

Skandal!

Die Macht öffentlicher Empörung

Bearbeitet von
Jens Bergmann, Bernhard Pörksen

1. Auflage 2009. Taschenbuch. 352 S. Paperback

ISBN 978 3 938258 47 7

Format (B x L): 12 x 19 cm

[Weitere Fachgebiete > Medien, Kommunikation, Politik > Medienwissenschaften > Medienphilosophie, Medienethik, Medienrecht](#)

Zu [Inhaltsverzeichnis](#)

schnell und portofrei erhältlich bei

The logo for beck-shop.de features the text 'beck-shop.de' in a bold, red, sans-serif font. Above the 'i' in 'shop' are three red dots of varying sizes, arranged in a slight arc. Below the main text, the words 'DIE FACHBUCHHANDLUNG' are written in a smaller, red, all-caps, sans-serif font.

beck-shop.de
DIE FACHBUCHHANDLUNG

Die Online-Fachbuchhandlung [beck-shop.de](#) ist spezialisiert auf Fachbücher, insbesondere Recht, Steuern und Wirtschaft. Im Sortiment finden Sie alle Medien (Bücher, Zeitschriften, CDs, eBooks, etc.) aller Verlage. Ergänzt wird das Programm durch Services wie Neuerscheinungsdienst oder Zusammenstellungen von Büchern zu Sonderpreisen. Der Shop führt mehr als 8 Millionen Produkte.

Jens Bergmann / Bernhard Pörksen (Hrsg.)

Skandal!

Die Macht öffentlicher Empörung

edition medienpraxis

Bibliografische Information Der Deutschen Bibliothek

Die Deutsche Bibliothek verzeichnet diese Publikation
in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte
bibliografische Daten sind im Internet über
<http://dnb.ddb.de> abrufbar.

Jens Bergmann / Bernhard Pörksen (Hrsg.):

Skandal! Die Macht öffentlicher Empörung

(edition medienpraxis, 6)

Köln : Halem, 2009

Alle Rechte, insbesondere das Recht der Vervielfältigung
und Verbreitung sowie der Übersetzung, vorbehalten.
Kein Teil des Werkes darf in irgendeiner Form (durch
Fotokopie, Mikrofilm oder ein anderes Verfahren)
ohne schriftliche Genehmigung des Verlages reproduziert
oder unter Verwendung elektronischer Systeme
(inkl. Online-Netzwerke) gespeichert, verarbeitet,
vervielfältigt oder verbreitet werden.

<http://www.editionmedienpraxis.de>

© Copyright Herbert von Halem Verlag 2009

ISBN 978-3-938258-47-7

TEXTCHEF: Jens Bergmann

KONZEPTION UND LEKTORAT: Jens Bergmann, Bernhard Pörksen

DOKUMENTATION: Katharina Jakob

PORTRÄTS DER AUTOREN: Dennis Williamson

FOTOREDAKTION: Kübra Yücel

GESTALTUNG: Claudia Ott Grafischer Entwurf, Düsseldorf

DRUCK: FINIDR, s.r.o. (Tschechische Republik)

Copyright Lexicon © 1992 by The Enschedé Font Foundry.

Lexicon ® is a Registered Trademark of The Enschedé Font Foundry.

Vorwort			7
Einleitung: Die Macht öffentlicher Empörung			13
Sascha Anderson	34	Tom Kummer	196
Einfach idiotisch		Faction	
Ulrich Beck	46	Hans Leyendecker	208
Giftmischer und Lebensretter		Der Rechercheur	
Thilo Bode	58	Volker Lilienthal	220
Den Nerv treffen		Nur keine Blöße geben	
Erich Böhme	68	Darryn Lyons	230
Jagdfieber		Die Meute	
Peter-Jürgen Boock	79	Catherine Millet	240
Blutige Hände		Die eiskalte Beobachterin	
Henryk M. Broder	90	Clarence Mitchell	252
Der Polemiker		Der Feuerwehrmann	
Dietmar Ecker	102	Désirée Nick: Galoppierender	264
Wenn die Stimmung kippt		Irrsinn	
Michel Friedman	112	Gabriele Pauli	274
Der Zauberlehrling		Im falschen Film	
Gisela Friedrichsen	122	Matthias Prinz	284
Empörungswellen		Der Rächer der Begehrten	
Fritz Goergen	132	Udo Röbel	296
Das Mastermind		Gut und Böse	
Gerd Heidemann	143	Patrik Sinkewitz	306
Der Nazi-Tick		Der einsame Kronzeuge	
Moritz Hunzinger	152	Rosa von Praunheim	316
Der Mann mit der		Der skrupellose	
Fernbedienung		Moralist	
Natascha Kampusch	162	Jürgen Todenhöfer	326
Die Autonome		In der Roten Zone	
Michael Kneissler	172	Günter Wallraff	336
Russisches Roulette		Der Aufdecker	
Wolfgang Kubicki	184		
Der Informant			
Autorenverzeichnis			348
Fotonachweise			352

Vorwort

Der Skandal hat Hochkonjunktur. Dies fand Andreas Förster von der *Berliner Zeitung* bei einem kleinen Experiment heraus. Er gab den Suchbegriff ›Skandal‹ in das elektronische Archiv ein, in dem alle Artikel der wichtigen deutschen Zeitungen und Zeitschriften gespeichert sind. Im Jahr 1996 tauchte das Wort in insgesamt 3879 Beiträgen auf. Zwei Jahre später waren es 4906. Um die Jahrtausendwende konnte man bereits 6627 Artikel lesen, in denen in irgendeinem Zusammenhang von einem Skandal die Rede war. Im Jahr 2006 stieg die Zahl erneut auf 7125 Beiträge.¹

Wie ist diese erstaunliche Karriere des Begriffs zu erklären, der auf das griechische *skándalon* zurückgeht, was wörtlich Fallstrick beziehungsweise -holz bedeutet? Es gibt vier mögliche Antworten. Zum einen könnte sich die Zahl anstoßerregender Ereignisse innerhalb von zehn Jahren fast verdoppelt haben. Vielleicht ist ihre Zahl aber auch gleich geblieben, und es werden nur mehr Skandale aufgedeckt,

¹ Siehe Förster, Andreas (2007): Skandalisierung statt Aufklärung. Die Fälle Michel Friedman und Manfred Kanther. In: Christian Schertz/Thomas Schuler (Hg.): *Rufmord und Medienopfer. Die Verletzung der persönlichen Ehre*. Berlin: Ch. Links Verlag. S. 102f.

weil die journalistische Enthüllungspraxis effektiver geworden ist. Denkbar wäre, dass wir sensibler für moralische Verfehlungen geworden sind und daher sehr viel schneller von einem Skandal die Rede ist. Und schließlich könnte es sein, dass der Begriff heute inflationär gebraucht wird, um – mit dem schärfsten zur Verfügung stehenden Zorneschrei – Aufmerksamkeit zu erregen. Wer ›Skandal!‹ ruft, sieht, so der Publizist Christian Schütze, nicht weniger als die Weltordnung empfindlich gestört und appelliert an alle, sie zu retten.²

Stößt dieser Aufschrei auf genügend Resonanz, ist die Folge allgemeine Empörung – das Kerngeschehen eines jeden Skandals. Der Medienphilosoph Lorenz Engell spricht von einem »Aufmerksamkeits- oder Beachtungsexzess. Wir empören uns, indem wir einer Sache oder einem Ereignis mehr als nur Aufmerksamkeit widmen, sie übermäßig beachten.«³ Der Skandal wirft ein Schlaglicht auf den Zustand der Gesellschaft; er verrät viel über Normen, Tabus und den herrschenden Zeitgeist. Die Schlüsselrolle kommt dabei den Medien zu, ohne die es keine derart wirksamen Skandale gäbe. »Tag für Tag«, so der Philosoph Peter Sloterdijk, »versuchen Journalisten neue Erreger in die Arena einzuschleusen, und sie beobachten, ob der Skandal, den sie auslösen wollen, zu blühen beginnt. Man darf nicht vergessen, dass in jeder modernen Nation jeden Tag zwanzig bis dreißig Erregungsvorschläge lanciert werden, von denen naturgemäß die meisten nicht zu dem gewünschten Ergebnis führen. Die moderne Gesellschaft ist zwar eine sehr skandalisierungsfreudige Lebensform, aber sie nimmt nicht jeden Skandalisierungsvorschlag auf. Die meisten Erregungsvorschläge werden abgelehnt oder mit mäßigem Interesse studiert.«⁴

- 2 Siehe Schütze, Christian (1985): *Skandal. Eine Psychologie des Unerhörten*. Bern/München: Scherz. S. 19.
- 3 Engell, Lorenz (2005): Falle und Fälle. Kleine Philosophie des Fernsehskandals. In: Claudia Gerhards/Stephan Borg/Bettina Lambert (Hg.): *TV-Skandale*. Konstanz: UVK Verlagsgesellschaft. S. 22f.
- 4 Sloterdijk, Peter (2007): Am Medienthimmel. [Ein Gespräch mit Jana Kühle und Sugárka Sielaff]. In: Jens Bergmann/Bernhard Pörksen (Hg.): *Medienmenschen. Wie man Wirklichkeit inszeniert*. Münster: Solibro. S. 273.

Die Produktion ständig neuer Aufreger hat nicht zuletzt ökonomische Gründe: Skandale sorgen für Aufmerksamkeit und damit für Auflage und Einschaltquote. Zudem verleihen sie dem, der sie aufdeckt, Macht. Medien, die einen Missstand anprangern, können gelegentlich den Gang der Dinge ändern – oder zumindest einen Minister oder Topmanager zu Fall bringen. Das macht den Reiz des Skandals für viele Journalisten aus. Sie suchen das Ärgernis und geraten dabei in Gefahr, ihre Beobachterrolle aufzugeben, Partei zu werden, sich von der selbst ausgelösten Welle der Empörung mittragen zu lassen. Dabei kommt es immer wieder zu medialen Betriebsunfällen – die atemlose Jagd nach Skandalen produziert selbst welche.

Was aber hat in welchem Kontext das Zeug zum öffentlichen Ärgernis? Was nicht? Wem nutzt, wem schadet der Eklat? Und wozu führt er? Wie lassen sich Skandale produzieren und kontrollieren? Wie wehrt man sich dagegen, an den Pranger gestellt zu werden? Solche konkreten Fragen stehen im Mittelpunkt dieses Buches. Nach Antworten haben die Autorinnen und Autoren bei Menschen gesucht, die aus verschiedenen Gründen Experten für dieses Thema sind. Weil sie etwa wie der Soziologe Ulrich Beck die Gesellschaft und das, was sie bewegt, seit Jahrzehnten beobachten. Weil sie wie der Enthüllungsjournalist Hans Leyendecker oder der Undercover-Reporter Günter Wallraff zahlreiche Missstände aufgedeckt haben. Weil sie wie der Ex-Greenpeace- und heutige Foodwatch-Chef Thilo Bode oder der Filmemacher Rosa von Praunheim wissen, wie man Skandale provoziert. Weil sie wie der Lyriker Sascha Anderson oder der Ex-*Bild*-Chefredakteur Udo Röbel über Skandale stürzten. Oder weil sie wie der PR-Manager Dietmar Ecker und der Medienanwalt Matthias Prinz professionell mit der Skandalabwehr beschäftigt sind.

Ziel der Gespräche war es, das Phänomen anhand aussagekräftiger Beispiele aus möglichst vielen Perspektiven zu beleuchten, ohne die jeweiligen Skandale in voyeuristischer Absicht zu verdoppeln. Ihr Erregungspotenzial nimmt mit einer gewissen Distanz ohnehin erstaunlich ab. Allerdings nicht für die Beteiligten, weshalb mit etlichen

Gesprächspartnern um die Deutung des für sie oft schmerzhaften Geschehens gerungen wurde. Diese Arbeit der jungen Autorinnen und Autoren, allesamt Studierende der Universität Hamburg auf dem Weg in den Journalismus, hat sich gelohnt: Die Interviews eröffnen erstaunliche Einblicke in die Logik und Macht öffentlicher Empörung; nur in zwei Fällen scheiterten Gespräche. Die in den 29 veröffentlichten Texten vertretenen Positionen bleiben in vielen Punkten notwendigerweise strittig; die Haltungen der Interviewten sind so unterschiedlich wie ihre Rollen und Erfahrungen. Aus dem Kaleidoskop ihrer Einschätzungen ergibt sich eine Phänomenologie des Skandals: subjektiv, emotional, widersprüchlich und vielleicht gerade deshalb erhellend.

Eine Erfahrung, die die Mehrzahl der Gesprächspartner teilt, ist die ungeheure Wucht öffentlicher Erregung. Während der Skandal in aller Regel nach wenigen Wochen aus dem öffentlichen Bewusstsein verschwindet, bleiben manche Skandalisierte ihr Leben lang gezeichnet. Dies erklärt, warum es so mühselig war, bestimmte Gesprächspartner für dieses Buch zu gewinnen – und sie dann in überaus zähen, zuweilen Wochen dauernden Verhandlungen zur Autorisierung des Gesagten zu bewegen. Einige Gespräche wurden mehrfach und in Anwesenheit von Anwälten geführt.

Trotz – oder vielmehr: wegen – all der Hürden, die es bei diesem Vorhaben zu überwinden galt, war es für alle Beteiligten überaus lehrreich. Die jungen Journalistinnen und Journalisten hatten Gelegenheit, einen zentralen Aspekt der Mediengesellschaft aus nächster Nähe zu untersuchen. Sie lernten bei dieser Arbeit nicht nur sehr unterschiedliche und oft bekannte Persönlichkeiten, sondern auch die Kunst des Print-Interviews und alle Phasen der Produktion eines Sachbuchs kennen. Und eine harte Prüfung sozialer Fähigkeiten gibt es im Umgang mit Prominenten in der Regel gratis: Wer ein verstümmeltes, entkerntes Interview – etwa von einem übervorsichtigen Pressesprecher – zurückbekommt, braucht Hartnäckigkeit, Fingerspitzengefühl und eine große Portion professionelles Selbstbewusstsein, um den Text im Autorisierungsprozess wieder zu reparieren.

Für die beiden Herausgeber ist es das dritte Lehrforschungsprojekt dieser Art, bei dem jeweils eine zentrale Frage der Mediengesellschaft journalistisch zugespitzt und gemeinsam mit Studierenden bearbeitet wurde. Im *Trendbuch Journalismus* (2005) untersuchten wir den Strukturwandel der Branche. Die Studierenden befragten Sandra Maischberger oder Anne Will, Reinhold Beckmann oder Michael Naumann, um herauszufinden, wie die Konjunktur- und Strukturkrise auf die Publizistik durchschlägt und welche Kompetenzen man in einem sich rasch wandelnden Berufsfeld benötigt. Dann entstand das Buch *Medienmenschen. Wie man Wirklichkeit inszeniert* (2007). Die Autorinnen und Autoren wollten von Joschka Fischer wissen, welches Zeichen er durch das Tragen von Turnschuhen bei der Vereidigung als hessischer Umweltminister setzen wollte; sie befragten Andrea Nahles danach, wie genau sie ihre Medienauftritte plant, oder diskutierten mit Ursula von der Leyen, wie im Resonanzraum des Öffentlichen scheinbar authentische Kunstfiguren entstehen. Der vorliegende Band hat den Skandal als journalistischen Ernstfall zum Gegenstand. Auch mit ihm wollen wir zeigen, wie sich in der universitären Journalistenausbildung die Spannung zwischen Theorie und Praxis, akademischer Reflexion und Handwerk produktiv nutzen lässt. Es sind Versuche, *Projektarbeit unter Marktbedingungen* zu betreiben, die unsere eigene Lehrtätigkeit verändert haben. Wir haben erfahren, welche immensen Produktivkräfte echte Herausforderungen – im Gegensatz zu Trockenübungen – entfesseln können und wie viel Energie und welche Talente ernst gemeintes Vertrauen freisetzt. Wir haben in den vergangenen Jahren erlebt, was passiert, wenn man Didaktik durch Coaching ersetzt, Belehrung durch Kooperation, Denkergebnisse durch Ereignisse, Resultate durch Erfahrungen, fertige Lösungen durch reale Probleme.

Dieses Buch wäre ganz sicher nicht möglich gewesen ohne eine Reihe engagierter Förderer, denen wir an dieser Stelle herzlich danken. Frank Laubert von der Forschungs- und Wissenschaftsförderung der Universität Hamburg hat uns unbürokratisch unterstützt und erhebliche Mittel zur Verfügung gestellt, die Reisen im In- und Ausland

möglich gemacht haben. Unser Verleger Herbert von Halem hat uns stets ermutigt und bestärkt – auch als der Zeitplan immer enger wurde. Rüdiger Ditz, Chefredakteur von *Spiegel Online*, gewährte Zugang zum Redaktionsarchiv und ermöglichte so intensive Recherchen. Martina Sulner von der *Hannoverschen Allgemeinen Zeitung* half uns geduldig beim Redigieren der Texte. Die Schlussredakteurin und Dokumentarin Katharina Jakob prüfte mit größter Sorgfalt alle in diesem Buch erwähnten Fakten. Besonders zu danken haben wir allen, die sich Zeit für die Interviews genommen haben. Und nicht zuletzt den Autorinnen und Autoren dieses Buches, die gezeigt haben, dass sie können, was sie wollen: als Journalisten arbeiten.

Jens Bergmann, Bernhard Pörksen
Hamburg, im Januar 2009