

INTERVIEW

28. JANUAR 2011 / epd-Medien

„Transparenz ist die beste Unternehmenspolitik“

Ein epd-Interview mit dem Journalisten und PR-Professor Peter Voß Frankfurt a.M.. epdIm dritten Beitrag unserer Interviewreihe zur Zukunft des Journalismus äußert sich Peter Voß, der langjährige SWR-Intendant und heutige Präsident der PR-Hochschule Quadriga. Voß, der am 28. Januar seinen 70. Geburtstag feiert, wird für sein Engagement bei der 2009 gegründeten Quadriga immer wieder kritisiert. Michael Ridder befragte ihn zum schwierigen Verhältnis zwischen PR und Journalismus, zur Legitimität von Rollenwechseln und zur Zukunft des Fernsehjournalismus in der ARD. Frühere Beiträge der Interviewreihe sind in epd 74/10 und 95/10 erschienen.

epd: Der PR-Berater Klaus Kocks hat sich vor einiger Zeit zur PR-Hochschule Quadriga geäußert, deren Präsident Sie sind. Er hat gesagt, wenn die journalistische Elite des Landes jetzt den PR-Nachwuchs ausbilde, dann sei das schizophren und lasse auf gespaltene Persönlichkeiten schließen. Haben Sie eine gespaltene Persönlichkeit, Herr Voß?

Peter Voß: Die hat wohl eher der notorisch unseriöse Herr Kocks. Er ist nicht gerade eine Zierde seiner Zunft, schließt aber von sich auf alle anderen. Da greift man natürlich gern auf ihn zurück, wenn man einen vermeintlichen Kronzeugen für ein knackiges Pauschalurteil über die PR-Branche braucht.

Es gibt auch andere Kritiker, etwa den SWR-Chefreporter Thomas Leif, der Vorsitzender des Netzwerks Recherche ist. Er prägte einst den Satz, dass Journalisten keine PR machen.

Voß: Das Netzwerk Recherche ist gewiss ein ehrbarer Verein. Nur - wenn Thomas Leif öffentlich sein Buch präsentiert, sich vom Verlag als Bestsellerautor anpreisen lässt oder sich im Spot für seine Sendung mit dräuendem Blick der Kamera zuwendet, macht er auch PR. Der Einwand, das sei etwas völlig anderes, weil es ja um das Ergebnis von Recherche gehe, ist blühender Unsinn. Nach dieser „Logik“ könnte man auch sagen: Die Pharmaindustrie macht keine PR, denn ihre Produkte sind das Ergebnis von Recherche - sogar in Form wissenschaftlicher Forschung. In dem Augenblick, wo etwas als Produkt am Markt ist, ist der Versuch, dafür Interesse zu wecken, Public Relations und nichts anderes. Das ist legitim, das kritisiere ich nicht. Ich kritisiere aber Leute, die sagen, das sei gar

keine PR. Ich selbst mache übrigens nicht unmittelbar PR für ein Produkt, sondern leite eine Hochschule, die versucht, eine moderne, integere Form von PR zu lehren. Das ist dann zwangsläufig auch mit PR für die Hochschule selbst verbunden - was spricht dagegen? Die pauschale Kritik verrät ein Maß an Heuchelei und Doppelbödigkeit, das sich Journalisten nicht erlauben sollten.

Sie haben zum Start der Quadriga im Jahr 2009 gesagt, es solle auch um die Legitimität von Interessen gehen sowie um Verständigung und Konsens. Ist das, was Sie betreiben, also eine Art von moralischer PR-Ausbildung?

Voß: Es ist immer ein bisschen heikel, die Moral zu strapazieren. Ein wichtiger Begriff in dieser Hinsicht ist für mich die Transparenz. Wenn Verbände, Parteien oder Unternehmen PR betreiben oder auch nicht betreiben, neigen sie nach wie vor stark dazu, einfach zu mauern. Man muss sich klarmachen: Transparenz ist auch im Sinne eines gesunden Egoismus die beste Unternehmenspolitik. Damit ist es schon besser geworden, aber man findet genug Beispiele für Unternehmen, die bei irgendeiner Schwierigkeit erst mal die Schotten dicht machen oder das Problem bagatellisieren. Das konnten und können wir von BP bis hin zur Deutschen Bahn beobachten. Gleichwohl führt kein Weg daran vorbei, dass legitime Interessen der Öffentlichkeitsarbeit bedürfen in dem gigantischen Aufmerksamkeitswettbewerb, den wir heute haben.

Wenn wir mal genauer die Verbindung zum Journalismus betrachten, fällt auf, dass sich sehr viele bekannte Journalisten für die Quadriga engagieren. Das wird ja immer wieder kritisiert. In vielen Beiträgen, die sich damit befassen, wird von einer Vermengung zwischen PR und Journalismus gesprochen. Was entgegnen Sie auf diesen Vorwurf?

Voß: Das Kuratorium der Hochschule, in dem auch Journalisten sitzen, soll uns kritisch begleiten und beraten. Diese Journalisten unterrichten nicht bei uns, sie vermengen nichts und machen auch keine PR, sondern beobachten uns, auch unter dem Aspekt der Transparenz. In der Sache sind PR-Leute und Journalisten ja sowohl Gegner wie Partner. Sie sind nicht Feinde, sie sind Protagonisten einer offenen, liberalen Gesellschaft, wobei der Journalismus bedauerlicherweise eher schwächer wird und die PR-Branche eher stärker. Es ist aber nicht die Schuld der PR-Branche, dass zum Beispiel Verleger Stellen sparen und deshalb weniger recherchiert wird. Journalisten brauchen, dieser Meinung war ich immer, auch „auf der anderen Seite“ Leute, die wissen, wie Journalismus funktioniert - und die wissen, dass sie nicht durchkommen, wenn sie Journalisten Informationen verweigern. Vielleicht sollten wir auch mal für Unternehmens- und Behördenchefs Crashkurse machen, damit sie auf ihre PR-Leute hören. Denn nur wenn in ein Projekt mit politischer Dimension - nehmen wir

Stuttgart 21 - der Aspekt der Vermittlung einbezogen wird, hat es eine Chance. Der Journalist will enthüllen, der PR-Mann will seine Sache gut vertreten - da sind beide Gegner. Aber sie sind auch Partner. Schon beim ZDF habe ich dafür plädiert, dass wir Leute, die in die politische PR wechseln wollen, auch wieder zurücknehmen. Da geht es einfach um den Rollenwechsel, und der ist legitim.

Könnte also der jetzige Regierungssprecher Steffen Seibert später wieder Hauptnachrichtensendungen im ZDF moderieren?

Voß: Vielleicht nicht gleich die Nachrichten, es gibt da ja noch andere große Aufgaben. Ich bin mir sicher, dass er dann genauso unabhängig agieren würde, wie er das vorher getan hat. Obwohl ich der CDU nicht mehr angehöre, habe ich Herrn Seibert beglückwünscht. Ich finde die Entscheidung mutig. Und dass die Journalisten in Berlin davon profitieren, dass er dieses Amt ausübt, steht für mich außer Frage. Was wäre denn besser, wenn da ein Beamter säße, der nicht weiß, wie Medien funktionieren? Was in aller Welt soll an einem Wechsel zwischen den Rollen, wenn man sie nicht als Feindverhältnis definiert, denn so schlimm sein?

Gerade beim öffentlich-rechtlichen Rundfunk werden besondere Ansprüche an Neutralität und Objektivität gestellt. Wenn jetzt der ehemalige Regierungssprecher Ulrich Wilhelm BR-Intendant wird, mit einer relativ kurzen Frist zwischen beiden Jobs - ist das für sie total unproblematisch?

Voß: Man kann es problematisieren. Ich tue das nicht, weil ich von Herrn Wilhelm etwas halte. Er war vor seinem Job bei Frau Merkel ja auch mal „Hofsänger“ bei Edmund Stoiber. Aber er hat nicht einfach nur das Loblied Stoibers gesungen. Er war ein guter Sprecher, weil er offenbar - das ist die andere Seite des Geschäfts - dem „Fürsten“ vermittelt hat, wo da vielleicht ein Problem ist in der Darstellung oder der Sache. Ein guter Pressesprecher ist auch ein Berater, der seinen Herrn und Meister von irgendeinem Unsinn abbringt. Wilhelm war innerlich unabhängig, auch gegenüber Stoiber. Ich fürchte, eben deshalb musste er damals gehen. Und dann hat die Kanzlerin ihn genommen, vielleicht mit innerem Vergnügen, weil es Herrn Stoiber nicht gefreut haben dürfte. Ich glaube, Wilhelm wird ein starker Intendant. Er ist integer und hat die Statur dafür.

In anderen Fällen gilt das aber nicht unbedingt?

Voß: Es kommt immer auf die Person an. Es gibt Leute, da hätte ich auch Bedenken. Manch einer ist bekanntlich auch ohne Rollenwechsel korrumpierbar, in der PR-Branche wie im Journalismus. Für mich ist es kein schematisches oder sachliches Problem, sondern nur eine Frage der Persönlichkeit. Im Übrigen wird man Wilhelm sicher sehr auf die Finger schauen. Das weiß er, und er wird beweisen wollen, dass er unabhängig ist.

Dass viele Menschen Bauchschmerzen haben bei solchen Wechseln, liegt natürlich auch an den Begehrlichkeiten, die die Politik beim öffentlich-rechtlichen Rundfunk immer wieder zeigt. Sie haben ihr CDU-Parteibuch zurückgegeben, weil der unionsdominierte ZDF-Verwaltungsrat 2009 den Vertrag des damaligen Chefredakteurs Nikolaus Brender nicht verlängert hat.

Voß: Erlauben Sie mir eine Vorbemerkung: Einer, der aus der Politik kam, war einer meiner Vorgänger in Stuttgart, Hans Bausch. Er kam aus dem Landtag, aus der CDU, und war dann ein sehr unabhängiger Intendant. Er hat vor allem seine eigenen Parteifreunde vergrätzt. Wer weiß, wie die Politik tickt, gibt doch nicht seine Persönlichkeit auf, sondern weiß eben, wie er die Strippen so zieht, dass er unabhängig bleibt. Er weiß, wie man sich Mehrheiten besorgt, ohne sich zu verbiegen. Dass Politiker und Parteien immer versuchen, Einfluss zu nehmen, steht außer Frage. Dass der ZDF-Staatsvertrag verfassungswidrig ist, auch - dieser Meinung bin ich schon lange. Das hat nur so lange gut funktioniert, weil die jeweils handelnden Personen nicht überreizt haben. Das System geht kaputt, wenn jeder seine Karten bis aufs Letzte ausreizt. Ich war nicht der größte persönliche Fan von Herrn Brender, aber für mich war es eindeutig, dass es nur um Vorwände dafür ging, ihn loszuwerden. Rein rechtlich war es in Ordnung - abgesehen eben davon, dass der Staatsvertrag nicht in Ordnung ist -, aber es war auch mit Blick auf das Transparenzgebot eine Sauerei. Brender war einfach nur zu unabhängig. Hinzu kam eine personelle Erwartung der Union beim ZDF-Hauptstadtstudio. Man wollte dort einen anderen profilierten Kollegen als Chef installieren, Peter Hahne. Das ging prompt schief, denn der wurde bei dieser dreisten Aktion gleich mit verheizt. Gegen das, was am Ende herauskam, habe ich gar nichts einzuwenden, Peter Frey ist ein großartiger Journalist. Ich habe nur etwas gegen die Methode. Sie war für mich nicht der einzige Grund, aber der Anlass, aus der CDU auszutreten. In einer Partei, die so agiert, mochte ich nicht mehr sein. Ein der CDU verbundener Kollege hat mir gesagt, der ganze Aufstand sei übertrieben, die Politiker würden „so etwas nie wieder machen“. Ich habe geantwortet: Aber nur wegen des massiven Protestes.

Wenn wir noch mal auf Quadriga kommen und auf die PR: War es eine Motivation für Sie, dieses Amt anzutreten, weil sie ein gewisses Defizit bei der Professionalität der PR in Deutschland gesehen haben?

Voß: Ja. Dass mir das Amt angeboten wurde, war aber reiner Zufall. Jemand hat die Träger der Quadriga, zwei tüchtige junge Unternehmer, auf mich aufmerksam gemacht. Eigentlich ist das nicht meine Welt, habe ich gedacht. Mir hat aber gefallen, dass einfallsreiche Leute gerade in der Krise etwas unternehmen. Außerdem kann PR für begabte junge Menschen, die nicht im Journalismus landen wollen oder können, eine interessante Perspektive sein. Also habe ich mich breitschlagen lassen und mache es

nun mit Engagement. Anders, als behauptet wurde, geht es mir weder um Geltung - ich hatte meine Erfolge schon - noch ums Geld.

Können Sie das noch transparenter ausdrücken?

Voß: Ich bekomme 1.500 Euro pro Monat, nach Steuern etwa 1.000. Das sind knapp die Kosten meiner Zweitwohnung in Berlin. Die Quadriga ist auf bestem Weg, aber noch nicht ganz am Break-Even-Point, die Träger müssen noch etwas zuschießen, da muss ich nicht hinlangen.

War die Nachfrage nach den angebotenen Studienplätzen sehr groß?

Voß: Wir haben eine enorme Nachfrage. Wir machen natürlich auch selber gute PR-Arbeit für eine gute Sache. Übrigens war ich schon als SWR-Intendant Cheflobbyist und oberster PR-Mensch meines Senders und bin zugleich immer Journalist geblieben. Und unsere Journalisten haben davon profitiert. Die Semantik des Verrats, des Frontwechsels, die oft bemüht wird, ist doch völlig albern. Sind wir etwa im Krieg? Man hat eine Rolle, aber man geht doch nicht in ihr auf. Nicht nur jeder Schauspieler, auch jeder Politiker, überhaupt jeder professionelle Kommunikator muss damit tagtäglich umgehen - nur so entgeht man doch auch der Gefahr der Betriebsblindheit: weil man immer die andere Perspektive auch noch hat.

Wir haben vorhin schon kurz die Sündenfälle der PR gestreift, etwa die Millionen, die die Bahn in Forumsbeiträge mit verdecktem Urheber investiert hat. Wenn wir eine Ebene tiefer gehen: Was für Defizite beobachten Sie in der alltäglichen PR?

Voß: Sehr auffällige natürlich in der Politik. In der Wirtschaft sehe ich eine allmähliche Änderung. Ich kann allerdings nicht so beurteilen, wie es im Alltag funktioniert, ob die CEOs da bereit sind, auf die PR-Manager zu hören und den Vermittlungsaspekt stets einzubeziehen. Unternehmenskommunikation ist immer auch Kommunikation nach innen. Früher konnten Sie etwas Brisantes eine Weile intern halten - etwa, wenn beim SWR eine schwierige Programmreform vorzubereiten war. Heute ist alles draußen, was Sie in ein Unternehmen hinein kommunizieren. Über das Netz ist alles sofort in der Öffentlichkeit. Das heißt: Wenn man die Leute mitnehmen will, muss man nach innen so offen sein, wie es nur geht, ohne die Unternehmensziele grundlegend zu gefährden. Man muss es dann aber auch nach außen sein, und das haben viele noch nicht verstanden.

Das heißt, die Rolle eines PR-Managers ändert sich grundlegend.

Voß: Der PR-Chef eines Unternehmens muss eigentlich in jede Entscheidung eingebunden sein, mit Blick auf die Frage: Wie wirkt das in der Öffentlichkeit? Natürlich kann man das Publikum täuschen nach dem Motto: Wir machen etwas Ungutes und streichen es schön

an, vorzugsweise grün. Das soll ja etwa bei Ölkonzernen schon mal vorkommen. Ich glaube nur, es trägt nicht auf Dauer. Wie wir alle außerdem beobachten können, funktioniert das Krisenmanagement oft elend schlecht. Nehmen wir als Gegenbeispiel den schweren Unfall bei „Wetten, dass..?“: Da ist es schon wichtig, dass sich ein Unternehmen richtig verhält. Das beginnt mit dem Abbruch der Sendung und damit, dass man sich sofort offen der Diskussion stellt. Das ZDF hat sich so verhalten, man kann das aber auch falsch anpacken. Oder nehmen Sie den NDR vor ein paar Jahren im Fall Heinze: Da hat das Haus sofort für Offenheit gesorgt, der Kommunikationschef Martin Gartzke, der eben ein Journalist ist, hat das gut gemacht. Und daran müssen doch alle Journalisten interessiert sein.

Nehmen wir mal einen aktuellen Fall aus der Medienbranche, den Sie sicher auch verfolgt haben: das Familiendrama bei den DuMonts in Köln. Da kommt so etwas an die Öffentlichkeit, es geht los mit Vorwürfen im Blog von Stefan Niggemeier, es weitet sich immer mehr aus, ein großer Vater-Sohn-Konflikt entsteht. Und der Konzern sagt nur: Wir nehmen dazu keine Stellung. Wie klug ist das?

Voß: Das kann ich nicht beurteilen, weil ich die Einzelheiten nicht kenne. Es ist halt nur ein Familiendrama. Ich weiß nicht, ob und inwieweit Altverleger Alfred Neven DuMont es verursacht hat. Das ist kaum einzuschätzen, wenn Persönliches hineinspielt. Der Sohn, Konstantin Neven DuMont, hat sich quasi geoutet, und wenn man das so liest, gewinnt man den Eindruck: Dieser junge Mann hat ein Problem mit sich selber. Eben damit kommen Persönlichkeitsrechte ins Spiel, und ob ein Unternehmen dazu dann etwas sagen kann, weiß ich nicht.

Vorhin haben Sie gesagt, wir haben in der heutigen Gesellschaft einen ganz anderen Informationsfluss als früher. Was an kritischen Informationen durch ein größeres Unternehmen geht, wird sofort an die Medien lanciert. So war es ja bei DuMont auch: Jede Telefonkonferenz, die zwischen den Chefredakteuren stattfand, wurde am nächsten Tag sofort in der „Süddeutschen“ oder in anderen Blättern zitiert. Und interne E-Mails konnte man im „Spiegel“ nachlesen.

Voß: Keine unproblematische Entwicklung, so schön sie für Journalisten sein mag. Das reicht bis zu Wikileaks, dem zurzeit brisantesten Beispiel. Mir ist es egal, ob da der drei Jahre alte Berliner Dorfklatsch über Herrn Westerwelle verbreitet wird. Aber wenn man die arabischen Verbündeten der USA, die gewiss keine erfreulichen Regime sind, ausgerechnet mit ihren Verbalattacken gegen den Iran bloßstellt, haben die Islamisten Auftrieb. Das kostet vielleicht auch Menschenleben. Hinzu kommt ein Ungleichgewicht, weil da nur demokratische Regierungen direkt angegriffen werden, die wirklich üblen Regime leider nicht. Also: Wie weit

darf man gehen? Die Frage stellt sich im Fall DuMont ja auch. Wir alle reden immer von Datenschutz, und hier gilt er dann plötzlich nicht mehr. Wozu haben wir eigentlich das Recht auf informationelle Selbstbestimmung gefordert und gefeiert? Zur Möglichkeit von Politik gehört jedenfalls auch die Möglichkeit der Vertraulichkeit. Diese Möglichkeit muss weiterbestehen, sie gehört auch zur Diplomatie. Keine Friedensdiplomatie ist möglich ohne Vertraulichkeit. Unternehmen wie Regierungen müssen sehen, wie sie damit umgehen, dass diese Möglichkeit schwindet.

Genau, dann ist die Frage: Wie reagiert die PR-Abteilung darauf? Die Informationen zu DuMont sind in der Presse, und trotzdem sagt die Unternehmenskommunikation über Wochen: Wir sagen dazu nichts. Dadurch werden ja gerade die Journalisten behindert, die sich nicht auf Spekulationen und Halbwahrheiten verlassen wollen.

Voß: Vielleicht hatte die Pressestelle eine entsprechende Weisung. Es mag ein Fehler sein, ich weiß es nicht. Weil ich nicht weiß, was da wirklich passiert ist.

Demnach gibt es keine allgemeine Empfehlung, wie die PR auf die Veränderung des Informationsflusses in der Gesellschaft reagieren soll?

Voß: PR wird erst einmal schwieriger dadurch. Ich meine: Wenn es irgend geht, soll man offen sein. Selbst wenn die Existenz Einzelner oder des Unternehmens bedroht ist, sollte man noch möglichst offen sein, etwa im Fall BP, wenn eindeutig die gesellschaftlichen Interessen überwiegen. Es ist allerdings immer noch besser, nichts zu sagen, als die Öffentlichkeit zu täuschen, Nebelkerzen zu zünden oder zu bagatellisieren. In den meisten Fällen kann man sogar relativ gefahrlos die Wahrheit sagen, zumal das meiste früher oder später doch herauskommt. Denken Sie nur an den FDP-Mitarbeiter, der dem US-Botschafter Pseudo-Informationen geliefert hat. Da hat die Partei zunächst allen Ernstes erklärt, es gebe gar keinen „Maulwurf“. Was für ein Unsinn! Klar ist also, dass wir generell eine Professionalisierung der PR brauchen.

Wechseln wir zu einem anderen Thema, zur Zukunft des Fernsehjournalismus, und bleiben wir gleichzeitig bei der PR. Die ARD baut im Herbst ihr Vorabendprogramm um, weil mit Günther Jauch ein zusätzlicher Talk-Moderator verpflichtet wurde. Sie streicht daher einen Sendeplatz für Dokumentationen, tut aber so, als ob das gar nicht der Fall sei, und verkauft es noch als Erfolg, weil Dokumentationen, die bisher mittwochs um 23.30 Uhr laufen, künftig montags um 22.45 Uhr gezeigt werden. Sie spricht sogar vom öffentlich-rechtlichen Mehrwert, den sie geschaffen habe. Ist das gute PR?

Voß: Sie bringen mich in Verlegenheit, weil ich mir einst vorgenommen hatte, nie kritisch über die ARD zu sprechen. Außerdem bin ich befangen,

weil ich selber Talk auf 3sat mache. Doch ich will nicht ausweichen. Wenn man vom Echo ausgeht, ist die PR-Operation offenbar nicht völlig gelungen. Vielleicht konnte sie auch nicht gelingen. Man kann der Meinung sein, dass die ARD zu viele Talkshows hat und künftig zu wenige Dokumentationen. Allerdings sind die Talksendungen erfolgreich und gewinnen noch an Zuspruch. Da ist es für die ARD schwer, eine Sendung einfach einzustellen. Will und Plasberg stehen gut da. Und für Dokumentationen bieten das Erste, die Dritten, Phoenix und ARTE zusammen, zumal wenn man das Schema für besondere Dinge öffnet, ebenso wie das ZDF immer noch hinreichend Platz, auch wenn man da sicher kritisch hinschauen muss. Zu den Protesten etwa von Produzenten muss man allerdings auch sagen, dass die auch keine Freunde von Traurigkeit sind bei der Vertretung ihrer Interessen.

Okay, die Quote stimmt. Aber wie steht es um die Qualität der Talkshows?

Voß: Ich bin nur begrenzt ein Fan der gängigen Talkshow, also eher atypisch. Als ich noch mit Fritz Pleitgen den „Presseclub“ moderieren durfte, bin ich den Leuten auch des Öfteren ins Wort gefallen - aber ein Gast, den ich unterbrochen habe, weil ich dachte, den versteht jetzt keiner, bekam dann gleich wieder das Wort. Es darf eigentlich nicht sein, dass einem Gast eine entscheidende Frage gestellt wird, ihm dann jemand dazwischen geht und er diese Frage gar nicht mehr beantworten kann. Da wird dann nicht mehr wirklich diskutiert. Jedenfalls für meine Ansprüche, die freilich nicht maßgeblich sind, ich kann mich ja auch ohne Talkshow informieren. Die Grundsatzfrage ist nur, ob ein Talk über den Unterhaltungswert hinaus die Leute auf ein Thema so neugierig macht, dass sie sich dann weiter informieren. Das ist die demokratiebezogene Qualität, auf die es, neben dem handwerklichen Standard, doch vor allem ankommt.

Werden die Talkshows diesem Anspruch denn gerecht?

Voß: Ich habe neulich eine Umfrage gesehen, da ging es um die Zustimmung zur Demokratie. Zufrieden damit waren knapp über 50 Prozent, aber 44 Prozent waren der Meinung, die Demokratie sei keine so gute Sache. Da stellt sich natürlich die Frage: Ist das nur ein Versagen der Politik, oder hat es auch mit den Medien zu tun? Ein Hauptproblem, auch in manchem Magazin, scheint mir der permanente Empörungston zu sein. Da schwingt immer die Erwartung mit, dass die Politik alle Probleme lösen kann und muss. Diese Erwartung schürt natürlich die Politik auch selbst, in ihren Dauerkampfen, und das ist verheerend. Die Botschaft lautet immer: Kompromisse sind schlecht, und alle Probleme sind schnell lösbar. Das ist ja völliger Käse. In Wirklichkeit werden alle Probleme und Prozesse ja immer komplexer, der Spielraum des einzelnen Politikers entsprechend geringer. Kaum ein Mensch durchschaut mehr, was

eigentlich wo entschieden wird. Deshalb diese Sehnsucht nach klaren, einfachen Entscheidungen. Aber das ist Romantik. Solche Entscheidungen sind nur noch in seltenen Fällen möglich. Und das führt zu einem Vermittlungsproblem für die PR nur noch in seltenen Fällen möglich. Und das führt zu einem Vermittlungsproblem für die PR wie für den Journalismus. Es ist eben nicht immer leicht, die Komplexität zu reduzieren, ohne einen Sachverhalt zu verfälschen.

Bleiben wir noch kurz bei der ARD. Wenn sowohl Will als auch Plasberg wachsende Zuschauerzahlen haben, warum braucht man dann eigentlich noch Jauch? Damals, beim gescheiterten ersten Anlauf der Verpflichtung, haben Sie den schönen Satz gesagt: Ohne Jauch geht's auch.

Voß: Es ging ja auch ohne ihn, aber ich glaube, er ist tatsächlich der Beste. Damals ist die Sache wohl an der ablehnenden Haltung in den WDR-Gremien gescheitert, angeblich auch ein bisschen an der Bürokratie im NDR. Es gab freilich Punkte, die schwierig waren. Wir alle wollten natürlich nicht, dass Jauch weiter Werbung macht, wenn er eine politische Sendung moderiert. Und Jauch hatte gesagt, er verpflichte sich dazu, aber nur per Handschlag. Sicher ist er ein integrierter Mann. Aber wie andere auch habe ich gesagt, das geht nicht wegen der Präzedenzwirkung. Unter Garantie hätte der nächste Aspirant auch die Vorzugsbehandlung verlangt. Der federführende NDR konnte dann doch mit Jauch einen Vertragspassus aushandeln, der ihm Werbung nur mit Zustimmung des NDR erlaubte. Ich habe dann vorgeschlagen, dass sich der NDR dabei an die Mehrheitsentscheidung der ARD-Intendanten bindet. So haben wir das Problem gelöst. Dann gab es noch die Frage der Zuständigkeit. „Sabine Christiansen“ galt als Unterhaltungssendung, was ich immer falsch fand. Jauch sollte der Information zugeordnet werden. Und da muss ihm jemand eingeredet haben, dass diese furchtbaren Chefredakteure ihm dann permanent in die Sendung hineinreden würden. Natürlich üben Chefredakteure auch mal Kritik, und das ist auch richtig so. Dem muss sich ein Moderator doch stellen. Doch Jauch sprang ab, wohl auch wegen der Stimmen, die schon öffentlich an ihm herumgemäkelt hatten, bevor er sich entschied. Das war sicher auch ein Fehler. Da ging die Transparenz vor der Entscheidung wohl eher zu weit, das gibt es halt auch. Wie auch immer: Jauch fragt direkt und kritisch, aber zugleich höflich und sachlich. Das ist eine Kunst, die nur wenige beherrschen. Jauch könnte, ohne liebedienerisch zu wirken, wieder mehr Verständnis für die schwierigen Entscheidungsprozesse in der Politik wecken. Das traue ich ihm zu.

Das kann er besser als Anne Will und Frank Plasberg?

Voß: Er kann es sogar besser als ich, und das ist doch schon viel. (lacht)

Das ist eine extrem hohe Erwartung, die Sie da mit Jauch verbinden.

Voß: Ja, klar. Irrtum vorbehalten. Es kann sein, dass ich mich täusche. Aber ich traue ihm das zu.

Und was wird aus den anderen Talkern, die künftig im Schatten des großen Jauch moderieren?

Voß: Die haben kein leichtes Leben. Aber ich glaube, das Schmerzensgeld ist auch in Ordnung. Sie haben ja weiter ihr Standing und können im Wettbewerb punkten. Bei Frau Will habe ich übrigens den Eindruck, dass sie noch lockerer und entspannter ist, seit die Entscheidung gefallen ist. Plasberg ist ein eigenes Format. Beckmann finde ich jetzt sehr stark. Moderatoren haben ja auch wechselnde Phasen. Ich finde sie am besten, wenn sie nicht bloß Leidenschaften aufpeitschen, sondern der Versachlichung dienen. Ich denke, die Damen und Herren werden alles bieten, was sie draufhaben, um eben nicht im Schatten zu stehen. Sie sind dann eben etwas kleinere Sonnen in diesem Planetarium.

Aber müssen die nicht befürchten, nur noch die B-Liga der Gäste zu haben?

Voß: Das glaube ich nicht. Vielleicht findet Jauch auch mal ein paar andere Gäste als die üblichen Verdächtigen. Die ewigen Barings und Lauterbachs, die da durchgereicht werden, gehen einem doch irgendwann auf den Keks. Ich glaube, dass manch ein interessanter Gast noch zu entdecken ist.

Das wäre ein neuer journalistischer Auftrag, den Sie da formuliert haben: neue Talkgäste finden.

Voß: Auch da belebt Konkurrenz das Geschäft. Will und Plasberg dürften dabei kaum so abfallen gegenüber Jauch, dass sie dahinvegetieren. Der Kampf wird ihnen guttun. Er tut ihnen, scheint mir, jetzt schon gut.