

Schelte für den Boten der schlechten Nachricht

Gedanken eines Journalisten zur Debatte über die
Berichterstattung zum Germanwings-Absturz. *Von Joachim Frank*

Dass den Boten die Strafe für die Botschaft trifft, war schon in der Antike eine ausgesprochen prekäre Begleiterscheinung im Nachrichtengeschäft. Seither haben sich die Kommunikationsformen von Grund auf verändert. Geblieben aber ist offenbar das Bedürfnis, sich bei ärgerlichen, bedrohlichen und aufwühlenden Neuigkeiten an den Übermittler zu halten. Anders ist das Journalisten-Bashing kaum zu erklären, das unmittelbar nach dem Absturz des Germanwings-Airbus Ende März 2015 einsetzte. Jedenfalls erreichte die Kritik an den Medien ein Ausmaß an Aggressivität und Hysterie, das es in *anderen* Fällen zuvor nicht gegeben hatte. Mit Bedacht ist hier von *anderen*, nicht von vergleichbaren Fällen die Rede, denn eben das – vergleichbar – war der Todesflug von 4U 9525 nicht.

Berichterstatter und Publikum sahen sich gleichermaßen damit konfrontiert, dass einer an Bord der Maschine alle Passagiere und die Besatzung mit sich in den Tod gerissen hatte. Ein buchstäblich monströses Szenario – außerhalb jeder normalen Vorstellung und zugleich inmitten eines so denkbar normalen, alltäglichen Settings wie dem Linienflug zwischen zwei europäischen Großstädten.

Nun hätte man vermuten können, dass sich die Flut der Gefühle ungehemmt und ungebremst über den Täter ergießen würde. Stattdessen war da eine seltsame Regungslosigkeit auszumachen, eine Art Schock-Frost der Emotionen gegenüber dem Co-Piloten der Germanwings-Maschine. Mit umso größerer Erregtheit diskutierte das Land darüber, ob die Medien seinen Namen nennen durften. Womöglich wird erst jetzt, im zeitlichen und emotionalen Abstand, die inkommensurable Kluft zwischen der Tat und der öffentlichen Sorge um die verbrieften Persönlichkeitsrechte des Täters deutlich.

*Joachim Frank ist
Chefkorrespondent
bei der Mediengruppe
DuMont (u. a. „Kölner
Stadt-Anzeiger“
und Vorsitzender
der Gesellschaft
Katholischer
Publizisten
Deutschlands e. V.*

Nachdem die französische Justiz den Namen Lubitz nicht nur ausgesprochen, sondern ihn in einer Pressekonferenz sogar Buchstabe für Buchstabe diktiert hatte, mussten die Redaktionen – vertraut mit Presserecht und Pressekodex – schnell und eindeutig reagieren: Nennen oder nicht nennen? Ausschreiben oder abkürzen? Eine sofortige Entscheidung war auch im Umgang mit Porträtfotos des Täters zu treffen, die zu beschaffen es nicht des sprichwörtlichen „Witwenschütteln“ oder des Klinkenputzens bei Nachbarn, Freunden und Bekannten bedurfte, sondern nur eines Log-ins in den einschlägigen sozialen Netzwerken. Zeigen oder nicht zeigen? Unbearbeitet oder verpixelt?

Beim „Kölner Stadt-Anzeiger“ hat die Redaktion auf Fotos verzichtet und den Namen abgekürzt – gemäß den Regeln, die für Berichte über Verbrechen gelten. Klar ist: Den Lesern wurde damit keine relevante Nachricht vorenthalten. Es fand weder Informationsunterdrückung statt noch (Selbst-)Zensur. Und: Die Verantwortlichen hätten legal und legitim auch anders handeln dürfen. Die späteren Entscheidungen des Presse-rats haben das erfreulich klar formuliert und nachvollziehbar begründet.

In der konkreten Situation handelten die Kollegen des „Stadt-Anzeiger“ so, wie sie glaubten, es sich selbst und ihren Prinzipien schuldig zu sein. Ohne Besserwisserei, Rechthabe-rei oder moralische Überhebung, sondern im Rahmen einer Abwägung. Den Namen Lu-bitz konnte jeder überall finden, sein Gesicht überall sehen. Jeder, der wollte, fast über-all. Ob der Täter dadurch für den Betrach-ter Gestalt gewonnen hat, wie mancherorts behauptet, das sei einmal dahingestellt – (be-)greifbar gewor-den ist er durch Abbildung und namentliche Identifizierung sicher nicht.

Viele Medien – manche früher, manche später – haben ihre Nachrichten, Reportagen und Berichte über die Germanwings-Katastrophe um eine Lektüre-Hilfe ergänzt. Sie haben ihre Stan-dards erläutert, ihre Entscheidungen in den strittigen Fragen von Namensnennung und Abbildung des Co-Piloten begründet. Das ist eine – man könnte sagen – Web-2.0-sensible Kommuni-kation mit Leser_innen, Hörer_innen und Zuschauer_innen, auf die es in Zukunft immer mehr ankommen wird. Sie bedarf der Übung auf beiden Seiten. Nach der Germanwings-Kata-strophe im März 2015 reagierten die Journalisten oft in einer

*Nach der Germanwings-Katastrophe
reagierten Journalist_innen oft in einer
Mischung aus Ratlosigkeit und Entsetzen
auf die Wut, die ihnen entgegenschlug.*

Mischung aus Ratlosigkeit und Entsetzen auf die Wut, die ihnen entgegenschlug: Verständigung mit dem Publikum aus einer Verteidigungshaltung heraus. Als Monate später die Fotos des ertrunkenen syrischen Flüchtlingskinds am Mittelmeerstrand um die Welt gingen, wirkte der Beipackzettel, den viele Medien der Wiedergabe des Bilds (oder dem Verzicht darauf) verpassten, schon weitaus sicherer, gelassener und damit souveräner. Nach einer (nicht repräsentativen) Auswertung der Reaktionen beim „Kölner Stadt-Anzeiger“ zu urteilen, haben auch die Leser der Zeitung das so wahrgenommen.

Für die Betroffenheit der Branche im Zuge der 4U 9525-Debatte spielten gewiss auch die Anfeindungen eine Rolle, die sich Wochen vorher im Schlagwort „Lügenpresse“ verdichtet hatten. Nie zuvor in der Geschichte der Bundesrepublik hatten sich Bilder, Vorurteile und Klischees von den Medien, Negativ-Erfahrungen mit dem Agieren von Medienleuten samt dem (berechtigten) Ärger über Fehler und Falschmeldungen auf so explosive Weise vermischt. Ein Generalverdacht wie „alles für Auflage und Quote“ gilt in solch einer Stimmung als schlechthin plausibel. Dass die vermeintlich auf kommerziellen Erfolg zielende „Sensationshascherei“ inzwischen eher zur Abwendung von Konsumenten führt, gerät dabei vollkommen aus dem Blick.

Gejammer der Journalist_innen oder gar Publikumsbeschimpfung helfen überhaupt nicht. Selbstreflexion ist gefragt und – tatsächlich – die Überprüfung der eigenen Standards, Arbeitsweisen und Formate. Könnte es zum Beispiel sein, dass Comedy-Manie und Casting-Wahn die Menschen glauben machen, vor dem Zugriff und Übergriff der Medien seien nichts und niemand sicher? Und erzeugen die immer noch vorhandenen Formen medialer „Deutungshoheiten“, nicht notwendig das Gefühl, einem kaltschnäuzigen, selbstherrlichen Agieren der Medien hilflos ausgeliefert zu sein? Mit der Folge entsprechend heftiger Abwehr-Reflexe?

Wenn Journalisten sich solchen Debatten stellen, selbstkritisch und selbstbewusst zugleich, wird ihre Arbeit (wieder) dem gerecht, was im Begriff der „communicatio socialis“, der sozialen Kommunikation, auch als medienethischer Anspruch enthalten ist.

Gejammer der Journalisten oder gar Publikumsbeschimpfung helfen nicht. Selbstreflexion und die Überprüfung der eigenen Standards sind gefragt.