

## Skandale im Wahlkampf: ein Beitrag zur medialen Steigerung der Politikverachtung

*Thomas Leif*

Skandalgeschichten sind oft trügerisch und toxisch wirksam. Der Raffke-Präsident, die Abschreiberin, der Hochstapler, die Abkassierer, die Lügner. Um einen (wahren) Kern wird – oft ohne genaue Sachverhaltsklärung – eine Geschichte konfektioniert und ein Eindruck erweckt. Die Eindruckserweckung ist der eigentliche Werttreiber der Skandalisierung. Der Anspruch, die ganze Geschichte zu erfahren, verkümmert. Immer häufiger wird die gründliche Sachverhaltsklärung zur Garnitur, die flotte Vorverurteilung zum Maßstab und die geschickte Eindruckserweckung zum Muster. Der frühere Chefredakteur der dpa, Wilm Herlyn, bringt die Lage auf den Punkt: „Landauf, landab wird Qualitätsjournalismus beschworen, aber der wuchernden Skandalisierung nicht Inhalt geboten im Kampf um Verkaufszahlen, Reichweiten und Quoten.“ (newsroom, 28.8.2013)

„Politikverachtung grassiert in diesem Land, medial befeuert.“ Abgrundtiefe Respektlosigkeit führe dazu, dass Politiker „hämisch behandelt werden, wie das in unseren Medien dominiert.“ So die Bilanz von Wolfgang Thierse Ende Juni im Deutschlandfunk (28.6.2013), den er von dieser Analyse explizit nicht ausnahm. Wolfgang Michal (carta.info) spitzt im gleichen Sender zu: „Zuviel Skandalgeschrei“ löse beim Publikum einen „Überdruß aus“, die „Verbalradikalität“ und Sprunghaftigkeit würde den Medien nicht mehr abgenommen. (29.6.2013)

Auch ZDF-Intendant Thomas Bellut hat sich für die Zukunft ein lange verdrängtes Aufgabengebiet ausgesucht: „Im Moment beschäftige ich mich mit dem Thema Vorverurteilungen. Ich fürchte, dass Medien immer stärker – vielleicht auch in Folge des Internets – der Gefahr erliegen, Politiker und andere Akteure des öffentlichen Lebens vorschnell zu verurteilen.“ (FAZ, 29.6.2013) Die Causa Wulff „war an der Grenze“. Der Fall Bröderle überzogen.

Auch der Chef des ARD-Hauptstadtstudios, Ulrich Deppendorf, sieht im Verhältnis zwischen Politik und Journalisten Tendenzen für eine „gnadenlose Republik.“ In einem Vortrag an der Universität Tübingen sagte er: „Die Medien müssten aufpassen, nicht mit Skandalgeschrei und Politiker-Bashing zur Politikverdrossenheit beizutragen.“ (Reutlinger General-Anzeiger, 13.6.2013).

Vorverurteilung, Häme, Politikverachtung, faktenarme Überzeichnungen. Dieser für eine zivilisierte Kultur toxische Cocktail wird dem Publikum immer häufiger in Form der „Skandalisierung“ gereicht. Satire-Sendungen, die Fettnapf für Fettnapf der Politik abschreiten, haben heute für die Politikvermittlung eine höhere Bedeutung als die klassischen Magazine. Besonders erfolgreich ist das NDR Satire-Magazin „extra3“, das Ende Mai einen Beitrag gesendet hat, der einen weit verbreiteten journalistischen Standard illustriert. Die Sendungsidee besteht darin, dass eine junge Reporterin einen Politiker – in ernster Reporterin-Pose – mit einem erfundenen Gerücht konfrontiert. In diese Falle tappte Kurt Beck auf dem jüngsten SPD Parteitag. Das Gerücht: Andrea Nahles habe gesagt, dass seine Politik in der Zeit als SPD-Vorsitzender Schuld an der heutigen Misere der SPD sei, so der gebetsmühlenhaft vorgetragene Vorwurf. Die Dauer-„Konfrontation“ mit diesem Gerücht wechselten sich mit immer massiveren Dementis des Stoikers Beck ab, bis er Andrea Nahles herbeirufen ließ, um den vehement vorgetragenen Vorwurf zu klären. Auch sie dementierte den „Bullshit“ vor laufender Kamera.

Dem Moderator schien das alles auch nicht geheuer zu sein. Seine Abmoderation geriet zu einem halben Dementi.

Sicher – es geht um ein Satiremagazin; aber es ist vor allem ein Ausdruck der redaktionellen „Haltung“, dass die bizarre politische Realität nicht mehr genügend Stoff für echte, intelligente, belegte Beiträge bietet. Um das Publikum zu stimulieren, muss eine aus der Luft gegriffene Idee hochfrisiert oder in die Fiktions-Kiste gegriffen werden.

Der Fall zeigt, dass selbst der seriöse NDR vom Virus des „scripted reality“ erfasst ist. Die private Konkurrenz erzielt mit diesem Genre an Nachmittagen schon heute Höchstquoten. Die Realität reicht nicht mehr, sie muss realistischer werden: mit den Mitteln der Erfindung. Nach dem Motto: so könnte es sein; der Unterschied zwischen Realität und Fiktion ist ohnehin marginal. Ähnlich geht es aber auch in etablierten Magazinen zu, wie Ende Juni im MDR-Magazin „fakt“. Den Autoren ging es in Form des vermeintlich mutigen „Überfall-Journalismus“ nur darum, vom SPD-Spitzenkandidaten und SPD-Vorsitzenden die Bestätigung ihrer Hypothesen im O-Ton zu dokumentieren. Fakt ist, dass es den Autoren nicht einmal in der Konzeption ihres Beitrags um Fakten ging.

Wenn heute auf Küchenpartys etwa im akademischen Umfeld über Politik gesprochen wird – dann ist die „heute show des ZDF“ der Inbegriff der politischen Berichterstattung. Dafür wurde der Moderator sogar mit dem Hans-Joachim-Friedrichs-Preis dekoriert. Weil sich die heute show unerschrocken „mit nichts und niemanden gemein macht.“ Nicht mehr „tagesthemen“ und „heute journal“ oder gar die politischen Magazine sind heute Referenzgrößen für den informiert-interessierten Zeitgenossen, sondern Formate, die sich der satirischen Überspitzung der Realität verschrieben haben. Brüderles Nuscheleien – im Laufband übersetzt – sind dann wichtiger als seine (Netto)-Politik, die die „Bäume brennen“ lässt. Eine Zeitansage.

### **Skandalisierung ist immer ein Ausdruck der politischen Zeitgeistes**

Ein Blick zurück erleichtert die Wahrheitsfindung. Gibt es eine Antwort darauf, warum

- Rudolf Scharping (2002) wegen seiner bunten Pool-Affäre (im Zeitfenster des Kosovo-Krieges) zurücktreten musste, Verteidigungsminister Thomas de Maiziere aber – trotz Drohnen-Debakel- immer noch im Amt ist?
- Andrea Fischer und Karl-Heinz Funke (2001) wegen der immer noch nebulösen BSE-Affäre zurücktreten mussten, Verbraucherministerin Aigner trotz Tierseuchen, Pferdefleisch in der Lasagne u.v.m. aber immer noch im Amt ist?
- Rudolf Seiters und Alexander von Stahl (1993) wegen der nachweislich falschen Berichterstattung rund um den GSG9-Zugriffs in Bad Kleinen zurücktreten mussten, aber Innenminister Peter Friedrich die ignorierte NSU-Terrorwelle samt des Komplett-Versagens der Sicherheitsdienste komfortabel übersteht?
- Vertriebenenminister Theo Oberländer (1960) wegen seiner Nazi-Vergangenheit gehen musste, Globke, Filbinger und Kiesinger u. a. aber unbehelligt amtierten?

Eine Antwort auf diese schwierigen Fragen: Es kommt immer auf die Umstände an, auf die politischen Kräfteverhältnisse. Es kommt darauf an, ob ein skandalisierter Politiker den amtierenden Kanzler erreichen kann oder nicht. Und es kommt immer auf die mediale Begleitung der Skandale an. Diese mediale Grammatik der Skandale funktioniert stets nach ähnlichen Regeln.

Skandale sind heute die entscheidenden Politik-Treiber. Sie ersetzen Programme, Ideen, Leidenschaft, Charisma und den Willen der Akteure. Sie vergiften die politische Atmosphäre, weil sie eng mit der DNA des Journalismus verbunden sind. Diese ist eigentlich gekennzeichnet durch Differenzieren, Sortieren, Gewichten und Einordnen. Was ist wichtig, was ist weniger wichtig? Wie sieht die Anatomie des Sachverhalts aus? Erst die Diagnose, die tatsächlichen, sorgfältig geprüften Hintergründe – dann die Bewertung. Und nicht umgekehrt. Heute wird aber (fast) die gesamte Kreativität und Energie auf die Frage gerichtet: Wie muss ein Thema so konfektioniert und emotional frisiert werden, damit die Aufmerksamkeitsrendite beim Publikum möglichst hoch ist.

Die flotte Eindruckserweckung ist oft wichtiger als die bilanzsichere Klärung der Sachverhalte. Aufmerksamkeit bemisst sich vor allem in Auflage, Klicks und Quote und natürlich in einem privilegierten Platz im Zitier-Kartell der Medien. Skandale und Themen-Dramatisierungen sind in diesem System die Treiber für Aufmerksamkeit. Sie mutieren zu Varianten von Unterhaltung. Wichtig ist der Kick für den Augenblick, nicht der Vortrag von Fakten, Zweifeln und Fragen.

Die Grenzen zwischen wichtig und unwichtig, zwischen Nachricht und Unterhaltung verschwimmen: Aber es gibt immer mehr echte Skandale, über die wenig oder nur am Rand berichtet wird, zumal wenn sie strukturelle, systemische Konflikte betreffen, und es gibt zugleich immer mehr Neben-Aufreger, die zu Skandalen aufgeblasen werden. Vor allem wenn es um Personen, Promis und Wirtschafts-Kapitäne geht. Sichtlich betroffen verkündet die Kanzlerin ihre „Verachtung“ über zynische, irische Banker, die sich über die Dummheit ihrer deutschen Retter amüsierten. Gleichzeitig spricht sie ununterbrochen von der „Staatschuldenkrise“, die für die Verwerfungen am Finanzmarkt allein verantwortlich sind, verzögert eine effektive Bankenkontrolle und duldet eine „Bankenunion“, die selbst in der Fachwelt und der FAZ als weitgehend untauglich angesehen wird. Über den Skandal in Irland und die ehrliche Empörung wird berichtet, über die Rolle der Banken bei der Vermeidung einer wirksamen Regulierung kaum.

### **Komplexitätsreduzierung und Auslassung als Viagra der Skandalberichte**

Skandale bieten die Chance für das Publikum, (Vor-)urteile zu aktivieren und den sozialen Abgleich nach Oben zu ermöglichen. Ein sinnlich nachvollziehbarer Skandal – wie etwa die „Verwandten-Affäre“ im Landtag Bayern – ist für das Publikum viel anschaulicher als die Politik der Troika, die politische Abhängigkeit und Instrumentalisierung der EZB oder das Kleingedruckte der Finanztransaktionssteuer.

Über diesen Spagat zwischen Relevanz und Irrelevanz, über die Achsen-verschiebung der Bedeutungen, die Umkehr der Wichtigkeiten, lohnt der zweite Gedanke. Das Thema ist selbst schon in Illustrierten angekommen, die diese Mechanik aus eigener Praxis kennen.

Hans-Ulrich Jörges hat dazu in einer jüngeren Kolumne mit Bezug auf „Raffke-Wulff“ und „Pleiten-Peer“ angemahnt, über „Macht und Hybris der Medien nachzudenken“: „Rudeljournalismus nenne ich das Phänomen. Die Verwirrung von kritischem Journalismus, den es mit Zähnen und Klauen zu verteidigen gilt in besinnungslose, lustvoll-schmähende Kampagnen. Ohne Widerworte, ohne abweichendes Stimmen, ohne Selbstbesinnung. Die gab es früher verlässlich, die gibt es heute immer seltener.“ (stern, 18.4.13: 20) Kein anderer Journalist, der die „Berliner Käseglocke“ von innen kennt, hat eine solche klare und offene Standortbestimmung des Journalismus unternommen. Aber eine breit fundierte Selbstbesinnung zu dieser „Hybris“ ist nicht erkennbar.

Die politischen Folgen dieses über die Medien transportierte „negative campaigning“ sind fatal für den demokratischen Diskurs: Wir haben heute einen unglaubwürdigen Kandidaten mit Programm und eine glaubwürdige Kandidatin ohne Programm. Dies schadet der nüchternen Auseinandersetzung mit Argumenten, weil der frühzeitig ramponierte Kandidat das Medienthema ist und nicht Rede und Gegenrede zu Sachfragen.

### **Verstoß gegen die Wertordnung – um was geht es wirklich bei der Skandalberichterstattung?**

„Eine Skandalisierung kommuniziert im Modus öffentlicher Entrüstung, dass eine bestimmte Norm ungehörigerweise verletzt wurde. Auf diese Weise trägt der Skandal zur kollektiven Selbstvergewisserung bei, dass die Norm weiterhin Geltung haben soll.“ – So lautet die optimistische normative Definition von Ingo Pies, der Wirtschaftsethik in Halle lehrt. „Skandale sind nicht mit Sittenverfall gleichzusetzen.“ (FAZ, 30.3.12) Sittenverfall läge nur dann vor, wenn Skandale keine Folgen hätten, wenn man sich zynisch mit den Verfehlungen abfinden würde.

EU-Kommissar Günter Oettinger hat die Europäische Union als „Sanierungsfall“ bezeichnet. Ist dieser Tabubruch der politischen Klasse nun ein „Skandal“ oder „Sittenverfall“? Die Trennschärfe ist kompliziert. In der EU wird sich auf absehbare Zeit nichts ändern, obwohl alle Politiker hinter vorgehaltener Hand ausschweifend erläutern, was in Brüssel alles im Argen liegt. In dem Sinne wäre Oettingers Aufschlag wohl ein Sittenverfall.

Pies sieht nur die produktive Funktion von Skandalen, die gesellschaftliche Lernprozesse anstößt. Dass seine Prämisse – der wirksamen Folgen – nur selten eintritt, übersieht er allerdings. So beklagt Wolfgang Michal zur Recht die Folgenlosigkeit der Skandalberichterstattung, weil die Medien auf eine Nachprüfung ihrer Berichterstattung aus gebotener Distanz zu den Ereignissen verzichteten.

Längst dominiert tatsächlich der Selbstzweck von Empörungsritualen, von Skandalen als Auflagen- und Quoten-Katalysatoren, von Skandalen, mit denen man Konkurrenten ausschaltet, von „Aufregern“ als journalistisches Genre, von Skandalen, die von wirklich wichtigen, nicht polarisierungsfähigen Grundsatz-Fragen ablenken, von Themen, die von Neben-Konflikten handeln und mit den typischen Accessoires der Skandalisierung garniert werden. Der Skandal sozusagen als Zuckerguss rund um die faden Geschichten, die dem Publikum ohne die Garnitur der Übertreibung und Zuspitzung so fade schmecken würden wie aufgewärmtes Kantinen-Essen.

### **Die Meute auf der Empörungswelle: 10 Thesen zur Grammatik der Skandale**

1. Der Umgang mit Skandalen ist der Seismograph für die Reife und den Zustand einer Gesellschaft und ein Spiegelbild der Machtstrukturen und der Anwendung von medialer, politischer und ökonomischer Macht. Die Hitze-Skala der Skandale ist so etwas wie der Fieber-Thermometer für den Gesundheitszustand der Demokratie.

Skandale haben Ventilfunktion: Sie bieten dem gelangweilten Publikum die Chance des sozialen Abgleichs nach Oben. „Gott sei Dank geht’s mir nicht so.“ Stilles Aufatmen beim Blick in den Abgrund der Anderen. Die Skandal-Prämie des Rücktritts ist dann oft der Bonus für den Verdross über die politische und ökonomische Klasse. Skandale sind immer häufiger moderner Pranger-Ersatz. Die Skandal-Sucht ist die Ersatzdroge des unpolitischen Zeitgenossen, der Politik und Wirtschaft für ein schmutziges Geschäft hält. Deshalb unverhohlene Freude über möglichst viele Skandalopfer.

Für Medien, die einen nüchtern-ausbalancierten Stil bevorzugen, sinken Auflagen und Quoten. Deshalb müssen die Stoffe „parfümiert“ oder „angefettet“ werden. Kein Zweifel: Die Skandalberichterstattung in all ihren Spielarten ist längst zu einem eigenen Genre einer modernen Form der Unterhaltung mutiert. Die Reiz-Reaktions-Mechanismen funktionieren. Der Boulevard stimuliert schon die Titelseiten der Regionalzeitungen und vermeintlich seriöser Nachrichtensendungen.

2. Skandale müssen inszeniert werden und haben eine (oft) exakte Schrittfolge. Es gibt eine Grammatik von Skandalen. Hans Matthias Kepplinger bilanziert die mediale Mechanik: „Typisch für Skandale ist, dass die Mehrheit der Journalisten innerhalb von kurzer Zeit eine bestimmte Sichtweise hat. Die Ursache besteht darin, dass sich angesichts von Ereignissen, über die unzureichende Informationen vorliegen, Journalisten an die Meinungsführer unter ihren Kollegen anpassen. Dabei bestätigen sie sich gegenseitig in dem Gefühl, alles richtig zu sehen und zu bewerten.“ (dpa Medien-Dossier; 27.3.2013) Dies ist, vereinfacht ausgedrückt, nichts anderes als ein schlichtes „Meute-Verhalten“ oder das Mitschwimmen im Mainstream, das Schielen auf die Diktion von „spiegel-online“, den Spin der „Bild-Zeitung“. Leitmedien sind hier zunehmend die Bild-Zeitung (auch im Regionalen), immer seltener „der Spiegel“, noch seltener andere Magazine oder der öffentlich-rechtliche Rundfunk.

3. Professionelle Skandal-Designer beherrschen ihr Handwerk; sie planen schon vor der „Zündung der Bombe“ die nächsten und übernächsten Schritte, spielen mit dem zu erwartenden Reiz-Reaktions-Schema.

Folgende Schritte sind typisch:

- Das Material wird von Dritten zugespült, fast nie selbst recherchiert, der Stoff wird veredelt, aufgepeppt, konfektioniert; Zuspitzungen und Auslassungen werden fein komponiert; Übertreibung und Personalisierung sind das Glutamat des „story-tellings“.
- Besonders in der Frühphase der „Skandalberichterstattung“ geht es vor allem um die Eindruckserweckung in Bezug auf die im Raum stehenden Vorwürfe. In dieser Phase gibt es selten eine abgeschichtete Sachverhaltsklärung, oft eine poröse Faktenlage.
- Die Konfrontation der Betroffenen mit der Chance auf Gegenrede erfolgt buchstäblich in letzter Minute mit knapper Reaktionsfrist. Ein Satz der Betroffenen – kontextfrei – reicht. In speziellen Fällen wird dann noch „gedeckt“, also Nachrichtenhandel betrieben. (Wulffs erste Scheidung-Story in 'Bild' wurde am Ende im Einvernehmen mit seinem Sprecher gedruckt). Die Regel: Wer mitspielt, darf auf die Texte draufschauen, muss dafür aber umfassend auspacken und vor allem auch Bilder liefern und – je nach Prominenzgrad – auch noch später für neue Geschichten zur Verfügung stehen.
- In wichtigen Fällen wird das gesamte Material nicht auf einmal „abgeschossen“. Zusatz-Informationen, mit denen „nachgeladen“ werden kann, bleiben in Reserve.
- Nachdem ein Skandal-Thema medial „gelernt“ ist, sich ein gewisser Eindruck gefestigt hat, folgen weitere, dosierte Einzelinformationen, die die Palette der Vorwürfe ergänzen oder abrunden. Die Fortsetzungs-Story wächst sich zu einer Serie aus.
- Die gezielte Involvierung von Dritten, politischen Gegnern oder gegebenenfalls der Justiz wird parallel vorbereitet, weil die Öffentlichkeit darauf sensibel reagiert, ohne sich der meist komplizierten Sachverhaltsaufklärung zu widmen. In Seminar-Leitfäden zu effizienten Boulevard-Journalismus heißt es im Lehrbuch: „Zu viele Informationen erschweren den Lesefluss“.

- Es geht um geplante Eskalationsschritte, die nach und nach zum Zuge kommen. Die oft von den Medien initiierten „Ermittlungen“ der Justiz dienen den Medien selbst – wie im Fall Wulff professionell praktiziert – zur „sachlichen“ Unterfütterung der Dramatisierung, der Verstärkung und Vertiefung der Ausgangs-Hypothese. Das wichtigste Ziel medialer Berichterstattung ist in solchen Fällen von Anfang an die Erwirkung staatsanwaltschaftlicher Ermittlungen.
- Nicht die Substanz des Vorgangs oder Vorwurfs ist entscheidend für die blattmachenden Redakteure, sondern das Potential zur Skandalisierung.
- Es gibt meist interessen geleitete Informanten. Der Stoff für echte und vermeintliche Skandale kommt in der Regel von Feinden aus den jeweiligen Organisationen. Intrigen, Konkurrenz, Projektionen verdichten sich zu einer Attacke-Bereitschaft mit dem Ziel der Reputationszerstörung.

Der CSU-Chef, der seine Affäre samt unehelichen Kind ganz gut gemanagt hatte, bilanzierte im Zuge der Verwandten-Affäre im bayerischen Landtag diese Mechanik: „Wie wenn man auf der Treibjagd ist und die Bluthunde wittern eine Blutspur. Da wird nicht mehr links und rechts geschaut. Das ist schlimm.“ (Faz-net 14.5.13) Seehofer spricht aus, was viele seiner Kollegen in der politischen Klasse denken, aber nicht zu sagen wagen. Pressesprecher (aus den Medien) empfehlen ihren Chefs stets, sich nicht mit den Medien – ganz gleich was vorgefallen ist – auseinander zu setzen.

Altersmilder äußerte sich Wolfgang Thierse, der mit seiner sanften Schwaben-Kritik („Schrippe statt Weckle“) im Prenzlauer Berg die Gemüter erhitzte: „Eine ironische Nebenbemerkung erzeugt ein Echo, wie ich es in einem Vierteljahrhundert fleißiger Arbeit als Politiker nicht erlebt habe. Da könnte man verzweifeln.“ (SZ-magazin 24.5.13: 24)

Medien nutzen in der Erregungs- und Empörungsgesellschaft echte und vermeintliche Skandale zur Steigerung ihrer wichtigsten Währung: der Aufmerksamkeit und Stimulanz des Publikums. Angetrieben wird dieser Kampf um Aufmerksamkeit von einem gnadenlosen Konkurrenzkampf. In diesem Ratten-Rennen gilt immer häufiger das Prinzip „hit and run.“ Skandalisierung in allen Spielarten ist heute das Öl, um die oft besinnungslose mediale Tempospirale auf Hochtouren zu bringen. Es gilt sogar die Devise: Man setzt etwas in die Welt und schaut dann auf die Reaktionen.

Horst Köhler bündelte diese Entwicklungen vor einem Jahr in seiner Rede bei den Wittenberger Gesprächen: „... die Medien hierzulande kennen durchaus die Versuchung und auch den Druck, sich auf Unterhaltung, Werbung und Propaganda zu beschränken.“ (FR 15.3.2012) „Wir haben heute in den Medien eine Sparte, die vom leichtfertigen Verdacht und von der entehrenden Unterstellung lebt.“ Und weiter: „Früher hatten die Medien vor allem Spezialisten für das genaue Verständnis, für das Lesen und Verstehen auch zwischen den Zeilen. Heute haben sie immer mehr Spezialisten für das bewusste Missverstehen und die ehrenrührige Schnödigkeit.“ Die Grundtugend des „Informations-Verstehens“ ist durch die Versuchung der „Konflikt-Inszenierung“ abgelöst worden. Im Übrigen ist es viel bequemer, in Schlagzeilen zu denken, als einen echten oder vermeintlichen Skandal zu durchdringen und analytisch zu sezieren.

4. Medien sind auf permanenten Skandal-Stoff angewiesen. In ihrer Berichterstattung spiegelt sich das veränderte Verhältnis von Medien und Politik wider. Skandalberichterstattung ist heute Politikersatz. Wenn man sich an Skandalen – echten und herbei geschriebenen – weiden kann, rückt das Relevante in die Zone der Irrelevanz.

Vor allem der in seiner Tiefenwirkung bis heute von den meisten Medien ignorierte Fall Wulff ist ein Beispiel für die Veränderung des Rollenverhältnisses zwischen Politik und Medien. Wulffs Verhängnis war auch sein politisches Postulat: „Der Islam gehört zu Deutschland“. Damit hatte er – so die Auffassung der wichtigen Eigentümer – indirekt gegen das Statut des Axel-Springer-Verlags verstoßen, der der Versöhnung mit Israel („von islamischen Staaten bedroht“) eine Sonderrolle beimisst. Unreflektiert bleibt der Fall Köhler, der vom „Monster der Finanzmärkte“ gesprochen hat. Bundespräsident Horst Köhlers Verhängnis war nicht sein etwas ungeschicktes Interview zur Rolle der Bundeswehr im Ausland. Ein vergleichbar harmloser Vorwand. Die FDP – seine Förderer – und Teile der Union hatten große Hoffnungen in den früheren Präsidenten des Sparkassenverbandes gesetzt. Er sollte die Politik der Bundesregierung auf dem Höhepunkt der Finanzmarkt- und Eurokrise medial begleiten und öffentlich stützen.

Schärfste Bankenkritik von einem ehemaligen Banker. Damit hatte niemand kalkuliert. Er hat mit seiner öffentlichen Kritik an den Banken die Fallhöhe seines Falles selbst aufgebaut. Köhler – eher der Mann der Spitzen-Administration – glaubte im Schutz des Amtes von intriganten politischen Angriffen verschont zu werden. Er war verletzbarer. Die Wucht von Intrigen und die Wirkkraft politischer Konflikte können sich zu Hass aufladen, der irgendwann nicht mehr zu verkraften ist. Zumal nicht von Leuten, die lange Zeit in den erhabenen Höhen der Diplomatie von derlei scharfen Attacken verschont blieben.

Hintergrund dieser Rollenverschiebungen zwischen Politik und Medien werden zwar intern bestätigt, öffentlich aber nicht kommuniziert. Was ist im Kern der Treiber, die unsichtbare Hand, dieser Entwicklung? „Es ist mein fester Eindruck, dass die Medien im Ringen mit der Politik inzwischen klar die Oberhand gewonnen haben.“ (Wolf von Lojewski) Die De-Klassierung der politischen Klasse über echte und hochfrisierte Skandale gehört mittlerweile in vielen Redaktionen zum Glaubensbekenntnis.

Skandalberichterstattung ist karrierefördernd und nützlich im Rudel der Konkurrenz. Wer bestimmte Stoffe wirkmächtig in einem einflussreichen Medium präsentiert hat, bekommt neuen Stoff von den darauf spezialisierten Informanten. Der Kreislauf kommt in Schwung. Agenturen, die das Vermittlungsgeschäft lautlos beherrschen, wissen, wo sie ihr „schmutziges Material“ hinterlegen müssen, um ihr angestrebtes Ziel zu erreichen. Skandalberichterstattung ist oft genug schlichter Nachrichtenhandel. Es geht hierbei nicht zuerst profan um Geld, Skandalberichte im Tausch gegen Wohlverhalten ist auch eine mächtige Währung. Themen platzieren oder wegtelefonieren kann im Zweifel ein Machtvorteil im politischen Wettbewerb sein.

Es wäre zu einfach und vordergründig, die alleinige Verantwortung bei den Medien abzuladen. Vielmehr hat sich im Sog der Mediengesellschaft bei vielen (jüngeren) Politikern die Haltung verfestigt, alle Pläne, Reaktionen und Initiativen zunächst auf die Frage zu reduzieren: Wie werden die Medien auf diesen Vorgang oder jene Initiative reagieren? In der Folge heißt das: Die gesamte politische Arbeit wird auf Medienresonanz ausgerichtet. Medienwirkungen sind damit integraler Bestandteil der Politikherstellung von Anfang an. Joschka Fischers Pollenflug – das Aufsaugen der medialen Stimmungen im Direktkontakt mit Journalisten – ist legendär; viele Hintergrundgespräche dienen nur dem Abtasten von potentiellen Reaktionen; Themen-Luftballons werden gestartet, um deren potentielle Wirkung zu testen. Die SPD-Kampa hatte beispielsweise bestimmte Initiativen vorab in der „FAS“ platziert, um auszutesten, wie die Reaktion anderer Medien darauf ausschaute.

5. Bezogen auf die Causa Wulff stellte Stefan Detjen (DLF) einen „Machtkampf zwischen Staatsoberhaupt und Medien“ fest. Selbst nach juristischer Klärung des Gros der Sachverhalte zum Fall Wulff haben sich die allermeisten Medien auf eine gemeinsame Sprachregelung festgelegt: nicht mehr die juristischen Vorwürfe (nicht einmal der im Raum stehende Vorwurf der Bestechlichkeit) seien zentral, sondern der politische Stil, die Verfehlungen (ausgerechnet im Umgang mit den Medien) des ehemaligen Bundespräsidenten. Dieser Stil sei mit dem Amt nicht vereinbar. Im Nachhinein wird die Summe der Verfehlungen und Ungeschicklichkeiten zu einem Verdikt verdichtet. Besonnene Stimmen, die die Umstände dieser kritikwürdigen Reaktionen in dieser Konfliktgeschichte bilanzieren, fehlen weitgehend.

Was jetzt als „Bestechung“ noch verhandelt wird, ist längst weithin Teil politischer Praxis. Immer wieder unterschreiben Ministerpräsidenten Sponsoring-Anfragen im Zusammenhang u. a. mit den großen Sommerfesten ihrer Landesvertretungen. Immer wieder lassen sie (überhöhte) Redner-Honorare und Veranstaltungs-Präsenzen über nahestehende Agenturen abwickeln, die einen beachtlichen Teil der Einnahmen später an die Parteien weiterreichen. Nichts passiert hier, aber Bestechung wird offenbar nicht nur im Fall Wulff zweigleisig interpretiert. Landschaftspflege, Wirtschaftsförderung, Ansiedlungspolitik wird nahezu von allen Politikern verlangt. Oft lassen sie sich im Amt instrumentalisieren. Wer hier Grundsätze verletzt sieht, sollte aber nicht nur den Splitter im Auge eines Einzelnen, sondern den Balken im gesamten System zumindest in Betracht ziehen.

Medien-Selbstkritik ist aber offenbar so unrealistisch wie ein Junkie, der freiwillig auf eine geschenkte Stoff-Dosis verzichtet. Wahrscheinlich ist es nicht übertrieben, wenn man konstatiert, dass der „Moralatlas“ der meisten Medienmacher verkommen ist, wie es nicht nur der jüngste „transparency-Bericht“ zeigte.

6. Typisch für die „Grammatik der Skandale“ ist auch, dass die Zahl der Parteifreunde oder Unterstützer mit der Schärfe der medialen Skandalisierung schwindet (selbst vom einst tapferen Pfarrer Peter Hintze war lange nichts zum Fall Wulff zu hören). Es gilt das schwäbische Sprichwort: „Wir halten immer zusammen, außer wenn einer in Not ist.“

Skandalisierungs-Höhepunkte sind zudem die Brunftzeit für alte Abrechnungen von Gegnern oder vermeintlichen Freunden. Auch das bietet neuen Stoff für die Berichterstattung.

7. Auf fruchtbaren Boden fallen alle echten und vermeintlichen Skandalberichte, weil sich im Zuge der umfassenden Boulevardisierung der Medien die Nachrichtenfaktoren (lautlos, aber in der Praxis akzeptiert) verändert haben. Im Zentrum steht heute der sogenannte Gesprächswert eines Themas; dann folgen die Faktoren Visualisierung (Bilder), Prominenz, Emotion und Schicksal. Richtig oder falsch, Schwarz-Weiß-Grau, echte Relevanz etc.: All das folgt später – oder nie. „Bild“ ist für diese Praxis – so die übereinstimmende Feststellung von Top-Profis in den Nachrichtenagenturen und in medialen Schlüsselstellungen – definitiv Leitmedium. Über diese journalistische Achsenverschiebung wird öffentlich nicht gesprochen. Intern ist die Debatte tabuisiert.

Ein Fallbeispiel, das diese Entwicklung illustriert: Erkennungszeichen der Skandalsprache ist das gekoppelte Wort: „Sex-Monster“, Brutalo-Schläger, Polit-Abzocker etc. Wie stark diese Boulevardsprache auch die seriöseren Medien infiziert hat, illustrierte die Nachrichtenagentur dpa. Mitte Mai titelte sie: „Polnisches Pörmille-Baby außer Lebensgefahr.“ Das Pörmille-Baby ist nur ein typisches Beispiel der grassierenden Boulevardisierung. Zuspitzung als Selbstzweck. Und die Erläuterung des Sprechers von dpa: „Wenn wir einen Sachverhalt in der Überschrift



sprachlich zuspitzen, dabei aber korrekt wiedergeben, ist das aus meiner Sicht in Ordnung.“ (SZ, 19.5.13) Ein weiterer Trend im „Überschriften-Journalismus.“ Mit der Nebenwirkung dass die Skandalisierungskultur stimuliert wird: Überschriften versprechen immer mehr, als die Texte später halten. Selbst in „seriösen“ Medien wird diese Praxis auch im Zuge der Suchmaschinenoptimierung intensiv gepflegt.

8. Digitalisierung ist ein Treiber des Boulevard-Journalismus. Klickraten bestimmen alles. Online first wird proklamiert. Die Suchmaschinen werden auf diese Geschäftsmodelle ausgerichtet. Sex and crime sowie „Skandale jeder Art“ werden programmiert, gefunden, geklickt und getwittert. „Die Zeit“ hat zu dieser Entwicklung in facebook und twitter analysiert: „Die Gefahr ist, dass der raue Ton, die hämischen Kommentare, die schnellen Empörungswellen die Leute wieder abschrecken. Dass die politische Debatte ausgerechnet dort austrocknet, wo sie sich eine neue Lebendigkeit erhofft hatte.“ (Zeit, 16.5.13)

Skandale sind in der Regel nicht steuerbar; ihnen wohnt der Charakter der Unberechenbarkeit inne. Erst aus großer Distanz, wenn die Messen gelesen und die Karrieren beendet sind, gibt es gelegentlich eine neue „Draufsicht“ auf die Vorgänge (vgl. die Medienberichterstattung zu Bad Kleinen – newsroom, 24.6.2013).

9. Die sog. Krisenkommunikation und Risikokommunikation ist eine überschätzte Disziplin, die von der Hybris der Steuerbarkeit von Skandalen lebt. Die höchste Kunst ist es, unangenehme „Nachrichten“ „wegzutelefonieren“. Dies mag im Einzelfall funktionieren. Die gängige, vermittelte Regel – ähnlich wie bei einer Selbstanzeige in Steuer-Delikten –, alles auf einen Schlag zu bekennen, überschätzt die Wirkung dieses Vorgehens. Von Ausnahmen, die künftig prägend sein können, abgesehen: Die wahre PR-Professionalität ist das „verspätete“ Interview von Uli Höneß mit der ‚Zeit‘ (2.5.2013). Hier sind alle Narrative für spätere Debatten und Verhandlungen bereits hinterlegt. Ein geschickt platziertes, sehr wohlwollendes Interview und keine weitere, öffentliche Aussage. Höneß ist ein Sonderfall, der lehrreich ist, weil die üblichen Gesetze der Skandalberichterstattung hier nicht greifen. Er bleibt Präsident, trotz aller Bedenken. Ferdinand Knauß attestierte in der „Wirtschaftswoche“ (3.5.2013) „ein Lehrstück der professionellen Krisenkommunikation“. „Im ‚Zeit‘-Interview inszeniert sich der Bayern-Präsident als reuiger Sünder und Börsensüchtiger.“ Höneß ist kein Politiker, sondern ein erfolgreicher, cleverer Manager des Geschäftsmodells 1. FC Bayern. Seine Geschäftspartner lieben ihn, aber auch die Fans in der Kurve und die (Sport)-Journalisten. Auch andere gesellschaftliche Größen, die ihr in Deutschland verdientes Geld im Ausland versteuern, werden geschont und etwa von der „Süddeutschen Zeitung“ – quasi als Hauszeitung – gelegentlich abgeschirmt. (Beckenbauer, Spitzensportler etc.)

Auch Rainer Brüderle scheint mit einer ähnlichen beharrenden Antwort Recht zu behalten. Er bleibt im Amt und schweigt zu den ihm unterstellten, aber nie nachgewiesenen sexuellen Übergriffen. Selbst Hans-Ulrich Jörges war gegen die aufgesetzte „Brüderle-Geschichte“ im „stern“. Das gleiche gilt für den Verteidigungsminister. Trotz Rechnungshofberichten, Untersuchungsausschuss und einer breiten, kritischen Berichterstattung Thomas de Maiziere bleibt im Amt, trotz der Skandalberichterstattung.

Möglicherweise sind diese drei „Skandal-Fälle“ Wetterleuchten für einen neuen Umgang mit Skandalen und ein Fingerzeig der Politik. Nicht sofort zurücktreten, den Skandalsturm aushalten und abwarten, bis sich die Spreu vom Weizen trennt. Mit dieser Methode stemmen sie sich gegen die hektischen Skandal-Zyklen der Medien. Ob sich hier schon ein Trend ausmachen lässt, ist

offen. Wie die Medien auf diese Reaktionen der Betroffenen reagieren werden, ist ebenfalls noch nicht absehbar.

10. Eine vertiefte Reflexion der Medien im Feld der Skandalberichterstattung wäre naives Wunsch-Denken. Zwar schrieb Jasper von Altenbockum in einem „FAZ“-Leitartikel über „Steinbrücks Opfergang“ (FAZ 21.6.2013) durchaus selbstkritisch: „Dem Kanzlerkandidaten ist widerfahren, was man als ‚Fertigmachen‘ begreifen kann.“ Er führt aus: „Oft hat es Tage gedauert, bis der Skandal ein Skandal war, den man haben wollte. Im Fall der Nebentätigkeiten sogar Jahre. Nicht nur Steinbrück ist Opfer dieses Rituals, denn die publizistische Kopfgeldjagd gehört mittlerweile zum Geschäft politischer Öffentlichkeit.“

Möglicherweise wird die neue Form des negative campaignings in der Öffentlichkeit nach der Bundestagswahl reflektiert. Ex post. Aber von wem? Die Medien haben daran kein Interesse, akzeptierte Instanzen für solch ein dringend notwendiges Vorhaben gibt es nicht. Der Presserat – von den Justitiaren der Spitzen-Verleger faktisch dominiert – sieht sich nicht in der Verantwortung.

### Schlussbetrachtung: Der Fall Christian von Boetticher

Wer die Muster der flächendeckenden Skandalisierung verstehen will, findet in dem Buch „Die gehetzte Politik“ (2013) – einem Projekt von Studierenden der Universität Tübingen – reichhaltiges Belegmaterial vor allem von Politikern. Hier wird das Leben untere der „Käseglocke“ sinnlich von den Akteuren selbst beschrieben. Besonders eindrucksvoll ist das Lehrstück von Christian von Boetticher, der – wie so oft – von seinen „eigenen Leuten“ gestürzt wurde. Ein Lehrstück aus erster Hand:

„Ich habe die Brutalität meiner eigenen ‚Parteifreunde‘ unterschätzt.(...) Einige meiner Parteifreunde lagen bereits seit einigen Jahren auf der Lauer, um mich zu beseitigen, und ich habe ihnen schließlich die Munition geliefert. Mein Fehler wurde dabei mithilfe der Medien sehr professionell und für mich menschlich kaum nachvollziehbar ausgenutzt. (...) Hetzjagd des Boulevards (...) Beispielhaft ist ein Beitrag der Hamburger Morgenpost, in dem die Redakteure willkürlich sechs Fotos aus dem Internet kopierten, auf denen ich als Minister oder Abgeordneter zum Teil dienstlich mit irgendwelchen Frauen zu sehen war. Die Frauengesichter wurden anonymisiert, um sie allesamt als meine Affären darstellen zu können, und ich wurde als ‚Weiberheld von der Waterkant‘ titulierte. Das ist ein Abgrund an journalistischer Meinungsmache, an Persönlichkeitszerstörung, die in Deutschland inzwischen erschreckende Ausmaße angenommen hat. (...) Die Medien gestalten ganz bewusst die Politik, und das macht mir zunehmend Sorgen. (...) Als Politiker sehen sie sich also plötzlich vor die Wahl gestellt: Entweder sie erfüllen die Erwartungen der Journalisten oder sie werden kaputtgeschrieben. (...) Die Wahrheit interessiert eigentlich niemanden, wenn die Auflage stimmt. (...) Der Boulevard hat mich fast eine Woche lang täglich auf Seite Eins zerrissen. Am Ende gerettet hat mich gewissermaßen das Baby von Prinzessin Victoria von Schweden. Die Nachricht von der Schwangerschaft lieferte Ende August neue tolle Schlagzeilen. (...) Welches Ausmaß eine Geschichte einnimmt, hängt am Ende auch davon ab, wie viel Rückhalt man findet und wie geschickt die Neider in der eigenen Partei sind. Denn interessanterweise werden die skandalträchtigen Geschichten fast ausschließlich parteiintern genutzt. (...) Für jede Information schreiben die Journalisten ein nettes persönliches Statement über den Informanten. Dieses sehr enge Verflechtungssystem zwischen politischem Journalismus und Politikern, die hoch hinaus wollen, führt dazu, dass Denunziantentum an der Tagesordnung ist.“

Der Trend zur Skandalisierung wird weiter wachsen, weil die Medien offenbar davon profitieren und die Konsumenten – abgestumpft und politikverachtend – Politiker derzeit nur im Zustand des Rücktritts ertragen können. Nur eine unabhängige Kommission beim Bundespräsidenten könnte sich – gespeist aus Erfahrung und Weisheit der Praktiker von allen Seiten – mit der Grammatik der Skandale und der Umkehr der Wichtigkeiten beschäftigen. Vorsitzender: der Alt-Präsident Richard von Weizsäcker, Schriftführer: Ulrich Jörges.

*Thomas Leif* ist Publizist und lebt in Wiesbaden.