

## **Dank Symbiose an die Macht**

### **Christoph Blocher und Massenmedien profitieren voneinander**

Christoph Blochers Marsch in den Bundesrat ist auch ein Lehrstück über die Rolle und Funktionsweise der Massenmedien. 1986 verpassten ihm die Journalisten das Etikett Volkstribun, weil die von ihm mitbegründete Auns dem Bundesrat ein erstes Waterloo bereitete. Die Abstimmung über den Uno-Beitritt fiel mit einem Neinstimmenanteil von 75 Prozent durch. Im schicksalhaften Jahr 1992 mutierte Blocher definitiv zur Reizfigur par excellence, weil er, so die verkürzte Wiedergabe der Medien, die Schlacht um den EWR-Vertrag im Alleingang gewann. Der Bauer gegen ein Heer von hochgerüsteten und karrieregeilen Beamten und Diplomaten, die classe politique und deren Adlaten in den Redaktionen. Der Mythos war geboren.

Seither ist Christoph Blocher gleichsam der bekannteste wie umstrittenste Politiker des Landes. Seither hat er ein Abonnement in der „Arena“. Seither betreiben viele Medien landauf, landab Blocher-Bashing. Der „Blick“ beispielsweise fuhr jahrelang eine Kampagne gegen Blocher mit dem Ziel, ihn zu zerstören. Resultat: Der kleine Herrliberger wurde noch grösser. Und zu einem Märtyrer, eine Rolle, die er sorgsam pflegt. Qualitätszeitungen leiden seit 1992 an einer Blocher-Fixierung. Mit grotesken Folgen: Wenn er an der Generalversammlung der Trachtengruppe Edelweiss in Hintermümliswil mit dem linken Auge zwinkert, hat das „Newswert“ erster Güte. Und heult ein Leadmedium auf, stimmen die anderen ein. Das bekannte Rudelverhalten der Wölfe. Der Chefredaktor einer grossen Tageszeitung bekannte mir gegenüber: „Wenn ‚Blick‘ und ‚10 vor 10‘ eine Geschichte prominent aufmachen, ziehen wir nach.“ Das ist symptomatisch: Die Medien orientieren sich an der Konkurrenz, nicht mehr an der Relevanz einer Geschichte. Tempo, Skandalisierung und Primeure zählen, auch wenn dem Publikum nur aufgewärmte Luft zugefächelt wird. Für Reflexion sowie journalistische Gewichtung und Einordnung bleibt kaum mehr Zeit. Da stellt sich unweigerlich die Frage, ob die Medien ihre Kernaufgaben noch wahrnehmen können – oder wollen.

Christoph Blocher und die Massenmedien – sie beobachten sich gegenseitig, argwöhnisch, gereizt, womöglich sogar mit Verachtung. Gleichzeitig ist ihr Verhältnis

symbiotisch: Die Medien bolzen mit ihm Quoten und Auflagen, er missbraucht sie als Lautsprecher für seine Botschaften.

Naivlinge glauben, dass dieses Erfolgsmodell mit der Wahl Blochers in den Bundesrat beendet wurde. Mich übermannen Zweifel. Selbst wenn Blocher die Grösse haben sollte, vom rüpelhaften Rebellen zum Staatsmann zu werden – können die Medien sich von seiner weiterhin Erfolg versprechenden Stigmatisierung lösen?

Mark Balsiger, Bern

---