

ERKENNTNISSE EINES MEDIENOPFERS

Medienopfer: In der NZZ am Sonntag Nr. 37/05 diskutierte Urs Rauber mit dem Journalisten Karl Lüönd und dem abgesetzten Schweizer Geheimdienstchef Peter Regli über Medienkampagnen. Für die NZZ am Sonntag stellte Urs Rauber die Fragen. Die Erkenntnisse des Medienopfers Regli wie auch der Blick von Lüönd hinter die Kulissen der Medien- und Journalistenwelt verdeutlichen, wie Medienkampagnen entstehen und machen bewusst, wie wir uns dagegen wappnen könnten.

Text: **Marcus Knill** Fotos: **Keystone**

1. SEQUENZ

NZZ am Sonntag: "Herr Regli. Sie standen als Geheimdienstchef im Zentrum einer 'Affäre', die ab 1999 monatelang die Medien-Schlagzeilen beherrschte. Wie empfanden Sie die psychische Situation, in die Sie plötzlich geraten sind?"

Regli: "Beim 'Fall Regli' gibt es vier Eckpunkte. Der erste wurde ausgelöst durch eine blutrünstige Bundesanwältin, die die falschen Anschuldigungen des Betrügers Bellasi geglaubt und gehofft hat, es sei endlich ihr grosser Fall, der sie in die Geschichte bringe. Der zweite Eckpunkt war mein politischer Vorgesetzter, der nicht krisentauglich und extrem mediengesteuert war. Er hat die falschen Anschuldigungen des Täters und die Vorverurteilung der Bundesanwältin ebenfalls geglaubt und mich an jener Pressekonferenz vom 22. August 1999 vollständig den Medien zum Frass vorgeworfen. Ich bin primär ein Opfer des politischen Chefs, der nicht vor mich hin stand."

NZZ am Sonntag: "Sie meinen: von Bundesrat Ogi?"

Regli: "Sie nennen ihn. Drittens bin ich Mitglied einer Partei, die sich dadurch auszeichnet, dass sie abtaucht, wenn etwas passiert. Das haben auch Elisabeth Kopp, Botschafter Jagmetti, Thomas Borer und Regierungsrat Aliesch erfahren. Wir sind alle in der gleichen Partei! Schlimmer noch: Parlamentarier dieser Partei waren die Ersten, die mich verurteilten, bevor die Untersuchung überhaupt begonnen hatte. Dazu kamen – viertens – die Medien. Dass diese um den Scheiterhaufen tanzten, den die Politiker angezündet und in den engste Mitarbeiter des Vorgesetzten Öl gegossen hatten, ist verständlich."

NZZ am Sonntag: "Sie machen also nicht primär den Medien einen Vorwurf?"

Regli: "Hätte ich einen Vorgesetzten gehabt mit der Leadership eines Tony Blair, eines Schily oder Sarkozy, wäre dieser Fall anders verlaufen, und die Medien hätten anders reagiert."

NZZ am Sonntag (greift nach): "Nochmals die Frage: Wie hat sich dies psychisch auf Sie ausgewirkt?"

Regli: "Es war unheimlich. Es lastete ein enormer Druck auf mir, da ich nie wusste, was am nächsten Tag kommt. Plötzlich war ich in eine Welt katapultiert, in der ich nicht mehr schlafen konnte. Aber nicht nur ich war total verunsichert, meine Frau, die als Juristin arbeitet, verstand die Welt nicht mehr."

ANALYSE

Mit der ersten Frage spricht der Gesprächsleiter die Emotionen des Medienopfers an. Reglis Formulierungen lassen seinen tiefen Groll spüren. Er spricht von der "blutrünstigen" Bundesanwältin und nimmt gegenüber dem ehemaligen Chef kein Blatt vor den Mund: Er war "nicht krisentauglich" und "extrem mediengesteuert". Regli hält sich konsequent an die Struktur mit vier Eckpunkten. Die ersten beiden Punkte benennt er im ersten Teil der Antwort:

1. Bundesanwältin.
2. Politischer Vorgesetzter. Den Namen nennt er nicht (absichtlich). Auf die konkrete Nachfrage antwortet Regli mir der geschickten Formulierung: "Sie nennen ihn." Damit muss er selbst den Namen nicht aussprechen. Dennoch ist es offensichtlich: Es war Bundesrat Ogi. Hernach kehrt Regli konsequent zur angekündigten Vier-Eckpunkte-Struktur zurück und fährt fort:
3. Die Partei (dass es die FDP ist, wird durch die Namen der Betroffenen ersichtlich). Regli reiht sich dadurch in die Fälle Kopp, Borer, Aliesch ein und wir bekommen den Eindruck, als ob die genannten Persönlichkeiten vergleichbare Medienopfer gewesen wären. Unsere Analysen haben jedoch ergeben, dass bei den Fällen Kopp, Borer und Aliesch die Angeklagten selbst im Umgang mit Medien gravierende Fehler gemacht hatten (vor allem zu Beginn des Skandals). Beim Eckpunkt "Partei" kommt erneut tiefer Groll hoch. Regli klagt die FDP-Parlamentarier an, die in seinem Fall sogar mit der Vorverurteilung begonnen hatten. Es fällt auf: Regli klammerte keinen Eckpunkt aus (viele aufgebrachte Redner verlieren im Laufe ihrer längeren Ausführung die angekündigte Struktur). Regli erwähnt auch noch den vierten Eckpunkt:
4. Die Medien. Er argumentiert mit guten Bildern: Scheiterhaufen – Tanz ums Feuer – Öl ins Feuer giessen. Im ersten Teil der Antwort geht Regli auf die psychischen Auswirkungen nicht ein. Der Journalist hakt nach. Die psychischen Auswirkungen werden hierauf kurz – dennoch einleuchtend – geschildert. Regli veranschaulicht, welche Auswirkungen es haben kann, wenn man unverhofft – unverschuldet – angeklagt wird und den Medien ausgeliefert bleibt. "An den Pranger gestellt zu werden, hatte aber Auswirkungen auf Körper und Psyche."

2. SEQUENZ

Karl Lüönd: “Ich hatte auch einige Male den Vorzug, auf der anderen Seite stehen zu dürfen, indem über mich berichtet wurde. Dabei fielen mir zwei Dinge auf. Die unerhörte Naivität der meisten Kollegen und das Folgesyndrom, das Sie mit dem Tanz um den Scheiterhaufen beschreiben – ein erschreckender Mangel an Eigenständigkeit und Kritik. Das werfe ich meiner Branche am meisten vor: Der kritische Habitus, den die Medien für sich beanspruchen, findet häufig sein Ende dann, wenn es um die Fragen an die eigene Adresse geht.”

Regli: “Wann stand der Aufdecker-Journalist Karl Lüönd auf der anderen Seite?”

Lüönd: “Beim Fall Kopp 1984 waren Niklaus Meienberg und ich die einzigen, die mit der Geschichte um die ‘Füdlitätschaffäre’ öffentlich hingestanden sind. Wir wurden deswegen persönlich heftig attackiert. Aber ich habe ein robustes Nervenkostüm wie Sie und habe es deshalb überstanden.”

NZZ am Sonntag: “Was für ein Trieb leitet Journalisten, die kampagnenmässig vermeintlichen Missetäter zu jagen?”

Lüönd: “Von einer Jagd kann man nur sprechen, wenn sie sich nach waidgerechten Regeln abspielt, sonst geht es um Wilderei. Ganz wesentlich ist der Herdentrieb. Einige Leitmedien gehen voraus, und nach dem Bibelwort ‘Die Kamele folgten ihm’ rennen die andern hinterher.”

Regli: “Können Sie mir ein Psychogramm jenes Medienschaffenden geben, der wie ein Wilderer darauf aus ist, jeden Tag irgendwo Blut zu riechen, im Bewusstsein, Unrecht zu tun?”

Lüönd: “Ich stelle Bewusstsein und Vorsätzlichkeit in Frage. Wenn es eine Gemeinsamkeit gibt, sind es Leute, die auf Druck von oben empfindlich sind. Dazu kommt, dass wir Journalisten mit anarchistischen Genen zur Welt gekommen sind und Mühe haben mit Strukturen und Unterordnung. Da sind Sie als Freisinniger, Divisionär, hoher Chefbeamter und Geheimdienstmann halt ein gutes Feindbild.”

Regli: “Wenn Medien falsche Verdächtigungen verbreiten, fällt es ihnen oft schwer, diese später zurückzunehmen. Warum?”

Lüönd: “Es gibt in den Medien einen rechthaberischen Grundzug, weil sie, vor allem in der Schweiz, lange als Hofhunde der politischen Macht gehalten wurden – Parteiblätter als Plattform für politische Propaganda. Inzwischen sind die Medien eine Industrie, die aus wirtschaftlichen Gründen betrieben wird; sie stehen untereinander in Konkurrenz.”

Regli: “Aber dieses Geschäft erfolgt auf Kosten einer Person.”

Lüönd: “Widerspruch – es ist nicht das Prinzip, dass es auf jemandes Kosten gehen muss, sondern ein Risiko.”

ANALYSE

Karl Lüönd gelingt es, die eigene Arbeit als Journalist differenziert zu betrachten. Ohne seiner Berufsgruppe in den Rücken zu fallen, macht er den Lesern bewusst, dass Journalisten auch nur Menschen sind und als Kritiker Kritik am eigenen Tun nicht schätzen. Wir konnten in unseren Seminaren immer wieder beobachten: Wer viel kritisieren muss, hat vielfach ein Problem, wenn er selbst kritisiert wird.

Sämtliche Medien tendieren zur Boulevardisierung. Im Aufdecken von Skandalen – auch durch das “Fertigmachen” – kann ein Journalist mit “Killerinstinkt” Erfolge buchen. Diese Tendenz führt oft zu einer destruktiven Grundhaltung.

Im Zusammenhang mit der Medienopferproblematik gilt es ferner zu bedenken: Journalisten kennen Journalisten. Bei Skandalen ist bei Medien das so genannte “Trittbrettfahren” üblich. Journalisten schwelgen gleichsam “im eigenen Saft”. Man spricht unter Medienwissenschaftlern bei diesem Phänomen von der so genannten Selbstreflexion. Medien reflektieren sich an der eigenen Medienwirklichkeit. Dadurch kann es so weit kommen, dass ungeklärte Sachverhalte allmählich zur Tatsache zu mutieren scheinen. Vermehrte Selbstkritik der Medien wäre deshalb hilfreich.

Wer die Interaktion von Politik und Medien genauer verfolgt, stellt fest, dass es vielfach um das Spannungsfeld Nähe und Distanz geht.

– Wer benutzt wen?

– Wer instrumentalisiert wen?

– Wer braucht wen?

Journalisten haben eher anarchistische Gene, will heissen: Journalisten lieben die Unabhängigkeit und distanzieren sich in der Regel von hierarchischen Strukturen.

Journalisten haben eine Wächterfunktion und können mit scharfen Waffen hantieren, wenn sie fragwürdige Sachverhalte überprüfen müssen. Sie haben es mit verschiedensten Informanten zu tun. Die Schwierigkeit besteht darin, den Wahrheitsgehalt der “Zuträger” richtig einzuschätzen. Wir haben Verständnis dafür, wenn Journalisten Aussagen misstrauen. Ein bekannter Moderator verriet mir: Bei einem geschulten Manager, der ungezählte Medienseminare besucht hat und vor der Kamera mit blauen Augen treuherzig eine fragwürdige Geschichte auftritt, muss ein Journalist unter Umständen mit fragwürdigeren Mitteln irritieren oder destabilisieren, um herauszufinden, ob er tatsächlich die Wahrheit sagt. Lüönds Analyse der Positionierung der Journalisten hilft uns, die Situation der Medienwelt besser zu verstehen.



Ex-Geheimdienstchef Peter Regli.

3. SEQUENZ

NZZ am Sonntag: “Wie kann man sich gegen Medienkampagnen wehren?”

Regli: “Wer unter Politikern dient, sollte ein Tagebuch führen. So ist es möglich, nachzuweisen, was der Vorgesetzte wann zu wem gesagt hat. Weiter empfehle ich Leuten in einer Führungsposition ein Medientraining: Sie müssen die Tricks der Journalisten kennen. Drittens würde ich heute von Anfang an einen Medienjuristen beiziehen, der jede falsche Anschuldigung sofort einklagt und allenfalls mit Genugtuungszahlungen droht, welche die Verlage schmerzen.”

NZZ am Sonntag: “Was empfiehlt der Medien-Ombudsmann seinen Journalistenkollegen?”

Lüönd: “Die Geschichten müssen erstens stimmen, zweitens das Publikum interessieren. Im Übrigen heisst mein Mantra: Wir müssen in den Medien mehr an der Qualität arbeiten. Die Leute müssen besser aus- und weitergebildet werden.”

ANALYSE

“Ein Tagebuch führen” klingt nach Misstrauen. In schwierigen Situationen (bei sich anbahnenden Krisen- oder mobbingähnlichen Situationen ist aber das Festhalten von Fakten hilfreich). Noch wichtiger ist es, stets zu wissen, was gesagt wird und was nicht gesagt werden kann.

Regli weist auf einen der wichtigsten Punkte hin: das Training. Bei der Medienrhetorik genügt das Lesen von Fachbüchern allein nicht. Wir gehen davon aus, dass Regli verschiedene Medientrainings im “Mediensimulator” absolviert hat, so wie ein Pilot – der gut fliegen kann – ebenfalls die Arbeit im Simulator als etwas Selbstverständliches betrachtet. Erstaunlich, dass erfolgreiche Führungspersönlichkeiten das konstante Briefing als Selbstverständlichkeit betrachten, während manche Kadermitglieder glauben, eine Grundausbildung genüge bis ans Lebensende. Sie finden, Debriefings nach Auftritten oder regelmässige Checks im Mediensimulator wären unnötig.

Der “Beizug eines Juristen”, das “Drohen” oder “das Einreichen einer Klage” scheinen empfehlenswerte Mittel für Medienopfer zu sein (wie bei Schröder). Wir empfehlen immer erst das Gespräch mit dem betreffenden Journalisten oder der Chefredaktion zu suchen, bevor rechtliche Schritte eingeleitet werden. In gewissen Fällen kann eine provisorische Verfügung hilfreich sein.

FAZIT

Was können wir tun, wenn die Gefahr besteht, dass wir Medienopfer werden? Vorerst gilt zu bedenken, dass eine Person, die von sich aus mit “mediengeilem” Verhalten den Medien die Privatsphäre geöffnet hat, nicht als Medienopfer bezeichnet werden kann.

Es gibt vorbeugende Massnahmen: Zurückhaltung mit Homestorys. Sich bewusst machen: Wer Medien in guten Zeiten Tür und Tor öffnet, muss sich nicht wundern, wenn die Medien auch in schlechten Zeiten persönlich werden. Medientraining ist ein Muss. Vorwürfe antizipieren. Bei jeder Auskunft gilt:

warten – klären – Bedenkzeit gewinnen – (am Telefon wird die Telefonnummer erfragt und erst nach einigen Minuten zurückgerufen). Wissen, was gesagt werden kann und was nicht gesagt werden darf. Medienberichte, wenn immer möglich, vor der Veröffentlichung gegenlesen! Externe Beratung suchen. ■

WINKLER VERANSTALTUNGEN
1/3 QUER RA
235 X 107