidt mit Verweisen auf die aktuelle Medienberichterstattung in seine Kolumnen ein, seien es Radiokommentare, Karikaturen in Illustrierten, die Berichterstattung des *Neuen Deutschlands* oder die sowjetische Nachrichtenagentur TASS. Schmidt nahm Bezug auf Mediendiskurse, propagierte und kritisierte gleichsam die Medienberichterstattung. Er forderte Transparenz und zeigte doch deutliche Grenzen auf, an denen sich das politische System eben keiner Medienlogik unterwerfen dürfe. Das meinte sowohl den Parlamentarier als auch den innerparteilichen Diskurs. Auch in der *Zeit* (1970, S. 37) thematisierte er reziproke Effekte: „Natürlich löst Information auch Rückkopplungsprozesse beim Politiker aus.“ Seiner Idee einer Politisierung der Bevölkerung durch die Massenmedien entsprach die Bereitschaft zur Medialisierung der Politik, davon zeugen nicht nur die Inhalte seiner Medienproduktion, sondern der Fakt an sich. Er nutzte immer wieder die Medien für seine Politik, auch als Bundeskanzler.

6. Medienmanagement als Bundeskanzler

Schmidts Kommunikationsstil zielte auf Transparenz, was in seinen Augen aber nur mit verantwortungsvollen Journalisten funktionieren konnte. Das sollte seinen Regierungsstil prägen, als er 1974, nach Stationen als Verteidigungs-, Wirtschafts- und Finanzminister in den beiden Kabinetten Brandt, Bundeskanzler wurde. Auf Drängen von Theo Sommer, so belegen die Akten, ließ sich Schmidt eine Woche lang von der *Zeit*-Journalistin Nina Grunenberg begleiten. Als er sie an einer Fraktionssitzung teilnehmen ließ, bat er um Verschwiegenheit und erinnerte an Dwight D. Eisenhower, der im Zweiten Weltkrieg Journalisten in die Angriffspläne eingeweiht habe, weil „Vertrauen eine viel bessere Waffe ist als die Zensur, wenn absolute Geheimhaltung gewährt sein soll“ (Grunenberg, 1975). Während seiner Regierungszeit kümmerte sich Schmidts Regierungssprecher Bölling um die gesamte in Bonn versammelte Presse, lokale, regionale, nationale und internationale. Im Juni 1977 – also noch vor der Entführung Schleyers – erläuterte Schmidt (1979a, S. 186-187) der Deutschen Forschungsgemeinschaft (DFG) auf ihrer Jahresversammlung, dass er vier Fünftel seiner Zeit brauche, um seine „Absichten und Entscheidungen zu erläutern und durchsichtig zu machen“. Das zeigt, dass der Bundeskanzler sehr wohl wusste, dass das Herstellen von Öffentlichkeit ein integraler und zumindest vom Zeitaufwand enormer Bestandteil seiner täglichen Arbeit zwangsläufig zu sein hatte. Seine Regierung wusste hier in Extremsituationen aber auch Grenzen zu setzen. Dass dies möglich war, basierte auf dem bis dahin so offenen Umgang mit den Medien.

Am 5. September 1977 wurde in Köln der Arbeitgeberpräsident Hanns Martin Schleyer von RAF-Terroristen entführt. Am 7. September sendete das ZDF um 23 Uhr eine erste Mitteilung des Bundeskriminalamtes an die Entführer. Schmidts Regierungssprecher Klaus Bölling bat am gleichen Tag die Intendanten von *ARD* und *ZDF* darum, „ihren Einfluss auf die verantwortlichen Redaktionen im Sinne einer sachlich ruhigen und balancierten Darstellung geltend zu machen, weil jedes Ausgleiten der elektronischen Medien in den Sensationsjournalismus in den nächsten Tagen schlimme Folgen haben“ (Soell, 2008, S. 666) könne. Und er schrieb Briefe an die Chefredakteure der großen Zeitungen und Zeitschriften mit ähnlich eindringlichen Worten. Die Situation spitzte sich zu, als in der sechsten Woche der Schleyer-Entführung die Lufthansa-Maschine Landshut entführt wurde. Die Regierung Schmidt nutzte die Medien in dieser Phase als Ressource ihrer Politik über die Kommunikation hinaus durchaus auch zur bewussten Desinformation der Terroristen: „Wir haben ja indirekt zum Teil über die Medien mit den Entführern korrespondiert, haben ihnen auch manches vorgetäuscht, was in Wirklichkeit ganz anders war. (...) Das haben die Medien mitgemacht.“ (Helmut Schmidt im Interview mit dem Autor, 6. Januar 2011; vgl. hierzu ausführlich Birkner, 2013b)

Für zukünftige Forschung ist es sicherlich lohnenswert, insbesondere die Hochphase des RAF-Terrorismus kommunikations- und politikwissenschaftlich im Spannungsfeld von „Verhandlungslogik und Öffentlichkeitslogik“ (Spörer-Wagner & Marcinkowski, 2011, S. 417) zu untersuchen, hier zu unterscheiden von der Dichotomie von Darstellungspolitik oder Entscheidungspolitik (Korte & Hir-

scher, 2004; Sarcinelli, 2011, S. 119-135). Klaus Bölling erinnert heute (im Interview mit dem Autor, 18. November 2011), dass natürlich in einer solchen Gefahrensituation die Journalisten vermuten mussten, dass die Regierung ihnen nicht alles sagen würde. Hier zeigt sich, dass es „eine Eigenlogik des Politischen gibt, die nicht in der Medienlogik gänzlich aufgeht“ (Sarcinelli, 2011, S. 28). Dass die Regierung Schmidt so sparsam mit Informationen an die Medien umgehen konnte, hing sicherlich mit dem bis dahin sehr pfleglichen Umgang, auch durch Bölling, zusammen und der insgesamt handhabbaren Medienlandschaft.

Gleichsam bedeutend ist, dass der Bundeskanzler auch während der Schleyer-Entführung nicht von seiner Gewohnheit ließ, in der *Bergedorfer Zeitung* in seinem Wahlkreis eine Kolumne zu schreiben. Unter der Überschrift „Die Arbeit im Lande geht weiter“ schrieb er über Arbeitslosigkeit und Wirtschaftswachstum (Schmidt, 1977): „Wir werden uns von den Terroristen keine Vernachlässigung unserer Aufgaben, keine Untätigkeit, aufzwingen lassen.“ Dass Schmidt nach der *Münchener Abendzeitung* in den 1960er Jahren nun in den 1970ern eine Lokalzeitung bediente, zeigt, dass er ein breites Medienensemble und darin auch einen jeweils eigenen Medienstil bediente, wobei er in beidem deutlich erkennbar blieb.

7. Medienakteur und Medienkritiker bei der Zeit

„Medienvorlieben“, so argumentiert Jan D. Reinhardt (2005, S. 40), sind „wichtige Personensemantiken in modernen Gesellschaften“. Medienpräferenzen, die Schmidt durchaus offen kommuniziert (Sommer, 2010, S. 68-70), geben demnach Auskunft über ihn selbst, ebenso wie die bewusste Absetzung von gewissen Medien Teil des Selbst- und des dann auch wieder über die Medien zurückgespiegelten Fremdbildes werden kann. Als „Mann des gedruckten Wortes“ hat er vor allem die Presse intensiv verfolgt, diese dürfte ihn auch am meisten beeinflusst haben. Noch heute sieht Schmidt kaum fern, liest aber nach eigenen Angaben „sechs, sieben oder acht“ Tageszeitungen, auch englischsprachige, „am Stück“ (Helmut Schmidt im Interview mit dem Autor, 6. Januar 2011).

In dem Maße, in dem das Fernsehen im Verlauf der bundesrepublikanischen Geschichte an Bedeutung gewann, stieg Schmidts Skepsis gegenüber diesem Medium. Er kritisierte die „Fernsehüberflutung des industriellen Massenpublikums, das sich nur noch berieseln“ Schmidt, 1979b, S. 205) lasse. Er thematisierte reziproke Effekte und den Einfluss von vermutetem Einfluss, wenn er befürchtete, dass es in der Politik nur noch darauf ankomme „wer im Fernsehen den sympathischsten Eindruck macht“ (S. 204). Schmidt vermutete, wohl nicht so sehr bei sich selber als vielmehr bei anderen, die Gefahr zu starker Medieneinflüsse und hat deshalb davor gewarnt, die Medienlogik zu sehr in die Poren der Politik eindringen zu lassen. Seine Kritik setzte er sowohl auf die politische Agenda, als auch auf die Medienagenda.

Am 26. Mai 1978 hielt der Bundeskanzler in der *Zeit* ein „Plädoyer für einen fernsehfreen Tag“ (Schmidt, 1978). Dieses kann nur richtig verstanden werden, wenn es in den Gesamtzusammenhang der damals schwelenden Debatte um die Einführung des privatwirtschaftlichen Rundfunks eingeordnet wird. Die konservative Opposition versprach sich, so Bösch (2012, S. 191), explizit eine „Entpoli-

tisierung des Fernsehens“, während die SPD einen „Bildungsverfall“ befürchtete. Schmidts Artikel in der *Zeit* kann als intellektuelles Geschütz in diesem Gefecht verstanden werden und wäre demnach ein Beispiel für seine strategische Kommunikation (hierzu ausführlich Birkner, 2013).

Auf Basis des bisher geschilderten publizistischen Wirkens erscheint es durchaus folgerichtig, dass Schmidt, nachdem er am 1. Oktober 1982 durch ein konstruktives Misstrauensvotum abgewählt worden war, am 1. Mai 1983 Mitherausgeber bei der *Zeit* wurde. Kennzeichen seiner Artikel ist, dass sie über die Beschreibung von Problemen und deren Bewertung hinaus stets auch Handlungsweisen nahe legen (Marcinkowski, 2002, S. 163) und so seiner politischen Arbeitsweise von „Problemidentifizierung, Definition der Notwendigkeiten und Möglichkeiten, Diskussion der Vorschläge, schließlich Beschluss und Umsetzung“ (Sommer, 2010, S. 14) ähneln. Damit erfüllen Schmidts Artikel zumindest idealtypisch die *Frame*-Komponenten von Problemdefinition, -attribution, -bewertung und -lösungsvorschlag (Entman, 1993, S. 52; Matthes, 2009), was weiter zu erforschen ist. „Fast jeder *Zeit*-Aufsatz“ von Schmidt, so Steinbrück (im Interview mit dem Autor, 26. April 2012), ist „so geschrieben (...), dass er eigentlich eine Politikempfehlung oder -anleitung gibt“.

Gleich in seinem zweiten Artikel in der neuen Herausgeber-Rolle schrieb Schmidt über die Rolle der Medien beim bevorstehenden Weltwirtschaftsgipfel in Williamsburg. Schmidt benannte das Problem und die Verantwortlichen, bewertete dies und gab gleichzeitig eine Handlungsanweisung an die nun verantwortlichen Staats- und Regierungschefs der wichtigsten westlichen Industrienationen. Er nannte es einen Fehler, dass „Tausende von Journalisten“ (Schmidt, 1983) nach Williamsburg eingeladen wurden, denn der intime Rahmen, insbesondere des ersten Gipfels in Rambouillet 1975, habe entscheidend zu dessen Erfolg beigetragen. Nun würden sich die versammelten Regierungschefs lieber vor der eigenen heimischen Presse profilieren wollen, als gemeinsam die drängenden Probleme der Weltwirtschaft zu besprechen, was eben nur unter Ausschluss der Öffentlichkeit möglich sei. Gleiches erklärte er auch gegenüber *Newsweek* (A talk with Schmidt, 1983, S. 68): „The press has taken over. Three thousand journalists, it's ridiculous.“ Schmidt unterstellte hier negative Einflüsse der Medien auf die Politiker, die bei diesen auch sicherlich stärker wirkten als bei ihm. Deshalb gab er die Handlungsanweisung: „I would exclude the press. The summits have become media festivals.“ Hier wird deutlich, wie wenig Schmidt davon hielt, einer Öffentlichkeitslogik gehorchend die Verhandlungslogik solcher Gipfeltreffen außer Kraft zu setzen. Deshalb warnte er vor den negativen Auswirkungen einer „Medialisierung politischer Verhandlungen“ (Spörer-Wagner & Marcinkowski, 2011).

Mit dem Medialisierungsschub durch das Privatfernsehen wurde Schmidt vom politisch Handelnden zum publizistisch Handelnden. Als solcher kritisierte er die nun einsetzenden gesellschaftlichen Veränderungen durch die Medien, die er in politischer Verantwortung noch zu verhindern versucht hatte. Er kritisierte im *Deutschlandfunk* (1983) die Anpassung der Politik an die Medienlogik und nun auch die Fernsehpräsenz im Parlament, die er einst – und heute wieder – befürwortet(e):

„Leider Gottes hat der Bundestag Fernsehübertragungen seiner großen Debatten zugelassen, was dazu führt, daß die Debatten zum größeren Teil für das Fernsehpublikum geführt werden. Wir werden insgesamt eine Fernsehgesellschaft. (...) Und die Politiker heuern dann Meinungsforschungsinstitute an, um herauszufinden, was das Fernsehpublikum sich daraufhin für Meinungen gebildet hat. Und dann kommt die dritte – verhängnisvolle – Stufe, daß viele Politiker – das nenne ich dann Konformität – sich dem anpassen, was sie glauben, daß das Publikum denkt. Dies ist eine Veränderung der Demokratie.“

Hier zeigt sich, wie Schmidt die reziproken Effekte auf die Politiker einschätzte und in der Anpassung an die Medien eine Gefahr für Politik und Gesellschaft sah. In den 90er Jahren verschärfte er seine TV-Kritik, denn nun antizipierte er negative Medieneinflüsse in der Bevölkerung. In der *Bild*-Zeitung warnte er, entsprechend der dort üblichen Mediensprache: „Fernsehen macht uns brutal“ (Schmidt, 1993, S. 5). In seinen Büchern ermahnte er Eltern und Gesellschaft, die Erziehungsaufgabe nicht „an das Fernsehen, an die Video- und Computerspieleindustrie“ (Schmidt, 1994, S. 37) abzutreten. Er fürchtete die „schleichende Verführung – von Kindern und Jugendlichen – zu Verbrechen und Gewalt“ (Schmidt, 1998, S. 89-90) durch „Rambos, Machos und Killer“. Der Akteur der Medialisierung war einer ihrer heftigsten Kritiker geworden.

8. Fazit und Ausblick

Natürlich lässt dieser Versuch, den Protagonisten Helmut Schmidt mit dem Medialisierungskonzept zu analysieren, noch viele Fragen offen. Doch wie hatte Kepplinger (2007, S. 20) festgehalten: „From an academic point of view, it is clearly better to get some information, however small, rather than not at all.“ Anhand einiger Fallbeispiele ist hier versucht worden, Schmidts Kommunikationsstil vor, während und nach seiner Kanzlerschaft zu analysieren. Früh schon hatte Schmidt für seine Politik Öffentlichkeit hergestellt und öffentliche Zustimmung, wie während der Flutkatastrophe, als Ressource zur Legitimation genutzt. Spätestens als Kanzler verfügte er über das, was Spörer-Wagner und Marcinkowski (2011, S. 436; Herv. i. O.) „profunde Erfahrungen mit der Funktionsweise unterschiedlicher demokratischer Entscheidungsarrangements (...) bei *gleichzeitiger* Kenntnis der Routinen medialer Nachrichtenerzeugung“ nennen. Entsprechend offen ging er, wie im Falle der Journalistin Grunenberg, mit den Medien um und nutzte diese auch strategisch, sowohl in der Auseinandersetzung mit der RAF als auch in der Debatte um privatwirtschaftlichen Rundfunk.

Für die Regierungszeit von Schmidt stellt Kepplinger (2002, S. 977) eine sinkende gesetzgeberische Aktivität des Bundestages fest, erklärt dies aber nicht mit sinkendem Medieneinfluss sondern steigenden Spannungen zwischen den koalierenden Parteien SPD und FDP. Dennoch lässt sich auf der Basis von Kepplingers Daten keine starke Medialisierung des Kernbereichs der Politik, der Parlamentsarbeit, für die Regierung Schmidt konstatieren. Eine dysfunktionale Medialisierung im Sinne einer Kolonialisierung kann nicht festgestellt werden, vielmehr nutzte Schmidt die Medien für seine Zwecke. Niclaß (2004, S. 225; Herv. i. O.)

schreibt, dass Schmidts „*persönliches Prestige und seine Medienwirkung* über den gesamten Verlauf seiner Kanzlerschaft unbeschädigt“ geblieben seien.

Patrick Dinges (2008, S. 221) hat für politische Parteien herausgefunden, dass sich diese keineswegs vollständig der Medienlogik unterwerfen. Hier kann noch ein Schritt weiter gegangen werden: Medialisierung widerfährt der Politik nicht, sie arbeitet selbst daran mit. Das kommt in den Blick, wenn man sich von Makro- und Meso- auf die Mikroebene begibt. Hier wird Politik nicht (nur) von außen medialisiert, sie medialisiert sich – zumindest zum Teil – aus sich heraus. Dabei bleibt festzuhalten, dass Helmut Schmidt sicherlich ein besonderes Beispiel ist. Er jedenfalls ist nicht Objekt, sondern sowohl Akteur als auch Kritiker von Medialisierung. Die Abhängigkeit der Medien von der Politik in Hitlers und Goebbels Propagandaapparat haben ihn ebenso für die Medienfreiheit sensibilisiert wie für das manipulative Potential der Massenmedien. Für Erstes hatte er immer gekämpft, vor Zweitem stets gewarnt. Beides ist nur aus der zeitgenössischen Medienlandschaft heraus erklärbar, denn natürlich prägen die Strukturen die Akteure (Birkner, 2012b, S. 337).

Die Beweglichkeit von Schmidt im Wechselspiel von Politisierung und Medialisierung fußte demnach auf seinem reflektierten Handeln in einem handhabbaren Medienensemble. Die Administration Schmidt verstand es im Herbst 1977, das Primat der Politik vor der Medienlogik durchzusetzen. Die „freiwillige mediale Zurückhaltung“, so Schwelien (2003, S. 263), wäre heute beim Hundert-Kanal-TV und der Konkurrenz im ‚Enthüllungsjournalismus‘ wohl kaum noch denkbar.“ Es lässt sich beobachten, dass Schmidt die sich anbahnenden Veränderungen in der Medienlogik mit der Liberalisierung des Rundfunkmarktes und die damit einhergehende Ökonomisierung der Medien frühzeitig antizipierte und entsprechend kritisierte. Früh schon hatte er sich mit den Funktionsweisen der Presse vertraut gemacht und diese immer wieder zur Artikulation und Erläuterung seiner Politik eingesetzt. Er wählte bewusst das jeweilige Medium entsprechend seiner Zwecke und nutzte so neben der Qualitätspresse auch die Boulevard- (*Münchner Abendzeitung*) und die Lokalpresse (*Bergedorfer Zeitung*). Wie an einigen Beispielen gezeigt werden konnte, bediente er sich der Printmedien, um seine Meinung zum Fernsehen kundzutun. Dabei unterschied er zwischen dem – durchaus auch für ihn selbst erfahrbaren – Nutzen und dem möglichen gesamtgesellschaftlichen Schaden einer gesteigerten Medialisierung der Politik durch das Fernsehen. Freilich hat sich seither das Mediensystem deutlich ausdifferenziert, was die Forschung zur Medialisierung der Politik ja auch entsprechend thematisiert. Peer Steinbrück klingt fast wehmütig, wenn er sagt, dass es zu Schmidts Zeit nur zwei Fernsehanstalten gegeben habe und die mediale Beschleunigung noch nicht so groß gewesen sei (Steinbrück im Interview mit dem Autor, 26. April 2012).

Entsprechend der von Strömbäck (2008) identifizierten Phasen von Medialisierung lässt sich der Politiker Schmidt in der Dynamik des bundesrepublikanischen Medienwandels begreifen. In der ersten Phase spricht Strömbäck (2008, S. 236) bereits von medialisierter Politik, was jedoch keineswegs jene Parteiblätter ausschließt, für die auch Schmidt schrieb. In der zweiten Phase wird die Medienlogik insgesamt wichtiger, Schmidt nutzte sie aktiv zum Beispiel in der Flutkatastrophe für seine Politik. In dieser Phase politisierte das Fernsehen die Bevölkerung und

die deutsche Presse emanzipierte sich in der *Spiegel*-Affäre endgültig von der Politik. Im Rahmen seiner Möglichkeiten war Schmidt dabei ein Akteur der Medialisierung. In der dritten Phase, so Strömbäck (2008, S. 238), wechselt die Dominanz im Verhältnis von der Logik der Politik zu jener der Medien: „[P]olitical actors must accept that they can no longer rely on the media to accommodate them.“ Schmidt selbst verband mit der Einführung des Privatfernsehens einen entsprechenden Medienwandel, der dann, auch in seiner Augen, zur vierten Phase der Medialisierung nach Strömbäck (2008, S. 240) führte, nämlich zur Kolonialisierung der Politik durch die Medien (Meyer, 2001). Dies gilt es, auch international vergleichend, zu erforschen.

Neben der angedeuteten Forschung zu „Verhandlungslogik und Öffentlichkeitslogik“ (Spörer-Wagner & Marcinkowski, 2011, S. 417) während der RAF-Zeit und quantitativen Studien zum *Framing* von Schmidts *Zeit*-Artikeln scheint es für zukünftige Forschung zum Regierungs- und Kommunikationsstil von Politikern lohnenswert, nicht nur den „Umzug von Parlament und Regierung aus dem geschlossenen ‚Raumschiff Bonn‘ ins größere, weltoffenere, härtere Berlin“ (von Lojewski, 2011, S. 256) zu berücksichtigen, sondern eben auch die unterschiedlichen Biographien. Daran anschließend könnten im Sinne von Kollektiv-Biographien Politikergenerationen in ihrem Medienumgang miteinander verglichen werden. In der Kommunikations- und Mediengeschichte sind solche Generationen unter Rückgriff auf die Theorie Pierre Bourdieus bereits erfolgreich (re)konstruiert worden. Michael Meyen und Anke Fiedler (2011) haben eine Kollektivbiographie von DDR-Journalisten vorgelegt und Christina von Hodenberg hat im deutschen Journalismus unter anderem die „45er-Generation“ (2002, S. 297; 2006, S. 245) identifiziert, die individuell und kollektiv positive Erfahrungen mit den Alliierten gemacht hatten. Hier lassen sich im historischen Zeitverlauf unterschiedliche Dynamiken und Vorherrschaften von Medialisierung und Politisierung (Hoffmann, 2002, S. 183-186) identifizieren.

Der Regierungsstil der „Problemlöserin“ (Langguth, 2010, S. 444) Angela Merkel als „Pflichtkanzlerin, preußisch-protestantisch-diszipliniert, unideologisch und sachorientiert, die ihre Partei aus der rationalen Erkenntnis einer Physikerin nicht ‚liebt‘“ ist sicherlich an einigen Stellen mit jenem Schmidts vergleichbar (Blome, 2013, S. 185). Merkel (2008, S. 69) betont Gemeinsamkeiten mit Schmidt in der Politik und ehrt den Publizisten, der „seit inzwischen 25 Jahren das öffentliche Leben mitgestaltet“. Ihren Medienumgang entsprechend zu analysieren scheint durchaus erfolgversprechend, denkt man etwa an ihren „Scheidebrief an Kohl“ (Langguth, 2010, S. 207), der am 22. Dezember 1999 in der FAZ erschien (Merkel, 1999).

Hier verwandte Schriften von Helmut Schmidt

Schmidt, H. (16. Juni 1949a). Mangelnde Durchsichtigkeit. Manuskript für den Artikel Publizität statt Geheimwissenschaft.

Schmidt, H. (6. Juli 1949b). Publizität statt Geheimwissenschaft. *Hamburger Echo*.

Schmidt, H. (7. Januar 1950a). Die Rechte des Parlaments. *Hamburger Echo*.

- Schmidt, H. (1. Februar 1950b). Das knappe Kapital in die richtigen Kanäle. *Hamburger Echo*.
- Schmidt, H. (4. Mai 1950c). Was ist ein Nationalbudget? *Hamburger Echo*.
- Schmidt, H. (1958). *Rede vor dem Deutschen Bundestag*, 3. Wahlperiode, 20. Sitzung, Bonn, Sonnabend, den 22. März 1958, S. 1037-1048.
- Schmidt, H. (1959). *Rede vor dem Deutschen Bundestag*, 3. Wahlperiode, 87. Sitzung, Bonn, Donnerstag, den 5. November 1959, S. 4758-4767.
- Schmidt, H. (14. Dezember 1965). Parlament – Fernsehen – Bürger. *Münchener Abendzeitung*.
- Schmidt, H. (13. Dezember 1966). Unsere Zwei-Parteien-Regierung. *Münchener Abendzeitung*.
- Schmidt, H. (1967). Rede vor der Hamburger Bürgerschaft am 15. Januar 1964 zur Einbringung des Senatsentwurfes eines neuen Pressegesetzes, das der Verfasser mit seinen Beamten erarbeitet hatte. Der Entwurf hat inzwischen Gesetzeskraft erlangt; er gilt als europäisches Musterbeispiel für ein liberales Presserecht. In H. Schmidt, *Beiträge* (S. 303-327). Stuttgart: Seewald.
- Schmidt, H. (25. Dezember 1970). Die Macht der Information. Die Rolle der Presse und der Meinungsforscher in der Demokratie: Nur Chronisten oder auch Akteure? *Die Zeit*, S. 36. Abgerufen von <http://www.zeit.de/1970/52/die-macht-der-information>
- Schmidt, H. (20. September 1977). Die Arbeit im Lande geht weiter. *Bergedorfer Zeitung*.
- Schmidt, H. (26. Mai 1978). Plädoyer für einen fernsehfreen Tag. Ein Anstoß für mehr Miteinander in unserer Gesellschaft. *Die Zeit*, S. 9-10. Abgerufen von <http://www.zeit.de/1978/22/Plaedoyer-fuer-einen-fernsehfreen-Tag>
- Schmidt, H. (1979a). Verantwortung der Forschung für die Gesellschaft. Ansprache auf der Festveranstaltung anlässlich der Jahresversammlung der Deutschen Forschungsgemeinschaft am 28. Juni 1977 im Auditorium Maximum der Universität Hamburg. In: H. Schmidt. *Der Kurs heißt Frieden* (S. 173-195). Düsseldorf/Wien: Econ.
- Schmidt, H. (1979b). Ansprache vor der Deutschen Physikalischen Gesellschaft. Gehalten am 28. September 1979 in Ulm. In H. Schmidt, *Der Kurs heißt Frieden* (S. 197-217). Düsseldorf/Wien: Econ. in: Helmut Schmidt: Der Kurs heißt Frieden, Düsseldorf/Wien: Econ 1979.
- Schmidt, H. (27. Mai 1983). Gipfeltreffen: Chancen und Gefahren. Erfahrungen aus achtjähriger Kanzlerschaft. *Die Zeit*, S. 3. Abgerufen von <http://www.zeit.de/1983/22/gipfeltreffen-chancen-und-gefahren>
- Schmidt, H. (1992). Politischer Rückblick auf eine unpolitische Jugend. In H. Schmidt, W. Berkhan, W. Berkhan, R. Loah, U. Philipp, D. Strohmman, H. Schmidt. *Kindheit und Jugend unter Hitler* (S. 188-254). Berlin: Siedler.
- Schmidt, H. (1. April 1993). Fernsehen macht uns brutal. *Bild*, S. 5.
- Schmidt, H. (1994). *Das Jahr der Entscheidung*. Berlin: Rowohlt.
- Schmidt, H. (1996). *Weggefährten – Erinnerungen und Reflexionen*. Berlin: Siedler.
- Schmidt, H. (1998). *Auf der Suche nach einer öffentlichen Moral. Deutschland vor dem neuen Jahrhundert*. Stuttgart: Deutsche Verlags-Anstalt.
- Schmidt, H. (2008). *Nachbar China. Helmut Schmidt im Gespräch mit Frank Sieren* (2. Auflage). Berlin: Ullstein.

Literatur

- A talk with Schmidt (30. Mai 1983). *Newsweek*, S. 68.
- Albrecht, H. (2008). „*Pragmatisches Handeln zu sittlichen Zwecken*“. *Helmut Schmidt und die Philosophie*. Bremen: Temmen.
- Altheide, D. L., & Snow, R. P. (1988). Toward a Theory of Mediation. *Communication Yearbook*, 11, 194-223.
- Amann, M., Dohle, M., & Raß, S. (2012). Wahrgenommene Medieneinflüsse und ihre Bedeutung für Kommunikationsaktivitäten von Lokalpolitikern. *SCM Studies in Communication / Media*, 1(3-4), 493-505.
- Arnold, K., Classen, C., Kinnebrock, S., Lersch, E., & Wagner, H.-U. (Hrsg.). (2010). *Von der Politisierung der Medien zur Medialisierung des Politischen? Zum Verhältnis von Medien, Öffentlichkeiten und Politik im 20. Jahrhundert*. Leipzig: Leipziger Universitätsverlag.
- Atom-Gegner. Sind dagegen (14. Januar 1959). *Der Spiegel*, Nr. 3, S. 21. Abgerufen von <http://www.spiegel.de/spiegel/print/d-42624295.html>
- Bedingt abwehrbereit (10. Oktober 1962). *Der Spiegel*, Nr. 41, S. 34-53. Abgerufen von <http://www.spiegel.de/spiegel/print/d-25673830.html>
- Bentele, G. (1998). Politische Öffentlichkeitsarbeit. In U. Sarcinelli (Hrsg.), *Politikvermittlung und Demokratie in der Mediengesellschaft. Beiträge zur politischen Kommunikationskultur* (S. 124-145). Opladen/Wiesbaden: Westdeutscher Verlag.
- Birkner, T. (2005). *Comrades for Europe? Die „Europarede“ Helmut Schmidts 1974*. Bremen: Temmen.
- Birkner, T. (2012a). Vaterlandsverräter? Presseverteidiger! Die Rolle Helmut Schmidts in der Spiegel-Affäre. In J. Ludwig, V. Lilienthal, S. Weichert, & R. Schulz-Schaeffer (Hrsg.), *Die Spiegel-Affäre 1962*. Hamburg. Abgerufen von <http://www.spiegel-affaere.de/pressefreiheit/vaterlandsverraeter-presseverteidiger>
- Birkner, T. (2012b). *Das Selbstgespräch der Zeit. Die Geschichte des deutschen Journalismus in Deutschland 1605-1914*. Köln: Halem.
- Birkner, T. (2013). Strategie Schmidt. Strategische Kommunikation in Politik und Publizistik am Beispiel Helmut Schmidt. In U. Röttger, V. Gehrau, & J. Preusse (Hrsg.), *Strategische Kommunikation: Umriss und Perspektiven eines Forschungsfeldes* (S. 151-172). Wiesbaden: VS [im Erscheinen].
- Blome, N. (2013). *Angela Merkel. Die Zauder-Künstlerin*. München: Pantheon.
- Bösch, F. (2012). Politische Macht und gesellschaftliche Gestaltung. Wege zur Einführung des privaten Rundfunks in den 1970/80er Jahren. *Archiv für Sozialgeschichte*, 52, S. 191-210.
- Bösch, F., & Frei, N. (Hrsg.). (2006). *Medialisierung der Demokratie im 20. Jahrhundert*. Göttingen: Wallstein.
- Brosius, H.-B., & Engel, D. (1997). „Die Medien beeinflussen vielleicht die anderen, aber mich doch nicht“: Zu den Ursachen des Third-Person-Effekts. *Publizistik*, 42(3), 325-345.
- Bundesländer – Hamburg – Rebellion im Norden (14. November 1962). *Der Spiegel*, Nr. 46, S. 76-78. Abgerufen von <http://www.spiegel.de/spiegel/print/d-45124838.html>
- Cohen, J., Tsfati, Y., & Shaefer, T. (2008). The Influence of Presumed Media Influence in Politics. Do Politicians' Perception of Media Power Matter? *Public Opinion Quarterly*, 72(2), 331-344.

- Couldry, N. (2008). Mediatization or mediation? Alternative understandings of the emergent space of digital storytelling. *New Media & Society*, 10(3), 373-391.
- Derenthal, L. (2000). „Finden Sie das so schön?“ Porträtfotografien von Konrad Adenauer. In D. Mayer-Gürr (Hrsg.), *Fotographie und Geschichte* (S. 144-157). Marburg: Jonas.
- Deutschlandfunk (25. Dezember 1983). Helmut Schmidt über sein besonderes Verhältnis zu Hamburg und Bonn sowie zu Fragen bezüglich seiner politischen Perspektiven. *Interview der Woche*, 11.00 Uhr.
- Dohle, M. (2013). *Third-Person-Effekt*. Baden-Baden: Nomos.
- Donges, P. (2008). *Medialisierung politischer Organisationen. Parteien in der Mediengesellschaft*. Wiesbaden: VS.
- Dylla, D. W. (2008). Der Einfluss politischer Akteure auf die Politikberichterstattung. Selbstmedialisierung der Politik?. In T. Jäger & H. Viehrig (Hrsg.), *Die amerikanische Regierung gegen die Weltöffentlichkeit? Theoretische und empirische Analysen der Public Diplomacy zum Irakkrieg* (S. 53-76). Wiesbaden: VS.
- Entman, R. M. (1993). Framing: Toward Clarification of a Fractured Paradigm. *Journal of Communication*, 43(4), 51-58.
- Führer, K. C. (2007). Die Tageszeitung als wichtigstes Massenmedium der nationalsozialistischen Gesellschaft. *Zeitschrift für Geschichtswissenschaft*, 55(5), 411-434.
- Führer, K. C. (2012). Die deutsche Tagespresse im Zweiten Weltkrieg. Fakten und Fragen zu einem unerforschten Abschnitt der NS-Mediengeschichte. *Zeitschrift für Geschichtswissenschaft*, 60(5), 417-440.
- Grunenberg, N. (1975). Regieren bei Suppe und trocken Brot. *Die Zeit*, Nr. 43, 17. Oktober 1975.
- Gunther, A. C., & Storey, J. D. (2003). The Influence of Presumed Influence. *Journal of Communication*, 35(2), 199-215.
- Habermas, J. (1990 [1962]). *Strukturwandel der Öffentlichkeit. Untersuchung zu einer Kategorie der bürgerlichen Gesellschaft*. Frankfurt am Main: Suhrkamp.
- Hartmann, M., & Hepp, A. (Hrsg.) (2010). *Die Medialisierung der Alltagswelt*. Wiesbaden: VS.
- Hennecke, H. J. (2003). *Die dritte Republik. Aufbruch und Ernüchterung*. München: Propyläen.
- Herr der Flut (7. März 1962). *Der Spiegel*, Nr. 10, S. 26. Abgerufen von <http://www.spiegel.de/spiegel/print/d-32655070.html>
- Hodenberg, C. von (2002). Journalisten und der Aufbruch zur kritischen Öffentlichkeit. In U. Herbert (Hrsg.), *Wandlungsprozesse in Westdeutschland. Belastung, Integration, Liberalisierung 1945-1980* (S. 278-311). Göttingen: Wallstein.
- Hodenberg, C. von (2006). *Konsens und Krise. Eine Geschichte der westdeutschen Medienöffentlichkeit 1945-1973*. Göttingen: Wallstein.
- Hoffmann, J. (2002). *Inszenierung und Interpenetration. Das Zusammenspiel von Eliten aus Politik und Journalismus*. Wiesbaden: Westdeutscher Verlag.
- Hoffmann-Riem, W. (2000). Politiker in den Fesseln der Mediengesellschaft. *Politische Vierteljahresschrift*, 41(1), 107-127.
- Imhof, K. (2006). Mediengesellschaft und Medialisierung. *Medien & Kommunikationswissenschaft*, 54(2), 191-215.
- Jarren, O., & Donges, P. (2006). *Politische Kommunikation in der Mediengesellschaft. Eine Einführung* (2., überarbeitete Aufl.). Wiesbaden: VS.

- Kepplinger, H. M. (2002). Mediatization of Politics: Theory and Data. *Journal of Communication*, 52, S. 972-986.
- Kepplinger, H. M. (2007). Reciprocal Effects: Toward a Theory of Mass Media Effects on Decision Makers. *The Harvard International Journal of Press/Politics*, 12(3), 3-23.
- Kepplinger, H. M., & Glaab, S. (2007). Reciprocal Effects of Negative Press Reports. *European Journal of Communication*, 22(3), 337-354.
- Kepplinger, H. M. (2008). Was unterscheidet die Mediatisierungsforschung von der Medienwirkungsforschung. *Publizistik*, 53(3), 326-338.
- Kepplinger, H. M., & Zerback, T. (2009). Der Einfluss der Medien auf Richter und Staatsanwälte. Art, Ausmaß und Entstehung reziproker Effekte. *Publizistik*, 54(2), 216-239.
- Köhler, H. (1994). *Adenauer. Eine politische Biographie*. Berlin/Frankfurt am Main: Propyläen.
- Korte, K.-R. (2001). Was kennzeichnet modernes Regieren? Regierungshandeln von Staats- und Regierungschefs im Vergleich. *Aus Politik und Zeitgeschichte*, 5, 3-13.
- Korte, K.-R., & Hirscher, G. (Hrsg.). (2000). *Darstellungspolitik oder Entscheidungspolitik. Über den Wandel von Politikstilen in westlichen Demokratien*. München: Hanns-Seidel-Stiftung.
- Krämer, B. (2013). *Mediensozialisation. Theorie und Empirie zum Erwerb medienbezogener Dispositionen*. Wiesbaden: VS.
- Krotz, F. (2007). *Mediatisierung. Fallstudien zum Wandel von Kommunikation*. Wiesbaden: VS.
- Krotz, F. (2009). Mediatization: A Concept With Which to Grasp Media and Societal Change. In K. Lundby (Hrsg.), *Mediatization. Concepts, Changes, Consequences* (S. 205-223). New York: Peter Lang.
- Langguth, G. (2010). *Angela Merkel. Biographie*. München: dtv.
- Lojewski, G. von (2011). Machthaber ohne Mandat. *Publizistik*, 56(3), 255-261.
- Loosen, W., & Scholl, A. (2011). Validierung oder Ergänzung? Zur Praxis von Methodenkombinationen in der Journalismusforschung. In O. Jandura, T. Quandt, & J. Vogelgesang (Hrsg.), *Methoden der Journalismusforschung* (S. 109-121). Wiesbaden: VS.
- Luhmann, N. (2005 [1970]). Soziologie des politischen Systems. In N. Luhmann. *Soziologische Aufklärung. Bd.1: Aufsätze zur Theorie sozialer Systeme* (S. 154-177). Opladen: Westdeutscher Verlag.
- Marcinkowski, F. (2002). Agenda Setting als politikwissenschaftlich relevantes Paradigma. In W. Gellner & G. Strohmeier (Hrsg.), *Freiheit und Gemeinwohl – Politikfelder und Politikvermittlung zu Beginn des 21. Jahrhunderts* (S. 159-170). Baden-Baden: Nomos.
- Marcinkowski, F., & Steiner, A. (2010). Was heißt „Medialisierung“? Autonomiebeschränkung oder Ermöglichung von Politik durch Massenmedien. In K. Arnold, C. Clasen, S. Kinnebrock, E. Lersch, & H.-U. Wagner (Hrsg.), *Von der Politisierung der Medien zur Medialisierung des Politischen? Zum Verhältnis von Medien, Öffentlichkeiten und Politik im 20. Jahrhundert* (S. 51-76). Leipzig: Leipziger Universitätsverlag.
- Marschall, S. (2009). Medialisierung komplexer politischer Akteure – Indikatoren und Hypothesen am Beispiel von Parlamenten. In F. Marcinkowski, & B. Pfetsch (Hrsg.), *Politik in der Mediendemokratie* (S. 205-223). Wiesbaden: VS.
- Matthes, J. (2009). Identität und Vielfalt des Framing-Ansatzes: Eine systematische Analyse der Forschungsliteratur. In P. Schulze (Hrsg.), *Identität und Vielfalt der Kommunikationswissenschaft* (S. 117-131). Konstanz: UVK.

- Mazzoleni, G., & Schulz, W. (1999). „Mediatization“ of Politics: A Challenge for Democracy?. *Political Communication*, 16(3), 247-261.
- Meyen, M. (2009). Medialisierung. *Medien und Kommunikationswissenschaft*, 57(1), 23-38.
- Meyen, M., & Fiedler, A. (2011). *Die Grenze im Kopf. Journalisten in der DDR*. Berlin: Panama.
- Meyer, T. (2001). *Mediokratie. Die Kolonialisierung der Politik durch die Medien*. Frankfurt am Main: Suhrkamp.
- Meng, R. (2002). *Der Medienkanzler. Was bleibt vom System Schröder?* Frankfurt am Main: Suhrkamp.
- Merkel, A. (22. Dezember 1999). Die von Helmut Kohl eingeräumten Vorgänge haben der Partei Schaden zugefügt. *Frankfurter Allgemeine Zeitung*, S. 2.
- Merkel, A. (2008). Der Blick für das Wesentliche. Rede von Bundeskanzlerin Dr. Angela Merkel zur Verleihung des „Oskar“-Medienpreises an Bundeskanzler a. D. Helmut Schmidt am 24. Juni 2008 in Leipzig. In U. Ott (Hrsg.), *Mut zur Führung. Helmut Schmidt im Gespräch mit Ulrich Wickert* (S. 69-73). Stuttgart/Leipzig: Hohenheim.
- Münkel, D. (2006). Politik als Unterhaltung? Zur Wahlkampfkultur in der Bundesrepublik seit den sechziger Jahren. In C. Zimmermann (Hrsg.), *Politischer Journalismus, Öffentlichkeiten und Medien im 19. und 20. Jahrhundert* (S. 213-227). Ostfildern: Jan Thorbecke Verlag.
- Nassehi, A. (2003). Der Begriff des Politischen und die doppelte Normativität der „soziologischen“ Moderne. In A. Nassehi, & M. Schroer (Hrsg.), *Der Begriff des Politischen* (= Soziale Welt, Sonderband 14, S. 133-169). Baden-Baden: Nomos.
- Negrine, R. M. (2008). *The Transformation of Political Communication. Continuities and Changes in Media and Politics*. New York: Palgrave Macmillan.
- Neuberger, C. (2004). Journalismus als systembezogene Akteurskonstellation. Grundlagen einer integrativen Journalismustheorie. In M. Löffelholz (Hrsg.), *Theorien des Journalismus. Ein diskursives Handbuch* (S. 287-303). Wiesbaden: VS.
- Neuberger, C. (2013). Journalismus und Medialisierung der Gesellschaft. In K. Meier, & C. Neuberger (Hrsg.), *Journalismusforschung. Stand und Perspektiven* (S. 221-242). Baden-Baden: Nomos.
- Niclaß, K. (2004). *Kanzlerdemokratie. Regierungsführung von Konrad Adenauer bis Gerhard Schröder*. Paderborn/München/Wien/Zürich: Schöningh.
- Noack, H.-J. (2010). *Helmut Schmidt – Die Biographie*. Reinbek: Rowohlt.
- Patzelt, W. J., & Edinger, M. (2011). Politik als Beruf. Zum politischen Führungspersonal in der modernen Demokratie. In M. Edinger, & W. J. Patzelt (Hrsg.), *Politik als Beruf* (S. 9-30). Wiesbaden: VS.
- Reinemann, C. (2010). Medialisierung ohne Ende? Zum Stand der Debatte um Medieneinflüsse auf die Politik. *Zeitschrift für Politik*, 57(3), 278-293.
- Reinhardt, J. D. (2005). Medien und Identität. In M. Jäckel (Hrsg.), *Mediensoziologie. Grundfragen und Forschungsfelder* (S. 33-46). Wiesbaden: VS.
- Rössler, P. (2009). Wie Menschen die Wirkungen politischer Medienberichterstattung wahrnehmen – und welche Konsequenzen daraus resultieren. Zum Zusammenhang von politischer Willensbildung, Second- und Third-Person-Effekten. In F. Marcinkowski, & B. Pfetsch (Hrsg.), *Politik in der Mediendemokratie* (S. 468-495). Wiesbaden: VS.

- Rosumek, L. (2007). *Die Kanzler und die Medien. Acht Porträts von Adenauer bis Merkel*. Frankfurt am Main: Campus.
- Sarcinelli, U. (2002). Mediatisierung. In O. Jarren, U. Sarcinelli, & U. Saxer (Hrsg.), *Politische Kommunikation in der demokratischen Gesellschaft. Ein Handbuch mit Lexikonteil* (S. 678-679). Opladen/Wiesbaden: Westdeutscher Verlag.
- Sarcinelli, U. (2011). *Politische Kommunikation in Deutschland. Zur Politikvermittlung im demokratischen System*. Wiesbaden: VS.
- Schade, E. (2004). Indikatoren für die Medialisierungsforschung: Konzepte von Wirklichkeitskonstruktion als Bausteine der Mediengesellschaft. In K. Imhof, R. Blum, H. Bonfadelli, & O. Jarren (Hrsg.), *Mediengesellschaft. Strukturen, Merkmale, Entwicklungsdynamiken* (S. 114-138). Wiesbaden: VS.
- Scharpf, F. W. (2006). *Interaktionsformen. Akteurszentrierter Institutionalismus in der Politikforschung*. Wiesbaden: VS.
- Schimank, U. (2005). *Differenzierung und Integration der modernen Gesellschaft. Beiträge zur akteursorientierten Differenzierungstheorie*. Wiesbaden: VS.
- Schimank, U. (2010). *Handeln und Strukturen. Einführung in die akteurstheoretische Soziologie*. Weinheim und München: Juventa.
- Schwelien, M. (2003). *Helmut Schmidt – ein Leben für den Frieden*. Hamburg: Hoffmann und Campe.
- Soell, H. (2004). *Helmut Schmidt. Band 1: Vernunft und Leidenschaft*. München: Deutsche Verlags-Anstalt.
- Soell, H. (2008). *Helmut Schmidt. Band 2: Macht und Verantwortung*. München: Deutsche Verlags-Anstalt.
- Sommer, T. (2010). *Unser Schmidt – Der Staatsmann und der Publizist*. Hamburg: Hoffmann und Campe.
- Spörer-Wagner, D., & Marcinkowski, F. (2011). Politiker in der Öffentlichkeitsfalle? Zur Medialisierung politischer Verhandlungen in nationalen Kontexten. In M. Edinger, & W. J. Patzelt (Hrsg.), *Politik als Beruf* (S. 416-438). Wiesbaden: VS.
- Strömbäck, J. (2008). Four Phases of Mediatization: An Analysis of the Mediatization of Politics. *The International Journal of Press/Politics*, 13(3), 228-246.
- Strömbäck, J., & Esser, F. (2009). Shaping politics: mediatization and media interventionism. In K. Lundby (Hrsg.), *Mediatization. Concepts, Changes, Consequences* (S. 205-223). New York: Peter Lang.
- Stöber, R. (2010). Medialisierung vor 1945. Wie tragfähig ist der Begriff als kommunikationshistorisches Konzept für Frühe Neuzeit und Moderne? In K. Arnold, C. Classen, S. Kinnebrock, E. Lersch, & H.-U. Wagner (Hrsg.), *Von der Politisierung der Medien zur Medialisierung des Politischen? Zum Verhältnis von Medien, Öffentlichkeiten und Politik im 20. Jahrhundert* (S. 77-94). Leipzig: Leipziger Universitätsverlag.
- Schulz, W. (2011). *Politische Kommunikation. Theoretische Ansätze und Ergebnisse empirischer Forschung* (3., überarbeitete Auflage). Wiesbaden: VS.
- Vowe, G. (2006). Mediatisierung der Politik. Ein theoretischer Ansatz auf dem Prüfstand. *Publizistik*, 51(4), 437-455.
- Waechter, M. (2011). *Helmut Schmidt und Valéry Giscard d'Estaing: Auf der Suche nach Stabilität in der Krise*. Bremen: Temmen.
- Wehler, H.-U. (1998). *Die Herausforderung der Kulturgeschichte*. München: Beck.

- Wehler, H.-U. (2013). Weckruf für die Demokratie – die SPIEGEL-Affäre: 50 Jahre danach.
In: M. Doerry, & H. Janssen (Hrsg.), *Die SPIEGEL-Affäre. Ein Skandal und seine Folgen* (S. 24-33). München: DVA.
- Zipfel, A. (2005). *Der Macher und die Medien. Helmut Schmidts politische Öffentlichkeitsarbeit*. Tübingen/Stuttgart/Heidelberg: WF-Edition Journalismus.

Extended Abstract

Politician and Publicist

Helmut Schmidt as Protagonist and Critic of Mediatization

Mediatization on the micro level

Applying a mediatization approach, this paper examines the interdependent relationship between politics and media at the micro level – thereby using Helmut Schmidt as a very specific example. Helmut Schmidt was chancellor of the Federal Republic of Germany between 1974 and 1982 and since 1983 he is co-publisher of the weekly newspaper *Die Zeit*. The roles of both politician and publisher are combined within his personality and so he seems to be a very interesting example, especially since he is nowadays extremely popular in the German media and well known for his media critiques.

Mediatization in German communication science is conceptualized in a broader and in a more narrow perspective (Neuberger, 2013, p. 222). In contrast to the broader meaning of the mediatization of life in general (Hartmann & Hepp, 2012; Krotz, 2007), the mediatization of politics is understood here as the adoption of media logic (Marcinkowski & Steiner, 2010). This has often been regarded as a submission of the political system to the logic of mass media. While focusing on one crucial actor, it becomes obvious that the mediatization of politics can also be initiated by media-conscious politicians.

Material and methods

To analyze mediatization on the micro level, beside third person effects reciprocal effects come into account (Kepplinger, 2007). It is the idea of indirect and second-order media effects (Meyen, 2009) and of the influence of presumed media influence in politics (Gunther & Storey, 2003). Kepplinger (2007, p. 20) considered it “unlikely that decision makers will take part in quantitative studies” and that they “will neither answer surveys nor allow systematic observations”. And he doubted that interesting documents for document analysis might be available (Kepplinger, 2008, p. 329). But within a larger project, funded by the “Helmut und Loki Schmidt foundation” it was possible to investigate Schmidt’s relations to the media, thanks to having access to his private archive in his house in Hamburg and the archive of the German Social Democratic Party (SPD) in Bonn.³ Based on the qualitative analysis of the historical sources and of interviews with Schmidt and other contemporaries, the paper reveals that Schmidt contributed to the mediatization of German politics and that his media critique is grounded on the assumption that mass media are indispensable for the functioning of democracies.

3 Thanks to Heike Lemke, Christoph Stamm and Sven Haarmann for their excellent support in the archives.

Results

The findings show that Schmidt, quite early after World War II, wrote articles for social democratic newspapers in his hometown Hamburg and that these articles, from the very beginning, promote the transparency of politics in the public sphere. His early career brought him to the new capital of the western German democracy in Bonn, where he was named “Schmidt the lip” for his frank speeches in parliament. He returned to Hamburg as Home Secretary in 1962 and then and there was involved in a devastating flood disaster and the most important press scandal in German history after World War II until this very day.

During the flood disaster Schmidt cleverly used the media for his own purposes and promoted himself during the crisis. The media helped him to satisfy his policy and he became somehow a shooting star in German politics. A few months later, in the press scandal he stood on the side of the news magazine *Der Spiegel*, even when the public prosecution department investigated against him. In 1964, he introduced a new press law in Hamburg and declared it to be the most liberal press law in Europe in which especially any forms of occupation, censorship or confiscation be strictly forbidden (Schmidt, 1967).

In the 1970s, extreme left terrorist attacked the Federal Republic of Germany. In September 1977, they kidnapped the President of the German Employers’ Association, Hanns Martin Schleyer, and they were supported by Palestinian groups who hijacked a German aircraft to Mogadishu in Somalia. In this crucial situation the open climate Schmidt and especially his spokesman Klaus Bölling had created towards the press turned out to be extremely positive. Although they knew they were not given all the information (Bölling in an interview with the author, 18th of November 2011), the media acted quite reasonably (Schmidt in an interview with the author, 6th of January 2011).

Nevertheless, Schmidt felt uncomfortable with the growing influence especially of TV in German society. Within the discussions about the installation of private broadcasting in Germany, in the weekly *Die Zeit* he promoted that every family should switch off TV one day a week (Schmidt, 1978). He failed with this suggestion but made his point in the discussion. After leaving office in October 1982, he became publisher at *Die Zeit* and already his second article dealt with his negative view of the media coverage of the G7 summits (Schmidt, 1983). In *Newsweek* (A talk with Schmidt, 1983, p. 68) he stated: “The press has taken over. Three thousand journalists, it’s ridiculous. (...) I would exclude the press. The summits have become media festivals.” He continued with his media critique in the 1990s in his books, anticipating the bad influences of “Rambos, Machos and Killer[s]” (Schmidt, 1998, p. 90).

Discussion

Schmidt’s relations to the media can be discussed within Strömbäck’s (2008) four phases of mediatization of politics. But of course, this analysis of the mediatization of politics with the example of the former German chancellor Schmidt still leaves us with many open questions. But as Kepplinger (2007, p. 20) says: “From an academic

point of view, it is clearly better to get some information, however small, rather than not at all." Looking at the micro level of individual politicians, it becomes obvious that mediatization can not only be seen as a submission of politics under the media logic. A politician like Schmidt was able to use the media for his own political purposes and to influence the journalistic agenda. Nevertheless, he was aware of the negative influences especially of TV and criticized its role in society.

References

- A talk with Schmidt (30. Mai 1983). *Newsweek*, p. 68.
- Bundesländer – Hamburg – Rebellion im Norden (14. November 1962). *Der Spiegel*, Nr. 46, pp. 76-78. <http://www.spiegel.de/spiegel/print/d-45124838.html>
- Gunther, A. C., & Storey, J. D. (2003). The Influence of Presumed Influence. *Journal of Communication*, 35(2), 199-215.
- Hartmann, M., & Hepp, A. (Eds.). (2010). *Die Medialisierung der Alltagswelt*. Wiesbaden: VS.
- Kepplinger, H. M. (2007). Reciprocal Effects: Toward a Theory of Mass Media Effects on Decision Makers. *The Harvard International Journal of Press/Politics*, 12(3), 3-23.
- Kepplinger, H. M. (2008). Was unterscheidet die Mediatisierungsforschung von der Medienwirkungsforschung. *Publizistik*, 53(3), 326-338.
- Krotz, F. (2007). *Mediatisierung. Fallstudien zum Wandel von Kommunikation*. Wiesbaden: VS.
- Marcinkowski, F., & Steiner, A. (2010). Was heißt „Medialisierung“? Autonomiebeschränkung oder Ermöglichung von Politik durch Massenmedien. In K. Arnold, C. Classen, S. Kinnebrock, E. Lersch, & H.-U. Wagner (Eds.), *Von der Politisierung der Medien zur Medialisierung des Politischen? Zum Verhältnis von Medien, Öffentlichkeiten und Politik im 20. Jahrhundert* (pp. 51-76). Leipzig: Leipziger Universitätsverlag.
- Meyen, M. (2009). Medialisierung. *Medien und Kommunikationswissenschaft*, 57(1), 23-38.
- Neuberger, C. (2013). Journalismus und Medialisierung der Gesellschaft. In K. Meier, & C. Neuberger (Eds.), *Journalismusforschung. Stand und Perspektiven* (pp. 221-242). Baden-Baden: Nomos.
- Schmidt, H. (1967). Rede vor der Hamburger Bürgerschaft am 15. Januar 1964 zur Einbringung des Senatsentwurfes eines neuen Pressegesetzes, das der Verfasser mit seinen Beamten erarbeitet hatte. Der Entwurf hat inzwischen Gesetzeskraft erlangt; er gilt als europäisches Musterbeispiel für ein liberales Presserecht. In H. Schmidt, *Beiträge* (pp. 303-327). Stuttgart: Seewald.
- Schmidt, H. (26. Mai 1978). Plädoyer für einen fernsehfür freien Tag. Ein Anstoß für mehr Miteinander in unserer Gesellschaft. *Die Zeit*, pp. 9-10. <http://www.zeit.de/1978/22/Plaedoyer-fuer-einen-fernsehfür-freien-Tag>
- Schmidt, H. (27. Mai 1983). Gipfeltreffen: Chancen und Gefahren. Erfahrungen aus achtjähriger Kanzlerschaft. *Die Zeit*, p. 3. <http://www.zeit.de/1983/22/gipfeltreffen-chancen-und-gefahren>
- Schmidt, H. (1998). *Auf der Suche nach einer öffentlichen Moral. Deutschland vor dem neuen Jahrhundert*. Stuttgart: Deutsche Verlags-Anstalt.
- Strömbäck, J. (2008). Four Phases of Mediatization: An Analysis of the Mediatization of Politics. *The International Journal of Press/Politics*, 13(3), 228-246.