

Kritikfunktion schliesst Medienopfer ein

Vortrag anlässlich der Herzberg-Tagung 2006 «kritische Medien vs. Medienkritik» des Vereins Qualität im Journalismus vom 7. November 2006

von Christian Mensch, Leiter Recherche «Basler Zeitung»

Die Tagung neigt sich allmählich dem Ende zu. Die Ermattung nimmt Formen an. Also haben sich die Veranstalter wohl gedacht: Lassen wir jemanden reden, der sagt, was in keinem Lehrbuch des Journalismus zu finden ist: «Kritikfunktion schliesst Medienopfer ein».

Ich möchte mit einer Geschichte beginnen, die mir die Basler Ständerätin Anita Fetz vor einigen Monaten erzählt hat. Es gebe eine Gruppe von Bundes-Parlamentariern, so sagte sie, die sich über Parteigrenzen hinweg regelmässig während der Session trafen. Ihr gemeinsamer Nenner: Sie waren alle schon Medien-Opfer. Das heisst, Opfer einer von ihnen als Unrecht empfundenen Medienkampagne. Zugespitzt: Zielscheibe eines entfesselten Journalismus, der nur die Eigeninszenierung zum Ziel hat, die Fertigmache als genuine Leistung eigener Potenz.

Medienschelte durch Politiker ist keine neue Erscheinung, FPD-Präsident Fulvio Pelli ist diesbezüglich nicht sonderlich originell. Traditionell wird den Medienschaffenden Unfähigkeit vorgeworfen. Daran haben wir uns gewöhnt. Eher neueren Datums ist eine eigentliche Pathologisierung der Medien. Der prominenteste, deutschsprachige Apologet dieser Spielform der Kritik ist der Zürcher Psychiater Mario Gmür, der 2002 auflagestark und publicityträchtig das Buch publizierte: «Der öffentliche Mensch. Medienstars und Medienopfer». Gmür erfindet darin das «Medienopfersyndrom», das er schlüssig auf die Formel «MOS» reduzierte. Darunter leiden gemäss Gmür Menschen, die «Opfer einer medialen Aggressivität» geworden sind. Leute also wie Fetz & Kollegen unter der Bundeshauskuppel.

Ich meine: Jawohl, es gibt Menschen die unbestritten subjektiv, teilweise auch objektiv ungerecht in und von den Medien behandelt worden sind und darunter zu leiden haben. Das ist nicht zu bestreiten und nicht zu beschönigen. Gerade aber unter denjenigen, von denen wir hier sprechen, die eloquent zum medialen Gegenschlag ausholen, gibt es nicht wenige, die sich das MOS-Krankheitsbild zwar selbst zuschreiben, dabei aber den Medien den Schwarzen Peter für eigenes Systemversagen unterschieben.

Nehmen wir den Fall Fetz. Nicht zuletzt medialer Rückenwind hat die Politikerin in den Ständerat geweht. Die Sozialdemokratin hat sich einen «guten Ruf», eine Reputation geschaffen. Diese hat sie als Stiftungsrätin zum vermeintlich gegenseitigen Nutzen der Stiftung ProFacile zur Verfügung gestellt. ProFacile-Gründer Peter Ammann und Stiftungsrat Dieter Behring zeigten sich später als Sponsoren ihres Wahlkampfes erkenntlich. ProFacile– das hat sich später herausgestellt– war eine Geldbeschaffungsmaschine unter dem Deckmantel der Gemeinnützigkeit– das wiederum hatte Fetz nicht gewusst. ProFacile hat sich der Reputation von Fetz bedient, wie auch der Reputation des damaligen Solothurner Nationalrates und mittlerweile nicht wiedergewählten Regierungsrates Roberto Zanetti. Auch er einer, der sich als Medienopfer versteht.

Was Anita Fetz offensichtlich nicht erkannte: Zu ihrer Reputation gehörte auch der Anspruch der Öffentlichkeit auf eine gewisse «Unfehlbarkeit» ihres Urteils. Man vertraute ihr, dass sich auch als vertrauenswürdig erweist, wem sie Vertrauen überträgt. Erweist sich dieses

Vertrauen als missbraucht, schlägt der Vertrauensverlust auf die Reputationsträgerin zurück: Ihr Ruf nimmt Schaden, der Skandal nimmt seinen Lauf. Genau dies ist Anita Fetz widerfahren. Der Zürcher Soziologe Kurt Imhof hat diesen Prozess mehrfach beschrieben und dazu eine eigentliche Skandaltheorie entworfen.

Doch weshalb nehmen Medienschaffende Personen wie Anita Fetz überhaupt kritisch unter die Lupe?–Vielleicht hilft zum besseren Verständnis folgende These: Die Medien sind frei nach Schiller eine «moralische Anstalt». Schiller hat darüber 1784 in seinem Aufsatz «Die Schaubühne als eine moralische Anstalt betrachtet» geschrieben. Es heisst darin, die Bühne sei es, «die jeder Seelenkraft Nahrung gibt, [...] und die Bildung des Verstandes und des Herzens mit der edelsten Unterhaltung vereinigt». Im Theater werde dem Publikum vorgeführt, was richtiges und was falsches Handeln sei. In Schillers Worten: «So gewiß sichtbare Darstellung mächtiger wirkt als toter Buchstabe und kalte Erzählung, so gewiß wirkt die Schaubühne tiefer und dauernder als [...] Gesetze».

Natürlich gibt es Unterschiede zwischen Schillers moralischer Anstalt und dem heutigen Mediensystem. Schliesslich haben wir das Zeitalter der Aufklärung längst hinter uns gelassen. Wir Medienschaffende inszenieren zudem am laufenden Band, auf zahlreichen Bühnen, auf verschiedensten Kanälen. Nicht nur quantitativ, auch qualitativ sind wir vorangekommen: Unsere Stoffe sind von bestechender Qualität, sind solche, wie sie nur die Realität hervorbringt. Würden wir sie erfinden, kämen sie beim Publikum nicht immer an; als zu unwahrscheinlich würden sie zuweilen verworfen.

Schiller sprach von der Bühne als «Schule der praktischen Weisheit». Heute sprechen wir von der Orientierungsfunktion der Medien. Medial erfährt der Mensch, was in welchem sozialen Kontext richtig sei und was sittenwidrig oder auch nur modisch: was in sei und was out.

Mit dem Umschlag von Fiktion zur Wirklichkeit, dem Sprung von Schiller in die Gegenwart, ist uns aber nicht nur eine dramatische Steigerung geglückt. Wir haben uns auch Ärger eingehandelt. Wie einfach ist es doch, ein historisches Drama zu spielen, in dem sich die dramatis personae nicht wehren können, wenn sie holzschnittartig auf die ihnen zukommende Rolle zurechtgestutzt werden. Bei der Aufführung realer, zeitgenössischer Begebenheiten hindert uns die Wahrung von echten oder auch nur vermeintlichen Persönlichkeitsrechten zu solchem Tun.

Bei der Rollenbesetzung haben wir deshalb ein Problem: Alle Akteure des gesellschaftlichen Lebens drängen darauf, positiv besetzte Figuren im grossen Mediendrama zu spielen. Schiller schrieb: «Welch göttliche Ideale stellt uns [die Bühne] zur Nacheiferung aus!» Doch wer spielt freiwillig den Gegenpart, den vom Glück Verlassenen, den Widerwärtigen, den Verwerflichen? So zynisch, wie viele meinen, ist unsere Welt nicht: Selbst Menschen, die sich offensichtlich weder an Gesetz noch an Moral halten, zeigen sich am liebsten im Mäntelchen des Wohlanständigen. Zeigt man sie, wie sie sind, drohen sie mit dem Anwalt.

Die Medien als «moralische Anstalt» zu verstehen, ist vielleicht gewohnheitsbedürftig. Ein instinktiver Gegner dieser Konzeption ist der alt-neue «Weltwoche»-Chefredaktor Roger Köppel, der immer wieder gegen einen Medienmoralismus anschreibt. Sein Lehrstück war die versuchte Rehabilitation des verurteilten Pleitiers Werner K. Rey. Da war Köppel noch Chefredaktor des «Magazin». Köppel verglich die massive *öffentliche* Verurteilung, die Rey widerfahren war, mit der effektiven, verhältnismässig geringfügigen *gerichtlichen* Verurteilung. Sein Fazit: Rey sei von den Medien moralisierend und so in unzulässiger Weise vorverurteilt worden. Rey, ein Medienopfer.

Die Tatsache, dass Köppel seine These mit hohem moralischen Pathos vorgetragen hat, ist jedoch gerade Beleg dafür, dass die Medien als «moralische Anstalt» zu gelten haben. In ihnen wird aber nicht nur geltender Moralkodex vorgeführt, sondern der gesellschaftliche Diskurs ausgetragen, welcher Kodex gültig sei. Medien erzielen gerade dann Bedeutung, wenn sie aktiv an diesem Prozess teilhaben und darin eine Deutungshoheit erlangen. Treffen sie den Nerv, ernten sie dafür Reputation; zielen sie daneben, werden sie ignoriert–oder aufgrund ihres Systemversagens von anderen Medien abgestraft. Auch das gibt es: Medien als Medienopfer.

Es scheint mir interessant, den «Blick» als moralische Anstalt zu analysieren. Wer etwa verfolgt, wie die Zeitung mit Jürg Maurer, dem Pensionskassenverantwortlichen von Rieter, umgesprungen ist, könnte leicht zum Schluss kommen, dessen Persönlichkeitsrechte seien krass missachtet worden. Doch die Berichte brachten den «Blick» kaum in die Kritik–auch nicht in die Kritik des Presserates. Der Grund ist einfach: Die Kampagne war mehrheitlich moralisch getragen und damit gesellschaftlich akzeptiert. Jürg Maurer ist kein Medienopfer.

Gerade der Ringier-Konzern weiss jedoch, was es heisst, abgestraft zu werden: Im Jahr 2000 zwang die Ringier-Presse den Zuger CVP-Politiker Peter Hess auf zahlreiche Verwaltungsratsämter zu verzichten, um für ein Jahr höchster Repräsentant des Landes sein zu dürfen. «Blick» verbuchte diesen Sieg, Peter Hess war ebenfalls kein Medienopfer–oder doch?

Denn der «Blick» schuf sich mit der Hess-Kampagne Feinde, die nur auf eine Gelegenheit zur Revanche warteten. Sie kam, als kurz darauf Botschafter Thomas Borer ins Visier geriet. Diese Kampagne wurde für den Ringier-Konzern nicht nur deshalb zum teuren Fiasko, weil sich die Redaktionen grobe handwerkliche Schnitzer leisteten. Entscheidend war ebenso, dass sich keine tragfähige moralische Entrüstung gegen das tatsächlich zumindest befremdliche Tun des Herrn Botschafter aufbauen liess. Im Gegenteil: Die versuchte Skandalisierung unterlag der moralischen Entrüstung, die nun gegen den Ringier-Konzern losbrandete. Wie keiner vor ihm, inszenierte sich Thomas Borer–medial getragen–als Medienopfer.

Es ist verständlich, dass Menschen mit überdurchschnittlicher Reputation besonders gefährdet sind, in eine Skandalisierung zu geraten: Einerseits lässt sich an ihnen exemplarisch Systemversagen sichtbar machen. Andererseits kommt für sie der Rollenwechsel meist überraschend, so dass sie mit ihrem Verhalten die Situation meist noch verschlimmern.

Wo also kritische Medien auftreten, sind die Medienopfer nicht weit. Doch was geschieht eigentlich, wenn Medien beginnen, sich kritisch mit einer Person zu beschäftigen?

Weshalb war es eigentlich nicht Rufmord, was der «Tages-Anzeiger», «Cash» oder auch ich bei der «Basler Zeitung» mit Dieter Behring gemacht haben? Nur mit Indizien, ohne Beweise haben wir die Reputation des Hedge-Fonds-Gurus in Frage gestellt. Eine Reputation notabene, die er nicht zuletzt auf wohlwollenden Medienberichten aufgebaut hatte. Erst die Presseberichte führten dazu, dass sich die Justiz an die Arbeit gemacht hat, und die Entwicklung des Verfahrens scheint uns Journalisten recht zu geben. Doch der Ausgang der Geschichte war zu einer gewissen Zeit ungewiss–es hätte theoretisch auch anders herauskommen, Behring sich als etwas ungeschickter und geheimniskrämerischer, aber unbescholtener Saubermann erweisen können. Noch heute gibt es Anleger, die viel Geld verloren haben und von seiner Unschuld überzeugt sind. Behring sei ein Medienopfer, meinen sie allen Ernstes.

Im Verlauf der Berichterstattung, ist mir folgendes aufgefallen: Vor der Eröffnung eines Strafverfahrens konnten alle mutmasslich beteiligten Personen namentlich genannt werden. Sobald sich die Justiz eingeschaltet hatte, änderten die Spielregeln. Plötzlich galt für Behring beispielsweise eine Unschuldvermutung, die es in dieser Form zuvor nicht gab. Mitbeteiligte und Mitbeschuldigte wie der Treuhänder Arthur Buck machen über Anwälte nun Druck, nicht mehr namentlich im Zusammenhang mit dem Fall genannt zu werden. Dies sei eine Verletzung der Persönlichkeitsrechte. Buck, ein potentielles Medienopfer.

Hier kommen wir zu einer, meines Erachtens problematischen Entwicklung: Die Wahrung der Persönlichkeitsrechte wird zunehmend über die Interessen einer freien Berichterstattung gestellt. Gerade im Bereich der Namensnennung, so meine ich, ist das höchste Gut im Journalismus–das Prinzip Öffentlichkeit–bereits pervertiert. Legitimieren muss sich nicht, wer einen Namen verschweigt, sondern wer einen Namen nennt. Selbst der Journalistenkodex des Presserates ist von diesem Virus befallen. Das «öffentliche Interesse» muss erhalten, um Ross und Reiter nennen zu können. Gütig formuliert der Presserat: «Abweichend vom Grundsatz der Anonymität darf der Name eines Betroffenen genannt werden, wenn dies durch ein überwiegendes öffentliches Interesse gerechtfertigt ist.»

Die Resultate sind bisweilen bizarr. So untersagte mir und dem Basler Internetportal Onlinereports ein Basler Gericht mit einer einstweiligen Verfügung, über den Treuhänder Bernhard Madörin zu berichten. Das Argument: Gerade weil Madörin als Politiker im öffentlichen Rampenlicht stehe, geniesse er als Geschäftsmann einen grösseren Schutz seiner Persönlichkeitsrechte. Madörin, ein Medienopfer

Ein anderes Beispiel: Alle wissen, dass Esther G., die ehemaligen Besitzerin eines beisswütigen Kampfhundes, im realen Leben Esther Grether heisst. Schon beinahe parodistisch wird ihr Name in Medienberichten aber verstümmelt. Dabei sagt der Name Esther Grether nur denjenigen etwas, die auch wissen wer Esther G. ist. Wer nicht weiss, wer Esther G. ist, der kann auch mit dem Namen Esther Grether nichts anfangen.

Über die Frage, ob heute ein Name medial genannt wird oder nicht, entscheidet immer weniger das öffentliche Interesse. Bedeutsam ist vielmehr: Erscheint die fragliche Person auf der Medienbühne in einer positiver oder in einer negativen Rolle? Kritik gilt zunehmend als eine latente Form der Persönlichkeitsverletzung. Doch die Medien–ich wiederhole mich hier–sind als «moralische Anstalt» auf beide Spielformen angewiesen: auf die guten wie auf die schlechten Vorbilder.

Wenn dem Journalismus durch rechtliche und standesrechtliche Gesetze immer engere Grenzen gesetzt werden, dann kann ich eines garantieren: Die Zahl der sogenannten Medienopfer nimmt zu–und als Folge davon schwindet die Lust zu kritischem Journalismus.

(Es gilt das gesprochene Wort.)