

## **SÜDWESTRUNDFUNK SWR2 Wissen - Manuskriptdienst**

### **Skandal! Das Geschäft mit der Empörung**

Autor: Dirk Asendorpf  
Redaktion: Anja Brockert  
Regie: Günter Maurer  
Sendung: Donnerstag, 05. Juni 2014, 8.30 Uhr, SWR 2

---

#### **Bitte beachten Sie:**

*Das Manuskript ist ausschließlich zum persönlichen, privaten Gebrauch bestimmt. Jede weitere Vervielfältigung und Verbreitung bedarf der ausdrücklichen Genehmigung des Urhebers bzw. des SWR.*

*Mitschnitte auf CD von allen Sendungen der Redaktion SWR2 Wissen/Aula (Montag bis Sonntag 8.30 bis 9.00 Uhr) sind beim SWR Mitschnittdienst in Baden-Baden für 12,50 € erhältlich.*

*Bestellmöglichkeiten: 07221/929-26030  
SWR 2 Wissen können Sie ab sofort auch als Live-Stream hören im SWR 2 Webradio unter [www.swr2.de](http://www.swr2.de) oder als Podcast nachhören:  
<http://www1.swr.de/podcast/xml/swr2/wissen.xml>*

#### **Manuskripte für E-Book-Reader**

*E-Books, digitale Bücher, sind derzeit voll im Trend. Ab sofort gibt es auch die Manuskripte von SWR2 Wissen als E-Books für mobile Endgeräte im so genannten EPUB-Format. Sie benötigen ein geeignetes Endgerät und eine entsprechende "App" oder Software zum Lesen der Dokumente. Für das iPhone oder das iPad gibt es z.B. die kostenlose App "iBooks", für die Android-Plattform den in der Basisversion kostenlosen Moon-Reader. Für Webbrowser wie z.B. Firefox gibt es auch so genannte Addons oder Plugins zum Betrachten von E-Books.  
<http://www1.swr.de/epub/swr2/wissen.xml>*

#### **Kennen Sie schon das neue Serviceangebot des Kulturradios SWR2?**

*Mit der kostenlosen SWR2 Kulturkarte können Sie zu ermäßigten Eintrittspreisen Veranstaltungen des SWR2 und seiner vielen Kulturpartner im Sendegebiet besuchen. Mit dem Infoheft SWR2 Kulturservice sind Sie stets über SWR2 und die zahlreichen Veranstaltungen im SWR2-Kulturpartner-Netz informiert.  
Jetzt anmelden unter 07221/300 200 oder [swr2.de](http://swr2.de)*

---

**Regie:** Ggf. leise Musik

**Atmo Blitzlichtgewitter** mit Cuts collagieren:

**Cut 1 A-E:** Collage Rücktrittsreden

**Sprecherin:**

Christian Wulff, Annette Schavan, Uli Hoeneß, Margot Käßmann, Karl-Theodor zu Guttenberg – oft ist der Rücktritt Höhepunkt eines Skandals.

Zu bestaunen ist – wie in der griechischen Tragödie – der gefallene Held.

Traurig steht er im Blitzlichtgewitter der Fotografen.

Atmo Blitzlichtgewitter, darüber:

**Ansage:**

Skandal! Das Geschäft mit der Empörung.

Eine Sendung von Dirk Asendorpf (Aussprache: Asendorff).

**Sprecherin:**

„Skandalon“ bezeichnete im Alten Griechenland ursprünglich den Mechanismus einer Tierfalle. Hat sich die Schlinge erst einmal zugezogen, ist das gefangene Wesen dem Publikum ausgeliefert. Das Alte Testament nutzte den Begriff dann für alles Böse, das von Gott weggeführt, skandalös waren also die Ungläubigen.

So fand die frühchristliche Gemeinschaft ihren moralischen Zusammenhalt in gemeinsamer Abscheu. Heute ist das nicht viel anders – sagt der Tübinger Medienwissenschaftler Bernhard Pörksen:

**Cut 2 (Bernhard Pörksen):**

*Aus jedem Skandalisierungsvorschlag ergibt sich im Grund genommen eine Debatte über die Normen einer Gesellschaft, einer Gesellschaft, die sich vielleicht gar nicht mehr positiv darauf verständigen kann, was gelten soll, aber die sich vielleicht im Empörungsschrei sicher ist, was eben nicht gelten soll. Also jede Skandalisierung führt zu einer Wertedebatte. (Achtung: Ende reißt, bitte blenden)*

**Sprecherin:**

Lügen, Selbstbereicherung, Betrug – Prominente, die dabei erwischt werden, landen sofort am Pranger der Medien, auch dann, wenn Journalisten und ihr Publikum den gleichen moralischen Ansprüchen ebenso wenig gerecht würden.

Der Skandal ist – vielleicht aus deswegen – für jeden sofort verständlich. Er trennt klar zwischen Gut und Böse und schafft so Orientierung in einer immer komplexeren Welt. Und der Skandal hat Konjunktur.

**Cut 3:** Musik Wise Guys „Skandal“:

*Wir brauchen'nen Skandal (Skandal!), brutal (brutal!),*

*'ne Schlagzeile in BILD wär' optimal (genial!), total (frontal!),*

**Sprecherin:**

Steuerhinterziehung, Pferdefleisch, außereheliche Liebschaften oder abgeschriebene Doktorarbeiten – täglich werden neue Normverstöße aufgedeckt und angeprangert.

Meist sind es Politiker und Prominente, die in den Fokus geraten, doch in Zeiten digitaler Medien kann es jeden und alles treffen.

**Cut 3:** Musik Wise Guys „Skandal“

(kurz hoch und unter dem nächsten Absatz ausblenden)

*ansonsten schau'n mer mal,  
die Leute wollen Blut seh'n,  
und uns wird's ziemlich gutgeh'n,  
Skandal her!*

**Sprecherin:**

Was früher ein Missstand oder ein Fehler gewesen wäre, entwickelt sich heute schnell zum „Skandal“. Gravierende Probleme bekommen das Etikett ebenso aufgeklebt wie ziemliche Banalitäten.

**Cut 4:** Buhendes und pfeifendes Publikum

(Buhen ab ca. 0'50), darüber:

**Zitator:**

Der Moderator Markus Lanz fährt der Politikerin Sarah Wagenknecht über den Mund.

**Zitatorin:**

Skandal!

**Zitator:**

Entwicklungsminister Niebel kauft in Afghanistan einen Teppich und lässt ihn von der Botschaft nach Deutschland transportieren.

**Zitatorin:**

Skandal!

**Zitator:**

Die Politiker Gysi und Özdemir benutzen mit Dienstreisen erworbene Lufthansa-Meilen für private Flüge.

**Zitatorin:** Skandal!

**Zitator:**

Der FDP-Spitzenkandidat Rainer Brüderle sagt einer Stern-Journalistin am Hoteltresen, sie könne auch ein Dirndl ausfüllen.

**Zitatorin:** Skandal!

**Cut 4** hart ausblenden.

**Sprecherin:**

Die Dirndl-Affäre war vielleicht ein banaler Anlass. Doch das Thema Sexismus im Alltag bewegt ganz offensichtlich viele. Über 100.000 Twitter-Nachrichten gingen dazu unter dem Betreff „Aufschrei“ innerhalb eines Monats online. Am 25. Januar 2013 allein waren es 28.683, mehr als jemals zuvor zu einem Skandal.

Die Welle der Wut, die über Rainer Brüderle zusammenbrach, kam aus dem Internet. Shitstorm heißt so etwas im Netzjargon. 2011 wurde der Begriff zum Anglizismus des

Jahres gekürt. Hinter fast jedem Shitstorm – und so war es auch in diesem Fall – steht ein journalistischer Text, meist wurde er sogar ganz altmodisch auf Papier gedruckt. Auch wenn es sich manchmal anders anfühlt: Zeitungen und Nachrichtenmagazine bestimmen noch immer die öffentliche Agenda. Von allen Medien genießen sie mit Abstand das höchste Vertrauen und entfalten die größte Wirkung.

Den Aufschrei hatte die betroffene Journalistin selber mit einem Brüderle-Portrait im Magazin „Stern“ ausgelöst.

Der Münchener Medienwissenschaftler Christoph Neuberger beschäftigt sich schon lange mit der Frage, wie sich die Medienlandschaft unter dem Einfluss sozialer Netzwerke, Blogs und anderer Formen des sogenannten Web 2.0 verändert.

#### **Cut 5 (Christoph Neuberger):**

*Die Fähigkeit zur Skandalisierung war ja in der Vergangenheit den Redaktionen vorbehalten, das war ne sehr kleine Zahl von Redaktionen. Das war der Spiegel insbesondere, in den letzten Jahren haben auch andere Redaktionen wie die Süddeutsche Zeitung angefangen, investigativ zu arbeiten. Und das Internet bietet im Prinzip zumindest jedem die Möglichkeit zu skandalisieren. Das was im Moment so unter dem Begriff Shit-Storm diskutiert wird – es zeigt, dass im Internet ein großes Erregungspotenzial ist, dass sich Leute rasch mal empören über irgendwelche Sachen und man da die Sorge hat, dass die gründliche Prüfung, die man ja vom Journalismus erwarten würde, da überhaupt nicht stattfindet. Also dass auch das Internet sehr leicht zum Pranger werden kann für unberechtigte Vorwürfe.*

#### **Sprecherin:**

Die Enthüllung der sexuellen Beziehung zwischen US-Präsident Bill Clinton und seiner Praktikantin Monica Lewinsky durch den Blogger Matt Drudge im Januar 1998 war der erste große Skandal, der durch das Internet öffentlich wurde, ohne zuvor die redaktionellen Kontrollmechanismen eines etablierten Medienunternehmens passiert zu haben. Doch das war nicht der Beginn einer neuen Epoche, sondern ein spektakulärer Einzelfall, der sich bis heute nicht wiederholt hat.

#### **Cut 6 (Christoph Neuberger):**

*Das Internet ist alleine noch nicht in der Lage, einen Skandal von Anfang bis Ende durchzuspielen, weil da einfach noch die Reichweite fehlt. Das ist ja ein wesentliches Merkmal eines Skandals, dass man dann in der breiten Bevölkerung einen Konsens herstellen kann über die Beurteilung eines Fehlverhaltens. Dass dafür nach wie vor die klassischen Medien notwendig sind – und da kann man nur hoffen, dass sie die Vorwürfe dann auch gründlich geprüft haben.*

#### **Sprecherin:**

Dazu allerdings fehlt heute oft die Zeit. Hat es ein Medium erst mal geschafft, mit einem neuen Skandalvorschlag an die Öffentlichkeit zu dringen, wollen die Konkurrenten sofort nachziehen. Und dank Internet können sie das auch. Es hat die Umschlagsgeschwindigkeit des Nachrichtengeschäfts enorm erhöht. Medienwissenschaftler Bernhard Pörksen:

#### **Cut 7 (Bernhard Pörksen):**

*Man ist daran gewöhnt, dass man den eigenen Sender immer in der Tasche hat in Form eines Smartphones, einer Art Allzweckwaffe zur Skandalisierung. Man kann ein kleines Video schneiden, man kann ein Foto machen und diese dann blitzschnell an die Öffentlichkeit bringen, ins Netz einspeisen. Das Netz schläft nie, es gibt eine neue*

*Hektik, ausgelöst durch die sozialen Netzwerke, durch Twitter, durch den Live-Ticker. Und es gibt auch für das Krisen- und Skandalmanagement die Anforderung im Grunde genommen fast in Echtzeit zu reagieren. Die Salamtaktik, das scheinbarweise Einräumen von Fehlern – im digitalen Zeitalter funktioniert diese Strategie besonders schlecht, denn kaum hat man irgendetwas gesagt, hat man ein Teilgeständnis geliefert, ist schon wieder der neue Dreh da, zwingt einen eine neue mediale Offensive wieder zu einer Stellungnahme.*

**Sprecherin:**

Wer sich heute äußert – egal ob öffentlich oder hinter verschlossenen Türen – muss damit rechnen, dass ein Mitschnitt irgendwann auf YouTube landet. Und ist erst einmal etwas im Netz erschienen, lässt es sich unmöglich wieder entfernen. Selbst Gerichtsurteile helfen nichts. Das hat Folgen für die Betroffenen, die Medien – und damit für die gesamte politische Kultur.

**Cut 8 (Bernhard Pörksen):**

*Wir beobachten, wenn wir Politiker befragen, eine neue Ängstlichkeit. Die eigene Fassade möglichst abzudichten, möglichst raffiniert, möglichst kontrolliert zu agieren, sich in eine Plastiksprache des Ungefähren zu flüchten. Eben dies führt auf der Seite der Medien zu einer immer massiveren Recherche: Ja wer ist denn derjenige hinter der Fassade? Wie sieht er denn wirklich aus? Also eine symmetrische Eskalation: Politiker, die nichts sagen wollen, Medien, die sie zu Klartext zwingen wollen, Politiker, die sich erneut verweigern, Medien, die wieder nachsetzen. Und das ist eine schlechte Nachricht. Warum? Weil es natürlich zu einem offenen, einem freien Diskurs gehört, auch mal über die Stränge zu schlagen, auch mal in einem geschützten Raum Dinge zu sagen, die man vielleicht gar nicht sagen sollte, die aber in ihrer Falschheit produktiv sind für ein Übermorgen.*

**Sprecherin:**

Die einen halten sich zurück, die anderen nutzen die neuen Möglichkeiten ganz gezielt, um ihren Konkurrenten zu schaden oder sich selber Aufmerksamkeit zu verschaffen. Die Medien spielen gerne mit, denn jeder Skandal bringt Auflage oder Quote.

**Cut 3: Musik Wise Guys „Skandal“:**

*Im Interview erzähl'n wir Witze über Minderheiten,  
um danach 'ne nette kleine Story zu verbreiten:  
Was bewegt die Menschen noch in diesem uns'rem Land?  
Wir sind mit Schröders Doris durchgebrannt.  
Dann ham' wir den Skandal (Skandal!), brutal (brutal!)..  
'ne Schlagzeile in BILD wär' optimal (genial!), total (frontal!)...*

**Sprecherin:**

Je stärker Skandale die öffentliche Debatte bestimmen, desto weniger Aufmerksamkeit bleibt für komplizierte strukturelle Probleme und Kontroversen. Der Armutsbericht der Bundesregierung schafft es nicht mit seinem erschütternden Inhalt auf die Titelseite der Zeitungen, sondern nur dann, wenn der Bericht mit einem Manipulationsverdacht und einer Charakterstudie der zuständigen Ministerin gewürzt werden kann. Nicht nur Medienwissenschaftler kritisieren das. Auch viele Journalisten sind unglücklich über die Personalisierung von Politik und dem Ersatz von Information durch Infotainment.

Hans Leyendecker ist Ressortleiter bei der Süddeutschen Zeitung und der Grandseigneur unter den investigativen Journalisten in Deutschland. Im Rahmen der Tübinger Mediendozentur hat er den Mechanismus der Skandalisierung beschrieben – und dabei auch nicht mit Kritik an der eigenen Zunft gespart.

**Cut 10** (Hans Leyendecker):

*Noch nie war die Konkurrenz so groß und noch nie war der Mainstream so stark. Die wirklich große Gefahr für den Journalismus geht nicht von durchgeknallten Staatsbeamten aus. Die große Gefahr für die Pressefreiheit geht vom Journalismus aus, von den Medien selbst, von einem Journalismus, der Larifari an die Stelle von Haltung setzt. Angeblich gehen Journalisten ergebnisoffen an ihre Arbeit, aber oft steht das Ergebnis schon fest, bevor die Recherchen beginnen. Angeblich haben Journalisten mindestens zwei Quellen, ich kenne nur ganz wenige, die eine haben.*

**Sprecherin:**

Stärkster Verbündeter des Larifari in den Medien ist ein Publikum, das sein Geld für Larifari-Medien ausgibt. Seriöser investigativer Journalismus ist teuer – und sein Ergebnis ist oft keine leichte Kost. Denn wenn er wirklich etwas Neues herausgefunden hat, geraten alte Sichtweisen in Gefahr.

**Cut 11** (Hans Leyendecker):

*Akzeptieren Sie als Zuschauer, Leser, Hörer eigentlich den Zweifel oder wollen Sie als Leser nur in Ihrem Verdacht bestätigt werden? Meine Erfahrung nach rund vierzig Jahren im Journalismus ist einfach: Es ist nicht leicht, Leute zu finden, die etwas Neues zu sagen haben, es ist aber noch sehr viel schwieriger, Leute zu finden, die etwas Neues hören wollen.*

**Zitatorin:** Skandal

**Sprecherin:**

Ab und zu gibt es aber auch einen Fall, in dem das Ergebnis journalistischer Recherche nicht nur neu und relevant ist, sondern auch im Publikum auf großes Interesse stößt. Die Paarung aus Missstand und Skandalfähigkeit, davon träumen seriöse Journalisten. Joachim Fahrn hat es erlebt. Er ist Chefreporter der Berliner Morgenpost.

**Cut 12 (Joachim Fahrn):**

*Der größte Skandal, den wir aufgedeckt haben, das war dieser Missbrauch an der katholischen Schule Canisius-Gymnasium in Berlin, und das haben wir auf die ganz-old-school-weise gemacht.*

**Sprecherin:**

Nicht etwa auf Twitter, Facebook oder einer Website wurde der Skandal zuerst gemeldet, sondern mit einer Schlagzeile in der gedruckten Zeitung. Medienunternehmen denken nicht nur an die Nachricht und ihre Verbreitung, sondern immer auch daran, wie sie die öffentliche Aufmerksamkeit zur Umsatzsteigerung nutzen können.

**Cut 13 (Joachim Fahrn):**

*Das haben wir zurückgehalten und dann erst in der Spätform der Berliner Morgenpost auf der Titelseite gehabt, das heißt: keiner konnte es uns schnappen. Am Anfang haben wir das schon so getimed, dass wir sagen: Wir haben jetzt die Info und morgen kommt das und übermorgen können wir dann jenes machen hoffentlich. Aber mehr als so'ne*

*Frist hat man dann auch nicht. Das ist schon so, dass dieser Druck und diese Beschleunigung dazu führt, dass man sehr viel stärker sich überlegt: wie kann ich immer wieder neu noch einen Akzent setzen, vorne sein zumindest für ne kurze Zeit. Irgendwann ist man dann auch nicht mehr Herr des Verfahrens, wenn alle drauf sind auf so'ner Geschichte, dann gewinnt das natürlich ne Eigendynamik, und das ging dann relativ weit bis in den Vatikan dann letzten Endes.*

**Sprecherin:**

Der Missbrauch in der katholischen Kirche hielt die Öffentlichkeit über Wochen im Bann. Die Medien versuchten immer neue Fälle zu finden, manchmal mit wenig Rücksicht auf den Wahrheitsgehalt oder die Auswirkungen einer Veröffentlichung auf die Opfer. Und wer mit Recherche nichts Neues mehr beizutragen hatte, beteiligte sich zumindest an der Kommentierung – gerne auch mit Spekulationen. So wurde in Talkshows eifrig über einen Zusammenhang von Zölibat und Missbrauch diskutiert – obwohl schon eine kleine Recherche ergeben hätte, dass es in der Kriminalstatistik gar keinen Beleg für solch einen Zusammenhang gibt.

**Regie:** Ggf. Akzent

**Sprecherin:**

Ähnliches wiederholt sich bei jedem neuen Skandal. Fernsehen, Hörfunk, Zeitungen, Zeitschriften und Online-Medien stürzen sich auf den Fall und konkurrieren darum, der Geschichte den nächsten Dreh zu geben – auch wenn sie gar nichts Neues mehr beisteuern können.

**Cut 14 (Joachim Fahrn):**

*Es gibt einen Herdentrieb, also der Versuch, eine Geschichte weiter zu melken, das ist natürlich so. Manchmal hat man was, was logisch dazu passt und am nächsten Tag eine sinnvolle Weitererzählung ist, aber oft hat man eben auch nix. Die Info, das Papier, um das es geht, hat man beschrieben und dann: hmm. Dann sagt die Opposition schlimm, schlimm, und dann hat man eigentlich nichts mehr. Und dann sagt man: ja, müssen wir weitermachen, weitermachen. Dass man sich in irgendwelchen Details dann verliert, das kommt dann schon häufig vor.*

**Sprecherin:**

Den Herdentrieb gibt es nicht nur im Journalismus. Auch das Publikum ist mit dem Internet zum Akteur der Skandalisierung geworden. Fast alle Medien bieten ihren Lesern, Hörern und Zuschauern eine kostenlose Plattform, auf der sie ihre Meinungen weitgehend ungefiltert loswerden können. Christian Stöcker ist Redakteur bei Spiegel-Online und dort für die Netzthemen zuständig. Der studierte Psychologe hat schon oft darüber gestaunt, wie brutal in den Online-Foren gestritten wird.

**Cut 16 (Christian Stöcker):**

*Jemand, der stark motiviert ist, ist halt oft nicht im klassischen Sinne positiv-konstruktiv motiviert. Das kann man sehr gut am Spiegel-Online-Forum sehen, das sieht man aber noch viel extremer bei YouTube oder sonst wo. Das sind eben Toberäume und da wird selten mal wirklich konstruktiv und intelligent miteinander geredet, aber ganz oft ist es auch so, dass ein einziger Troll, der ne gezielte Provokation setzt, reicht, damit die ganze Debatte in gegenseitigen Beschimpfungen ausartet und das Schlechteste im Menschen zum Vorschein bringt und dann noch schrankenloseres Einschlagen auf den vermeintlichen Gegner hervorbringt usw. Was man nicht machen darf als Journalist ist,*

*den Fehler zu machen zu glauben: die Leute, die man da in seinem Forum findet, seien die Leser. Das ist Quatsch. Sonst müssten wir alle aufhören zu arbeiten, weil wir alle das Gefühl haben müssten: die hassen uns alle.*

**Sprecherin:**

Hass ist vielleicht nicht die am weitesten verbreitete Haltung gegenüber Journalisten. Doch an Beliebtheit hat die Zunft in den letzten Jahren gewiss nicht gewonnen. Im Ranking der Berufe landet der Journalismus regelmäßig am unteren Ende der Liste, nur Makler, Versicherungsvertreter und Politiker haben ein noch schlechteres Image. Bei genauerem Hinsehen zeigt sich allerdings, dass die Arbeit der Journalisten in den vergangenen Jahren nicht schlechter, die Erwartungen des Publikums aber deutlich höher geworden sind.

Lutz Tillmanns hat als Geschäftsführer des Deutschen Presserats täglich damit zu tun. Die Selbstkontrollorganisation der deutschen Printmedien leitet er seit über 20 Jahren, die Zahl der Beschwerden und Rügen ist in diesem Zeitraum aber nur leicht gestiegen.

**Cut 17 (Lutz Tillmanns):**

*Den Trend schlechter zu arbeiten, den kann ich nicht feststellen. Ich stelle fest, dass vieles sich deutlich verbessert hat, was Recherche-Tiefe angeht und Recherche-Methodik angeht etc. Ein Skandal, wenn da früher einzelne Medien dran beteiligt waren, das ist jetzt natürlich viel flächendeckender. Da sind auch Einzelpersonen, die sich daran beteiligten via Internet. Also das hat ne ganz andere Welle, das hat ganz andere Schlagkraft. Und es ist auch so, dass ich feststelle, dass Verbraucher, Leserschaft eine bestimmte Erwartungshaltung hat was Qualität angeht, und falls die nicht erfüllt wird, landet die hier auch verstärkt beim Presserat.*

**Sprecherin:**

Durch das Internet ist es viel einfacher geworden, auf eine Vielzahl unterschiedlicher Medienberichte und ihre Originalquellen zuzugreifen. Journalisten haben die Alleinherrschaft über den Zugang zur Aktualität verloren. Für das Publikum wächst damit die Selbstverantwortung.

**Cut 18 (Lutz Tillmanns):**

*Ich glaube, dass es in Zukunft wichtiger ist, wie der einzelne mit Medien umgeht und dass er da stärker unterscheiden lernt zwischen sorgfältigen und unsorgfältigen oder guten und schlechten Medien und dass er damit auch Qualitätskriterien auch stärker abfragen kann.*

**Ggf. Cut 19: Klatschen, Musik, Dankeschön / oder Akzent**

**Sprecherin:**

Welches Thema sich für einen Skandal eignet – und welches nicht, das ist auch eine kulturelle Frage. In den USA, in Südafrika oder in Pakistan reagiert die Öffentlichkeit besonders empfindlich auf die Verletzung religiöser Gefühle.

In Skandinavien, Frankreich oder Deutschland wird Gotteslästerung oder Papstbeschimpfung dagegen eher mit einem Achselzucken quittiert. Selbst zwischen Nachbarländern gibt es große Unterschiede. Während in Skandinavien Gesundheitsdaten oder Steuerbescheide keinem besonderen Schutz unterliegen, würde ihre Veröffentlichung in Deutschland als außerordentlich skandalös empfunden. Und in Frankreich herrscht großes Unverständnis über den moralischen Rigorismus in

Deutschland. Alfons, der Kabarettist mit dem französischen Blick auf das deutsche Wesen, macht sich gerne darüber lustig.

**Cut 20 (Alfons):**

*Das kann man als Franzose wirklich nicht verstehen. Wie kann man den Fall Edathy einem Franzosen erklären. Also Edathy, das ist ein Typ, der früher, den kannte kein Schwein und dann hat er so Kinderporno in Kanada bestellt, aber das sind keine Kinderporno, deshalb ist der Skandal kein Skandal, aber es ist doch ein Skandal, weil die Staatsanwaltschaft hat Lammert und Oppermann und wegen Friedrich pffff. (Lachen) Man versteht nichts. Liebe Deutsche, könnt ihr nicht so schöne klare Skandale machen und nicht sowas. Wie fanden Sie unseren Skandal da mit dem Motorroller (Lachen, Klatschen) Et voilà, et oui, viel besser. Das war aber ein schöner Skandal, hä...*

**Sprecherin:**

Ein Präsident mit dem Motorroller auf dem Weg zum Seitensprung, in flagranti vom Fotografen erwischt – ein Skandal ganz nach Wunsch der Medien, aber ohne anschließenden Rücktritt: typisch französisch, könnte man sagen. Davon ist Angela Ulrich überzeugt. Sie hat fünf Jahre als Hörfunk-Korrespondentin in Paris gelebt und arbeitet jetzt im Berliner Hauptstadtstudio der ARD.

**Cut 21 (Angela Ulrich):**

*Ein Friedrich, der wäre in Frankreich nicht zurückgetreten. Das hätten die durchgestanden – insofern ist die Schwelle höher in Frankreich bis Leute Konsequenzen ziehen müssen. Da wird dann auch mehr verteidigt, mehr Wagenburg-Mentalität. Weil man doch merkt, dass die Deutschen auf Konsens aus sind, auf Einigung, was ja von den Franzosen auch manchmal sehr neidisch beschaut wird – wie wir das schaffen zwischen eigentlich verfeindeten Parteien in Führungsstrichen große Koalitionen zu schmieden oder ähnliches. In Frankreich ist dieses Freund-Feind-Bild viel ausgeprägter, weil eben immer nur eine Seite an der Macht ist durch das Wahlrecht, durch die Mehrheitsverhältnisse.*

**Sprecherin:**

Und wenn es doch einmal zum Rücktritt kommt, muss das keineswegs das Ende einer öffentlichen Person bedeuten. In Frankreich kann man sich von einem Skandal auch wieder erholen.

**Cut 22 (Angela Ulrich):**

*Dann werden geschasste Politiker mal ein Jahr in Kanada als Professoren geparkt und kommen dann durchaus wieder, werden wieder neu Bürgermeister, können wieder neue Karrieren starten, also das geht auch schneller in Frankreich. Sehr viele haben schon mal einen echten Crash erlebt und mussten dann tatsächlich auch sozusagen ein bisschen abgekühlt werden, aber man kommt viel schneller wieder.*

**Cut 3: Wise Guys „Skandal“:**

*Im Hotel zu randalieren für die Karriereleiter – solche Kindereien helfen uns jetzt auch nicht weiter. Nur ein richtiger Skandal macht uns bundesweit bekannt: Wir stecken auf der Bühne unsern Bariton in Brand.*

**Sprecherin:**

Empörung ist eine Währung, mit der Medien Umsatz machen. Allerdings stößt längst nicht mehr jedes Empörungsangebot auf Resonanz. Im Publikum zeigen sich Abnutzungserscheinungen. Medienwissenschaftler Bernhard Pörksen:

**Cut 24 (Bernhard Pörksen):**

*Es gibt inzwischen eine weit verbreitete Medien- und Skandalverdrossenheit. Es ist geradezu eine intellektuelle Mode geworden, auf die bösen Medien, die irgendetwas scheinbar nur ganz Triviales skandalisieren, einzudreschen. Wenn Sie sich die Kommentierung anschauen in sozialen Netzwerken, das sofortige Eingehen auf eine große Schlagzeile, dann finden Sie zunehmend auch eine Art großen Verdacht: geht ihr hier, ihr Medien, nicht schon wieder zu weit. Medienkritik ist sehr viel verbreiteter als die Medienwissenschaftler glauben.*

**Sprecherin:**

Journalisten bekommen das zu spüren. Erhielten sie früher höchstens hier und da einen kritischen Leserbrief, wird ihre Arbeit heutzutage permanent hinterfragt. Spiegel-Online-Redakteur Christian Stöcker hat täglich damit zu tun.

**Cut 25 (Christian Stöcker):**

*Eine Folge, die das Netz hat, ist ja auch, dass die Arbeit von Presse wesentlich kritischer betrachtet wird von einer viel größeren Gruppe von Leuten. Angefangen mit watchblogs wie Bildblog, die anprangern, wenn irgendwo Blödsinn steht bis hin zu beispielsweise: Twitter ist eine Plattform der permanenten Medienkritik wo ununterbrochen Leute sich darüber aufregen, dass ihnen eine Überschrift nicht gefällt oder sie bestimmte Arten von Berichterstattung nicht leiden können usw. Also die deutsche Netzöffentlichkeit, die sich da äußert, die ist eine sehr medienkritische Öffentlichkeit.*

**Cut 3: Wise Guys „Skandal“:**

*Am Anfang jeder Show spring'n wir nackt aus einer Torte,  
mit Schweineblut zu spritzen hilft oft mehr als tausend Worte.  
Für den Erfolg zu allem bereit -  
ich hoffe, dass die Mama mir verzeiht ...*

**Sprecherin:**

Der Überdruß am Skandal ist eine verständliche Gegenreaktion zur vorherrschenden Empörungskultur. Doch wenn den Journalisten am Ende die Lust am Skandal und am Skandalisieren vergeht, ist das auch eine Gefahr. Joachim Fahrn, der als Chefreporter der Berliner Morgenpost den Missbrauch in der katholischen Kirche mit aufgedeckt hat, befürchtet einen Stimmungsumschwung mit unerwünschten Folgen.

**Cut 27 (Joachim Fahrn):**

*Skandal klingt so negativ. Aber im Grunde ist das ja die Aufgabe von Medien: Skandale zu finden und zu sagen: das geht so nicht. Und dann soll die Gesellschaft beurteilen, das Publikum: geht trotzdem – oder es geht eben nicht. Und dann wird es Konsequenzen geben.*

**Sprecherin:**

Doch unter Nachwuchsjournalisten, beobachtet Joachim Fahrn, kommt das Aufdecken aus der Mode. Lieber werden gesellschaftliche Phänomene mit einer Recherche in den

sozialen Netzwerken ergründet als sich auf das Risiko einzulassen, das mit der mühsamen Suche nach einem skandalträchtigen Missstand verbunden ist.

**Cut 28 (Joachim Fahrn):**

*Meine Wahrnehmung ist, dass von denen relativ wenige Leute Interesse haben an Skandal. Auch so sich mit harten Konflikten zu beschäftigen, was es ja immer heißt. Wenn man einen Skandal aufdeckt, ja dann wird man ja angefeindet, dann heißt es: Oh, wie können Sie denn nur, das ist alles gar nicht so. Dann ruft ein freundlicher oder weniger freundlicher Anwalt an und sagt: Aber wissen Sie, dass das 200.000 Euro kostet wenn Sie das schreiben und dann muss man sagen: Oh weia. Und dann wird man beschimpft und dann sagen die: oh, ich ruf bei Ihrem Chefredakteur an, ist alles schon passiert. Und dann muss man sagen: Ja, mach doch. Und diese Härte und dieses Interesse, im Schmutz ein bisschen rumzustochern, was ja die Voraussetzung ist damit Skandale ans Licht kommen, sehe ich bei den jungen Leuten etwas weniger.*

**Sprecherin:**

Der Medienwissenschaftler Bernhard Pörksen sieht sich bereits dazu aufgerufen, den Skandal zu verteidigen. Denn das Geschäft mit der Empörung hat zwar unerwünschte Risiken und Nebenwirkungen, erfüllt gleichzeitig aber eine wichtige gesellschaftliche Funktion.

**Cut 29 (Bernhard Pörksen):**

*Ich glaube, dass der Skandal zwei Gesichter hat. Er ist zum einen natürlich mitunter ein völlig nutzloses Spektakel, eine brutale Attacke auf kaum Schuldige oder vielleicht sogar auf ganz Unschuldige. Und es ergibt sich eine Meute, die einfach nur jemand stürzen sehen möchte. Aber das andere Gesicht des Skandals besteht darin, dass der Skandal illegitime Netzwerke der Machtausübung blitzschnell zerstören kann, dass er ein wesentliches Ferment der Aufklärung ist, dass er eine Debatte auslöst, eine Wertedebatte. Der Skandal ist ein notwendiges Reinigungsinstrument einer Gesellschaft. Ich halte überhaupt nichts davon, den Skandal selbst zu skandalisieren.*

**Cut 3: Wise Guys „Skandal“**

*(unter dem letzten Satz einblenden, dann bis zum Schluss frei stehen lassen)*

*Wir brauchen 'nen Skandal (Skandal!), brutal (brutal!),  
'ne Schlagzeile in BILD wär' optimal (genial!), total (frontal!),  
ansonsten schau'n mer mal,  
die Leute wollen Blut seh'n,  
und uns wird's ziemlich gutgeh'n,  
Skandal her!*

\* \* \* \* \*