Das ist zwar ein Beitrag von Panorama von der vor-letzten Wahl in Hamburg. Für Nicht-Hamburger dennoch sehr aufschlussreich. Die Bedeutung des von uns schon des öfteren angesprochenen Themas „Medienbarriere“ wird gut sichtbar. Wenn die SPD und die Linke insgesamt diese nicht zum großen Thema macht, dann ist sie hoffnungslos verloren. Albrecht Müller.

Das ist jetzt schon mit Händen zu greifen. Angela Merkel wird in den Himmel gehoben, die mögliche Koalitionsoption stigmatisiert. Und eben nicht nur von Springers Medien, nicht nur von den kommerziellen Rundfunksendern, sondern auch von den öffentlich-rechtlichen Sendern und von Blättern, die früher als einigermaßen liberal galten: Stern, Spiegel, Die Zeit zum Beispiel. Kampagnenjournalismus ist offenbar nirgendwo mehr tabu. Das konnte man beim Wahlabend zur Hamburg-Wahl und danach auf fast allen Kanälen und Blättern notieren.

Der Auftritt Klaus von Dohnanyis bei Anne Will am Hamburger Wahlabend hat mich an die andere Strategie erinnert – an die Strategie der programmatischen Anpassung, wie sie Gerhard Schröder vollzogen hat. Klaus von Dohnanyi hat nämlich, um sich als Bürgermeister die Unterstützung der Springerpresse in Hamburg zu sichern, als zugleich Maßgeblicher in der SPD-Medienkommission dafür gesorgt, dass diese Partei den Widerstand gegen die Kommerzialisierung von Fernsehen und Hörfunk im Jahre 1984 aufgegeben hat. Das war Dohnanyis Geschenk an die Springerpresse. Wie man bei seinen Auftritten heute noch sieht, wird dies inhaltlich bis heute nach. Ein Anpassungskurs a la Dohnanyi wird der heutigen SPD-Führung aber anders als 1998 mit Schröder nicht einmal die Macht bringen.