

Themenblätter im Unterricht/Nr. 107



.....

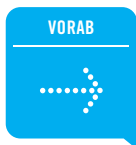
# Medien – die „vierte Gewalt“?

---

— Doppelseitiges Arbeitsblatt im Abreißblock (32 Stück) und Hinweise für den Einsatz im Unterricht

The background image shows a news studio set. Two anchors, a man in a dark suit and a woman in a light blue shirt and yellow vest, stand behind a curved wooden desk. In the background, a world map is visible on a blue wall with horizontal lines. The 'heutejournal' logo is on the left side of the image.

 heutejournal



## Inhalt

Vorab: Zu den Autoren, Impressum, Lieferbare Themenblätter im Unterricht

Lehrerblatt 01–04: Anmerkungen für die Lehrkraft

Arbeitsblatt A/B: Doppelseitiges Arbeitsblatt im Abreißblock (32 Stück)

zum Thema „Medien – die „vierte Gewalt“?“

Hinweise: Weiterführende Literatur und Internetadressen

Rückseite: Fax-Bestellblatt

### — Zu den Autoren



**Robby Geyer,**

geb. 1978, Studium der Politikwissenschaft, Geschichte Südasiens und Erwachsenenbildung;

seit 2001 in der politischen Bildung, seit 2012 als Fachreferent bei der Landeszentrale für politische Bildung Baden-Württemberg tätig und seit März 2017 deren Leiter. Arbeitsschwerpunkte: Staat und Gesellschaft, Europäische Integration, Globalisierung, Freiheit und Sicherheit, Indien sowie Evaluation in der politischen Bildung.



**Claudia Kölbl,**

geb. 1978, M.A., Studium der Politikwissenschaften, Geschichte und Romanistik, lebt in

Heidelberg. Redakteurin bei der Stadt Heidelberg und freiberufliche Journalistin. Arbeitsschwerpunkte: Gesellschaft und Soziales, Medien, Lateinamerika, Spanien, Klima- und Umweltschutz.

### — Impressum

— Herausgeberin: Bundeszentrale für politische Bildung/bpb, Adenauerallee 86, 53113 Bonn, [www.bpb.de](http://www.bpb.de)  
— E-Mail der Redaktion: [linda.kelch@bpb.de](mailto:linda.kelch@bpb.de) (keine Bestellungen!)

— Autoren: Robby Geyer, Claudia Kölbl  
— Redaktion: Linda Kelch (verantwortlich)

— Gestaltung: Leitwerk. Büro für Kommunikation, Köln, [www.leitwerk.com](http://www.leitwerk.com)

— Titelfoto: picture alliance/dpa

— Druck: Bonifatius GmbH, Paderborn

— Papier: 100 % Recyclingpapier

— Urheberrechte: Text und Illustrationen sind urheberrechtlich geschützt. Der Text kann in Schulen zu Unterrichtszwecken vergütungsfrei vervielfältigt werden. Bei allen gesondert bezeichneten Fotos, Grafiken und Karikaturen liegen die Rechte nicht bei uns, sondern bei den Agenturen.

— Haftungsausschluss: Die bpb ist für den Inhalt der aufgeführten Internetseiten nicht verantwortlich.

— Zweite Auflage: August 2017  
Bestell-Nr. 5401, ISSN 0944-8357  
(siehe Bestellcoupon auf der letzten Seite)

### — Lieferbare Themenblätter im Unterricht

- Nr. 37: 20. Juli 1944 – Attentat auf Hitler. Bestell-Nr. 5387 (neu 2008)
- Nr. 46: Europa in guter Verfassung? Bestell-Nr. 5396
- Nr. 48: Politische Streitkultur. Bestell-Nr. 5941
- Nr. 54: Entscheiden in der Demokratie. Bestell-Nr. 5947 (neu 2008)
- Nr. 55: Baukultur und Schlossgespenster. Bestell-Nr. 5948
- Nr. 63: Akteure in der Politik. Bestell-Nr. 5956 (neu 2009)
- Nr. 66: Mitmischen: Neue Partizipationsformen. Bestell-Nr. 5959
- Nr. 68: Unternehmensethik. Eigentum verpflichtet. Bestell-Nr. 5961
- Nr. 69: Olympialand China. Bestell-Nr. 5962
- Nr. 70: US-Präsidentenwahl 2008. Bestell-Nr. 5963
- Nr. 74: Terrorabwehr und Datenschutz. Bestell-Nr. 5967
- Nr. 75: Bedrohte Vielfalt – Biodiversität. Bestell-Nr. 5968
- Nr. 76: Wasser – für alle!? Bestell-Nr. 5969 (neu 2009)
- Nr. 77: Armut – hier und weltweit. Bestell-Nr. 5970 (neu 2010)
- Nr. 78: Der Bundestag – Ansichten und Fakten. Bestell-Nr. 5971 (neu 2009)
- Nr. 79: Herbst '89 in der DDR. Bestell-Nr. 5972 (neu 2011)
- Nr. 83: Meilensteine der Deutschen Einheit. Bestell-Nr. 5976
- Nr. 84: Afghanistan kontrovers. Bestell-Nr. 5977
- Nr. 86: Konjunktur – Gute Zeiten, schlechte Zeiten. Bestell-Nr. 5979 (neu 2013)
- Nr. 88: Direkte Demokratie und Bürgerbeteiligung. Bestell-Nr. 5981 (neu 2013)
- Nr. 89: Mitte der Gesellschaft. Bestell-Nr. 5982
- Nr. 90: Vorurteile. Bestell-Nr. 5983 (neu 2013)
- Nr. 91: Sprache und Politik. Bestell-Nr. 5984
- Nr. 93: Antisemitismus. Bestell-Nr. 5986 (neu 2014)
- Nr. 94: Lust auf Lernen? Bestell-Nr. 5987 (neu 2014)
- Nr. 95: Medien und Politik. Bestell-Nr. 5988 (neu 2014)
- Nr. 97: Mobbing in der Schule. Bestell-Nr. 5990
- Nr. 98: Was denken Nazis? Bestell-Nr. 5991 (neu 2016)
- Nr. 100: Bildungsgerechtigkeit. Bestell-Nr. 5993
- Nr. 103: Mahnmal Erster Weltkrieg. Bestell-Nr. 5996
- Nr. 104: Unterschicht = abgehängt? Bestell-Nr. 5997
- Nr. 107: Medien – die „vierte Gewalt“? Bestell-Nr. 5401
- Nr. 108: Zivilcourage. Bestell-Nr. 5402
- Nr. 109: Flüchtlinge. Bestell-Nr. 5403
- Nr. 110: Alltäglicher Rassismus. Bestell-Nr. 5404
- Nr. 112: Zukunft der Europäischen Union? Bestell-Nr. 5406
- Nr. 113: Umwelt und Verkehr. Bestell-Nr. 5407
- Nr. 114: Rechtspopulismus – Herausforderung für die Demokratie? Bestell-Nr. 5408
- Nr. 115: Staat und Religionen nach dem Grundgesetz. Bestell-Nr. 5409
- Nr. 116: Kindersoldaten. Bestell-Nr. 5410 (ab November 2017)
- Nr. 117: Informationsfreiheit. Bestell-Nr. 5411 (ab November 2017)

— **Tipps:** Themenblätter-Ausgaben zu vielen weiteren Themen können als PDF heruntergeladen werden unter [www.bpb.de/themenblaetter](http://www.bpb.de/themenblaetter)

Verschiedene Wandplakate im DIN-A0-Format fürs Klassenzimmer und Falter im DIN-A1-Format mit Arbeitsblättern zu aktuellen oder zeitgeschichtlichen Themen (kostenlos) sind bestellbar unter: [www.bpb.de/falter](http://www.bpb.de/falter)



# Medien – die „vierte Gewalt“?

„Vierte Gewalt oder fiese Gewalt?“ Unter diesem Titel hinterfragte Giovanni di Lorenzo, Chefredakteur der Wochenzeitung „DIE ZEIT“, in einer Rede die Macht der Medien im politischen Prozess. Diese sei gerade im digitalen Zeitalter zerstörerischer denn je, da Minderheiten die Meinungsführerschaft übernehmen könnten. Gleichzeitig hebt er die Bedeutung der Wächterfunktion der Medien hervor. Wer ist die sogenannte „vierte Gewalt“? Und welchen Einfluss hat sie?

## — Zielsetzung

Diese Ausgabe der Themenblätter im Unterricht ergänzt und vertieft die Ausgabe Nr. 95 „Medien und Politik“. Sie soll die Rolle der Medien im politischen System sowie das Verhältnis von Medien und Politik kritisch hinterfragen. Mit Hilfe der Aufgaben können die Schüler:innen den Einfluss der Medien im politischen System der Bundesrepublik Deutschland diskutieren und beurteilen, ob dieser angemessen ist.

## Macht und Einfluss der Medien

Medien werden häufig als „vierte Gewalt“ bezeichnet. Im wörtlichen Sinne würde dies bedeuten, dass die Medien den drei Staatsgewalten Exekutive (ausführende Gewalt: Regierung und Verwaltung), Legislative (gesetzgebende Gewalt: Parlament) und Judikative (rechtsprechende Gewalt: Gerichte) gleichgestellt sind. Medien sollen jedoch nicht Teil des Staates sein, sondern als unabhängige Mittler:innen zwischen Staat und Gesellschaft fungieren. Zudem ist eine Gleichsetzung mit den demokratisch legitimierten Gewalten problematisch.

Im übertragenen Sinn verweist der Ausdruck „vierte Gewalt“ auf die Macht und den Einfluss der Medien auf die Politik und die öffentliche Meinungsbildung. Journalisten:innen schauen Politikern:innen „auf die Finger“, decken im Idealfall Missstände oder Skandale auf und sind so ein gesundes Korrektiv in einer Demokratie. Politiker:innen sind im Gegenzug gezwungen, politische Inhalte verständlich und bürgernah zu erklären. Ist die Position der Medien zu machtvoll, kann von einer „Mediokratie“ (Medienherrschaft) gesprochen werden. Hierbei dominieren die Medien die politische Kommunikation, setzen die politische Agenda und haben als nicht demokratisch legitimierte Akteure:innen einen sehr großen Einfluss auf politische Entscheidungen. Dies geht dann einher mit einer Entmachtung des Volkes, also einem Verlust an Volkssouveränität.

Neben den sogenannten klassischen Medien (etablierten Zeitungen, Fernseh- und Rundfunksendern) spielen heute die Sozialen Medien wie Twitter, Facebook und Co. eine immer größere Rolle für die öffentliche Meinungsbildung. Sie können

♀ steht für die weibliche Form des vorangegangenen Begriffs

dabei einen großen Einfluss auf die weltweite Politik und Wirtschaft ausüben (Beispiel: die anonyme Enthüllungsplattform Wikileaks). So kann hinterfragt werden, wer zur „vierten Gewalt“ zählt. Ausschließlich die „klassischen“ Medien oder auch die „sozialen“?

Immer mehr Bürger:innen informieren sich ausschließlich über die Sozialen Medien. Die Masse an Informationen im Netz ist dabei enorm, da im digitalen Zeitalter jeder ein Sender:in sein kann, sich an politischen Diskussionen beteiligen oder Informationen verbreiten kann (Stichwort: Bürgerjournalismus). Das reicht von Journalisten:innen, Politikern:innen, Bürgern:innen bis hin zu PR-Profis. Nutzer:innen müssen aus diesem unübersichtlichen Informationsangebot zwischen seriösen und unseriösen Quellen unterscheiden.

## Gefährliche Nähe? Politiker:innen und Journalisten:innen

Politiker:innen und Journalisten:innen stehen in einem engen Verhältnis zueinander. Politiker:innen brauchen Journalisten:innen, um ihre politischen Botschaften zu vermitteln. Journalisten:innen brauchen Politiker:innen, um Informationen zu erhalten. Kritiker:innen beanstanden zum Teil eine zu geringe Distanz zwischen den beiden Akteuren:innen. In Hintergrundgesprächen könne es beispielsweise zu einer unzulässigen Vertrautheit kommen. Hans Leyendecker von der *Süddeutschen Zeitung* spricht etwa von einer „klebrigen Nähe“. Helmut Schmidt, ehemaliger Bundeskanzler, nahm an, dass politische Journalisten:innen mehr zur politischen Klasse gehörten und weniger zum Journalismus.

Politiker:innen und Journalisten:innen kommen nicht nur bei offiziellen Anlässen in Kontakt, sondern auch bei informellen Treffen. Diese bieten beiden Seiten die Möglichkeit, in einem geschützten Raum Klartext reden zu können. Journalisten:innen betonen, dass die Treffen häufig die einzigen Gelegenheiten seien, auch den Menschen hinter dem Politiker:innen kennenzulernen.

## Inszenierung von Politik

Massenmedien sind für Politiker:innen als Mittler:innen zur Öffentlichkeit ein entscheidendes Instrument. Erst wer in den Medien präsent ist, kann auf eine große Wahrnehmung hoffen. Gerade vom Fernsehen erhoffen sich Politiker:innen, besonders viele Menschen zu erreichen, etwa über die *Tagesschau* mit hohen Einschaltquoten und seriösem Image, aber auch über Polit-Talkshows wie *Maybritt Illner* oder *Maischberger*. Der Kampf von Politikern:innen um die Aufmerksamkeit von Journalisten:innen wird häufig als eine zunehmende Inszenierung von Politik, als Polit-Theater, kritisiert. Politik passe sich den Regeln der Massenmedien an. Politisches Handeln sei nicht mehr rein sachlich orientiert, sondern müsse auch medientauglich sein.

„In einer Mediengesellschaft ist Aufmerksamkeit eine knappe Ressource. Der einzelne Bürger wird überschüttet mit immer neuen Informationen, er mag sich dem entziehen oder nur die auswählen, die ihm momentan zusagen. Informationen aus dem politischen Betrieb sind oft nicht besonders attraktiv, also werden sie „weggezappt“. Darum drängen Politiker zunehmend in die Unterhaltung und die Grenzen zwischen Politik und Unterhaltung verwischen immer mehr.“\*

Für die Politik wird dabei eine effiziente Öffentlichkeitsarbeit immer wichtiger. Ministerien oder Parteien verfügen über eigene Public-Relations (PR)-Abteilungen. Sie sollen für eine medien- und öffentlichkeitswirksame Darstellung politischer Inhalte sorgen. Politiker:innen rekrutieren hierzu auch gezielt Journalisten:innen. Prominentes Beispiel ist Steffen Seibert. Er war früher Moderator beim *heute journal* und ist heute Sprecher der Bundesregierung. Die Politik bedient sich zunehmend auch neuer Formate. So bereiste Kanzlerin Merkel 2013 ausgewählte deutsche Städte zu einem Bürgerdialog. Verstärkt nutzen die meisten Politiker:innen auch die Sozialen Medien (z.B. Twitter, Facebook, YouTube), um Wählerstimmen zu gewinnen oder ihre politischen Inhalte (einem jüngerem Publikum) zu vermitteln.

Im Vergleich zu den USA spielen die Sozialen Medien im deutschen Wahlkampf allerdings bislang keine entscheidende Rolle. Der frühere US-Präsident Barack Obama hatte für seine Wahl und Wiederwahl sämtliche Kanäle erfolgreich genutzt. Auch der aktuelle Präsident Donald Trump machte Wahlkampf via Internet und nutzt insbesondere den Kurznachrichtendienst Twitter zur tagesaktuellen Kommentierung oder Bekanntmachung von Entscheidungen.

Zwar sind heute die allermeisten Parlamentarier:innen auf solchen Plattformen aktiv, allerdings vorwiegend für Verlautbarungen und Einweg-Kommunikation.\*\*

## Skandale, Sensationen und Enthüllungen

Journalisten:innen wird häufig vorgeworfen, ein verzerrtes Bild der Wirklichkeit zu zeichnen. Hierzu trügen auch die Auswahlkriterien der Medien bei, die Skandale, Sensationen, Katastrophen und Konflikte den Vorzug gäben. Hierbei würden zuweilen die Grundsätze eines seriösen Journalismus vernachlässigt. Hinzu kämen die persönlichen Präferenzen und Abneigungen von Journalisten:innen, die subjektiv Themen aufgreifen oder unbeachtet lassen. Kritiker:innen beanstanden zudem einen Trend zur Personalisierung der Berichterstattung, der insbesondere prominente Persönlichkeiten ins Rampenlicht stelle.

Die meisten Medien sind zudem Wirtschaftsunternehmen und daher in der Regel von Gewinnen abhängig. Sinkende Werbeeinnahmen und Auflagen haben allerdings gerade die Printmedien in eine problematische wirtschaftliche Situation gebracht, die zu Sparzwängen führt. So werden u.a. Redaktionen verkleinert, Seitenumfänge verringert, Zeitungen fusioniert (Stichwort Medienkonzentration). Dies erhöht den Arbeitsdruck auf die Journalisten:innen. Sie haben weniger Zeit für eine gründliche Recherche und eine qualitativ hochwertige journalistische Umsetzung. Teilweise wird sogar ausschließlich auf Nachrichten und Reportagen von Presseagenturen zurückgegriffen. Kritiker:innen beklagen einen Identitätsverlust der Medien. Bemängelt wird zudem, dass oftmals auch unkritisch und ohne jede journalistische Prüfung Pressemitteilungen von Pressestellen übernommen würden.

Neben der wirtschaftlichen Krise sehen sich die Medien u.a. durch die zunehmende Bedeutung der Sozialen Medien einerseits und die Digitalisierung andererseits mit einem Wandel ihrer Branche konfrontiert.

## In Echtzeit: Journalismus im Sekundentakt

Immer schneller berichten Medien über aktuelle Ereignisse. Mediennutzer:innen sollen am Geschehen ganz dicht dran sein – in Echtzeit. Gerade das Internet hat zu einer Beschleunigung der Nachrichtenvermittlung geführt. Als Beispiele können die Terroranschläge von Paris, Nizza oder Berlin dienen. Internetnutzer:innen konnten auf Online-Medien per Live-Ticker, via Periscope (Live-Streaming-App), Twitter oder Facebook das Geschehen „live“ miterleben, ganz so, als wären sie dabei. Kritiker:innen sehen den Echtzeit-Journalismus als Gefahr für die Demokratie. Ungeprüfte Informationen, sogar Falschmeldungen könnten so in die Öffentlichkeit gelangen, Politiker:innen würden sich aus Druck zu öffentlichen Stellungnahmen und zu politischen Schnellschüssen verleiten lassen und mehr reagieren denn reflektieren.

\* Quelle: Hans J. Kleinsteuber: Mediendemokratie – kritisch betrachtet, zitiert nach: [http://paedml.eu/fileadmin/user\\_upload/Medienbildung\\_MCO/fileadmin/](http://paedml.eu/fileadmin/user_upload/Medienbildung_MCO/fileadmin/).

\*\* Quelle: Hoffmann, Olaf / Gusko, Jeanette: Der Partizipationsmythos. Wie Verbände Facebook, Twitter & Co. nutzen. Otto Brenner Stiftung, Frankfurt a.M. 2013.

LEHRERBLATT  
**03**

### Sind die Medien zu mächtig?

Die Auseinandersetzung mit der Rolle der Medien im politischen Prozess führt zu den Fragen: Sind die Medien zu mächtig? Ist ihr Einfluss zu groß?

**Fest steht: Unabhängige Medien sind eine Grundvoraussetzung für ein demokratisches Gemeinwesen. Die freie Medienberichterstattung wird durch die Pressefreiheit (Art. 5 Grundgesetz) geschützt. Dies schließt auch ein, dass es keine Zensur durch den Staat geben darf.**

Die Frage nach der Macht der Medien kann nicht generell beantwortet und muss von Fall zu Fall beurteilt werden. Hier ein paar Beispiele:

1. Die sogenannte Böhmermann-Affäre im März 2016 löste eine Diskussion darüber aus, wie weit Satire gehen darf, und führte zu diplomatischen Spannungen zwischen der Bundesregierung und dem türkischen Staatspräsidenten. In der ZDF-Sendung *Neo Magazin Royale* trug der deutsche Satiriker **Jan Böhmermann** ein „Schmähgedicht“ auf den türkischen Staatspräsidenten vor. Böhmermann griff das satirische Lied „Erdowie, Erdowo, Erdogan“ der NDR-Sendung *extra 3* auf, das zu Kritik in der Türkei geführt hatte. Erdogan erstattete Strafanzeige gegen Böhmermann. Das Strafverfahren wurde nach Prüfung durch ein Gericht eingestellt. Nach dem Urteil des Zivilverfahrens wird aber der Großteil des Gedichtes als ehrverletzend eingestuft und verboten. Die Böhmermann-Affäre wurde von den Medien sehr unterschiedlich kommentiert.
2. In der Affäre um den ehemaligen Bundesverteidigungsminister **Karl-Theodor zu Guttenberg** (CSU) unterschied sich die Berichterstattung stark. Der Politiker hatte bei seiner Doktorarbeit so fehlerhaft gearbeitet („Plagiats-Affäre“), dass ihm der Doktorgrad aberkannt wurde. Die *Frankfurter Allgemeine Zeitung* (FAZ) forderte seinen Rücktritt, die *BILD-Zeitung* hingegen argumentierte, dass zu Guttenberg Politiker und nicht Wissenschaftler sei und deshalb auch nicht zurücktreten müsse. Medien berichten durchaus unterschiedlich. Die vielfältige Medienlandschaft schützt somit vor einseitiger Meinungsmache.
3. Gegen den damaligen Bundespräsidenten **Christian Wulff** (CDU) wurde Ende 2011 der Vorwurf laut, er habe im niedersächsischen Landtag nicht wahrheitsgemäß über die Finanzierung seines Privathauses informiert („Kredit-Affäre“). Dann stand er im Verdacht, durch einen Anruf beim Chefredakteur der *BILD-Zeitung* versucht zu haben, die Berichterstattung hierüber zu verhindern („Medien-Affäre“). Im Februar 2012 trat Wulff zurück. Die Rolle der Medien wird hierbei kontrovers diskutiert. Einerseits ist von einer „Medienkampagne“ gegen Wulff die Rede. Andererseits wird die Aufklärung des Skandals durch die Medien als beispielhaft gelobt. Wulff wurde im Februar 2014 übrigens freigesprochen.
4. Über das Reaktorunglück in **Fukushima** haben deutsche Medien nach einer Studie der beiden Medienforscher Hans Mathias Kepplinger und Richard Lemke im Vergleich zu Frankreich und Großbritannien besonders viel und auch sehr emotional berichtet. Deutsche und Schweizer Medien hätten dabei häufig die Situation im eigenen Land beleuchtet und den atomaren Ausstieg thematisiert. Dadurch hätten die Medien an der Energiewende mitgewirkt.

### — Angebote mit dem höchsten vermuteten Einfluss auf die politische Meinungsbildung

in Prozent der Befragten, n = 1007 \*

„Bild“	32,1
„Tagesschau“	21,1
Fernsehen allgemein	17,9
Internet allgemein	17,8
facebook.com	9,7
Radio allgemein	9,1
Zeitung allgemein	7,2
RTL (allgemein)	6,5
ARD Nachrichten	6,1
RTL Nachrichten	6,1
ARD (allgemein)	4,4
google.de	4,2

— *Quelle:* Aus Politik und Zeitgeschichte Nr. 22–23/2014: „Politik, Medien, Öffentlichkeit“: Hasebrink, Uwe / Hölig, Sascha: „Topografie der Öffentlichkeit“, herausgegeben von der Bundeszentrale für politische Bildung, Bonn 2014

\* Basis der Befragung waren Telefoninterviews mit n = 1007 deutschsprachigen Personen ab 14 Jahren

### — Meinungsbildungsgewicht verschiedener Medien 2016 (nach Altersgruppen)

in Prozent der Befragten

	14–29 Jahre	30–49 Jahre	50 und älter
Fernsehen	24,8	31,4	42,5
Radio	17,6	19,8	18,6
Internet	46,0	29,9	8,5
Tageszeitung	9,8	15,6	28,0
Zeitschriften	1,8	3,3	2,5

— *Quelle:* Mediengewichtungsstudie 2016 I, hrsg. von der Gemeinsamen Geschäftsstelle der Medienanstalten ([www.die-medienanstalten.de/fileadmin/Download/Publikationen/Medienkonvergenzmonitor/MedienGewichtungsStudie\\_2016-1.pdf](http://www.die-medienanstalten.de/fileadmin/Download/Publikationen/Medienkonvergenzmonitor/MedienGewichtungsStudie_2016-1.pdf))

— **Tipp:** Die Statistiken können auch in den Unterricht eingebaut werden. Die Schüler können den Einfluss der unterschiedlichen Medienarten auf ihre eigene Meinungsbildung beschreiben, anschließend mit den Statistiken vergleichen und Gemeinsamkeiten und Unterschiede herausarbeiten.

## Hinweise zu den Arbeitsblättern A und B

### 1 Wer verspricht sich was von wem?

#### — Zu Aufgabe 1

**Abbildung 1:** Politiker mit Journalisten im vertraulichen Gespräch; Journalisten sind angehalten, nicht direkt über solche Hintergrundgespräche zu berichten; helfen dabei, politische Informationen, Handlungen und Entwicklungen richtig einordnen zu können; Verschwiegenheit wichtig (*Kategorien: Information, Vertraulichkeit*)

**Abbildung 2:** Vertreter verschiedener Parteien bei einer Diskussionsrunde; solche Fernsehdebatten sind nicht nur Diskussionen zwischen Repräsentanten verschiedener Parteien; können auch der Selbstdarstellung und Inszenierung dienen; politische Talkshow entspricht sogenanntem „Politainment“, da auch Unterhaltungselemente (*Kategorien: Unterhaltung, Information, Transparenz, Einflussnahme*)

**Abbildung 3:** Presstertine vor der Bundespressekonferenz für Politiker wichtig, um über ihre Politik zu informieren; Politik wird von Profis dargestellt (Pressesprecher); Journalisten können (kritische) Fragen stellen (*Kategorien: Information, Transparenz, Einflussnahme*)

**Abbildung 4:** Politiker nutzen auch Unterhaltungsshow, um Imagepflege zu betreiben; positiveres Bild in der Öffentlichkeit und Zuschauer, die sie sonst nicht erreichen (*Kategorien: Unterhaltung, Einflussnahme*)

#### — Zu Aufgabe 2

**Abbildung 1:** Politiker informieren über Positionen und Strategien; erklären ihre Entscheidungen und Verhalten in bestimmten Situationen; Journalisten erfahren mehr über Hintergründe von politischen Entscheidungen und Entwicklungen; können Sachverhalte besser beurteilen

**Abbildung 2:** Politiker können sich zu einem bestimmten Thema profilieren (auch gegenüber anderen) und erreichen großes (Fernseh-) Publikum; Steigerung des Bekanntheitsgrades; Moderator möchte kontroverse Diskussion, die so viele Zuschauer wie möglich anspricht; für Sender Einschaltquote wichtig

**Abbildung 3:** Informationsaustausch zwischen Politik und Medien im Vordergrund; Journalisten können Ausführungen der Politiker öffentlich hinterfragen und weitere und neue Informationen einfordern; Pressekonferenz bietet Politik große Öffentlichkeit, da viele Journalisten anwesend

**Abbildung 4:** Politiker als Mensch im Mittelpunkt; Politik steht nicht im Vordergrund

### 2 Was können, was sollen Medien?

#### — Zu Aufgabe 1

**Zitat A:** Verweis auf klassische Gewaltenteilung (Ankläger und Henker als Exekutive; Richter als Judikative); Medien decken nicht nur Missstände auf, sondern kommentieren/beurteilen das (Fehl-)Verhalten von Politikern; Berichterstattung kann auch zum Rücktritt/Sturz eines Politikers führen

**Zitat B:** Medien als Gegengewicht zu den Staatsgewalten; freie Medien und Meinungsvielfalt wichtig für Demokratie

**Zitat C:** Betonung von Internet als Herausforderung mit z.T. neuer Funktionslogik, aber auch als Möglichkeit für die Medien; Gefahr, dass Medien ihre Aufgaben als „vierte Gewalt“ nicht kontinuierlich wahrnehmen; Journalisten machen auch Fehler

**Zitat D:** Kritisiert wird, dass Medien und Journalisten ihrer Rolle als Gegenpol zu Politik und Wirtschaft nicht ausreichend nachkommen und zu unkritisch sind; oftmals würden Meinungen und Positionen des Mainstreams verbreitet.

— **Tipp:** Umsetzung der Aufgabe als Vier-Ecken-Spiel: pro Raumecke ein Zitat; Schüler entscheiden sich für ein Zitat und gehen in entsprechende Ecke; jede Gruppe sammelt Argumente für „ihr“ Zitat.

### 3 Wie viel Macht haben Medien?

#### — Zu Aufgabe 2

Durch Beurteilung der Fälle auf einer Skala von **1 bis 5** können Schüler Tendenzen erkennen, wie wirkungsmächtig Medien sein können; Fälle können auf einem Verlaufsstrahl von (links) 0 bis 5 (rechts) oder einer „Dartscheibe“ an der Tafel gemeinsam eingeordnet werden; zusätzliche Fälle können selber recherchiert werden.

**Fall A:** (Tendenz 3–4): über das Fernsehen erreichen Politiker die größte mediale Aufmerksamkeit; andere Sendungen erzielen jedoch höhere Einschaltquoten;

**Fall B:** (Tendenz 1–2): Medien können auf falsche Informationen hereinfließen und sie (ungeprüft) weitergeben;

**Fall C:** (Tendenz 3–4): Politiker messen Medien große Bedeutung zu. Medien(schaffende) nehmen nicht nur eine Vermittlerrolle ein, sondern positionieren sich auch und sind selbst Thema der öffentlichen Debatte, Abwägung von Meinungs- und Kunstfreiheit mit Persönlichkeitsrecht

**Fall D:** (Tendenz 4–5): typisches Beispiel für investigativen (aufdecken) Journalismus

— **Tipp:** Fragen zur weiterführenden Diskussion: Wie wichtig ist es euch, schnell über ein aktuelles Thema informiert zu werden? Verfolgt ihr Live-Ticker zu aktuellen Themen? Wenn ja, welche? Habt ihr Push-Meldungen auf eurem Smartphone eingestellt? Welche aktuellen Themen habt ihr kürzlich mit besonders großem Interesse verfolgt?

### 4 „Vierte Gewalt“?

#### — Zu Aufgabe 1

Richtige Reihenfolge der Begriffe im Lückentext:

Kritikfunktion / Abhängigkeit / Informationen / instrumentalisieren / manipulieren / Wirtschaftsunternehmen / Werbeeinflüsse / Skandale / Wirklichkeit / „Politainment“ / Talkshows / Inszenierung / Sozialen Medien

#### — Zu Aufgabe 2

Zur Bearbeitung von Aufgabe 2 können der Lückentext zu Medien als „vierte Gewalt“ sowie die Zitate aus 2 und Beispiele aus 3 genutzt werden.

— **Tipp:** Weiterführende Aufgabe: Blitzlicht (jeder sagt kurz seine Meinung) zu „Haben Medien zu viel Macht?“ oder „Welche Medien haben besonders viel Macht?“; Ergebnisse dienen als Anstoß für eine weiterführende Diskussion.



# Medien – die „vierte Gewalt“?

Medien werden oftmals als „vierte Gewalt“ bezeichnet. Neben den Staatsgewalten Regierung, Parlament und Justiz spielen sie demnach eine wichtige Rolle im politischen Prozess.

## 1 Wer verspricht sich was von wem?

Manchmal wird eine zu große Nähe zwischen Politikern und Journalisten kritisiert. Die Medien könnten dann ihre Kontroll- und Kritikfunktion nicht mehr richtig erfüllen. Eine gewisse Nähe wäre demnach aber zur Kontrolle notwendig.

➔ 1. Schau dir die nebenstehenden Bilder an und ordne jedes Bild den folgenden Kategorien zu. (Mehrfachzuordnung eines Bildes möglich!)

Unterhaltung (U) / Information (I) / Transparenz (T) / Vertraulichkeit (V) / Einflussnahme (E)

➔ 2. Überlege, welche Interessen die Journalisten bzw. die Politiker in der jeweiligen Situation haben. Notiere deine Antworten auf einem separaten Blatt.

## 2 Was können, was sollen Medien?

➔ 1. Lies dir die folgenden Zitate durch und gib die Aussage jeweils mit eigenen Worten wieder.

➔ 2. Überlege, welchen Zitaten du zustimmen kannst. Begründe deine Auswahl und tausche dich mit deinen Mitschülern darüber aus.

**A** „Wer über die Medien von der vierten Gewalt im Staat spricht, irrt. Die Medien sind heute Kläger, Richter und Henker in einem.“

*Heinz Kerp, ehemaliger Chefredakteur bei „Letzebuerg Privat“*

**B** „Als Gegengewicht zu staatlichen Gewalten erfüllen Medien mehr denn je die Aufgabe einer vierten Gewalt. Freie Presse (...) ist ein Grundpfeiler unserer Verfassung. Entscheidend ist, dass die Pluralität der Meinungen gewahrt bleibt. Durch die vielen unabhängigen Stimmen im Internet ist das Spektrum größer als je zuvor.“

*Franz Josef Jung, CDU-Politiker \**

**C** „Diese vierte Gewalt ist mit dem Internet nicht schwächer, sondern stärker geworden – aber auch unberechenbarer. Die Mediengewalt wird bisweilen müde, sie schläft ein; dann fährt sie wieder hoch, schreckt auf, haut um sich; sie erregt sich über Skandale, die keine sind; wirkliche Skandale erkennt sie des Öfteren nicht. (...) Die vierte Gewalt macht Fehler, wie die anderen Gewalten auch – und manchmal sind dies gewaltige, sie diskreditierende Fehler.“

*Heribert Prantl, Ressortleiter und Chefredakteur bei der Süddeutschen Zeitung \**

**D** Die Idee von der vierten Gewalt hat in einer Branche, die ohnehin zur Selbstüberschätzung neigt, einen unguuten Dünkel genährt. Ein Korrektiv zu mächtigen politischen und wirtschaftlichen Interessen zu sein – dieses Ideal erfüllt in Deutschland nur eine Minderheit der Journalisten. Zu viele laufen mit der Herde, verhalten sich affirmativ zum ideologischen Mainstream.“

*Charlotte Wiedemann, Autorin und Journalistin \**

♀ steht für die weibliche Form des vorangegangenen Begriffs



— Abb. 1: Bundeskanzlerin Angela Merkel im Hintergrundgespräch mit dem Deutschlandradio-Chefkorrespondent Stephan Detjen

- U
- I
- T
- V
- E



— Abb. 2: Politiker in der Talkshow „hart aber fair“

- U
- I
- T
- V
- E



— Abb. 3: Regierungssprecher Steffen Seibert und Sprecher der Bundesministerien vor der Bundespressekonferenz

- U
- I
- T
- V
- E



— Abb. 4: Der SPD-Politiker Peer Steinbrück in der Spielshow „Circus Halligalli“

- U
- I
- T
- V
- E



# Skandale, Sensationen und Enthüllungen

## 3 Wie viel Macht haben Medien?

Journalisten werden nicht gewählt, trotzdem haben sie einen großen Einfluss auf die Öffentlichkeit. Medienvertreter werden wahlweise mal als „Wächter der Demokratie“ oder aber als „Schmierfinken“ bezeichnet.

➔ 1. Lies dir die folgenden Texte durch und überlege, wie die Macht der Medien in den jeweiligen Fällen zum Ausdruck kommt.

➔ 2. Stufe die jeweiligen Fälle danach ein, wie stark die Macht der Medien deiner Meinung nach ist (1 = wenig Macht bis 5 = viel Macht) und vergleiche dein Ergebnis anschließend mit den Ergebnissen deiner Mitschüler.

**A** Angela Merkel (CDU) und Martin Schulz (SPD) stehen sich vor der Bundestagswahl 2017 in einem Fernseh-Rededuell gegenüber. Ca. 16,2 Mio. Menschen verfolgen das Kanzler-Duell. Zum Vergleich: Das Finale der Fußball-WM 2014 sahen sich im deutschen Fernsehen 34,65 Mio. Menschen an.

Meine Einschätzung: **A** =

**B** Zum Jahresbeginn 2006 verbreitet die amerikanische Nachrichtenagentur *Associated Press* (AP) die Meldung, der „Bund Deutscher Juristen“ fordere dazu auf, zur „Terrorbekämpfung“ auch „leichte Folter“ zuzulassen. Zahlreiche Medien übernehmen diese Nachricht. Im Nachhinein erwies sich diese Berichterstattung als Falschmeldung.

Meine Einschätzung: **B** =

**C** Im März 2016 trägt Jan Böhmermann in seiner Sendung ein Schmähdgedicht auf den türkischen Staatspräsidenten Erdogan vor. Ausgangspunkt ist die Kritik aus der Türkei an einem satirischen Lied über Erdogan in der NDR-Sendung „extra3“. Erdogan erstattet gegen Böhmermann und die weitere Verbreitung des Gedichts Anzeige. Das Strafverfahren gegen Böhmermann wird zwar eingestellt. Nach dem Urteil des Zivilverfahrens wird aber der Großteil des Gedichtes als ehrverletzend eingestuft und verboten.

Meine Einschätzung: **C** =

**D** Der Journalist Hans Leyen-decker (früher beim *Spiegel*, heute bei der *Süddeutschen Zeitung*) hat zahlreiche Skandale aufgedeckt, u.a. 1982 die „Flick-Affäre“, 1990 die „Traumschiff-Affäre“ oder 1999 die CDU-Parteispenden-Affäre. Infolge seiner Veröffentlichungen mussten Politiker zurücktreten.

Meine Einschätzung: **D** =

## 4 „Vierte Gewalt“?

➔ 1. Ergänze den folgenden Lückentext sinnvoll mit Hilfe der vorgegebenen Begriffe.

Begriffe für Lückentext: Wirtschaftsunternehmen / Werbeeinnahmen / Skandale / „Politainment“ / Inszenierung / Kritikfunktion / Sozialen Medien / Talkshows / Wirklichkeit / instrumentalisieren / manipulieren / Abhängigkeit / Informationen

Medien werden oft als „vierte Gewalt“ bezeichnet und als gleichberechtigt neben die drei Staatsgewalten gestellt. Hierbei wird insbesondere die unabhängige Kontroll- und \_\_\_\_\_ der Medien betont. Die Wirklichkeit sei eine andere, entgegen Kritiker. Sie verweisen auf eine wechselseitige \_\_\_\_\_ zwischen Medien und Politik: Journalisten brauchen \_\_\_\_\_ von Politikern, Politiker brauchen Öffentlichkeit. Dabei könne es immer wieder Fälle geben, bei denen sich Medien und Politik gegenseitig \_\_\_\_\_. Politiker versuchten zudem durch gezielte Öffentlichkeitsarbeit, Medien zu beeinflussen und sogar zu \_\_\_\_\_. Medien sind nicht ausschließlich Mittler zwischen Politik und Bevölkerung, sondern zumeist auch \_\_\_\_\_, die von \_\_\_\_\_ und Verkaufserlösen abhängig sind. Sensationen, \_\_\_\_\_ und Katastrophen schaffen es daher besonders häufig in die Medien. Beispiele sind die Berichterstattung über das Reaktorunglück im japanischen Fukushima oder der Ebola-Ausbruch in Westafrika. Kritiker beanstanden, dass Medien hierdurch ein verzerrtes Bild der \_\_\_\_\_ schaffen. Sei ein Thema akut, würden andere ebenso wichtige Themen „unter den Tisch fallen“. Umstritten ist auch sogenanntes „Infotainment“, auch \_\_\_\_\_ genannt. Dabei werden politische Informationen oder politische Berichterstattung in Unterhaltungsformaten (z.B. \_\_\_\_\_) präsentiert. Dies kann dazu führen, dass nicht mehr die politischen Inhalte im Mittelpunkt stehen, sondern \_\_\_\_\_ oder Image-Pflege. Neue Partizipationsmöglichkeiten bietet der Bürger-Journalismus („Graswurzel-Journalismus“). Bürger können über verschiedene Internetformate und die \_\_\_\_\_ eigene Beiträge veröffentlichen.

➔ 2. Formuliere in wenigen Sätzen deine Meinung dazu, ob die Medien zu Recht als „vierte Gewalt“ bezeichnet werden. Diskutiere anschließend mit deinen Mitschülern darüber, ob dieser Begriff sinnvoll ist.





## Weiterführende Hinweise

### — Angebote aus der Bundeszentrale für politische Bildung

#### — Schriftenreihe

Band 10111: Medienkompetenz, Gapski, Harald / Oberle, Monika / Staufer, Walter, Bonn 2017  
— Bestell-Nr. 10111

Band 1599: Medien in Deutschland, Pürer, Heinz, Bonn 2016  
— Bestell-Nr. 1599

Band 1258: Unterhaltungsrepublik Deutschland, Dörner, Andreas / Vogt, Ludgera, Bonn 2012  
— Bestell-Nr. 1258

#### — Informationen zur politischen Bildung

Heft 309: Massenmedien, Bonn 2011  
— Bestell-Nr. 4309

#### — Aus Politik und Zeitgeschichte

Nr. 30–32/2016: Pressefreiheit  
— Bestell-Nr. 7630

Folgende Ausgaben sind online verfügbar:

Nr. 22–23/2014: Politik, Medien, Öffentlichkeit

Nr. 3/2011: Jugend und Medien

Nr. 39/2008: Neue Medien – Internet – Kommunikation

Nr. 38/2006: Medienfreiheit

Nr. 7/2006: Inszenierte Politik

#### — Themenblätter im Unterricht

Nr. 95: Medien und Politik, Bonn, 2. Auflage 2014  
— Bestell-Nr. 5988

Nr. 91: Sprache und Politik, Bonn 2011  
— Bestell-Nr. 5984

Nr. 63: Akteure in der Politik, Bonn 2009  
— Bestell-Nr. 5956

#### — fluter

Nr. 63: Propaganda, Bonn 2017  
— Bestell-Nr. 5863

Nr. 46: Internet, Bonn 2013  
— Bestell-Nr. 5846

Nr. 31: Medien, Bonn 2009  
— Bestell-Nr. 5831

### — Weitere Publikationen

Fleck, Dirk C.: Die vierte Macht. Spitzenjournalisten zu ihrer Verantwortung in Krisenzeiten  
Hoffmann und Campe, Hamburg 2012

Pille, Jens-Ullrich: Meinungsmacht sozialer Netzwerke  
Nomos, Baden-Baden 2016

Pörksen, Bernhard / Kriskke, Wolfgang: Die gehetzte Politik. Die neue Macht der Medien und Märkte  
Herbert von Halem Verlag, Edition Medienpraxis, Köln 2013

Pörksen, Bernhard / Narr, Andreas: Die Idee des Mediums. Große Reden zur Zukunft des Journalismus  
Herbert von Halem Verlag, Edition Medienpraxis, Köln 2015

Sarcinelli, Ulrich: Politische Kommunikation in Deutschland: Medien und Politikvermittlung im politischen System  
VS-Verlag, Wiesbaden, 3. Auflage 2011

Schulz, Winfried: Medien und Wahlen  
Springer VS, Wiesbaden 2015

### — Internetadressen

— Online-Dossiers und Themen auf [www.bpb.de](http://www.bpb.de)

[www.bpb.de/gesellschaft/medien](http://www.bpb.de/gesellschaft/medien)  
Verschiedene Dossiers, u.a. zu den Themen Open Data, Open Source und Urheberrecht sowie Lokaljournalismus, Rundfunk sowie Kinder und Medien

[www.bpb.de/138737](http://www.bpb.de/138737)  
Medien – Die „vierte Gewalt“?

#### — Weitere Internetadressen

[www.hans-bredow-institut.de](http://www.hans-bredow-institut.de)  
Hans-Bredow-Institut für Medienforschung an der Universität Hamburg

[www.die-medienanstalten.de/publikationen/medienkonvergenzmonitor.html](http://www.die-medienanstalten.de/publikationen/medienkonvergenzmonitor.html)  
Medienkonvergenzmonitor der Landesmedienanstalten

### — bpb-Angebote

Online verfügbare Publikationen als PDF zum Download, Bestellmöglichkeiten und weitere Informationen zu den Angeboten der Bundeszentrale für politische Bildung unter:

[www.bpb.de/shop](http://www.bpb.de/shop)

### — Weitere Publikationen



— Themenblätter im Unterricht  
Nr. 114: Rechtspopulismus – Herausforderung für die Demokratie?  
— Bestell-Nr. 5408



— Wahlen für Einsteiger  
Arbeitsmappe mit 20 Arbeitsblättern  
— Bestell-Nr. 5307



— Themenblätter im Unterricht  
Nr. 95: Medien und Politik  
— Bestell-Nr. 5988



— Was geht?  
Auf geht's! Das Heft über Mitbestimmung  
— Bestell-Nr. 9613

### — Gefühle-Spiel „wie geht's?“

Ein anregendes Kartenspiel zum Benennen von Gefühlsausdrücken mit mehreren Spielvarianten ab zwei Personen von Bernhard Weber, 24 farbig-illustrationen und 96 Begriffe auf 60 Karten.



— „wie geht's?“  
Kartenspiel  
— Bestell-Nr. 1999 (1,50 Euro)

# der Timer 17/18

Jetzt bestellen!  
bpb.de/timer

## Der informative Notizkalender der bpb für Schüler\*innen und Studierende.

Erhältlich in vier verschiedenen Coverdesigns.  
160 Seiten im DIN-A5-Format mit genügend Platz  
für eigene Notizen und vielen interessanten Infos.

**Fax-Bestellblatt (03 82 04) 6 62 73**  
**E-Mail: bestellungen@shop.bpb.de**

Das Bestellblatt kann auch in einem Fensterumschlag per Post verschickt werden.  
Bitte ausreichend frankieren!

### — Versandbedingungen im Inland:

Sendungen bis 1 kg sind versandkostenfrei. Bei Paketsendungen innerhalb Deutschlands entstehen dem Besteller\*in **Versandkosten** in Höhe von 5,00 Euro pro Paket (max. 20 kg pro Paket). Großbestellungen ab 100 kg werden per Spedition ausgeliefert. Verbraucher\*innen haben ein vierzehntägiges **Widerrufsrecht**. Machen Sie von Ihrem Widerrufsrecht Gebrauch, so tragen Sie die unmittelbaren Kosten der Rücksendung der Medien. **Detaillierte Informationen** z.B. bei Versand ins Ausland, Speditionskosten, zu den Zahlungsbedingungen (nur Überweisung möglich!), den Lieferzeiten und dem Widerrufsrecht erhalten Sie in unserem Online-Shop unter [www.bpb.de/shop](http://www.bpb.de/shop) sowie telefonisch unter +49 (0)228-99515-0.

#### An den:

Publikationsversand der Bundeszentrale  
für politische Bildung/bpb  
Postfach 501055

18155 Rostock

### Lieferanschrift

- Schule  
 Privat

Vorname: \_\_\_\_\_

Name: \_\_\_\_\_

Klasse/Kurs: \_\_\_\_\_

Schule: \_\_\_\_\_

Straße: \_\_\_\_\_

PLZ/Ort: \_\_\_\_\_

E-Mail (freiwillig): \_\_\_\_\_

Ich stimme der Speicherung meiner Bestell-Daten zu. Die bpb  
versichert, dass die Angaben ausschließlich im Rahmen der Aufgaben  
der Bundeszentrale für politische Bildung verarbeitet werden.

Unterschrift: \_\_\_\_\_

### — Kniffbox Politik (Papp-Tragekoffer)



Rundumversorgung für den Politikunterricht!  
Alle Arbeitsmappen aus der „... für Einsteiger“-  
Reihe mit fertigen Arbeitsblättern plus „Logbuch  
Politik“, „Methoden-Kiste“, „Bastelglobus“  
sowie Vorschläge zum Einsatz im Unterricht.

#### Kniffbox Politik

Bestell-Nr. 5630 (siehe unten)

Bitte senden Sie mir:

#### — Thema im Unterricht /Extra: Arbeitsmappen

- Bestell-Nr. 5339          *Ex.* Logbuch Politik (2013)  
Bestell-Nr. 5338          *Ex.* Zeitgeschichte für Einsteiger (2013)  
Bestell-Nr. 5399          *Ex.* Was heißt hier Demokratie? (neu 2016)  
Bestell-Nr. 5630          *Ex.* Kniffbox Politik (neu 2016)  
Bestell-Nr. 5307          *Ex.* Wahlen für Einsteiger (neu 2017)  
Bestell-Nr. 5333          *Ex.* Gesellschaft für Einsteiger (neu 2016)  
Bestell-Nr. 5332          *Ex.* Politik für Einsteiger (neu 2013)  
Bestell-Nr. 5341          *Ex.* Logbuch Neuland (2016)  
Bestell-Nr. 5340          *Ex.* Methoden-Kiste (neu 2016)

#### — Themenblätter im Unterricht (siehe Seite 2)

- Bestell-Nr. 5408          *Ex.* Rechtspopulismus – Herausforderung  
für die Demokratie? (Nr. 114) **neu!**  
Bestell-Nr. 5409          *Ex.* Staat und Religionen nach  
dem Grundgesetz (Nr. 115) **neu!**  
Bestell-Nr.          / *Ex.* \_\_\_\_\_  
Bestell-Nr.          / *Ex.* \_\_\_\_\_  
Bestell-Nr.          / *Ex.* \_\_\_\_\_  
Bestell-Nr.          / *Ex.* \_\_\_\_\_

#### — pocket (1,00 Euro pro Exemplar)

- Bestell-Nr. 2557          *Ex.* pocket recht  
Bestell-Nr. 2553          *Ex.* pocket global  
Bestell-Nr. 2048          *Ex.* israel kurzgefasst

#### — Kartenspiele (1,50 Euro pro Exemplar)

- Bestell-Nr. 1999          *Ex.* wie geht's? **neu!**  
Bestell-Nr. 1922          *Ex.* wahlzeit! warum wählen?  
Bestell-Nr. 1921          *Ex.* früher oder später