

Medienrhetorik

«Meteo-Rhetorik» und Kachelmanns Verhalten

Vielleicht war er noch nie so berühmt wie jetzt: der Schweizer Meteorologe Jörg Kachelmann sitzt seit rund zwei Monaten in einem Mannheimer Gefängnis. Der Vorwurf: Vergewaltigung in einem besonders schweren Fall. Kann sich Deutschlands berühmtester Wetterfrosch juristisch und verbal überhaupt noch retten?

Text: **Marcus Knill*** Bild: **Ringier Specter**

Jörg Kachelmann schuf vor einigen Jahren ein neues Meteo-Vokabular. Anstelle der standardisierten Wetterberichte sprach er als Erster von «Blumenkohlwolken» (Kumuluswolken) und vom «Schweizer Hoch» am deutschen Fernsehhimmel. Regen nannte er «Schiff». Er schuf aus trockenen Wetterprognosen mit grossem Engagement ein beliebtes «Wettertainment». Den Medien und den Zuschauern gefiel. Seine Prognosen wurden im Internet bis zu 400000-mal angeschaut.

Ihm eiferten viele Moderatoren als dem Pionier der neuen Meteo-Rhetorik nach. Junge Meteorologen übernahmen Kachelmanns blumige Sprache und suchten ebenfalls überraschende Analogien. Leider kamen oft auch unpassende oder falsche Vergleiche. Ich verzichte auf eine Auflistung solcher Beispiele, denn Winde können beispielsweise nicht «schlürfend» sein. Nachdem ich über längere Zeit die Rhetorik der Wetterfrösche verfolgt hatte, stellte ich fest, dass die neuen Meteo-Moderatoren immerhin ein wichtiges Prinzip der Medienrhetorik bewusst machten: Verben sind griffiger als Substantive!

Zurück zu Jörg Kachelmann

Es ist bei seinen Medienerfolgen nicht verwunderlich, dass der beliebte, urige Medienprofi nach seiner überraschenden Verhaftung einem «Medientsunami» ausgesetzt und als Wetterfrosch mit einem Taifun von Beschuldigungen konfrontiert wurde. Die Zurückhal-



* Marcus Knill (www.knill.com) ist Experte für Medienrhetorik.

Er ist auch Autor des bekannten virtuellen Buches www.rhetorik.ch.

Im Auge des Gesetzes: Wetterfrosch Kachelmann.

tung der Sender ARD und SF im Fall Kachelmann konnte den gewaltigen Ansturm der Medien nicht bremsen. Im April analysierte ich im «persönlich» schon einmal Jörg Kachelmann und zeigte, wie er nachträglich versuchte hatte – mithilfe von Juristen – unliebsame Texte aus dem Internet zu löschen. (Viele Medien kolportierten, dass sich Kachelmann im Spätherbst 2007 gebrüstet habe, bei 120 Kilometer Geschwindigkeit auf der Autobahn Sex gemacht zu haben – ohne dabei zu verunfallen. Erst nach drei Monaten gingen Kachelmanns Anwälte auf einige Plattformen los, weil diese medienträchtige Aussage angeblich falsch interpretiert worden sei.)

Es interessierte mich sehr, heute zu verfolgen, wie sich der mediengewandte Wetterfrosch in einem aussergewöhnlichen Mediensturm tief verhält. Es war spannend zu beobachten, wie er sich medienrhetorisch verhält, nachdem er von den Medien tagelang einem orkanartigen Gegenwind ausgesetzt war.

Dass eine Person dermassen vorverurteilt wird, beanstandete als Erster der Berliner Medienanwalt Christian Schertz. Er hat der Staatsanwaltschaft eine öffentliche Zurschaustellung von Jörg Kachelmann vorgeworfen. «Der Staat hat eine unbedingte Schutzpflicht, auch für den Beschuldigten, dass er nicht ohne Not in einer für ihn unwürdigen Situation abgebildet wird.» (Ich zitiere die *SonntagsZeitung* vom 28. März 2010.) In Deutschland und in der Schweiz hat die Causa Kachelmann eine Mediendiskussion ausgelöst. Die ARD, Kachelmanns grösster Arbeitgeber, erwähnte in ihrer «Tagesschau» den Fall mit keinem Wort. Dasselbe gilt für das Schweizer Fernsehen. Der Zürcher Medienprofessor Heinz Bonfadelli ging mit den Medi-

en hart ins Gericht. Er ist erstaunt: «Tatsächlich bedenklich ist aber die Art und Weise, wie zahlreiche Medien in Deutschland und der Schweiz in die Privatsphäre von Kachelmann und dem mutmasslichen Opfer eingedrungen sind.»

Dass Menschen mit Beschuldigungen «fertig» gemacht werden können, ist bekannt. (Ich erinnere an den Fall des vorverurteilten Medienmannes Andreas Türck. Obschon das Verfahren mangels Beweisen eingestellt worden war, lag Türck am Boden. Es ging auch bei ihm um eine angebliche Vergewaltigung.) Andererseits hat bei Beschuldigungen die Polizei alle Anzeigen ernst zu nehmen. Auch haben die Medien eine Informationspflicht, doch sollten sie nur Sachverhalte wertfrei beschreiben. Der ARD, welche die Verhaftung ihres Mitarbeiters ausgeklammert hatte, wurde postwendend vorgeworfen, der Sender würde etwas vertuschen. Wenngleich Medien nicht vorverurteilen dürfen, müssen sie über eine derart überraschende Verhaftung berichten, vor allem bei einer Person von öffentlichem Interesse. Beim überraschend grossen Medienevent nach der Verhaftung Kachelmanns kam es in der Medienlandschaft zu einer Eigendynamik und zu einem Dominoeffekt. Übrigens: Die Öffentlichkeit hat nach der Verhaftung selten ein so grosses Medienecho erlebt. Die Kachelmann-Story – ob wahr oder nicht – hatte von Anfang an alle Voraussetzungen für eine typische Boulevardgeschichte: Promi – Sex – Gewalt – Emotionen (Blut, Tränen, Sperma).

Zum permanenten Lachen vor der Presse – eine ausführlichere Analyse

Als Kachelmann erstmals den Fotografen vorgeführt wurde, strahlte er ständig wie ein

Glückspilz. Für mich wirkte dieses Lachen aufgesetzt: ein Schutzverhalten? Es gibt tatsächlich das Lächeln als «Beisshemmungsverhalten» – als Schutz. Zum Beispiel von Kindern, die in der Schule von einem Lehrer laut kritisiert werden. Dann schützen sie sich mit einem Lächeln, in der Hoffnung, man werde dann weniger «gebissen».

Die Psychologie spricht in solchen Fällen von sozialem Lächeln. Es ist ein Beziehungsangebot und signalisiert Botschaften wie beispielsweise: «Tu mir nichts, dann tu ich dir auch nichts.» Normalerweise gibt es aber in einer Situation, wie sie Kachelmann erlebte, nichts zu lachen. Innerlich musste er verunsichert sein. Als prominenter Sympathieträger und erfolgreicher Unternehmer wurde er plötzlich öffentlich mit gravierenden Vorwürfen konfrontiert. Seine Verunsicherung wollte er möglicherweise mit dem Lächeln überspielen.

Bei Jörg Kachelmann sehe ich das permanente Lachen aber vor allem als Strategie: als ein inszeniertes Lachen vor den Medien. In der Regel kommt nur situatives, echtes Lachen im Alltag gut an. Obschon inszenierte Spielchen selbst von Laien durchschaut werden und das künstliche Lachen Kachelmanns von den Zuschauern sofort als aufgesetztes Verhalten erkannt wurde, rechne ich damit, dass der lachende Gesichtsausdruck Kachelmanns in der Öffentlichkeit dennoch eine positive Wirkung hat. Das wissen alle Verkäufer. Ein Geschäftsmann sagte mir vor Jahren: Ohne Lachen kannst du nichts verkaufen! Lieber ein aufgesetztes Lächeln als eine echte saure Miene. Ich kann mir gut vorstellen, dass dem «Medienopfer» geraten wurde, ein permanentes Lächeln aufzuset-

ANZEIGE

1/4 Inserat quer rechts Covermedia



Glückliche Zeiten: Kachelmann vor seinem Studio im Appenzellerland.

zen. Mit dem Ziel, dass die Fotografen nur Bilder schießen können mit einem lächelnden Kachelmann. So wirkte er denn auch auf allen Fotos überlegen und nicht niedergeschlagen, was als mögliches Schuldeingeständnis hätte ausgelegt werden können. Zudem hat sich der Medienprofi (auf Anraten seines Verteidigers?) rasiert und wirkte dadurch als Saubermann. Eine Juristin wies mich auf ein beachtenswertes Detail hin: Kachelmann trug vor den Kameraleuten – deutlich sichtbar – ein quergestreiftes T-Shirt unter der Jacke. Man könnte sich gut vorstellen, dass er sich damit über den Knastaufenthalt lustig gemacht hat.

Zum Botschaftenmanagement

Während des Spiessrutenlaufes vor den Medienschaaffenden wurde Jörg Kachelmann gefragt: «Wie geht es Ihnen, Herr Kachelmann?» Seine Antwort hatte nur EINE Kernbotschaft:

«ICH BIN UNSCHULDIG! Das ist im Moment alles, was sich zu sagen habe. Danke!»

Auch diese EINdeutige Botschaft war sicherlich vorbereitet. Sie war wirkungsvoll. Es gab nur EINE Kernbotschaft: EINfach, aber auch EINdrücklich: «Ich bin unschuldig!» Diese kurze Sequenz wurde in allen Medien kolportiert, gesendet oder gedruckt und damit x-mal vervielfacht. Diese Inszenierung veranschau-

licht uns: Der Medienprofi plante den Auftritt vor Kamera und Mikrophon eingehend und war sich bewusst, dass man bei jedem Medienauftritt die Chance nutzen kann. Persönlich hätte ich die Aussage nicht während des Gehens gemacht. Ich wäre kurz stehen geblieben, um meine Kernbotschaft zu platzieren. Doch störte mich in diesem Fall die lockere Art des Sprechers während des Schreitens nicht.

Kachelmann: Ein Organisationsgenie im Managen der Kommunikation mit seinen Geliebten? Ich zitiere *Blick*: Rundmails für 14 «Lausemädchen»

«Die Rede war bisher von sechs Frauen, nun sind es bereits 14: Jörg Kachelmann soll eine ganze Liste mit «einzig wahren Freundinnen» gehabt haben. Alle trugen denselben Spitznamen «Lausemädchen», das vereinfachte die Kommunikation.»

Kommentar

Selbstverständlich gilt beim angeklagten Wettermoderator nach wie vor die Unschuldsvermutung (solange keine Verurteilung vorliegt). Was immerhin heute zutage tritt: Kachelmann muss eine Fähigkeit besitzen, mit mehreren Geliebten gleichzeitig zu kommunizieren, ohne dass die Geschichte aufflog. Clever war die analoge Anrede «Lausemädchen» aller Frauen. Damit vermied er eine verräterische

Verwechslung. Es ist erstaunlich, wie lange ein Liebhaber mehrere Freundinnen gleichzeitig betreuen kann, ohne dass die Sache auffliegt. So gesehen muss Jörg Kachelmann nicht nur ein guter Meteorologe sein, sondern auch ein cleverer Kommunikationsmanager von Liebesbriefen.

Fazit

Die Wetterikone Kachelmann ist und bleibt ein Phänomen. Ob er die Wahrheit über sein Verhalten gesagt hat, weiss nur er selbst und seine Partnerin. Aber es bleibt eben immer etwas hängen. Schon deshalb hätte ich auf das Dauerlächeln verzichtet. Angesichts der schweren Anklage wäre zudem ein ernsteres Wort angemessener gewesen.

Der Umgang Jörg Kachelmanns mit den verschiedenen Frauen, die für ihn geschwärmt haben, ist Privatsache. Die Staatsanwaltschaft hat jetzt Klage erhoben, trotzdem ist Jörg Kachelmann immer noch als unschuldig zu betrachten. Was ich mich dennoch frage: Welche kommunikativen Fähigkeiten machten den ARD-Moderator bei Frauen so unwiderstehlich? Er soll mit allen Partnerinnen seine Mutter besucht haben und schaffte so Vertrauen. Obschon er Partys stets allein besucht hatte (verständlicherweise) und sich nie mit den Frauen fotografieren liess. Vor Gericht wird es sicher bei Jörg Kachelmann – wie damals bei Andreas Türck – ein Glaubhaftigkeitsgutachten geben. Türck wurde vor Gericht vom Vergewaltigungsvorwurf freigesprochen, weil die Klägerin mit hoher Wahrscheinlichkeit nicht die Wahrheit gesagt hatte. Bei Jörg Kachelmann ist der Fall nicht so einfach, weil es mehrere Klägerinnen gibt. Vor Gericht spielt bekanntlich die Glaubwürdigkeit einer Person keine zentrale Rolle. Es zählt nur, wie glaubwürdig deren Aussagen sind. Bei der Medienrhetorik ist hingegen beides – das Image einer Person (Wirkung) und die Glaubwürdigkeit ihrer Aussage – ausschlaggebend. □