

Film

«Wir haben den Journalismus, den wir verdienen»

Dieter Fahrner schaut in seinem Dokumentarfilm «Die Vierte Gewalt» den Redaktionen von *Der Bund*, «Echo der Zeit», *Watson* und *Republik* über die Schulter. Zu Zeiten von Fake News, Sparmassnahmen und der No-Billag-Initiative beobachtet der Berner Filmemacher eine Welt, die ihn fasziniert, aber auch mit grosser Skepsis erfüllt.

INTERVIEW

Ann-Kathrin Kübler

Werbewoche: Als Sie zum Interview zusagten, meinten Sie, bei uns Journalisten müsse immer alles so kurzfristig klappen – halb schmunzelnd, halb wissend. Sie selbst haben mehr Zeit für Ihre Filme. Mit «Die Vierte Gewalt» haben Sie vor drei Jahren angefangen. Richtig?

Dieter Fahrner: Genau.

Damals gabs *Republik* noch nicht und Fake News war für viele ein Fremdwort. Mit welcher Ambition und mit welcher Fragestellung sind Sie an Ihr Vorhaben herangegangen?

Ich gehe anders als Journalisten weniger mit einer Fragestellung an ein Projekt, als vielmehr mit einem Gefühl. Dieses Gefühl kam, als ich in der leeren Wohnung meiner Eltern sass, die ins Altersheim gezogen waren. So beginnt der Film auch: ich in dieser leeren

Wohnung. Ich erinnerte mich, dass das einzige Medium bei uns zu Hause *Der Bund* war. Mich als Kind interessierte die Tageszeitung nur um Feuer zu machen oder um Wanderschuhe auszustopfen. Meine Eltern aber lasen den *Bund* regelmässig, auch im Altersheim noch. Die Zeitung begleitete sie durch ihr Leben, vermittelte ein Gefühl der Sicherheit. Mir wurde bewusst, was sich alles verändert hat in den letzten Jahrzehnten, seit der Zeit, als ich noch mit Schreibfeder und Tintenfassli zur Schule ging. Ich verspürte einen Impuls, diesem Wandel nachzugehen. Mich interessierte: Von welchen Menschen lese ich heute in der Zeitung, höre ich im Radio und konsumiere die Inhalte immer mehr auch online?

Normalerweise sind Journalisten diejenigen, die die Fragen stellen – sie lassen sich selten

selbst über die Schulter schauen. War es schwer, die Redaktionen davon zu überzeugen, bei Ihrem Film mitzumachen?

Erstaunlicherweise haben mir alle Redaktionen schnell ihre Türen geöffnet. Das hat vielleicht auch damit zu tun, dass sie an meinen früheren Filmen sahen, dass ich nicht auf einfache Polemik setze. Bei *Watson* wurde ich schräg angeschaut, als ich mit Einverständniserklärungen kam. Ich finde noch, ganz altmodisch, dass ein Mensch ein Recht am eigenen Bild hat. Aber heute wird ja ein Foto sofort auf Social Media hochgeladen, geliked und geshared.

Haben Sie Ihren Protagonisten die Möglichkeit gegeben, die Filmausschnitte vor der Veröffentlichung zu sichten?

Ja, das habe ich – und dabei ist das Vertrau-



Foto: Franziska Rothenbühler / Der Bund



Diese Entwicklung beobachten wohl viele in der Medienbranche. Haben Sie andersherum auch Beobachtungen anstellen können, die Sie erstaunt, vielleicht auch fasziniert haben?

Ja, diese vier Redaktionen, die ich kennengelernt habe, waren engagiert, mit ganz unterschiedlichen Vorstellungen, wie sich Journalismus noch verkaufen lässt.

Welches Modell hat Ihnen am meisten zugesagt?

Ich habe auf allen Redaktionen Dinge entdeckt, die mich faszinierten. *Republik* provoziert damit, sich als Retter des Journalismus und der Demokratie anzupreisen, bevor sie überhaupt gestartet haben. Für sie ist Journalismus mehr als ein Business. Beim *Bund* war es das Lokalteam, das im Kleinen das Grosse findet, das die Nähe zu den Menschen vor den Bürotüren sucht. Beim «Echo der Zeit» arbeiten sehr engagierte Leute: Ich fand es hochspannend, ihren Diskussionen zuzuhören. Ausserdem haben sie (noch) genügend Ressourcen und ein Korrespondentennetzwerk wie kaum sonst jemand. Und *Watson* hat diesen spielerischen Ansatz, diese Leichtigkeit, mit Geschehnissen umzugehen.

Haben Sie ein Beispiel dafür?

Ja, wir haben in der Wahlnacht gedreht – Trump, USA. Dass Trump gewinnt, damit hat wohl niemand gerechnet. Auf den meisten Redaktionen der Welt wurden, denke ich, Artikel vorproduziert zu Clintons Sieg, mit Headlines wie «Die wichtigen Frauen: Clinton, Merkel, Theresa May». Statt diese klammheimlich zu entsorgen, hat *Watson* morgens um 6 Uhr diese vorproduzierten Texte durch einen Schredder gezogen, das gefilmt und über die sozialen Medien verbreitet. Das fand ich toll: selbstironisch dazu zu stehen, die Situation wie die meisten falsch eingeschätzt zu haben. Obwohl ich grundsätzlich kein Fan davon bin, Informationen und Unterhaltung ständig zu mischen.

So wie Sie auch mit Ihren Filmen in erster Linie nicht unterhalten, sondern einen Spiegel vorhalten wollen?

Ja, der Film spiegelt, wie die Redaktionen arbeiten, was für Menschen dahinterstehen. Aber ich befrage auch mich selbst, binde meine Gedanken in einer Off-Schiene ein. Auch meine Eltern kommen im Altersheim mit ihrer Tageszeitung immer wieder vor – als Allegorie: das Sterben von Print und das Sterben meiner Eltern. Mein Vater ist diesen Sommer tatsächlich gestorben. Auch wenn ich das nicht im Film thematisiere, spürt man doch, dass etwas zu Ende geht. Dass eine gewisse Verunsicherung herrscht über die Welt.

War Ihrer Meinung nach früher alles besser, als Sie noch mit «Schreibfeder und Tintenfassli» zur Schule gingen? ▶



02

- 01 Live im Redaktionsalltag: Dieter Fahrer filmt eine Redaktionskonferenz vom *Bund*.
- 02 *Republik* will alles anders machen, um Journalismus und Demokratie zu retten.
- 03 Dieter Fahrer hält stolz ein frisch gedrucktes Filmplakat in den Händen.
- 04 Das Sterben der eigenen Eltern taucht im Film als Allegorie zum Sterben der Medien auf.

spielsweise gestrichen: Jemand kritisierte darin die *NZZ*, was an der Stelle nicht wichtig war – ich selbst bringe in einem Off-Text einen ähnlichen Kommentar. Die Person hatte Bedenken, irgendwann ohne Job dazustehen und bei der *NZZ* dadurch keine Chance mehr zu haben. Solche Ängste waren immer wieder deutlich zu spüren.

Gehts denn wirklich allen Redaktionen, die Sie filmisch begleitet haben, so schlecht?

Nein, natürlich habe ich auch beobachtet, dass viele Journalisten viel Engagement an den Tag legen. Aber der Zeit- und der ökonomische Druck haben extrem zugenommen. Beim *Bund* wird immer mehr gespart, Tamedia errichtet Kompetenzzentren. Das löst Ängste aus. Aber auch das rein werbefinanzierte Modell von *Watson* ist nicht nur lustig für diejenigen, die dort arbeiten. Zwischendurch arbeiten sie statt als Journalisten in gewissem Sinn als Werbetexter. Unauffälligkeit und Differenziertheit kann sich in dieser Branche niemand leisten. Das führt zu Frustrationen, gerade bei älteren Printjournalisten. Ich spüre in meinem Bereich des Kinofilms eine ähnliche Entwicklung: Die junge Generation ist nicht mehr bereit, 18 Franken für einen Schweizer Dokumentarfilm zu zahlen. Viele junge Menschen finden YouTube, Netflix, ständig verfügbare Filme in Portionen viel cooler. Einen langen Film anschauen und darüber auch noch nachdenken – das ist bei den Jungen oft nicht beliebt, genauso wenig wie Printmagazine lesen.



04

en vom Anfang einem gewissen Druck gewichen. Man will gut rüberkommen, hat Bedenken, ob man Geldgeber oder Leser verärgern könnte. So gern man selbst kritische Fragen stellt, so ungern mag man es, wenn in einem Film kritische, wunde Punkte thematisiert werden. Sei es *Native Advertising* bei *Watson* oder die Sparmassnahmen beim *Bund* im Zusammenhang mit Tamedia. Eine Kamera, ein Film ist wie ein Spiegel, ein Bewusstseinsgenerator. Plötzlich sieht man heikle oder schmerzhafteste Prozesse filmisch verdichtet. Das ist nicht für alle nur einfach.

Sind Sie auf Änderungswünsche eingegangen?

Um die meisten Szenen habe ich gekämpft und erklärt, warum diese wichtig für den Film sind. Eine Aussage habe ich aber bei-



05

Nein, um Gottes willen! Ich bin im Jahr 1958 geboren, als Kind der Hochkonjunktur. Es herrschte Kalter Krieg. Viele Medien berichteten sehr unkritisch und hielten Mythen hoch, zum Beispiel in Bezug auf Militär oder Banken. Heute haben wir Zugang zu mehr Informationen denn je. Der Journalismus müsste dazu beitragen, Sachverhalte besser einordnen zu können. Aber leider passiert oft das Gegenteil.

Sie selbst wollen vor der Veröffentlichung dieses Interviews nicht nur den Text, sondern auch Titel und Lead gegenlesen. Sie seien da skeptisch geworden, begründeten Sie Ihren Wunsch. Wie kommt dieses Misstrauen?

Mir ist klar geworden, dass Medien oft populistisch mit Themen umgehen, das macht längst nicht mehr nur die SVP. Kürzlich hat beispielsweise die *Sonntagszeitung* ein Interview mit Jacobo/Müller veröffentlicht. Jacobo erwähnte, dass SRF es verkackt habe, sich um eine Nachfolge zu bemühen. Aus dem Zusammenhang gerissen, wurde die Äusserung zur Headline. Da geht es im No-Billag-Klima doch um einen Machtkampf. Wenn Menschen oder Institutionen so in die Pfanne gehauen werden, wird mir schlecht.

Was ist Ihre Theorie, nachdem Sie sich jetzt drei Jahre mit dem Journalismus in der Schweiz beschäftigt haben: Wie kann der Journalismus als Vierte Gewalt in Zukunft funktionieren?

Wenn man heute von einer Krise im Journalis-

mus spricht, greift das viel zu kurz. Der gesellschaftliche Wandel zeigt sich am Journalismus, aber er durchdringt alle Lebensbereiche. *Republik* sagt in ihrem Manifest, dass der Journalismus Verantwortung für die Öffentlichkeit übernimmt. Aber ich frage mich: Wie viel Verantwortung übernimmt die Öffentlichkeit für den Journalismus? Wie medienkompetent sind wir überhaupt, wenn über 50 Prozent der Schweiz nicht mehr als 20 Minuten lesen und doch zu allem irgendetwas behaupten will? Dieses Stammtischgeschreie schüren Medien mit populistischen Headlines. Aber ich glaube: Wir haben den Journalismus, den wir verdienen. Oder, um es aktiv auszudrücken: Wir haben den Journalismus, den wir zu zahlen bereit sind. Wir sind gesamtgesellschaftlich gefordert. Wir freuen uns, wenn Alain Berset verkündet, dass der Wirtschaftsmotor brummt. Wir wollen doch alle, dass es «chli obsi geit». Mehr Lohn, mehr Bequemlichkeit, das ist toll – aber zu welchem Preis? Wie viele Leute werden dafür ausgebeutet? Wie viel Umwelt wird zerstört? Ich glaube, wir sind alle durch unseren Wohlstand getrieben, auch die Medien. Inwiefern funktioniert unsere Demokratie so überhaupt noch? Solche Fragen kommen zwar am Rand des Films vor, aber das sind die Fragen, die mich auch nach Fertigstellung des Films beschäftigen.

Wenn Sie Ihren Film kritisch betrachten: Womit sind Sie zufrieden? Und was ist Ihnen nicht geglückt?

Gut gelungen ist uns, denke ich, einen klassisch beobachtenden Dokumentarfilm mit

05 Informationen und Unterhaltung um jeden Preis mischen: Das ist Watsons Erfolgsformel.

einem sehr persönlichen Film zu verbinden. Er ist unterhaltsam, aber auch selbstreflektierend. Was fehlt: Ich hätte die Ängste der Journalisten hinterfragen sollen.

Was hoffen Sie, mit Ihrem Film bei den Zuschauenden auszulösen?

Ich hoffe, dass es dem Film gelingt, zu zeigen, wie engagiert Journalisten arbeiten. Was für fantastische, interessierte, weltoffene Geister in den unterschiedlichsten Redaktionen versuchen, ihr Bestes zu geben. Und ich würde gerne eine kritische Auseinandersetzung anstossen in Bezug auf die Abbaumassnahmen und die Durchdringung der Medien mit kommerziellen und politischen Interessen. Ich weiss, dass ich mit einem Film nicht die Welt verändern werde. Aber manchmal bleibt doch etwas hängen.



«Die Vierte Gewalt» startet am 8. Februar in den Schweizer Kinos. Dieter Fahrner war als Autor, Regisseur und Produzent zuständig. Seit 1997 ist der 1958 geborene Filmemacher Produzent und Geschäftsführer von Balzli & Fahrner. Fahrner hat für seine Arbeit unter anderem den Filmpreis des Kantons Bern sowie den 3sat-Dokumentarfilmpreis erhalten. Ausserdem wurde er für «Que sera?» (2004) und «Thorberg» (2012) für den Schweizer Filmpreis nominiert. Mehr Infos unter: Dieviertegewalt.ch