

Kurt Koszyk

Hase, Karl-Günter von (Hg.): Konrad Adenauer und die Presse

1989

<https://doi.org/10.17192/ep1989.2.5921>

Veröffentlichungsversion / published version

Rezension / review

Empfohlene Zitierung / Suggested Citation:

Koszyk, Kurt: Hase, Karl-Günter von (Hg.): Konrad Adenauer und die Presse. In: *medienwissenschaft: rezensionen*, Jg. 6 (1989), Nr. 2. DOI: <https://doi.org/10.17192/ep1989.2.5921>.

Nutzungsbedingungen:

Dieser Text wird unter einer Deposit-Lizenz (Keine Weiterverbreitung - keine Bearbeitung) zur Verfügung gestellt. Gewährt wird ein nicht exklusives, nicht übertragbares, persönliches und beschränktes Recht auf Nutzung dieses Dokuments. Dieses Dokument ist ausschließlich für den persönlichen, nicht-kommerziellen Gebrauch bestimmt. Auf sämtlichen Kopien dieses Dokuments müssen alle Urheberrechtshinweise und sonstigen Hinweise auf gesetzlichen Schutz beibehalten werden. Sie dürfen dieses Dokument nicht in irgendeiner Weise abändern, noch dürfen Sie dieses Dokument für öffentliche oder kommerzielle Zwecke vervielfältigen, öffentlich ausstellen, aufführen, vertreiben oder anderweitig nutzen.

Mit der Verwendung dieses Dokuments erkennen Sie die Nutzungsbedingungen an.

Terms of use:

This document is made available under a Deposit License (No Redistribution - no modifications). We grant a non-exclusive, non-transferable, individual, and limited right for using this document. This document is solely intended for your personal, non-commercial use. All copies of this documents must retain all copyright information and other information regarding legal protection. You are not allowed to alter this document in any way, to copy it for public or commercial purposes, to exhibit the document in public, to perform, distribute, or otherwise use the document in public.

By using this particular document, you accept the conditions of use stated above.

**Karl-Günter von Hase (Hrsg.): Konrad Adenauer und die Presse.- Bonn:
Bouvier 1988, 148 S., DM 19,80**

Beim Rhöndorfer Gespräch der Stiftung Konrad-Adenauer-Haus trafen
sich am 23. April 1987 Praktiker und Theoretiker des Journalismus.

Wie viele Politiker aus der Generation des ersten Bundeskanzlers hat Konrad Adenauer die Medien weitgehend als Instrument der Politik verstanden. Er knüpfte damit bei den Vorstellungen an, die in Deutschland praktisch bis 1945 mit unterschiedlicher repressiver Konsequenz wirksam waren. Jürgen Küsters, der Herausgeber der 'Teegespräche' Adenauers aus den Jahren 1950 bis 1961, liefert den zentralen Beitrag zu diesem Band. Er bezeichnet das Verhältnis Adenauers zu den Medien als "ein kaum beackertes Feld der Zeitschichtsforschung" (S. 13). Im wesentlichen bestätigt Küsters Analyse den aus den Arbeiten von Arnulf Baring und Fritz Säger gewonnenen Eindruck, daß dieser Bundeskanzler stets bemüht war, eine öffentliche Meinung zu erzeugen, die seinen politischen Intentionen diene. Er war dabei keineswegs pingelig, weder im Umgang mit den für die Informationspolitik zuständigen Beamten noch mit den Journalisten, die er für "häufig höchst unwillkommen", aber "für unsereinen unentbehrlich" (S. 34) hielt, wie Werner Krueger, ein ehemaliger CDU-Journalist, zu berichten weiß.

Was sich heute vielleicht vielfach anekdotisch liest, hat zu Lebzeiten Adenauers eine ernstzunehmende Bedeutung gehabt. Was soll man von einem Bundeskanzler halten, der sich in der Rolle des Regierungssprechers "einen demokratischen Goebbels" (S. 24) wünschte? Im Lichte solcher Tatsachen ist es nicht verwunderlich, wenn die heutigen Machinationen um die regierungsamtliche Informationspolitik bei manchen Zeitgenossen unangenehme Assoziationen auslösen. Allerdings hat die Entwicklung der letzten 25 Jahre gezeigt, daß sich in der jüngeren Generation der Durchblick durch das Gestrüpp amtlicher Informationspolitik erheblich verbessert hat - zumindest bei denen, die einer besseren Ausbildung teilhaftig wurden. Eine schlechte Politik läßt sich bekanntlich auf die Dauer nicht durch noch so gekonnte Public Relations verstecken. Die Rechnung auf eine Privatisierung des elektronischen Medienbereichs ist offensichtlich nicht aufgegangen. Manches, was Praktiker wie Reinhard Appel, Fred Luchsinger, Max Schulze-Vorberg und Karl Holzamer berichten, liest sich doch wie Kunde aus einer sehr fernen Zeit.

Kurt Koszyk