

# Die Medien in der Trump-Falle



**Donald Trump beschimpft Journalisten als Lügner und Volksfeinde und bezeichnet Medien als Fake News. Trotzdem folgen sie ihm auf Schritt und Tritt und verbreiten noch den abstrusesten Blödsinn, den der Wüterich im Weissen Haus von sich gibt. Der Grund ist simpel: Je ärgerlicher der Blödsinn ist, desto besser sind die Quoten, die Trump den Medien verschafft. Und die Medien brauchen Aufmerksamkeit. Deshalb brauchen sie Donald Trump. Sie befinden sich in der Trump-Falle. Es ist gut möglich, dass sie damit Trump den Weg zu einer zweiten Amtszeit ebnen.**

Stellen Sie sich vor, Sie wären Blattmacher einer Zeitung oder Produzent einer Nachrichtensendung im Fernsehen. Journalisten bieten Ihnen also Geschichten und Bilder an und Sie entscheiden darüber, welche Geschichte ins Blatt oder in die Sendung kommt. Sie arbeiten gerade an der Seite oder der Sequenz über internationale Politik. Sie haben die Wahl zwischen zwei Geschichten: Die erste Geschichte dreht sich um die Frage, ob die USA den Afroamerikanern Reparationen für die Sklaverei zahlen und so den systemischen Rassismus in der Gesellschaft ausgleichen soll.<sup>1</sup> Die zweite Geschichte handelt davon, wie sich Donald Trump von Polizisten mit Tränengas den Weg vom Weissen Haus zu einer kleinen Kirche freiprügeln lässt, damit er danach mit einer Bibel in der Hand vor dieser Kirche für Fotos posieren kann.<sup>2</sup> Welche Geschichte bringen Sie?

Es ist beispielhaft eine typische Entscheidung, wie sie Blattmacher und Produzenten jeden Tag zu fällen haben. Die Geschichte über den systemischen Rassismus in den USA ist relevant: Sie erklärt den Zusammenhang zwischen der Sklaverei und der heutigen, systematischen Benachteiligung

der Schwarzen in den USA. Sie erklärt damit den Hintergrund der Unruhen, wie wir sie heute erleben. Doch der Stoff ist kompliziert. Die zweite Geschichte ist ein klassischer Aufreger. Zudem gibt es dazu ein Bild mit Symbolcharakter: Donald Trump mit der Bibel in der Hand vor der St. John's Church. Diese Geschichte verspricht alles, was eine Story haben muss: Sie handelt von Menschen, es passiert etwas, es ist emotional, ja sensationell. Wenn Sie verantwortlich wären für eine Zeitung oder eine Sendung und damit auch für die Quoten, die Sie mit ihren Inhalten erzielen, wäre der Fall klar: Sie setzen auf Trump.

### **Trump fast so wichtig wie das Wetter**

Dass die Medien sich auf Trump stürzen wie die Schmeissfliegen, ist nicht neu. Seit Donald Trump 2015 auf der Rolltreppe im Trump-Tower seine Kandidatur bekannt gab, beherrscht er die Schlagzeilen. Während des Vorwahlkampfes, als die republikanische Partei in einem internen Wahlkampf ihren Kandidaten kürte, brachte es Donald Trump im Fernsehen auf mehr Sendezeit als alle 16 anderen republikanischen Kandidaten zusammengenommen! Im eigentlichen Wahlkampf ging es genauso weiter: Trump beherrschte die Schlagzeilen.

Heute ist die Wahl von Donald Trump eng verknüpft mit dem Skandal um Cambridge Analytica, der Firma, die mit Datenauswertungen von Facebookprofilen Millionen von Menschen manipuliert und so die Wahl von Donald Trump herbeigeführt haben soll. Es gibt heute zwar Beweise dafür, was die Firma gemacht hat. Ob es aber gewirkt hat, ist offen. Ganz vergessen geht in der Debatte nämlich, dass Donald Trump auch im Wahlkampf die Medien beherrscht hat. Hillary Clinton hat viel mehr TV-Werbung geschaltet als Trump. Studien gehen davon aus, dass ihr Werbebudget bis zu sieben Mal höher war. Aber Trump hat den redaktionellen Teil der Medien beherrscht. Laut einer Studie von Tyndall Reports lag Donald Trump 2015 auf Platz zwei (!) der 20 Themen, über die im Fernsehen am meisten berichtet wurde – mehr als über Trump berichteten die Fernsehnetzwerke nur über das scheussliche Winterwetter. Trump verbuchte dreimal mehr redaktionelle Sendeminuten auf seinem Konto als Hillary Clinton. Und das nur, weil er aufsehenerregend war.

### **Wie Donald Trump die Medien hackt**

Heute kommt noch dazu, dass Donald Trump als US-Präsident auch noch wichtig ist. Entsprechend stürzen sich die Medien auf jede seiner Äusserungen und machen sich so zu seinen Gehilfen. Nehmen Sie die Geschichte mit dem Bild vor der Kirche. Kurz vorher hatte Trump im Rosengarten des Weissen Hauses vor einer Reihe amerikanischer Flaggen eine Pressekonferenz gegeben. Draussen, vor dem Weissen Haus, im Lafayette Park, demonstrierten Hunderte Menschen friedlich. Während Trump sprach, gingen berittene Polizisten auf die Demonstranten los und vertrieben sie mit Schlagstöcken und Tränengas. Als die Polizisten den Park geräumt hatte, ging der Präsident zu Fuss die 150 Meter durch den Park zur St. John's Church an der Ecke 16th und H Streets. Er postierte sich vor der Kirche und reckte schweigend eine Bibel in die Luft. Dieses Bild ging um die Welt.

Das ist ein klassischer «Media-Hack»: Trump hat die Medien dazu gebracht, seine Botschaft zu verbreiten. Die Botschaft lautete: «Ich, Donald Trump, bin mächtiger als all die Demonstrationen. Ich kann mir die

Strasse jederzeit zurückholen. Seht her, ich stehe mit der Bibel in der Hand auf der Seite des Guten. Das bedeutet auch: Wer sich mir widersetzt oder gegen mich ist, begibt sich auf die Seite des Bösen.» Dazu musste Donald Trump nicht einmal etwas sagen. Er musste sich nur schweigend mit der Bibel in der Hand vor der Kirche aufbauen und darauf warten, dass die Fotografen die Auslöser ihrer Kameras drückten. Dass die Medien danach dieses Bild und damit seine Botschaft verbreiteten, darauf konnte er sich verlassen. Selbst Medien, die sich kritisch mit seinem Auftritt beschäftigten, verbreiteten seine Botschaft, indem sie das Bild zeigten und stellten sich so in seinen Dienst.

### **Süchtig nach Trump**

Es ist wie schon im Wahlkampf: Donald Trump verschafft Quote und zwar in beiden politischen Lagern. Seine Fans schauen sich seine Stunts an, weil sie ihn lieben, seine Gegner schauen es sich an, weil sie sich darüber ärgern. Trump mobilisiert zuverlässig Emotionen. Das ist selten in der Politik und darum auch auf Nachrichtenredaktionen gern gesehen. Die Medien sind süchtig nach Trump. Er verschafft ihnen die Aufmerksamkeit. Medien umkreisen Trump deshalb wie die Motten das Licht. Und wie die Motten verbrennen sie sich öfter mal daran. Aber die meisten Medien brauchen die Aufmerksamkeit, die ihnen Trump verschafft, denn sie leben davon. Die Medien stecken in der Trump-Falle.

Langsam zeichnet sich ab, dass das Konsequenzen haben könnte. Es kann gut sein, dass die Amerikanerinnen und Amerikaner im Herbst wieder Donald Trump die Stimme geben, ganz einfach deshalb, weil in den Medien kaum je von jemand anderem die Rede ist. Auch in der Schweiz hat sich die USA-Berichterstattung weitgehend auf Donald Trump verengt. Ein Bericht über ihn erfüllt nun einmal alle Boulevardkriterien: personalisiert, emotionalisiert, sensationalisiert – und damit auch hierzulande gut für die Quote. Aber schlecht für den Kopf. Der enge Fokus auf Donald Trump verstellt die Sicht auf die wirtschaftlichen und sozialen Probleme, die das Land hat, auf nachdenkliche Kunst, Musik und Literatur und auf Politiker, die sich nicht wie Rumpelstilzchen himself betragen. Und auf Joe Biden. Denken Sie deshalb daran, wenn Sie sich das nächste Mal über einen Tweet von @realdonaldtrump aufregen oder angezogen von einem dieser fürchterlichen Fotos sich kopfschüttelnd über einen Artikel beugen, der von Donald Trump handelt: auch wenn sie sich über ihn ärgern, gehen sie ihm auf den Leim. Und stecken mit in der Trump-Falle.

Basel, 5. Juni 2020, Matthias Zehnder [mz@matthiaszehnder.ch](mailto:mz@matthiaszehnder.ch)

PS: Nicht vergessen – [Wochenkommentar abonnieren](#). Kostet nichts, bringt jede Woche ein Mail mit dem Hinweis auf den neuen Kommentar und einen Buchtipp. Einfach [hier klicken](#). Wenn Sie am abonnieren sind, abonnieren Sie doch auch meinen [Youtube-Kanal](#). Und wenn Sie den Wochenkommentar unterstützen möchten, finden Sie [hier](#) ein Formular, über das Sie spenden können.

## Quellen

- 1 Zum Beispiel wie dieser Artikel in der «NZZ»: «Amerikas Billionen-Frage: Soll man den Afroamerikanern «Reparationen» für die Sklaverei zahlen?», «NZZ» vom 5. Juni 2020, vgl. <https://www.nzz.ch/wirtschaft/amerikas-billionen-frage-soll-man-den-afroamerikanern-reparationen-fuer-die-sklaverei-zahlen-ld.1559537>
- 2 Siehe zum Beispiel hier im «Tages-Anzeiger» vom 2. Juni 2020: <https://www.tagesanzeiger.ch/polizisten-pruegeln-trump-den-weg-zur-kirche-frei-990476094244>