

21.03.2002 - 16:12 Uhr

media coffee von news aktuell zum Bundestagswahlkampf: "Wo ist Eddie?"

Berlin (ots) -

Im Bundestagswahlkampf 2002 stehen die Spitzenkandidaten der grossen Parteien wie nie zuvor im Mittelpunkt der medialen Aufmerksamkeit. Parteiprogramme werden dagegen immer weniger wahrgenommen. So das Fazit des jüngsten media coffees der dpa-Tochter news aktuell, deutscher Partner von news aktuell schweiz, der heute in Berlin stattfand.

Moderator Wilm Herlyn, Chefredakteur der Deutschen Presse-Agentur (dpa), konfrontierte das sechsköpfige Podium mit dem Kanzlerzitat, dass Wahlkämpfe heute hauptsächlich in "Bild, Bams, Glotze" entschieden würden. Dass das geplante Fernsehduell zwischen Kanzler Schröder und Kandidat Stoiber die demokratischen Grundregeln verfälsche, befürchtete Hans-Jürgen Beerfeltz, Bundesgeschäftsführer der FDP. "Wähler wählen Parteien und nicht Personen", so Beerfeltz. Bei einem Fernsehweikampf würden die übrigen Parteien benachteiligt.

Michael Spreng, Wahlkampfmanager von Edmund Stoiber, wollte die vielbeschworene Amerikanisierung des Wahlkampfes nicht erkennen. "Wir haben eine deutsche Bundestagswahl und keine amerikanische Wahl." Seiner Auffassung nach sei ein Kandidat nicht von seinen Inhalten zu trennen. Dem stimmte SPD-Bundesgeschäftsführer und Chef der Wahlkampfzentrale Kampa 02 Matthias Machnig zwar zu, warf aber Spreng vor, mit Stoiber eine "Nicht-Inszenierung zu inszenieren." Alle Welt frage sich, so Machnig, "Wo ist Eddie?" Dem hielt Spreng entgegen, die SPD würde nur noch einen "Hoffnungswahlkampf" führen.

Werbeexperte Bernd Heusinger, Geschäftsführer der Agentur Zum Goldenen Hirschen, die die Werbekampagne der Grünen zur Bundestagswahl verantwortet, stellte fest, dass Wahlwerbung heute origineller geworden sei. Die Menschen interessieren sich für Wahlwerbung. Entscheidend, so Heusinger, sei bei den Kampagnen: "Wer greift den anderen origineller an?"

Ulrich Deppendorf, Leiter des ARD-Hauptstadtstudios, machte klar, was die Aufgabe der Medien im Wahlkampf sei. Sie müssten den Wählern vermitteln, was "hinter den Köpfen" stehe. Dass Wahlkampf heute vor allen Dingen "Medienkommunikation" sei, sagte Tissy Bruns. Die Vorsitzende der Bundespressekonferenz und Leiterin der Parlamentsredaktion der Tageszeitung Die Welt beleuchtete die Rolle der Medien selbstkritisch. So habe die Tatsache, dass 80 Prozent der männlichen Redakteure über die Frisur von Angela Merkel geschrieben habe, wesentlich zur Kandidatenkür beigetragen.

Kontakt:

news aktuell GmbH
Jens Petersen, Head of Media Communications
Tel. +49/40/4113-2850
E-Mail: info@newsaktuell.de