



ANZEIGE

Abonnement Heftarchiv Newsletter Mediadaten



DAS MAGAZIN FÜR MARKENFÜHRUNG

markenartikel

Home **Marke & Marketing** Personen & Events Handel & E-Commerce Recht & Politik Termine Jobs



ANZEIGE

Der Psychologe Thomas Ebenfeld ist Mitbegründer des Marktforschungsinstituts Concept M und der Marketingberatung Flying Elephant -Quelle: Eyecatchme Photography

Die Psychodynamik politischer Talkshows

Wie sich Talkshows zwischen psychologischer Arena, Populismus und Social-Media-Empörung zum Ersatzparlament entwickeln, das analysiert der Psychologe Thomas Ebenfeld, Mitbegründer des Marktforschungsinstituts Concept M und der Marketingberatung Flying Elephant, exklusiv für *markenartikel-magazin.de*:

Die großen Polit-Talkshows im deutschen Fernsehen gehen in die Sommerpause – Zeit für eine tiefenpsychologische Bilanz. Diese Formate spiegeln unsere Gesellschaft so deutlich wie kaum ein anderes Medium. Inmitten von digitalem Empörungsturms, emotionaler Zuspitzung und einer wachsenden Sehnsucht nach Orientierung wird deutlich: Politische Diskussion ist längst mehr als bloße Informationsvermittlung – sie ist zugleich Psychodrama und seismisches Barometer gesellschaftlicher Befindlichkeiten.

Politik als Spiegel seelischer Konflikte

Politik ist mehr als nüchterne Sachdebatte. Unsere Studien bei Concept m zeigen: Sie wird zur Projektionsfläche für unbewusste Konflikte und Bedürfnisse. Gerade die Überlagerung multipler Krisen – geopolitisch, ökologisch, wirtschaftlich – lässt die Welt für viele Menschen bedrohlich erscheinen. Zugleich wächst die Sehnsucht nach tragfähigen Zukunftsbildern. Politische Diskurse werden so zum Resonanzraum für innere Spannungen zwischen Ohnmacht und Hoffnung.

Talkshows als Ersatzparlament

Längst sind politische Talkshows nicht mehr bloße Diskussionsrunden. Sie haben sich zu einer Art Ersatzparlament entwickelt. Hier wird stellvertretend ausgefochten, was Parteien oder Parlamente oft nicht mehr vermitteln können: klare Haltungen, emotionale Entlastung, die Suche nach einfachen Antworten.

Während klassische Politikprozesse häufig abstrakt und langwierig wirken, liefern die Talks schnelle Kontraste und klare Narrative – eine Art direktes Forum für die gesellschaftliche Selbstverständigung. Talkshows stillen damit das Bedürfnis nach unmittelbarer Teilhabe an politischen Debatten und machen Politik in ihrer emotionalen Dimension spürbar.

Was sich verändert hat

Im Vergleich zu früher haben Talkshows heute eine neue Rolle: Einst reine Diskussionsbühnen, sind sie heute dramatische Events, deren Inhalte auf Social Media weiterleben. Clips gehen viral, Moderator:innen treten stärker als Persönlichkeiten auf. Gleichzeitig wächst die Sehnsucht nach Klarheit in einer komplexen Welt – eine Dynamik, die das psychologische Klima dieser Formate prägt.

Zwischen Selbstbestätigung und Horizonterweiterung

Politische Talkshows sind emotionale Arenen: Menschen wollen ihr Weltbild bestätigt sehen, zugleich suchen sie die Herausforderung des Neuen. Diese Doppelrolle zwischen Bestätigung und Verunsicherung macht die Faszination des Formates aus.

In Tiefeninterviews bei Concept m hören wir oft Sätze wie: "Ich schaue Lanz, weil ich sehen will, wie Politiker endlich in die Enge getrieben werden." Andere sagen: "Mir wird das zu anstrengend, ich schalte lieber weg." Diese Spannweite zeigt die psychologische Dynamik: Für manche ist es ein befreiendes Spektakel, das Klarheit schaffen soll – für andere eine belastende Inszenierung, die eher Erschöpfung als Erkenntnis hinterlässt.

Moderatoren zwischen Chronistenpflicht und Inszenierung

Talkshow-Moderator:innen haben eine besondere Rolle, die der Psychologe Wilhelm Salber in den 1960er-Jahren als das Phänomen des 'ewigen Zweiten' beschrieben hat: Sie sind Beobachter:innen fremder Taten, bleiben zunächst hinter der Bühne, doch im Hintergrund lodert oft der Drang, selbst Spuren zu hinterlassen. Diese Dynamik erklärt, warum viele Moderator:innen heute stärker als Persönlichkeiten in Erscheinung treten. Sie wollen nicht nur Fragen stellen, sondern selbst gesellschaftlich wirksam werden.

Eine Entwicklung, die durch die Corona-Pandemie noch verstärkt wurde. Markus Lanz entwickelte während der Krise seinen heutigen Stil. Ohne Studiopublikum, in intimer Atmosphäre, fragt er wiederholt nach, unterbricht und nagelt Gäste auf Aussagen fest – für manche erhellend, für andere wirkt es wie ein öffentliches Verhör. Psychologisch nimmt er die Rolle des Staatsanwalts ein – weniger, um reine Information zu liefern, sondern um das zu artikulieren, was viele Zuschauer:innen selbst fragen würden. Diese Entwicklung zeigt, wie Moderator:innen zunehmend zu Stellvertreter:innen für gesellschaftliche Unruhe werden.

Auch Sandra Maischberger inszeniert Gesprächssituationen, die psychologisch an eine moralische Prüfung erinnern. Gäste werden gedrängt, sich öffentlich zu bekennen. Hier übernimmt sie die Rolle einer Gatekeeperin, die entscheidet, was sagbar ist. Unterstützt von ausgewählten Journalist:innen und Meinungsexpert:innen, werden ihre Fragen zum Prüfstein für klare moralische oder politische Positionen.

Maybrit Illner wiederum gilt als eher moderat. Sie thront gewissermaßen in der Mitte ihrer Runde und wirkt dabei souverän und erfahren, auch wenn ihr Format inzwischen zu einer festen, aber altbekannten Größe im deutschen Fernsehen geworden ist. Ihre Gesprächsführung ist geprägt von einer ruhigen Präsenz, die mehr moderiert als inquisitorisch auftritt.

Louis Klamroth, der neue Kopf bei *Hart aber fair*, wird von vielen Befragten als noch nicht ganz in seiner Rolle angekommen erlebt. Er wirkt für manche Zuschauer voreingenommen und wird häufiger einer bestimmten politischen Richtung zugeschrieben – möglicherweise wegen seiner Nähe zu Luisa Neubauer von Fridays for Future. Seine Gesprächsführung erscheint noch nicht immer souverän, mitunter wirkt sie noch tastend und suchend – was eher auf einen Moderator hindeutet, der seinen eigenen Stil erst noch finden muss.

Kostenlos versorgt Sie der **markenartikel-Newsletter** mit allen Neuigkeiten. Jetzt abonnieren - nie wieder etwas verpassen!

E-Mail: Newsletter bestellen

 Sicherheitscode hier eintragen:

Auch jenseits der deutschen Grenzen gibt es Talkshow-Formate. So lässt Michael Fleischhacker in Österreich bei *Talk im Hangar 7* und *Links.Rechts.Mitte* auf ServusTV bewusst stark konträre Meinungen aufeinanderprallen, ohne diese direkt abzuwerten. Für deutsche Zuschauer:innen mag es ungewohnt wirken, dass dort auch Stimmen gehört werden, die hierzulande oft als zu extrem empfunden würden. Psychologisch ähnelt das einer Versuchsanordnung, in der sich gegensätzliche Haltungen unmittelbar reiben dürfen – ein Ansatz, der teils als radikale Meinungsfreiheit gefeiert, teils als Plattform für rechtspopulistische Tendenzen kritisiert wird. Viele dieser Stimmen, die früher noch in klassischen deutschen Talkshows Platz fanden, haben heute eher auf Plattformen wie YouTube eine neue Heimat gefunden.

Die Gesprächsführung, wie sie vor allem von Lanz und Maischberger praktiziert wird, erfüllt dabei eine wichtige Funktion: Floskeln werden hinterfragt, ausweichende Antworten beleuchtet, politische Verantwortlichkeit eingefordert. Doch sie hat auch ihre Schattenseite: Der Moderator oder die Moderatorin kann schnell wirken wie ein Staatsanwalt beziehungsweise eine Staatsanwältin oder Richter:in, der oder die nicht nur moderiert, sondern selbst Anklage erhebt. Die Diskussion verliert an Tiefe, wenn sie sich zu stark auf das Festnageln einzelner Aussagen verengt. Statt eines echten Erkenntnisgewinns entsteht dann eine Inszenierung, in der der Moderator oder die Moderatorin selbst zum oder zur Akteur:in wird. Diese Entwicklung bleibt ambivalent: Sie kann zur Aufklärung beitragen – oder den Eindruck verstärken, dass es weniger um Inhalte geht als um die Selbstdarstellung der Moderation.

Maßstäbe, Alarmismus und die Overload-Kultur

Wer die Maßstäbe setzt, kontrolliert die Wahrnehmung der Wirklichkeit. Talkshows verschieben diese Grenzen subtil: Was gilt als radikal? Was als moralisch verpflichtend? Welche Themen werden skandalisiert?

Doch die ständige Dramatisierung hat ihren Preis. In unseren Studien bei Concept m sehen wir eine wachsende Overload-Kultur. Viele Menschen fühlen sich von der Polykrise überrollt. Die Folge: Rückzug. Menschen legen eine Art 'Medien-Diät' ein, reduzieren ihren Konsum, schalten nur noch gezielt ein oder wenden sich harmloseren Themen zu. Man bewegt sich lieber in Filterblasen, die die eigene Weltsicht bestätigen.

Parallel produziert der moderne Medienbetrieb eine Serie von Spontanerregungen: kurze Empörungswellen, die Aufmerksamkeit erzeugen, aber keine nachhaltige Verarbeitung ermöglichen. Auf Dauer führt das zu psychischer Abstumpfung. Menschen wenden sich nicht nur von belastenden Themen ab, sondern auch von konstruktiver gesellschaftlicher Auseinandersetzung. Dabei existiert bei vielen durchaus die stille Hoffnung, dass politische Debatten am Ende zu Lösungen führen könnten, auch wenn dieser Wunsch oft eher unbewusst bleibt.

Talkshows und Social Media – die neue Arena

Die Mechanismen, die politische Talkshows prägen – Zuspitzung, Vereinfachung, moralische Prüfungen –, werden längst auch in Social Media. Plattformen wie Twitter/X, TikTok oder Instagram verwandeln politische Diskurse in digitale Arenen im Minutentakt. Likes und Shares werden zum neuen Applaus. Kurze Clips transportieren die gleiche psychologische Dynamik: schnelle Urteile, emotionale Empörung – oder die Lust, mächtige Figuren in die Defensive zu bringen. Für viele Zuschauer verschwimmen die Grenzen zwischen Fernseh-Talk und digitaler Empörungswelle zunehmend.

Bühne der Zukunft zwischen Erkenntnis und Inszenierung

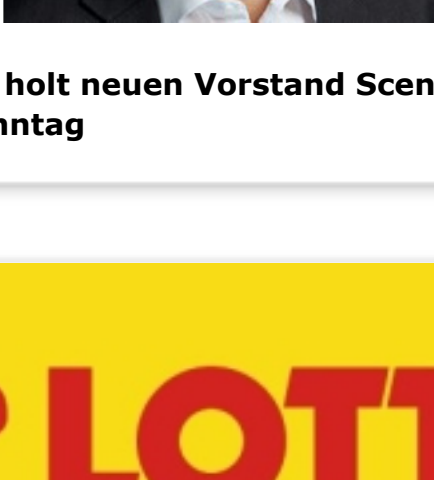
Politische Talkshows sind ein psychologisches Schauspiel, das unsere Gesellschaft offenlegt. Sie zeigen unsere Ängste, unsere Wünsche nach Klarheit – und unser Bedürfnis, die Welt in einfache Narrative zu fassen. Moderator:innen, Gäste und Publikum agieren in einem Geflecht aus (narzisstischer) Selbstvergewisserung, unbewusster Angstabwehr und dem Streben nach Bedeutung.

Ob Talkshows künftig Orte echter Aufklärung bleiben oder zur bloßen Arena für Inszenierung und Affektentladung werden, hängt auch davon ab, ob wir – in Politik, Medien und Gesellschaft – bereit sind, unsere eigenen psychischen Mechanismen zu erkennen. Vielleicht liegt die Zukunft politischer Talkshows nicht in immer lauterem Erken – sondern darin, endlich wieder den leisen Zwischentönen zuzuhören.

zurück vg 31.07.2025

Teilen Teilen T

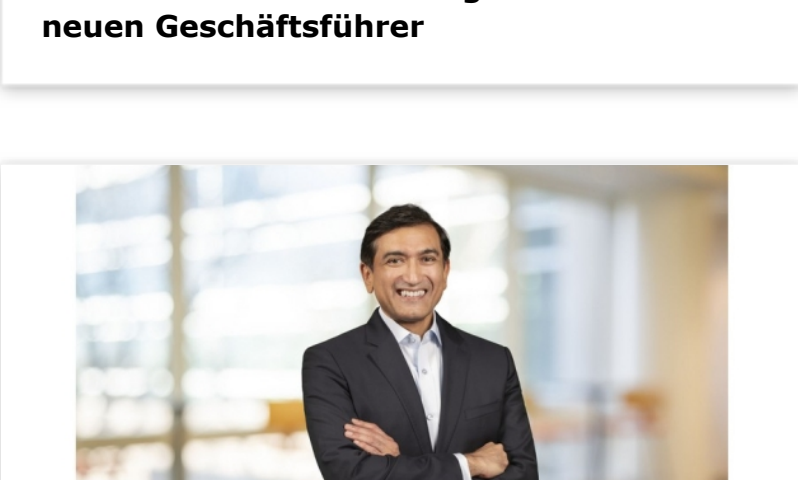
Weitere Meldungen, die Sie interessieren könnten:



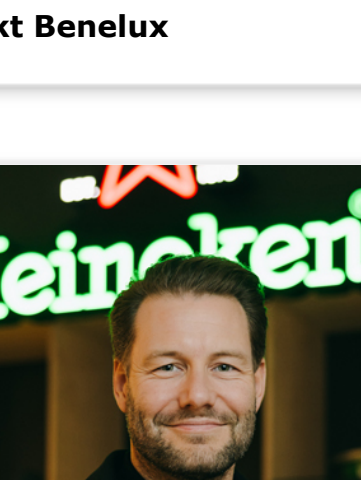
Symrise holt neuen Vorstand Scent & Care von Brenntag



Renault findet Nachfolger für Luca de Meo in den eigenen Reihen



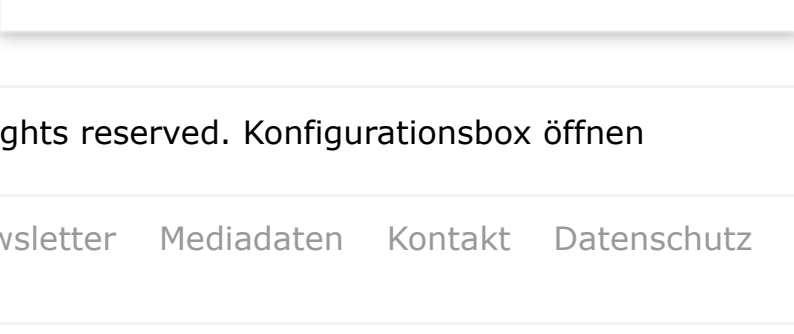
Lotto Baden-Württemberg bekommt einen neuen Geschäftsführer



Ex-Galeria-Befel wird neuer CEO von MediaMarkt Benelux



Procter & Gamble bekommt einen neuen CEO



Heineken Deutschland legt Off-Trade- und On-Trade zusammen

Copyright © 2025 • www.new-business.de • All rights reserved. Konfigurationsbox öffnen

Home Über uns Abonnement Heftarchiv Newsletter Mediadaten Kontakt Datenschutz Impressum Verträge hier kündigen

Weitere Visionen

- Cable/Vision Europe
 - CP Monitor
 - Dental Marketing Award
 - Der Titelschutz Anzeiger
 - DNV - Der neue Vertrieb
 - Futurum-Awards
- Healthcare Marketing
 - Healthcare Marketing - PremiumPartner
 - Journalismus-Köpfe
 - Markenartikel
 - MedienWirtschaft
 - New Business
 - New Business Verlag
- Presse Fachverlag
 - Presse Porträts
 - Presse Report
 - Public Marketing
 - Public Marketing Award
 - Red Box